

105  
20j



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE ECONOMIA**

**EL ABASTO DE ALIMENTOS Y EL COMERCIO  
DE VIA PUBLICA EN EL D.F.**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
**LICENCIADO EN ECONOMIA**  
P R E S E N T A  
**FRANCISCO LEONARDO SAAVEDRA**

MEXICO, D. F.

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.

**EL ABASTO DE ALIMENTOS Y**

**EL COMERCIO DE VIA PUBLICA EN EL D.F.**

INVESTIGACION REALIZADA POR EL  
ALUMNO: FRANCISCO LEONARDO SAAVEDRA,  
CON EL OBJETO DE OBTENER EL GRADO DE  
LICENCIADO EN ECONOMIA.

U.N.A.M.

1993.

A LA MEMORIA DE MI MADRE:

EDUVIGES SAAVEDRA TAPIA.

CON PROFUNDO AMOR Y AGRADECIMIENTO.

## INDICE

	PAG.
Presentación y Definición de la Investigación....	1
Introducción.....	6
I. Reseña Histórica del Abasto y del Comercio de Vía Pública en la Ciudad de México.....	11
Epoca Prehispánica.....	12
Epoca Colonial.....	18
Primera Mitad del Siglo XIX.....	30
República Restaurada y Porfiriato.....	47
Las Últimas Décadas.....	50
II. Las Causas Históricas, Estructurales y Lega-- les de la Problemática que hoy Enfrenta el Co mercio de Vía Pública.....	69
El Desarrollo Estabilizador.....	70
El Impacto de la Crisis Económica de la Ulti- ma Década en el Comercio de Vía Pública.....	78
Causas de Tipo Legal que Incidieran en el De- senvolvimiento del Comercio de Vía Pública.....	83
III. La Situación Actual de Comercio de Vía Públi- ca en el D.F.....	90
Modalidades de Comercio de Vía Pública.....	91
Cantidad y Distribución Espacial de los comer ciantes de Vía Pública.....	107
Las Organizaciones de los Comerciantes de Vía Pública.....	118
La Rentabilidad del Comercio de Vía Pública.....	122
El Comercio de Vía Pública en el Centro Hig tórico de la Ciudad de México.....	125
El Reordenamiento del Comercio de Vía Públi ca en el Centro Histórico de la Ciudad de - México.....	138

	PAG.
IV.	El Abasto de Alimentos en el D.F..... 143
	Las Dimensiones del Problema..... 144
	Frutas y Legumbres..... 148
	Cárnicos..... 152
	Productos Pesqueros ..... 155
	Productos de la Industria Alimenticia..... 159
V.	Conclusiones y Propuestas..... 167
	Conclusiones..... 168
	Propuestas..... 176
	Bibliografía General..... 182
	Indice de Cuadros Estadísticos..... 190
	Glosario de Abreviaturas..... 191

## PRESENTACION Y DEFINICION DE LA INVESTIGACION

La decisión de abordar el estudio del abasto de alimentos y el comercio de vía pública en el D.F., surge de mi interés por acercarme al conocimiento y análisis de dos problemas estrechamente vinculados entre sí, y que me parecen de suma importancia dentro de la compleja realidad en la que se desenvuelve la vida cotidiana en la capital de la República Mexicana.

La importancia de cada uno de estos segmentos de la economía de la ciudad estriba, a mi entender, en cuatro aspectos, esencialmente, que son: Primero, tanto el abasto de alimentos, como el comercio de vía pública, están íntimamente vinculados a la historia de esta entidad federativa. Segundo, el abasto de alimentos es un problema de vital importancia para la ciudad. Tercero, el abasto de alimentos al D.F. refleja; por un lado, en su problemática interna, muchos de los problemas que enfrenta todo el aparato comercial del país y; por otro, una serie de mecanismos más o menos complejos que explican procesos económicos que impactan en los niveles de consumo de toda pobla-

ción y, tangencialmente, en el poder de compra de amplias -  
capas de la misma y; cuarto, en cuanto al estudio del --  
comercio de vía pública, en su problemática actual, descu--  
bre una compleja realidad, tanto en su dinámica interna, co  
mo en sus nexos con su entorno económico, político y social.

Uno de los primeros obstáculos que --  
presenta el estudio de estos dos problemas es la escasez de  
estudios al respecto. Por otro lado, la información general  
que existe, está muy fragmentada y, en ocasiones de difícil  
acceso, porque detrás de estas actividades hay fuertes inte  
reses económicos de muy cuestionables orígenes. Ahora bien,  
los estudios que existen, a mi entender, no abarcan, al me-  
nos en cuanto al comercio de vía pública, todo el universo-  
de modalidades y se destaca, esencialmente, el perímetro --  
del Centro Histórico de la Ciudad de México, con cierta ra-  
zón, aunque a pesar de su importancia, no deja de ser éste,  
parte del problema en todo el D.F. Otra de las limitantes -  
consiste en que, la categoría: comercio ambulante, es am--  
pliamente utilizada, en la mayoría de estudios, y se aplica  
a toda modalidad de comercio callejero, lo que para mí re-  
sulta incorrecto, en tanto que aquel da la idea de itineran  
te. Esta confusión provoca, a mi juicio, una autorrestric-  
ción para el estudio de lo que yo considero debe denominar-  
se: comercio de vía pública, así sea itinerante o no. Por -  
el contrario, esta última categoría permite poder estudiar-  
y entender, en forma más completa el fenómeno del comercio-  
callejero, ubicándolo en sus dimensiones con mayor preci--



sión y distinguir, con mayor objetividad, sus problemas internos, sus alcances y sus limitaciones.

Finalmente, la limitación geográfica de este estudio es el Distrito Federal, tal como lo consigna el título del mismo, aunque a veces se habla de: Ciudad de México, término equivalente al anterior.

Ahora bien, para abordar la investigación fue preciso formular un conjunto de hipótesis y objetivos, de tal manera que fueran los hilos conductores para acceder en forma ordenada al conocimiento del fenómeno.

Las hipótesis se diseñaron a partir de una información y observación preliminares de los fenómenos a estudiar y se constituyeron en ejes de orientación en el desarrollo de la investigación.

Los objetivos, por su lado, ayudaron a precisar, en cada momento, el desenvolvimiento del trabajo.

#### H I P O T E S I S

- 1.- El abasto de alimentos y el comercio de vía pública están estrechamente vinculados a la historia de la Ciudad de México.
- 2.- En el abasto de alimentos, la Ciudad de México es altamente dependiente del resto de la República.
- 3.- El abasto de alimentos, refleja muchos de los problemas de la estructura productiva y comercial del país.
- 4.- El abasto de alimentos es una realidad muy compleja, --

atrás de la cual hay intereses económicos muy fuertes.

- 5.- Teniendo problemas semejantes, cada tipo de alimentos - enfrenta los suyos, en forma específica.
- 6.- La complicación del comercio de vía pública, en las últimas décadas, tiene un fuerte origen en la evolución - de la estructura productiva y distributiva del país.
- 7.- El comercio de vía pública en el CHCM presentó, en las últimas décadas, una combinación, muy variada, de causas de tipo económico, político y social.
- 8.- El comercio de vía pública es, en parte, una expresión - de la cultura nacional.
- 9.- El comercio de vía pública no puede desaparecer por alguna medida administrativa.

#### OBJETIVOS

- 1.- Presentar un panorama histórico del abasto de alimentos y del comercio de vía pública en la capital de la República Mexicana.
- 2.- Analizar la infraestructura del abasto de alimentos y - las instituciones más importantes del D.F. dedicadas a este aspecto económico.
- 3.- Exponer la problemática que enfrenta el abasto de alimentos en el D.F.
- 4.- Destacar los vínculos que existen entre el abasto de -- alimentos en el D.F. con la estructura productiva y distributiva del país.
- 5.- Precisar los problemas que enfrenta el abasto de produc

tos hortifrutícolas, cárnicos, pesqueros y de origen industrial en el D.F.

- 6.- Analizar las causas estructurales del comercio de vía pública en las últimas décadas.
- 7.- Especificar la dinámica interna de las principales modalidades del comercio de vía pública.
- 8.- Analizar los aspectos cuantitativos y cualitativos del comercio de vía pública por grupos de delegaciones políticas.
- 9.- Precisar el desenvolvimiento del comercio de vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México, en las últimas décadas.
- 10.- Exponer las soluciones dadas por las autoridades del DDF al problema del comercio de vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México.
- 11.- Plantear algunas soluciones a la problemática que enfrentan el abasto de alimentos y el comercio de vía pública en el D.F.

## INTRODUCCION

El objetivo de la presente investigación es analizar dos segmentos de la economía del D.F. que están íntimamente vinculados, pero que a la vez son dos fenómenos con una problemática propia.

Estos dos fenómenos: El abasto de alimentos y el comercio de vía pública han sido, en los últimos años, producto de un creciente interés por parte de algunos estudiosos de la economía y de la sociología; sobre todo, el segundo de ellos, por el impacto que su explosivo crecimiento ha provocado en la vida de la ciudad y, en especial, la complicación que llegó a tener en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

No obstante dicho interés aún no existe una información lo suficientemente detallada, ordenada, completa y al alcance de cualquier persona que tenga intención de acercarse al conocimiento de dichos problemas, además, el tratamiento que se le ha dado al estudio de éstos -

parte, en muchos casos, de una posición interesadamente política o económica, pues quienes en mayor medida han divulgado sus opiniones son las autoridades y los organismos empresariales, como en el caso de la CANACO, de tal manera -- que no hay, en la mayoría de la bibliografía existente, la objetividad necesaria para formarse una opinión debidamente apegada a la realidad.

Por lo tanto, la intención de este -- trabajo es realizar un esfuerzo por presentar, con la mayor objetividad posible, la problemática que encierran el abasto de alimentos y el comercio de vía pública, en la capital de la República, pues a pesar de que son dos fenómenos que todo el mundo observa y palpa todos los días, a veces y qui zás por la cotidianidad misma, no se para uno a reflexionar sobre lo que está más allá del consumo diario de los alimentos y del comercio con el que, a cada momento, se topa uno en la calle y, cuando eventualmente se hace, se tiene la limitante de una información incompleta o contaminada por las opiniones de quienes, involucrados directamente en estos -- .problemas, se disputan los espacios económicos y políticos, detrás de los cuales hay grandes intereses.

Penetrar al estudio del abasto de alimentos y del comercio de vía pública en el D.F., es penetrar a un mundo verdaderamente complicado que tiene que ver, desde la perspectiva de la acotación misma de los temas, con la vida de la ciudad, con su historia, con sus tradiciones, con su carácter de núcleo de una de las zonas conurbadas --

más grandes del mundo y con los nexos que tiene ésta con el resto del país; así como con el desenvolvimiento de algunos sectores sociales protagónicos dentro de la estructura y mecanismos del abasto y la comercialización.

La presentación de los temas se hace en cinco capítulos que son: I.- Reseña Histórica del Abasto y del Comercio de Vía Pública en la Ciudad de México, -- II.- Las Causas Históricas, Estructurales y Legales de la Problemática que hoy enfrenta el Comercio de Vía Pública, -- III.- La Situación Actual del Comercio de Vía Pública en el D.F., IV.- El Abasto de Alimentos en el D.F. y V.- Conclusiones y Propuestas.

En el primer capítulo se expone el desenvolvimiento histórico del abasto y del comercio de Vía Pública, desde sus orígenes prehispánicos hasta los años sesentas del presente siglo, destacando los canales de distribución y las modalidades que en cada una de las grandes etapas del desenvolvimiento histórico del país se desarrollaron en el espacio que hoy ocupa la Ciudad de México.

Los cortes Históricos coinciden en general con las etapas en que tradicionalmente se ha dividido la historia de México, es decir: Prehispánica, Colonial, México Independiente, Porfirista, y el México Posrevolucionario. La intención es destacar, de cada etapa, las características, los rasgos, las instituciones y la infraestructura más representativas.

En el capítulo segundo se hace referencia al modelo del desarrollo económico implantado en la posguerra y sus efectos en la distribución de la riqueza; - en el desenvolvimiento económico desigual, desde el punto - vista de la estructura sectorial de la economía y desde la perspectiva regional, así como su incidencia en la irregular distribución de la población y con ello el surgimiento de grandes zonas conurbadas, y en especial la de la Ciudad de México, también destaca el impacto que la crisis económica iniciada en 1982 tuvo en el explosivo crecimiento del comercio de vía pública en los últimos años, lo que explica, - en gran medida, según mi opinión, la presencia muy acentuada del comercio de vía pública en el D.F. en las últimas décadas, el que se vió fortalecido por cierta indefinición jurídica y la falta de un instrumento legal que especificara esta actividad.

Si el segundo capítulo destaca, principalmente, las causas estructurales del comercio de vía pública en los últimos años, el tercer capítulo estudia el comercio de vía pública en su dinámica interna. Empieza por - definir y contextualizar cada una de las modalidades del comercio callejero, con el objeto de precisar las diversas manifestaciones que adoptan este tipo de transacciones. Des- pués se analiza el aspecto cuantitativo, de acuerdo a los - datos disponibles, así como la distribución espacial del -- mismo..

Por otro lado, se comenta la forma en que se aglutinan los comerciantes y las principales organizaciones, así como la rentabilidad, tan cuestionada por los comerciantes establecidos.

Mención especial se hace de la problemática que llegó a representar el comercio de vía pública - en el Centro Histórico de la Ciudad de México y la solución que las autoridades del DDF, en combinación con la II ARDF, le dieron.

En el capítulo cuarto se exponen aspectos cuantitativos del abasto de alimentos en el D.F., estableciendo la diferencia entre los alimentos de origen agrícola, pecuario, pesquero e industrial. Se hace referencia a la infraestructura, a los canales de distribución y a los problemas que, a mi juicio, son los más relevantes dentro de la problemática del abasto. Se destacan también los rasgos característicos de los mecanismos internos de la comercialización de cada grupo de alimentos en que se dividió el capítulo.

Por último, en el capítulo cinco, se presentan una serie de reflexiones sobre el contenido de los cuatro anteriores y se hacen algunas propuestas, producto de la investigación bibliográfica y de observaciones directas que, desde luego, no pretenden ser las más completas y acabadas.



C A P I T U L O     I

RESEÑA HISTORICA DEL ABASTO Y DEL COMERCIO DE  
VIA PUBLICA EN LA CIUDAD DE MEXICO.

### EPOCA PREHISPANICA.

Es un hecho suficientemente conocido- que el comercio en vía pública tiene profundas raíces históricas en México y, en particular, en el área geográfica que hoy ocupa el D.F. Es una actividad ligada a la forma de ser, a la idiosincrasia de los mexicanos y, es también, en su modalidad de tianguis, una de las múltiples expresiones de la cultura nacional. Recuérdense las famosas referencias que hicieron Hernán Cortés y Bernal Díaz del Castillo en torno al comercio en la Gran Tenochtitlán y, en particular, al -- mercado de Tlatelolco.

En su Segunda Carta de Relación, firmada en Segura de la Frontera, el 30 de octubre de 1520, el primero de ellos informaba al emperador Carlos V:

"Tiene esta ciudad muchas plazas donde hay continuo mercado y trato de comprar y vender. Tiene otra plaza tan grande como dos veces la ciudad de Salamanca, toda cercada de portales alrededor, donde hay cotidianamente arriba de sesenta mil ánimas comprando y vendiendo; donde hay todos los géneros de mercaderías que en todas las -- tierras se hallan, así de mantenimientos como de vituallas, joyas de oro y plata, de plomo, de latón, de cobre, de estaño, de piedras, de huesos, de conchas, de caracoles y de -- plumas. Véndese cal, piedra labrada y por labrar, adobes, ladrillos, madera labrada y por labrar de diversas maneras. Hay calle de caza donde venden todos los linajes de aves --

que hay en la tierra, así como gallinas, perdices, codornices, lavancos, dorales, zarcetas, tórtolas, palomas, pajaritos en cañuela, papagayos, búharos, águilas, halcones, gavilanes y cernícalos; y de algunas aves de rapiña, venden los cueros con su pluma y cabezas y pico y uñas" (1)

Continúa en esta misma parte de la carta describiendo, en forma bastante detallada, todo lo que observó en este gran mercado y se nota la gran impresión que le causó. Lo mismo puede decirse del segundo autor mencionado que describía el mercado de Tlatelolco de la siguiente manera:

"... y desde que llegamos a la gran plaza, que se dice Tlatelulco, como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y regimiento que en todo tenían. Y los principales que iban con nosotros nos lo iban mostrando; cada género de mercaderías estaban de por sí, y tenían situados y señalados sus asientos. Comencemos por los mercaderes de oro y plata y piedras ricas y plumas y mantas y cosas labradas, y otras mercaderías de indios esclavos y esclavas; digo que traían tantos de ellos a vender aquella gran plaza como traen los portugueses los negros de Guinea, y traíanlos atados en unas varas largas con colleras en los pescuezos, porque no se les huyesen, y otros dejaban sueltos. Luego estaban otros mercaderes que vendían ropa más basta y algodón y cosas de hilos torcidos, y cacahuateros que vendían cacao, y de esta manera estaban cuantos géneros de mercaderías hay en toda la Nueva España"

Por su lado, Jacques Soustelle, capta en un magnífico párrafo el ambiente festivo del gran mercado de Tlatelolco.

"Todo el día y ciertamente ello constituía un placer, se podía deambular de un lado a otro en esta fiesta comercial, hacer sus comidas, encontrar parientes o amigos, a lo largo de los pasadizos bordeados de montículos inestables, de frutas y telas multicolores desplegadas, discutir pausadamente con una indígena en cunclillas - detrás de sus verduras, divertirse ante la cara asombrada de un otomí que ha venido de las montañas para vender algunas pieles de animales, o contemplar con envidia la prosperidad de un pochtecatl (comerciante) recién llegado de las fabulosas regiones del sureste, con sus plumas de guacamayos y sus joyas de jade traslúcido" (3).

El mercado de Tlatelolco era un mercado establecido, como dijéramos hoy, una especie de central de abasto, su referencia es obligada por tratarse del mayor tiantiztli de la capital del imperio azteca. Pero de ninguna manera el único, pues como lo afirma Héctor Manuel Romero:

"Como complemento de Tlatelolco como el gran centro de abasto de los mexicas, cada uno de los cuatro bancos en que se encontraba subdividido México-Tenochtlán (Teopan, Moyotlán, Atzacolco y Cuepopan) disponía de su propio mercado local. Estos barrios sobrevivieron durante el virreinato con el nombre de "parcialidades".

En la parcialidad de San Pablo (La antigua Teopan) en el suroeste de la ciudad, el mercado estuvo cerca del templo de San Pablo el viejo y de la plaza del mismo nombre.

En la parcialidad de San Juan (Moyotlán), al sureste de la capital, el mercado se ubicó en la plaza en la que se encuentra el Templo de San José del Sagrado Corazón.

En San Sebastián (Atzacolco), en el sector noroeste, el mercado estuvo próximo al templo de San Sebastián, en la plaza de igual nombre.

Y en Santa María la Redonda (Cuepopan), al noroeste, el mercado se ubicó en la pequeña plaza que se conserva frente al Templo de Santa María la Redonda.

De estos mercados de las parcialidades, los más importantes fueron el de Teopan y el de Moyotlán, pues la vecindad con Tlatelolco impidió que los de Cuepopan y Atzacolco alcancen mayor desarrollo" (4)

También lo refieren diversos historiadores y testigos que, como el franciscano Fray Toribio de Benavente (Motolinía) (5), presenciaron los hechos pocos años después de la caída de la Gran Tenochtitlán. Había muchas plazas donde regularmente se establecían tianguis en los que se comercializaban principalmente alimentos; esta era una práctica común en poblados grandes y pequeños en lo que hoy es el territorio nacional. A este respecto, Francisco Javier Clavijero, refiere:

"En todos los lugares del imperio mexicano había mercados todos los días; pero el mayor y general era cada cinco días. Los lugares poco distantes entre sí tenían este célebre mercado o feria en distintos días para no perjudicarse el uno al otro. En la capital se celebraba en los días 3, 8, 13 y 18 de cada mes que eran los que tenían los caracteres de Casa, Conejo, Caña y Pedernal" (6)

Bien puede decirse que este tipo tianquis eran, con la visión que hoy tenemos de las cosas, parte del comercio en vía pública. Además de éstos existían de acuerdo a las referencias de algunos historiadores de serie reconocida (7) vendedoras de alimentos que cocinaban al aire libre y ofrecían guisos de maíz, tamales, etc.

Por otro lado, no sólo existía esta amplia red de mercados para el abasto regular de la ciudad, sino que los gobernantes mexicas tuvieron la previsión de establecer una especie de silos o bodegas, trojes, con el lenguaje de los españoles, para proveer de alimentos a la población en época de desastres. Tal es el caso, por ejemplo, de las hambrunas que se presentaron entre 1454 y 1460. En torno a este hecho, Don Fernando de Alva Ixtlilxóchitl, afirma:

"... como las cosas de esta vida tienen mil mudanzas y nunca faltan calamidades (como las que en esta sazón acontecieron y fueron las primeras), en el año de 1450 que llaman matlactli tochtli fue tan excesiva la nieve que cayó en toda la tierra que subió en las más partes del estado y medio, conque se arruinaron y cayeron -

muchas casas y se destruyeron todas las arboledas y plantas, y resfrió de tal manera la tierra que hubo un catarro pestilencial con que murieron muchas gentes, y en especial la -- gente mayor; y los tres años siguientes se perdieron todas las sementeras y frutos de la tierra, en tal conformidad -- que pereció la mayor parte de la gente, y en el siguiente -- de 1454 a los principios de él hubo un eclipse muy grande -- de sol, y luego se aumentó más la enfermedad, y moría tanta gente que parecía que no había de quedar persona alguna, se -- gún era la calamidad que sobre esta tierra había venido, y -- la hambre tan excesiva que muchos vendieron a sus hijos a -- trueque de maíz en las provincias de totonapan, en donde no -- corrió esta calamidad; y los de aquellas provincias, como -- eran tan grandes idólatras, todos los esclavos que compra-- ban los sacrificaban a sus dioses, pareciéndoles que los te -- nían propicios para que no corriese la misma calamidad en -- su tierra. Y aunque Nezahualcoyotzin en los suyos, hicieron -- todo lo posible por socorrer a sus súbditos y vasallos (por -- que demás de haberles alzado los tributos por seis años que -- fue el tiempo que duraron estas calamidades, les dieron y -- repartieron todas las rentas de maíz que tenían en las tro -- jes guardadas y reservadas de diez, doce años y más tiem-- po)... " (8).

Este era el mundo indígena del abasto y sus formas de comercialización. El gran mercado de Tlatelolco que constituía la máxima concentración de oferentes y demandantes que, llegados de todos los pueblos ribereños, -

de los lagos y canales de la cuenca del Valle donde estaba asentada la Gran Tenochtitlán y aún de todas las comarcas - dominadas por los mexicas. Además de toda una red de tian-- quis y vendedores que podríamos denominar de vía pública, - que mediante el trueque o la práctica del intercambio a tra-- vés de la mercancía dinero realizaba un activo comercio. Y, finalmente, el mecanismo regulador de las autoridades cons-- tituído por las trojes.

### EPOCA COLONIAL.

A pesar de la violencia de la conquis-- ta, de la imposición de una nueva cosmovisión a los venci-- dos y del traslado de normas e instituciones de la España - feudal, mucho de la cultura indígena sobrevivió: a veces, a pesar de los españoles; otras, porque así convenía a los -- conquistadores y otras más como el producto de un proceso - natural de la interacción de dos mundos que dieron resulta-- do a un tercero. Dentro de lo que sobrevivió, estuvieron: - la producción de alimentos de todo tipo; el cultivo y reco-- lección de yerbas medicinales; una gran infraestructura del abasto y la comercialización. Todo esto se enriqueció con - las aportaciones de la cultura española, con lo que surgió-- un aparato más o menos complicado de abasto y comercializa-- ción que superó la sencillez del mundo indígena.

Con el diseño de la sociedad que sur-- gía sobre los escombros de la Gran Tenochtitlán y la necesi-- dad de abasto a una población crecientemente diversificada, la producción, las formas de comercialización y el consumo--



también se diversificaron, a tal grado, que con el transcurso de los años, este fenómeno de fusión planteó una relación conflictiva entre comerciantes, autoridades y sociedad civil que ha llegado hasta nuestros días y que en diversos momentos se ha manifestado en algunos enfrentamientos, más o menos importantes, entre los principales protagonistas.

Las primeras disposiciones que se dictaron para la distribución espacial de conquistadores y conquistados, fueron en el sentido de delimitar el área reservada para los conquistadores y ubicar a los conquistados en los antiguos barrios o calpullis. De tal manera que esta -- primera división produjo al mismo tiempo dos centros de comercialización bien definidos: uno dedicado a los indígenas, ubicado en el lugar que hoy ocupa el Palacio de Bellas Artes; y otro, en la Plaza Mayor, en lo que hoy es la Plaza de la Constitución para el abasto de los españoles. (9)

Con la consolidación de la conquista, fue desapareciendo, en forma paulatina, la estricta separación de los dos mundos y fue abriéndose paso, junto con el mestizaje, el surgimiento de una sola ciudad, con las características propias de la complicación que produjo el choque de dos razas que, con la presencia posterior de los negrotraídos del Africa, formaron una sociedad de razas y castas muy variadas, lo que trajo como consecuencia, una cultura diversificada que tuvo sus expresiones en la producción, en la diversidad de las formas de comercialización y en el consumo.

Una de las instituciones del mundo -- indígena que sobrevivió a la violencia de la conquista y -- que ha trascendido a través de los siglos es, sin lugar a -- dudas, el antiguo Tiantizli o tianguis. Este, como práctica comercial y como forma de convivencia social ha sobrevivido hasta nuestros días; sobre todo, en muchos pequeños poblados del país sigue representando el día del mercado o -- tianguis, una ocasión para conversar, para convivir con amigos, con familiares y para enterarse de las noticias más -- trascendentes de la comunidad.

El gran mercado de Tlatelolco fue destruido junto con la Gran Tenochtitlán, sin embargo, resurgió en el lugar que hoy ocupa el mercado de San Juan, a este respecto Héctor Manuel Romero, afirma:

"El mercado que ahí operó durante el virreinato, en la llamada Plaza de San Juan, absorbió la mayor parte del mercado prehispánico de Tlatelolco, destruido durante los combates de la conquista. Y según relata Francisco Sedano (1742-1812) en su libro "Noticias de México -- desde 1756, coordinadas, escritas de nuevo y puestas por orden alfabético en 1800", "fue de mucho tráfico y comercio, por estar cercano al comercio de mercaderes de efectos de Europa y de China", y en 1562 se decía que "el tianguis de San Juan Moyotla es tan grande que no faltaría ahí terreno para edificar una ciudad". Ahí, como en los otros tres mercados de la capital --San Hipólito, Santiago Tlatelolco y Tacuba-, se comercializaba a base de trueque, hasta la aparición de los primeros "pesos de tepuzque", que eran trozos-

de metal cuyo uso legalizó el Ayuntamiento el 6 de abril de 1526". (10)

Junto a la presencia del tianguis como una de las instituciones básicas de la infraestructura - del abasto y la comercialización, que como afirmé anteriormente, ha trascendido a todos los cambios sufridos por la - sociedad mexicana durante siglos, fueron apareciendo en la época colonial otros espacios del comercio, bajo el influjo de la cultura española, pero también con los ingredientes - propios de la idiosincrasia mexicana que, finalmente, terminaron por ser una expresión del mestizaje, como en el caso de los mercados del Volador, el Parián, los pósitos y las alhóndigas que junto con el desarrollo del comercio callejero formaron el universo del abasto de la capital de la Nueva - España.

#### LOS MERCADOS DEL VOLADOR Y EL PARIAN.

El espacio dedicado por los conquistadores desde el inicio de la colonia para sus actividades - comerciales, se fue convirtiendo, con los años y por la --- fuerza de los hechos, en un lugar de obligada concurrencia - de compradores y vendedores de todas las razas y castas que componían el mosaico de la sociedad novohispana, a tal grado, que se generó un problema de vía pública, como diríamos hoy, por la proliferación de comerciantes callejeros: vendemieros, regatones, mercachifles, varilleros, buhoheros, algemifaó o como quiera denominárseles, que virtualmente invadían la plaza principal de la capital del virreinato. Esto provo

có que el 2 de enero de 1659 se ordenara el traslado de las panaderas, fruteras y tocineros que se hallaban diseminados por toda la plaza principal, a la plaza del Volador, ubicada en el lado sur de lo que ahora es el Palacio Nacional, entre las calles de la Acequia, Porta Coelli, Universidad y Flamencos. Al parecer esta medida no bastó, pues más adelante, en 1771: " El ilustre e inolvidable Virrey, D. Juan Vicente de Güemes Pacheco de Padilla, Segundo Conde de Revillagigedo, deseando despejar la plaza principal y aun el mismo patio del palacio, de los muchos e inmundos mercaderes que invadían estos lugares, resolvió contruir de madera un mercado especial en la Plaza del Volador, con cajones de anverso y reverso y tinglados; aquéllos con ruedas para que se pudieran llevar de un punto a otro". (11)

Larga fue la vida de este mercado que duró 138 años, de 1792 a 1930, año en que fue demolido para construir en su lugar el edificio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. El mercado del Volador tuvo una significación muy especial, por varios motivos: pero en razón al tema que me ocupa, por dos principalmente: 1) Porque se trató de un mercado que surgió como producto de lo que puede denominarse, la primera reubicación de vendedores de alimentos de vía pública y 2) porque se elaboró a partir de este mercado, el primer reglamento que se puso en práctica para normar esta actividad. Dicho reglamento revela la gran preocupación del gobierno virreynal por el comercio callejero y su decidida actitud de prohibirlo. Así, en lo que pudiera interpretarse en nuestros días como considerandos, es

te documento establece:

"Siendo conseqüente a la buena policía, que en las ciudades grandes como esta capital haya un mercado principal lo más en el centro que sea posible, y -- otros menores en parages oportunos para el mejor y más cómodo surtimiento del público, solo en ellos deberán venderse los comestibles para que se pueda zelar sobre su calidad y precios, pesos y medidas, y evitar la regatonería; quedando desde luego prohibidos los puestos sueltos en otros parages que los señalados, y que en adelante se destinaren para los mercados; y con mayor en las calles, donde además de ensuciarlas estorban el paso de la gente, y se sustraen de la inspección de los jueces".

Más adelante, en el artículo 23 del mismo reglamento se vuelve a mencionar a los comerciantes de vía pública:

"No permitirá que en las plazuelas de Jesús y de La Paja haya otro surtimiento que el de piedra, ladrillo, cal, arena, losas, y tejamanil para las fábricas; y paja, cebada y zacate para abasto de animales. Y conforme al artículo preliminar no consentirá haya de día y de noche puestos de dulces, frutas y comestibles en otros parages de la ciudad que los señalados; pero si los permitirá en los zaguanes de las casas: prohibiéndose absolutamente se pongan en las calles, banquetas ó enlosados con motivo alguno".

(12)

Hasta este mercado llegaban, especialmente, a través de la red canalera que venía desde Chalco, los alimentos que se producían en las haciendas y poblados-circunvecinos de la ciudad; así como la producción de tierras más alejadas. También, como en el caso del mercado de Tlatelolco en el período prehispánico, debió ser muy interesante observar en medio de una febril actividad comercial - el amplio mosaico social que, en el período colonial era dominado por razas y castas. Desde un peninsular o criollo -- que iban a seleccionar su fruta; hasta un cambujo cargado - al servicio de alguna mestiza propietaria de algún local comercial.

El Volador, en su larga trayectoria - de centro receptor y distribuidor de alimentos esencialmente , se convirtió en parte del paisaje urbano, con una especial importancia en el abasto de la ciudad en la época colonial y gran parte del siglo XIX, pues empezó a declinar en las últimas décadas de este siglo, al consolidarse el mercado de la Merced como el principal centro comercializador - de esta urbe.

Junto a este mercado de gran trascendencia en la vida de la ciudad, se desarrolló otro, también de gran significación histórica: El Parián.

Este centro comercial se originó, al igual que el del Volador, en la plaza principal; pero, en este caso, de productos no perecederos esencialmente. En -- términos modernos, se trataba de un gran almacén donde se - comercializaba ropa, bonetería, telas, bisutería, etc. Ori-

ginalmente, antes de 1695 en que empezó su construcción formal en la parte suroeste de la actual Plaza de la Constitución, era un conjunto de 280 cajones de madera diseminados en la plaza; es decir, una especie de lo que hoy conocemos como una concentración de comerciantes. A lo largo de sus 148 años, pues fue ordenada su demolición en 1843 por disposición del entonces Presidente de la República, Antonio López de Santa Anna, dada su céntrica ubicación fue escenario de episodios trascendentales en la historia del país, como el que relata Don Luis Gonzáles Obregón:

"La mayoría de los comerciantes españoles que tenían tiendas en el Parián, tomaron participación en los sucesos ocurridos la noche del 15 de septiembre de 1808."

"Se habían reunido, formando por sí y ante sí, el cuerpo llamado Voluntarios de Fernando VII, y eran conocidos popularmente con el sobrenombre de chaquetas, por haberlas adoptado en sus uniformes".

"Los realistas o chaquetas, capitaneados por el español D. Gabriel Yermo, se conjugaron, como es sabido, en contra del Virrey D. José de Iturrigaray, y lo depusieron del mando en la citada noche del 15 de septiembre".

"Aquel atentado, cometido en nombre de la fidelidad al rey, fué un ejemplo elocuente que sin pensarlo dieron a los criollos los hijos de la Península, y un motivo más para que entre aquéllos se sembrara la división y la discordia".

"En efecto, el virrey Iturrigaray, -- era querido de los mexicanos, se había prestado de buena fe o con miras ambiciosas a fomentar el partido de la independencia que entonces surgía, y al verlo aquéllos depuesto -- del alto cargo que desempeñaba, el disgusto fué grande y el germen de los odios tomó entonces incremento".

"Los comerciantes del Parián, que con sagrados exclusivamente a sus tareas mercantiles, podían -- haber gozado, como antes, de las simpatías de sus paisanos -- y de los criollos, comenzaron a ser vistos por éstos con -- desconfianza". Más adelante concluye:

"El Parián fué, pues, el cuartel de -- los chaquetas. Aún antes de la prisión del Virrey en 1808, -- se veía con prevención aquel mercado, como centro de maquinaciones del partido realista. Refiere Bustamante, que siempre que se asomaba Iturrigaray a los balcones del Palacio, -- dirigiendo la vista al Parián, decía: ¡Ah, casa de vecindad, quién te viera destruída!. (13)

Por su lado, años más tarde de lo relatado por el autor antes mencionado, Don Guillermo Prieto, hace referencia también del Parián, a propósito de otros tantos conflictos del México de la primera mitad del siglo XIX. La mención es a propósito del saqueo que hicieron de este mercado, quienes se pronunciaron en la Acordada para llevar al triunfo a Don Vicente Guerrero sobre Gómez Pedraza:



"Sabido es que el escándalo de la ---  
Acordada se desenlazó solemnizando su triunfo el saqueo del  
Parián.

El Parián era un vasto edificio que -  
ocupaba poco más o menos del cuadrado que ahora tiene el --  
nombre de Zócalo.

Por los cuatro costados tenía acceso-  
rias que daban a los cuatro vientos, de forma regular y co-  
rrida, coronadas por ventanas de hierro de vara y media de-  
altura, indicando el piso superior destinado a los almace--  
nes.

Las hileras de puertas sólo se inte--  
rrumpían por las puertas principales que daban a los cuatro  
vientos y se distinguían las secciones, ocupadas por los --  
propietarios, por los rótulos y las diferentes mercancías.

La parte interior estaba cruzada por-  
callecitas estrechas en todas direcciones, y en el centro -  
una manzana de cajones, que así se llamaban las tiendas to-  
das del edificio.

Aunque el comercio casi único que ---  
abrigaba el Parián era de ropa, al frente de palacio se os-  
tentaban, entre otros, los cajones de fierro de los chatos-  
flores, con su expendio de campanas, rejas, coas para labra-  
dores y municiones; viendo a Catedral, había relojerías fa-  
mosas con grandes relojes de campanitas, de tórtolas y ----  
otros adminículos.

Frente al Portal de Mercaderes se os-  
tentaba la gran Sedería de Rico, la tiraduría de oro de Mor

quecho y Prieto (mi abuelo), en correspondencia con la nao de China, y los cajones de los Mecas; y del lado de la Diputación acaudalados reboceros como los señores Romero y Mendoza.

En el centro existían suntuosísimos cajones como el de Izita, y otros templos de la moda, y el almacén de lujo de aquellos tiempos.

El personal de estos comerciantes conservaba con rigurosa exactitud las tradiciones españolas; los amos de la más pulcra aristocracia, bienhechores de conventos y casas de beneficencia, los dependientes irrepresables de elegancia y finura, bailarores famosos, tiradores de espada, buenos jinetes y gente de rumbo y trueno, aunque sujetos a las reglas casi monásticas de sus patrones.

Se aseaban temprano, cerraban el cajón a las doce para comer en comunidad, se encerraban después de la oración, cumplían con la iglesia y acompañaban al amo a las procesiones.

De todos modos el Parián era el emporio del buen tono, el sueño dorado de las famosas entonces-cotorronas, y el bello ideal de las corrutacas o catrinas, que así se llamaba a las polluelas de la época." (14)

#### COMERCIO DE VIA PUBLICA

No sólo se desarrolló el comercio de vía Pública en la plaza principal y las plazas más cercanas, sino como una práctica que trascendió al mundo mexicana, en los diferentes barrios en los que se convirtieron los anti-

4

quos calpullis y los nuevos que fueron surgiendo con el desarrollo de la colonia; así como en los poblados que rodeaban a la ciudad y que después fueron parte de ella, como -- los tianguis de Coyoacán, Mixcoac, Azcapotzalco, y los que se celebraban con motivo de las festividades religiosas.-- Famosas fueron, por ejemplo: la de San Felipe de Jesús que instituyó a principios del siglo XVII: la de San Agustín de las Cuevas (Tlalpan): las fiestas de carnaval o Semana Santa, etc. En todas ellas estaba presente el comercio de vía pública y, en especial, el ambulante, en las personas-- de los pregoneros. (15)

A pesar de que se intentó ordenar el comercio de vía pública, sobre todo en el primer cuadro de la ciudad, como lo mencioné anteriormente, reubicando a un grupo importante de comerciantes en la plaza del Volador a mediados del siglo XVII, en la medida que crecía la ciudad, que se consolidaba el régimen colonial y que se multiplicaban las necesidades del abasto, el comercio de vía pública siguió desarrollándose por todos los rumbos de la capital.

Completaban el cuadro de la infraestructura del abasto de la ciudad, los pósitos y las alhóndigas. Instituciones ambas, que tuvieron como propósito fundamental regular los precios y garantizar el abasto de cereales y harinas, pues por una parte, los grandes comerciantes de la época influían en la comercialización de esos productos, mediante su acaparamiento y manipulación de los precios; y por otra, se presentaban los efectos de las cri

sis de producción que, por diversas circunstancias se presentaban, como las de 1576 y 1577 que se tornaron en verdaderas hambrunas.

Estas instituciones surgieron entre 1573 y 1578. La alhóndiga era una especie de depósitos o almacenes por los que los productores directos comercializaban sus productos dejados en consignación, eliminando intermediarios y beneficiando a los consumidores. Los depósitos fueron instituciones, por medio de las cuales las autoridades compraban los granos a los campesinos y los venían a los comerciantes que se dedicaban a la venta al mayoreo, o bien, directamente a los consumidores.

#### PRIMERA MITAD DEL SIGLO XIX.

Con el advenimiento de la vida independiente del país, el abasto y el comercio de vía pública sufrieron un incremento muy importante. Esto lo demuestran hechos principalmente: primero, el aumento de población en este período pues, si se compara con la dinámica del crecimiento poblacional de los dos siglos anteriores, resulta realmente impactante: así, de 1600 a 1700 la población de la ciudad creció en un 79%; de 1700 a 1800 aumentó en un 30% y en sólo 45 años, es decir, de 1800 a 1845 creció en un 70%.<sup>(16)</sup> Y es que con el permanente estado de guerra a partir de 1810, hubo un constante desplazamiento de la población del campo a la ciudad, a los centros urbanos y entre éstos a la Ciudad de México. En segundo lugar, por los testimonios que existen de quienes, en su momento, fue-

ron testigos presenciales de aquel fenómeno o estuvieron muy cerca de él, tal es el caso de Don Manuel Payno, Antonio García Cubas y Luis González Obregón; o por algunas disposiciones de las autoridades sobre el problema. Así, por ejemplo, el Lic. José Ma. Guridi y Alcocer, secretario del "excelentísimo ayuntamiento constitucional de México dictó el siguiente acuerdo, el 14 de octubre de 1828: "Por no haber tenido efecto las repetidas providencias de la policía que prohíben los puestos de frutas y otras vendimias en las esquinas y banquetas de las calles de esta ciudad, sin haber sido bastantes para su observancia las multas impuestas por semejantes transgresiones, se ve el excelentísimo ayuntamiento precisado a adoptar medidas que puedan contener tales abusos perjudiciales al público que transita por la calle, y opuestos a la policía que en todo lugar culto debe observarse, acordando en consecuencia que todos los infractores de estas providencias pierdan los efectos que se les encuentren vendiendo en dichos pasajes, y que se apliquen en beneficio de las cárceles y hospitales que están a cargo de la municipalidad; pues deben reducirse a los puntos y mercados que están designados para su respectivo expendio en orden publicada por rotulones de 11 de agosto de 1827, que son las plazas de San Juan de Dios, del Carmen, la Santísima, San Pablo, San Juan de Letrán y Colegio de Niños".-

(17)

Prácticas, hábitos y costumbres heredadas del pasado indígena y colonial se habían ido conservando en su mayor parte; sin embargo, con el correr del siglo, el crecimiento y diversificación de la población tuvieron su repercusión en cambios cuantitativos y cualitativos del abasto; pues, sobre todo, el sector económicamente más poderoso, incorporaba nuevos hábitos y necesidades dentro de su práctica y de su convivencia social. Así por ejemplo, en la primera mitad del siglo XIX se multiplicaron los cafés, donde la gente "decente" acostumbraba cenar, después de ir a un acto religioso, al teatro o simplemente para encontrarse con amigos y conocidos y conversar sobre asuntos políticos o acontecimientos sociales. En cambio, la gente del pueblo, los "léperos", los "pelados", continuaban con la "ordinaria" costumbre de merendar o cenar en los puestos de comida que se establecían, comunmente, en la puerta de un sagúan de vecindad o en alguna esquina. Muchas de estas costumbres se han prolongado hasta nuestros días.

Durante todo el siglo XIX y algunas décadas del presente, se siguió manteniendo una amplia infraestructura canalera, por medio de la cual se realizaba una intensa actividad comercial. Con el paso de los años se amplió y se mejoró el transporte de mercancías, pues la espalda del cargador fue, desde la colonia, progresivamente sustituida por el lomo de las mulas, después se incorporaron las diligencias y posteriormente los ferrocarriles a partir de 1873 en que, por primera vez se unió la Ciudad de

México con el puerto de Veracruz a través de este medio de transporte, Por otro lado, como lo afirma Diego G. López Rosado, se fue mejorando la construcción de caminos. Este autor destaca que: "Especial atención se concedió a los caminos carreteros, en cuya construcción se distinguen tres etapas claramente identificadas: de 1821 a 1852, caracterizada por la promulgación de leyes relativas a este ramo; de 1858 a 1863, en la que no sólo no se construyeron nuevos caminos, sino que fueron destruídos muchos de los existentes, como consecuencia de la guerra civil y de 1867 en adelante cuando la construcción de caminos se incrementó notablemente, - después de la derrota de Maximiliano". (18)

A pesar de lo anterior, no se puede hablar en ningún período del siglo XIX de una importante infraestructura que sirviera de pilar a un amplio mercado interno, más bien se puede hablar de diversos mercados regionales, el más vigoroso de los cuales tenía como núcleo la Ciudad de México.

Era esta ciudad, precisamente, el destino más importante de las mercancías de consumo final producidas en el país y de las que llegaban del extranjero, -- principalmente de Europa, mercancías entre estas últimas como: ropa, telas, lencería, corsetería y todo tipo de lujos para sectores muy reducidos de la población y que se exportaban, fundamentalmente, en el Parián y en prestigiadas tiendas del portal de mercaderes. Los alimentos y las más variadas mercancías que no se producían en la capital, llegaban-

a ésta por los múltiples caminos que a través de muchos años, a fuerza de caminarlos, se habían hecho; a veces eran simples brechas, pero también por los caminos carreteros a los que se refiere López Rosado, donde el tránsito de recuas -- era constante, como el que iba de México a Veracruz y posteriormente sobre los rieles que poco a poco se fueron construyendo.

Sin embargo; y más relacionado al tema de este trabajo, el abasto de alimentos llegaba, esencialmente, a través de la red canalera, transportados por -- las trajineras que llegaban hasta un costado de Palacio Nacional o al embarcadero de San Lázaro, puntos a partir de los cuales se distribuían por toda la ciudad las frutas, legumbres, flores, granos, semillas, azúcar, que se producían en las haciendas situadas en las márgenes del Lago de Texcoco y productos de tierra caliente conducidos hasta Chalco -- por arrieros. Era Chalco de acuerdo a Manuel Payno: "Como -- si dijéramos la boca de tierra caliente, o más bien una especie de puerto de depósito, el carbón, la leña y madera -- que se labra en las montañas, y otra multitud de producciones que sería largo de mencionar" (19). Pero también llegaban al centro de la ciudad las frutas de las huertas que algunos adinerados tenían en Tlalpan, Coyoacán, San Angel, -- etc. A lomo de mula llegaban los trastes de loza procedentes de Cuautitlán o el chorizo y queso que venía de Toluca -- y una gran variedad de productos, elaborados en las poblaciones más o menos cercanas, además de los que se producían



en esta ciudad en pequeños talleres familiares de tipo artesanal.

Toda esta gran variedad de productos - se distribuían como ya he mencionado, en el comercio establecido: tiendas, tendajones de barrio, mercados establecidos - y, desde luego, por medio del comercio de vía pública: tianguis, ferias, puestos fijos y semifijos y vendedores ambulantes que se manifestaban a través de la figura del pregonero.

Hasta mediados del siglo XIX, el perfil del abasto y su infraestructura en la Ciudad de México - era el siguiente:

En materia de comercios establecidos - hay que distinguir entre los tradicionales y los modernos - que comenzaron a aparecer en esa época. Respecto a los primeros, don Manuel Orozco y Berra (20) da cuenta detallada - del número de establecimientos que existían en la ciudad en el año de 1854:

A

ALMIDON (fábricas).....	9
AMOLADURÍAS.....	17
AGENCIAS.....	3
ALMACENES.....	61
AZUCARERIAS Y MELERIAS.....	12
ALACENAS Y PUESTOS DE MERCERIA....	18
ALACENAS DE RETAZOS.....	9
ALACENAS DE JUGUETES.....	21
ALMONEDAS.....	43

ALQUILERES DE CABALLOS.....	9
ARMERIAS.....	8

B

BIZCOCHERIA .....	64
BAÑOS CON LAVADEROS O SIN ELLOS.....	22
BOTICAS .....	28
BURROS FLETTEROS.....	11
BARBERIAS.....	112
BIZCOCHOS (FABRICAS).....	34
BATIHOJERIAS.....	6
BORDADURIAS.....	14
BAÑOS PARA CABALLOS.....	5

C

CHOCOLATERIAS.....	5
CERERIAS.....	13
CASAS DE MATANZAS.....	23
CASILLAS DE PAN .....	3
CASILLAS DE TOCINERIA.....	26
CERVECERIAS.....	7
CRISTALERIAS.....	9
CAJONES DE ROPA.....	74
CARNICERIAS.....	100
CARBONERIAS.....	179
CARROCERIAS.....	23
CASAS DE EMPEÑO.....	106
CASAS DE ALQUILER DE CANOAS.....	3
CASAS PARA CUIDAR CABALLOS.....	11
...	36

CORRALES PARA ENCERRAR GANADO.....	51
CURTIDURIAS.....	17
COLA (FABRICAS).....	5
COLORES (FABRICAS).....	6
CHOCOLATE (FABRICAS POR MEDIO DE METATES). 53	
CAFES.....	24
CARPINTERIAS.....	122
COHETERIAS.....	17
COLCHONERIAS.....	11

#### D

DULCERIAS.....	17
DULCES Y REPOSTERIA (FABRICAS).....	16
DORADURIAS.....	14
DAGUERROTIPOS.....	5
DESMANCHADURIAS DE ROPA.....	2

#### E

ESCRITORIOS.....	12
ENCUADERNACIONES.....	33
ESCULTORES.....	16

#### F

FERRETERIAS.....	32
FRUTERIAS.....	13
FIDEOS (FABRICAS).....	16
FORTE-PIANOS (FABRICAS).....	6
FUNDIDORES, BATIDORAS DE COBRE Y LATONEROS.....	21
FUSTEROS.....	6

POSFOROS (FABRICAS).....	3
FIGONES.....	88
FONDAS.....	30

G

GRABADORES.....	3
-----------------	---

H

HOJALATERIAS.....	90
HORNOS DE LADRILLO.....	11
HOSPEDERIAS.....	13
HILADORES DE TELAS.....	7
HERRERIAS.....	60
HERRADORES (TALLERES).....	19
HORNOS DE VIDRIO.....	2
HOTELES.....	9

I

IMPRENTAS.....	20
IMPRENTAS DE ESTAMPAS.....	1
INSTRUMENTOS MUSIACS (FABRICAS).....	6
INSTRUMENTOS CIENTIFICOS (TIENDAS).....	2

J

JARCERIAS.....	31
JARDINERIAS.....	2
JABON (FABRICAS).....	2

L

LIBRERIAS.....	30
LOZA CORRIENTE (PUESTOS) ETC.....	125
LICORES (FABRICAS).....	2

LOZA CORRIENTE (FABRICAS).....	10
LOZA FINA (FABRICAS).....	1
LAVADEROS SIN BAÑO.....	56
LITOGRAFIAS.....	3
LECHERIAS.....	48

#### M

MERCERIAS.....	56
MAICERIAS.....	102
MADERERIAS.....	22
MAQUINAS DE ASERRAR MADERA.....	3
MESONES.....	32
MOLINOS DE ACEITE.....	21
MOLINOS DE CHOCOLATE.....	4
MODISTAS (TALLERES).....	31

#### N

NEVERIAS.....	21
---------------	----

#### O

OFICINAS DE TORCER SEDA.....	15
ORGANOS (FABRICAS).....	2
OVILLOS DE HILO (FABRICAS).....	12
ORDEÑAS DE VACAS.....	150

#### P

PAJERIAS.....	26
PUESTOS DE SARAPES.....	11
PUESTOS DE FLORES DE MANO.....	7
PUESTOS DE MANIAS.....	11

PULQUERIAS.....	318
PELUQUERIAS.....	11
PANADERIAS.....	39
PARAQUERIAS .....	6
PRESTAMISTAS A INTERES.....	12
PASAMANERIAS Y TIRADURIAS.....	31
PEINETEROS (TALLERES).....	4
PINTORES Y RETRATISTAS (TALLERES).....	16
PLATERIAS.....	61
PASTELERIAS.....	19
PLOMERIAS.....	3
PLUMAS DE ACERO (FABRICAS).....	1

S

SEDERIAS.....	56
SOMBRERIAS.....	19
SOMBREROS FINOS (FABRICAS).....	13
SOMBREROS DE LANA (FABRICAS).....	23
SALITRERAS.....	7
SILLAS DE PAJA Y OTRAS ORDINARIAS (TALLERES).....	27
SASTRERIAS.....	106

T

TALABARTERIAS.....	46
TONELERIAS.....	10
TORNEROS DE MADERA Y METALES (TALLERES)...	16
TAPICERIAS.....	10
TORCULOS.....	4

TEJIDOS DE LANA (ESTABLECIMIENTOS)!	26
TINTORERIAS.....	16
TOCINERIA(FABRICAS DE ARTICULOS DE).....	31
TENERIAS Y EXPENDIOS DE HULES.....	18
TLAPALERIAS.....	31
TIENDAS.....	339
TENDAJONES.....	379

V

VINATERIAS.....	112
VELERIAS.....	63
VELAS DE CERA (FABRICAS)!.!.....	12
VELAS DE SEBO (FABRICAS).....	41
VENDUTAS.....	1

Z

ZAPATERIAS.....	107
-----------------	-----

Ciertamente, la relación anterior incluye no sólo comercios, sino también fábricas y servicios; y por ello, da una idea muy completa de la infraestructura -- del abasto de la ciudad a partir del comercio establecido.

También, Don Manuel Orozco y Berra, -relata cómo fue surgiendo, desde mediados del siglo pasado, lo que hoy constituye la red de mercados públicos del D.F.- Esto decía a mediados del siglo pasado: "Los mercados que -existen hoy en la ciudad, son los de Jesús, Plaza Villamil, Santa Catarina, Plaza del Volador e Iturbide... ".

Como ya me he referido al de la Plaza del Volador, destacaré lo que afirma el autor antes mencionado sobre los demás mercados a los que hace referencia.

El de Jesús: "Situado en la plazuela del mismo nombre, era pequeño, de madera, y servía principalmente para el tráfico de zapatos. Fue destruido por el incendio que sufrió el 18 de abril de 1853. Desde mediados de -- 1852 había tratado el cuerpo municipal de levantar en ese si tío un mercado de mampostería, adoptando los planes del arquitecto D. Santiago Méndez, pero como carecía de fondos, --- aplazaba este negocio que aún no ha llegado, por la misma -- falta, a tener efecto alguno".

"Villamil. Este mercado es de madera; y se reconstruyó en los años 1850 y 1851. En este último se levantarón 30 cajones anversos y 40 reversos de 2 1/2 varas - de frente, 3 de fondo y 4 de alto con el costo de 1 518 ps.-ors. 9 gs al precio de 21 ps. 512 rs. cada cajón".

"Santa Catarina. Desde abril de 1850- se comenzó a reconstruir este mercado de cajones basamenta-- dos de recinto con las paredes y techo de ladrillo: en 1851- se hicieron 26 cajones y la obra ha continuado aunque lenta-- mente á virtud del acuerdo del ayuntamiento de 21 de marzo - del repetido año de 1851, por lo que se mandó que los rendi-- mientos de esta plaza se invirtieran en su reconstrucción".

"Iturbide. La Plazuela de San Juan, - donde fue construido el mercado Iturbide, tiene una figura - irregular. Salen á ellas, por el E; las calles de la Escon-- dida y de Peredo; por el N; el callejón de las rejas de San-- Juan; y por el S; el callejón de los Camarones: toda la pla-- za mide 12 mil novecientas treinta y cinco varas cuadradas,-



y pertenecía a las parcialidades". Continúa más adelante --- Orozco y Berra, refiriéndose al mismo mercado: " ... atraería la ventaja de quedar situado en medio de una población - muy distante del mercado principal que por ese obstáculo no podía proveerse de los artículos de primera necesidad, y se lograría también reunir en un solo lugar a los muchos puestos de vendimias derramados en las plazuelas de las Vizcaínas y del Tecpan, y en las calles de San Juan, la Escondida, Victoria, Sapo, callejones que salen para la Alameda, Nueva-México y Arcos de Belén. En vista de ello acordó el Excmo. -- Ayuntamiento el 23 de septiembre de 1842, que se construyera un mercado en la repetida plazuela, y que se convocaran postores para la obra". Después de haber legalizado el terreno a favor del Ayuntamiento y de conseguir dinero para la construcción del mercado: "El 9 de febrero de 1849 se contrató - con el arquitecto D. Enrique Griffón la construcción del mercado en precio de cuarenta y cuatro mil pesos, con arreglo - al plano que tenía presentado, reduciéndose á escritura pública el convenio el mismo 22 de marzo asentado arriba". --- "...el mercado fue abierto para el público el 27 de enero de 1850". (21)

En cuanto se refiere al comercio moderno, es también, a mediados del siglo pasado que tienen su origen las tiendas departamentales que surgieron como un reflejo de la diversificación social y de la competencia entre los comerciantes que se dedicaban al abasto de artículos de importación como telas, artículos para damas y caballeros, - destinados, desde luego, a un sector muy pequeño de la pobla

ción que contaba con recursos económicos suficientes como -- para estar a la moda, como en las metrópolis más importantes de Europa. A este respecto cabe mencionar que en 1851 se fundó en el Portal de las Flores "La Ciudad de México", tienda de telas y artículos para caballeros. Después, en 1852, fue fundado "El Puerto de Liverpool" por un inmigrante francés. -- ( 22 )

En cuanto al comercio de vía pública hay que señalar lo siguiente: Los puestos fijos sin ser llamados así en la época de referencia, porque ésta es una interpretación personal, estaban diseminados, prácticamente -- por toda la ciudad; desde los portales ubicados en el primer cuadro, hasta los lugares más apartados del centro. En estos puestos se comercializaban los más variados productos y mercancías, como alimentos, dulces, juguetes o se exponía pulque. En torno a esto último, digamos que eran típicos los -- cuadros de la ciudad donde los artesanos, trabajadores de la nascente industria, o en general, gentes del pueblo, de los llamados "léperos" o "pelados", los fines de semana o los -- lunes, por la práctica del "san lunes", se embriagaban y protagonizaban pleitos callejeros que continuamente derivaban -- en tragedias que impactaban a la ciudad.

Sobre esta misma modalidad del comercio de vía pública, en la época de referencia, Don Antonio -- García Cubas, nos describe, en un paseo por la noche en el -- portal de mercaderes, claro sin la intención de ocuparse, al menos en esta cita, del comercio callejero: "Al entrar al -- Portal de Mercaderes por la calle de Plateros a la derecha --

estaban cerradas las puertas de las sombrerías y a la izquierda, adheridas a las pilastras de la arquería, las alacenas de juguetes para niños, también cerradas de noche". Y más adelante también nos informa lo siguiente: "El portal de los Agustinos ofrece el mismo aspecto del anterior y sólo te llama la atención las covanchas en que se encuentran espendios permanentes de dulces, covanchas que tienen sus techos inclinados, a causa de estar formados por los segundos tramos de la escaleras que conducen a las viviendas del segundo y tercer piso. Como estas casas carecen de patios dichas escaleras arrancan a cortísima distancia de los zaguanes". ---  
( 23)

De la misma manera que los puestos fijos, los semifijos estaban por toda la ciudad. Los había en el mismo portal de mercaderes; en diferentes lugares de la plaza principal; en las calles y cruceros más concurridos; en lo que sería el jardín o la plaza principal de barrios o pueblos. En estos puestos se expedían también los más variados productos: artesanías, dulces, atoles y tamales por las mañanas y por las noches o comida y antojitos en los lugares más concurridos. Don Manuel Payno nos ilustra sobre este tipo de comercio: "Dadas las diez de la mañana llegaron Casilda y Evaristo a la calle de Plateros y no sin dificultades penetraron por entre la gente que se apinaba en la esquina leyendo los carteles de las diversiones públicas e invadiendo por bandas el portal. Escogieron un sitio entre los vendedores de dulces, de mercería y de botas y zapatos, y colocaron su mesita y encima de ella la almohadilla. Casilda de un lado y Evaristo del otro hacían la guardia de honor a-

la joya, de cuya venta formaban sus esperanzas. No paso un - cuarto de hora sin que se presentará un aguilita\* y con auto- rización del Ayuntamiento o sin ella, les cobró cuatro pese- tas por el piso que ocupaba la mesa, que no sería ni una va- ra cuadrada. Evaristo regateó obstinadamente, pero no hubo - remedio; tuvo que pagar, bajo la amenaza de verse expulsado- inmediatamente del Portal" (24). Ciertamente, esta obra es - una novela; pero, sin embargo, también es cierto que ofrece- datos históricos verídicos y describe con una gran precisión lo que observó, Payno, de la realidad, de tal manera que los actuales inspectores de vía pública que extorsionan a los co- merciantes, también tienen sus antecedentes más o menos remotos.

Por último, los vendedores ambulantes se manifestaban esencialmente en la figura de los pregoneros. En algunas partes de la República aún quedan quienes, en for- ma melodiosa, vocean sus mercancías, como era la forma nor-- mal de ofrecerlas de la gran mayoría de los ambulantes de la época en cuestión. En esta ciudad, prácticamente ya han desa- parecido. Este tipo de vendedores recorrían las calles de la ciudad, generalmente a pie y cargando ya sea en la espalda o en los brazos sus mercancías. Era tan común su figura que -- llegaron, de acuerdo a la mercancía que ofrecían, a estable- cer prototipos de comerciantes como las vendedoras de chichi- cuilotes; el pajarero; el petatero; el carbonero; el ollero; el pollero; el vendedor de patos; el aguador; el tamalero; - etc. Un Verdadero ejército de vendedores, muchos de origen, - francamente rural o indígena que venían a la capital a ofre- cer los productos de sus pueblos, generalmente ubicados en - los estados circunvecinos o pueblos del D.F.

\* Aguilita policía municipal

De hecho, todas estas modalidades del comercio han subsistido hasta nuestros días y se han agregado otras, como cualquier persona puede fácilmente observar. Incluso, ciertas prácticas y problemas que se manifestaban en épocas pasadas, aún están presentes, renovadas unas, modificadas otras, pero se dan, en una ciudad más complicada por los problemas que hoy enfrenta.

#### REPUBLICA RESTAURADA Y PORFIRIATO.

Después de la Guerra de Reforma, la intervención francesa y del llamado Imperio de Maximiliano, que crearon una gran inestabilidad en el país y por lo tanto un retraso general en su desenvolvimiento económico, a partir de la restauración de la República, se observa que se reanuda el desarrollo del comercio en todas sus modalidades, quedando en éste, como en otros sectores de la economía, secuelas de las guerras, al menos por lo que corresponde a la ciudad de México, por las siguientes razones: en primer lugar, porque aumentó, en forma muy importante, la población en esta entidad, explicado este fenómeno en razón de las inmigraciones que la misma guerra produjo; y en segundo lugar, porque la presencia extranjera impactó y consolidó los hábitos de consumo de mercancías de importación externa, esencialmente europeas, de los sectores económicamente poderosos.

En efecto, por lo que corresponde al primer aspecto cabe señalar que de 1850 a 1870 la población de la ciudad aumentó en un 100%. A este respecto, existe el testimonio del Ayuntamiento Constitucional de la Ciudad de -

México del año de 1868: "La Ciudad de México, que ha aumentado considerablemente en población ha aumentado por consiguiente su importancia. Una de sus necesidades apremiantes es la de multiplicar los lugares de abasto, colocándolos hacia rum bo con ven ie n te s."

"Pensó el Ayuntamiento, y en esto tuvo la honra de ser consultado y de que todas mis opiniones - fuesen aceptadas, que estableciendo cuatro mercados más, uno en la Merced, otro en Loreto, otro en Madrid y otro en San - Lucas, y modificando los existentes hoy, llenaba esa necesidad pública" (25).

Esas "necesidades" a las que se hace referencia, seguramente siguieron creciendo, pues en la época porfirista se amplió en forma importante la infraestructura de los mercados públicos. Se construyó el primer mercado de la Merced, que sería la base para consolidar la añeja tradición comercial de este barrio de la ciudad y que llegaría a ser, con el tiempo, el rumbo comercial más importante del país.

Como en esta época ya comenzaba a ser obsoleto el mercado del Volador y los requerimientos de abasto de la ciudad se incrementaban rápidamente, se pensó en -- aprovechar las ventajas que ofrecía la zona de tianguis que había surgido en el espacio que quedó al ser demolido, en -- 1863, parte del convento y templo de la Merced, para cons--- truir un moderno mercado, el cual fue inaugurado el 5 de fe-- brero de 1890.

"Para cuando fue edificado -dice Vázquez Torres- el mercado de la Merced fue innovador y sorprendente por sus dimensiones: su nave central era de 85 m de -- largo por 11.4 de ancho, techado con fierro galvanizado y pi so cubierto de baldosas. Para 1990, la Merced había consolidado su importancia como el principal mercado de la ciudad de México". (26)

Como parte del crecimiento y mejoramiento de la infraestructura comercial de esta época también se construyeron otros mercados: el 15 de septiembre de 1888 fue inaugurado el de San Cosme; el 16 de septiembre de 1889 - el de Iturbide; en junio de 1895 los de Martínez de la Torre, Santa Catarina, Santa Ana, Dos de Abril, el Baratillo, San Lucas, Aguilita, Loreto y Candelaria de los Patos y a principios de este siglo se inauguró el de la Lagunilla, luego el de Juárez y el nuevo anexo al de Santa Catarina.

Los establecimientos modernos del --- gran comercio también se diversificaron. En 1865 se fundó -- el "Palacio de Hierro" que en 1897 construyó un edificio de cinco pisos, en la esquina que hoy forman las calles de Cinco de Febrero y Venustiano Carranza, hasta la fecha es la cede de la matriz de toda una cadena de tiendas que hoy tiene establecimientos por varios rumbos de la ciudad. En 1904 se fundó "Sambors" como tienda de departamentos en la "Casa de los Azulejos". "El Centro Mercantil" fue construido en 1898. A estas tiendas les siguieron las "fábricas universales", -- "El Puerto de Veracruz", "El Nuevo Mundo", "La Ciudad de --- Londres", "La Francia Marítima", "El correo Francés", "El --

Progreso", "El Correo Español", "La Gran Sedería" y otras. (27)

A pesar de la construcción o reconstrucción de mercados que tenían entre sus propósitos la reubicación de comerciantes callejeros, éstos no dejaron de representar, por su creciente número, un problema permanente para la visibilidad, la limpieza y la salud de los habitantes de la ciudad y, permanentemente, fueron sujetos de controversia y medidas administrativas que de vez en vez, trataban de desaparecerlos con una simple prohibición en el ejercicio de su actividad.

#### LAS ÚLTIMAS DÉCADAS.

Los gobiernos surgidos después del movimiento revolucionario de 1910, tuvieron que enfrentar el problema de la reconstrucción del país y con ésta, también impulsar la ampliación de la infraestructura del abasto de la capital de la República, ya construyendo, remodelando o ampliando espacios que por la fuerza de los hechos habían demostrado un uso, digamos natural, para el comercio. Como es el caso, por ejemplo, de los mercados de Tepito, la Viga, la Merced, la Lagunilla o el Abelardo L. Rodríguez, o atendiendo las necesidades de infraestructura comercial en los nuevos asentamientos que el acelerado proceso de conurbación fue imponiendo a una ciudad cada vez más complicada.

Es precisamente este proceso y el evidente retraso en materia de infraestructura de abasto, que ya existía a mediados del presente siglo en la capital de la República, lo que impulsó al gobierno de Adolfo Ruiz Cortínez a realizar la más amplia obra en materia de cons-



trucción de mercados que gobierno alguno haya hecho en esta gran ciudad, cortando con la mano dura del regente, Ernesto P. Huruchurto y el recordado, entre los viejos locatarios, - Ing. Peña Manterola, jefe de mercados de aquella regencia.

Baste recordar que sólo entre 1955 y 1958 se construyeron 73 mercados públicos, a saber:

#### NOMBRES Y UBICACIONES \*

1.- Insurgentes.	Calle de Londres No.54
2.- Monte Athos.	Monte Athos No. 375
3.- Coronas Abelardo L. Rodríguez	Colombia y Girón
4.- Las Flores	Glorieta. Cambio de Dolo <u>res</u> .
5.- Las Flores (San Juan)	Ernesto Pugibet y Luis - Moya.
6.- Tlalpan	Calle Congreso, Tlalpan - D.F.
7.- Chorrito	Parque Lira y José Ceballos.
8.- Dos de Abril	Dos Abril y Pensador Mexicanc.
9.- Mixcoac	Av. Revolución y Molinos.
10.- La Villa	Allende y Matamoros.
11.- Anexo La Villa	Calle Allende
12.- San Lucas	Cerrada Netzahualcoyotl
13.- Pugibet 21 y 31	Pugibet 21 y 31
14.- Arcos de Belen y López	Arcos de Belen y López
15.- San Cosme	San Cosme y Gabino Barreda

16.- Anexo de San Cosme	San Cosme y Fresno
17.- Arcos de Belen y Valenzuela	Arcos de Belen y Valenzuela.
18.- 18 de Marzo	Daniel Cabrera y Lago -- Nahur.
19.- Las Flores	Exterior Panteón Civil.
20.- Coyoacán	Allende y Malintzi
21.- Colonia del Valle	Av. Coyoacán y Adolfo -- Prieto.
22.- Hidalgo	Dr. Barragán y Dr. Erazo
23.- Anexo Hidalgo	Dr. Barragán y Dr. Erazo
24.- Tacuaba	Calzada Tacuba y Golfo - de México.
25.- Atzapotzalco.	Av. Atzapotzalco y Esperanza.
26.- Isabel La Católica.	Isabel La Católica y --- Peón Contreras.
27.- Juárez	Turín y Abraham González.
28.- Escandón.	Agricultura y Martí
29.- Cartagena	Erasmus Castellano y ---- Quinto.
30.- Tacubaya	Héroes de 1810, Becerra y Tránsito.
31.- San Pedro de los Pinos	Av. Dos y Calle Siete.
32.- Portales	Camino Santa Cruz y ---- Balboa.
33.- Anáhuac	Tláloc y Atzayácatl
34.- Anexo Anáhuac	Tláloc y Atzayácatl
35.- Lago Garda	Lago Garda y Lago Mayor.
36.- La Merced (Nave Mayor)	Rosario Carretones
37.- La Merced (Nave Menor)	Rosario y Gómez Pedraza
38.- La Merced (Anexo)	Carretones y Adolfo Gu-- rrión.

39.- La Merced (paso a desnivel)	Entre Nave menor y nave- mayor.
40.- La Merced (comidas)	Rosario y General Anaya
41.- La Merced (baños)	Fray Servando T. de M. y Callejón San Nicolás.
42.- La Merced (flores)	Circunvalación y Gómez - Pedraza.
43.- La Merced ( Mixcalco)	Cincunvalación y Guatema la.
44.- Jamaica (zona)	Morelos y Guillermo Prie to.
45.- Jamaica (mayoreo)	Morelos y Guillermo Prie to.
46.- La Lagunilla (zona)	Comonfort y Libertad
47.- La Lagunilla (ropa y telas)	Ecuador y Comonfort
48.- La Lagunilla (muebles)	Plaza Comonfort y Juan - Alvarez
49.- La Lagunilla (comidas)	San Camilito -Plaza Gari baldi- y Ecuador.
50.- Tepito (ropa y telas)	Costa Rica y Aztecas.
51.- Tepito (zona)	Bartolomé de las Casas y Matamoros.
52.- Tepito (Arts. para el hogar)	Toltecas, Matamoros y -- Rivero.
53.- Tepito (arts. usados)	Tenochtitlan, Matamoros- y Toltecas.
54.- Martínez de la Torre (zona)	Mosqueta y Soto
55.- Martínez de la Torre (anexo)	Zarco y Héroes.
56.- Xochimilco (zona)	Madero y 16 de septiembre
57.- Xochimilco (anexo)	Madero y 16 de septiembre
58.- Jamaica (comidas)	Prol. Morazán y Morelos
59.- Las Flores	Av. Revolución y Villa - Obregón.
60.- Estrella	Parque María Luisa y Ob- sidiana.

61.- Beethoven	Bethoven y Magner
62.- San Joaquín	Debussy y Chopin
63.- Aluminio	Aluminio y Minillas
64.- La Villa (ccmidas)	5 de Febrero
65.- Postal	Ahorro Postal y Castilla
66.- Independencia	Zempoala y Anjel Urraza
67.- Ixtacalco	Calz. de la Viga y Plaza Principal.
68.- Ixtapalapa	Plaza Principal.
69.- Melchor Múzquiz	Arteaga y Río Chico
70.- Tizapan	Calz. San Jerónimo y Tizapán.
71.- Nativitas (embarcadero)	Embarcadero, Nativitas, -- Xochimilco.
72.- Cuauhtémoc	Lerma y Tigris
73.- Morelia	Dr. Vertíz y Manuel Ugarte.

Como se puede observar, para finalizar la década de los cincuentas quedó integrada con los antiguos, nuevos mercados y concentraciones la columna vertebral de lo que constituía, para su época, una amplia infraestructura de distribución de alimentos de la ciudad de México y su área conurbada. De los que destacan: Los mercados de la Lagunilla, Jamaica, Tepito, y sobre todo, la Merced, que durante muchos años fue el principal centro de comercialización del país, receptor y distribuidor de los alimentos que la más grande zona conurbada del país consumía.

\* Tomado del : "Reglamento, Instructivo y Localización de Mercados, Edt. Tesorería del Distrito Federal, Méx. D.F., 1959.

Así, hasta mediados de los años cincuentas había entre mercados antiguos y concentraciones 101-espacios, que son los siguientes:

**NOMBRES Y UBICACIONES\***

1.- AMPUDIA (EDIFICIO)	Circumbalación No. 40
2.- ABELARDO L. RODRIGUEZ (EDIF.)	Venezuela y Rodríguez Puebla.
3.- ALAMOS (EDIFICIO)	Bolívar y Cádiz
4.- BUGAMBILIA (EDIFICIO)	Bugambilia y Eucalipto
5.- CLAVERIA (EDIFICIO)	Av. Clavería e Irapuato
6.- NUEVA SANTA MARIA	Begonia y Vid
7.- COSMOPOLITA	Tasmania y Elisa
8.- SANTA CRUZ DE LAS SALINAS	Barrio Santa Cruz Azcapotzalco.
9.- INDUSTRIAL VALLEJO	Calle 49 y Norte 150
10.- ESCUADRON 201	Lázaro Cárdenas y 18 junio
11.- BRAMADERO	Col. Gabriel Ramos Millán
12.- TLACOTAL	Col. Gabriel Ramos Millán
13.- SECTOR POPULAR	Calle Sector Popular
14.- MAGDALENA MIXUCA	Av. Morelos y Magdalena - Mixuca
15.- OBREGON	Calle Bacerac, Col. Obregón
16.- UNIDAD MODELO	Calle 104, Col. Unidad Modelo
17.- JUVENTINO RCSAS	Frente a la Escuela de la Colonia Juventino Rosas.
18.- BARRIO DE LA CRUZ	Frente a la vía del ferrocarril en Ixtapalapa.
19.- SAN ANDRES TETEPILCO	Circunvalación y E. Carraza

20.- EMILIANO ZAPATA (edificio)	Río Unido y Norte 60
21.- RIO BLANCO	Norte 62, Oriente 91
22.- 10 DE MAYO	Díaz González y Horticultura.
23.- GERTRUDIS SANCHEZ	Norte 84 y Oriente 121
24.- TRES ESTRELLAS	Prol. Inguarán y Av. Victoria.
25.- FRANCISCO SARABIA (edificio)	Calle Mascagni Y Martínez
26.- FELIPE VILLANUEVA	Felipe Villanueva y Adeli <u>n</u> a Patti.
27.- SAN SIMON	Prol. Guerrero
28.- SUAREZ	Calz.Vallejo y Suárez
29.- FAMILIAR (Edificio particular)	Calle Ethen No. 11
30.- GENERAL JOAQUIN AMARO (edificio)	Abraham Cepeda y Lomas de Sotelo.
31.- LAS AMERICAS	Av. de la Américas- Tacubaya.
32.- LA DALIA (edificio)	Sabino Frente al No. 219
33.- LUCRECIA TORIZ (edificio)	Av. del Rastro y Plomeros
34.- LAGO (edificio)	Elisa y Luisa, Col. Nativitas.
35.- LA MODERNA	Horacio Nelson Y Washington
36.- MELCHOR OCAMPO (edificio)	Monterrey No. 247
37.- MICHOACAN (edificio)	Av. Michoacán y Tamaulipas
38.- MOCTEZUMA	Plaza Aviación y Emilio - Carranza.
39.- 20 DE ABRIL (edificio)	Calle 13 Col. Moctezuma
40.- POPULAR SAN LAZARO	Calzada Puebla e Imprenta
41.- COLONIA FEDERAL	García García y Universidad
42.- COLONIA GUADALUPE	Norte 37 y Pablo Sidar.
43.- MONTHE ATHOS (edificio)	Monte Athos y Prado Sur.

44.- PEQUEÑO COMERCIO	5 de Febrero No. 161
45.- PRO- HOGAR	Av. Central y Calle 16
46.- PANAMERICANA	Calle 112 y 9-A
47.- ARENAL	Prol. Chopo y Calle Dos
48.- POPULAR SAN LAZARO(EDIFICO)	Calzada Puebla e Imprenta
49.- PRIMERO DE DICIEMBRE (edificio)	Uxmal y Esperanza- Narvar te.
50.- ROMERO RUBIO (edificio)	Africa, Canton y Japón.
51.- CERRO PRIETO	Cairo, Sucre y M. Caraveo
52.- AQUILES SERDAN	Pekin, Esterlinas y Florines
53.- PENSADOR MEXICANO	Calle Trasval
54.- PEÑON	Pueblo del Peñon
55.- RAMON CORONA (edificio)	Unión y Necaxa, Industrial
56.- 6 DE ENERO (edificio)	Av. del Rosal. Col. Molino de- Rosas.
57.- 24 DE AGOSTO (edificio)	Anaxagoras 640- Narvarte
58.- COLONIA GOMEZ FARIAS	Av. 4 entre calles 25 y 27
59.- COLONIA IGNACIO ZARAGOZA	Calle 8, Avenida 10
60.- COLONIA PUEBLA	Av. 4 y calle 57
61.- MORELOS	Herreros y Hojalatería
62.- CANAL DEL NORTE	Canal del Norte y FC de Cintura
63.- CIUDAD DE LOS DEPORTES	Av. Avila Camacho y Rodin
64.- LA GRANADA	Lago Victoria
65.- LA MAGDALENA	Lago Ladoga y Lago Bolsena
66.- ARGENTINA	Lago Nahur Y Lago Erne
67.- EL ZACATITO	San Torum y Río Yupura
68.- CUATRO CAMINOS	Calz. San Bartolo Naucalpan
69.- CUAJIMALPA	Plaza Principal
70.- MARTIN CARRERA	Calz. Vicente Guerrero

71.- CARRERA LARDIZABAL	Miguel Barragan Y C. Frías
72.- SAN JUAN DE ARAGON	Barrio San Miguel y V.G. Madero
73.- DIAZ MIRON	Norte 66-A Col. Díaz Mirón
74.- AMPLIACION CASAS ALEMAN	Puerto Tampico y Acapulco
75.- VASCO DE QUIROGA	Fray Juan de Zumarraga y ---- Fray Pedro de Gante.
76.- GABRIEL HERNANDEZ	Cabo Gris y Punta Masi
77.- PROGRESO	Calle 13 Progreso Nacional
78.- MAGDALENA CONTRERAS	Plaza Principal
79.- SAN JERONIMO LIDICE	Calle Principal
80.- CIUDAD JARDIN	Jacarandas y Xotepingo
81.- GUADALUPE INN	Esparza Oteo
82.- JUAREZ	Av. México y Guanajuato
83.- TULYEHUALCO	Av. Tulyehualco y Ceniceros
84.- NATIVITAS	Embarcadero de Nativitas
85.- SAN JUAN IXTAYOPAN	Plaza Principal.
86.- TOPILEJO	Plaza Principal.
87.- HUIPULCO	Plaza Principal.
88.- SANTA CRUZ ACAPIXTLA	Plaza Principal.
89.- SAN LUIS	Plaza Principal.
90.- SAN ANTONIO TECOMITL	Plaza Principal.
91.- SAN ANDRES MIXQUIC	Plaza Principal.
92.- SANTA ANA TLACOTENGO	Plaza Principal.
93.- SAN LORENZO TEZONCO	Plaza Principal.
94.- ZAPOTITLAN	Plaza Principal.
95.- SAN PEDRO ACTOPAN	Plaza Principal.
96.- SAN PABLO OXTOTEPEC	Plaza Principal.
97.- SANTA CECILIA	Plaza Principal.



- |                               |                  |
|-------------------------------|------------------|
| 98.- SAN MATEO XALPA          | Plaza Principal. |
| 99.- SAN GREGORIO ATLAPULCO   | Plaza Principal. |
| 100.- SAN FRANCISCO TLALTENCO | Plaza Principal. |
| 101.- SAN ANDRES AJUSCO       | Plaza Principal. |

Debe entenderse que cuando no se hace la especificación de "edificio" se trata de concentraciones de comerciantes que con el tiempo han llegado a tener un edificio y ahora forman parte del conjunto de mercados establecidos.

A los mercados, al comercio en general llamado "establecido", tiendas departamentales, comercio de vía pública, tendajones y tiendas de barrio se vinieron a incorporar, a partir de 1939, las tiendas sindicales. Impulsadas primero por la CTM y luego por, prácticamente todas -- las centrales obreras y sindicatos en general. Las tiendas de tipo sindical que tuvieron con el tiempo un importante desarrollo, ahora con la llamada "modernización", han comenzado a declinar por el abandono, en general: del gobierno, del sector social del comercio y la crisis que hoy vive el movimiento obrero.

Fue en el gobierno de Ruíz Cortínez - en el que se fundó la primera tienda sindical de los trabajadores del Distrito Federal. De la siguiente manera se comenta este hecho en la "Memoria de Gestión del Período Diciembre de 1982 a Noviembre de 1988" del organismo "Almacenes para los trabajadores del D.D.F." refiriéndose a la década de-

\* Tomado del: Reglamento. Instructivo y Localización de Mercados. Editado por la Tesorería del D.F., México, D.F. 1959.

los cincuenta: "El gobierno federal había ya efectuado intentos serios para participar en la comercialización de subsisten---cias y sobre todo en el aspecto de regulación de precios".

"El sector obrero a través de sus sindicatos había instituido en algunas organizaciones, cooperativas o tiendas sindicales".

"Aparecen políticas más agresivas con sistemas de operación más eficientes que dieron pie al establecimiento de las primeras tiendas de autoservicio".

"En este marco tuvo su aparición la - primera tienda de este organismo, como resultado de la suma de esfuerzos y preocupaciones tanto de las autoridades como - del sindicato que agrupa a los trabajadores para coadyuvar a resolver en la medida de sus posibilidades la pérdida del -- poder adquisitivo de sus empleados.

"El día 3 de marzo de 1957, durante - el gobierno del C. Presidente de la República Adolfo Ruíz -- Cortínez fue creado el organismo llamado Tiendas para los -- Empleados del Departamento del Distrito Federal".

Otro sector ccmercial que empezó a de sarrollarse desde los años cincuenta y que cada vez tiene -- una mayor presencia, es el de las tiendas de autoservicio de la iniciativa privada que se inició, primero con la venta de alimentos conservadcs, carne y pescado y luego le fueron --- agregandc artículos para el hogar, ropa, perfumería, telas, - libros, etcétera, hasta llegar en la actualidad a manejar una enorme variedad de productos en grandes espacios. De hecho -

fue al finalizar la Segunda Guerra Mundial que empezaron a surgir las primeras tiendas de este tipo y a conformarse la primera cadena con el nombre de Supermercados S.A., que pasó a ser conocida como SUMESA. Al finalizar los años cincuenta, se fundaron dos de las cadenas que ahora son de las que mayores volúmenes de mercancías manejan. En 1958, los hermanos - Aragón fundaron la primera tienda de productos alimenticios - llamada Aurrera en la calle de Bolívar, después abrieron Aurrera - Universidad, con dimensiones y variedad de productos verdaderamente innovadores en la ciudad. En 1958 se abrió la primera tienda Gigante por el rumbo de Mixcoac. ( 28 )

Con estas tiendas nuestro país, y en especial la ciudad de México, entró a la época de los grandes supermercados que ahora, progresivamente, tienden a dominar las actividades comerciales. Con el paso de los años se han desarrollado los centros comerciales y más recientemente las plazas comerciales que son la combinación de tiendas departamentales, tiendas de autoservicio, restaurantes y una gran variedad de comercios y servicios que representan verdaderos complejos comerciales, como es el caso, por ejemplo, - de la Plaza Tepeyac, que tiene como núcleo el Hipermercado - de la cadena Aurrera.

Finalmente, y con el objeto de tratar de completar el perfil de lo que hoy forman los canales, instituciones e infraestructura del abasto de la Ciudad de México, comentaré brevemente, la intervención directa del Estado en la comercialización de los productos alimenticios y que, -

en diversos momentos de la historia pos revolucionaria del país, ha servido para regular el mercado. Como es del dominio público, la institución que, en los últimos 31 años, ha servido para esos propósitos ha sido la Comisión Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO).

La CONASUPO tiene sus antecedentes en la amplia experiencia de los gobiernos mexicanos en su tarea de procurar el abasto; experiencia que parte desde, cuando menos, la etapa armada de la Revolución Mexicana.

La preocupación del Estado mexicano por intervenir, de una manera directa, en el abasto de alimentos, siempre ha sido motivada por la permanente práctica de los grupos económicamente poderosos ubicados en esta actividad, de caer en la presión, la especulación, el acaparamiento y el ocultamiento de productos alimenticios, con afanes de control económico y político.

Los antecedentes directos de la CONASUPO están en la formación de una serie de organismos e instituciones que primero atendieron, de manera parcial, la regulación del mercado de los alimentos y que, progresivamente, fueron abarcando un mayor número de funciones, hasta llegar a lo que ahora ha realizado la paraestatal en los terrenos de la producción, importación, acopio, transporte, distribución y comercialización de alimentos.

El primer organismo que puede ubicarse, con bastante precisión, como antecedente directo de la CONASUPO, es el de los Almacenes Nacionales de Depósito

(ANDSA) formado en 1936. Luego vinieron: El Comité Regulador del Mercado del Trigo, constituido el 22 de junio de 1937 y nueve meses después, es decir, el 15 de marzo de 1938, el -- Comité Regulador del Mercado de Subsistencias, que absorbió al anterior. Como puede observarse, por el nombre, éste orga nismo ya no sólo atendía un producto, sino que amplió su acción a las "subsistencias". Pero antes, el primero de sep--- tiembre de 1937, se formó, como filial del Banco Nacional de Comercio Exterior, la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana S.A. (CEIMSA) para fomentar y organizar el comercio exterior de productos agrícolas. La CEIMSA se convirtió, con los años, al ampliar sus funciones, en el antecedente más in mediato de la CONASUPO. En los primeros años del gobierno de Manuel Avila Camacho, se creó la Nacional Distribuidora y Re guladora, S.A. de C.V. (NADYRSA) que sustituyó al Comité Re gulador del Mercado de Subsistencias; el nuevo organismo jugó un papel muy importante en la regulación del mercado de los alimentos durante la Segunda Guerra Mundial; sin embargo, en septiembre de 1949 se disolvió y sus funciones pasaron a integrarse a la CEIMSA, con lo que esta última empresa se -- convertía en la depositaria de la experiencia y bienes que se habían verido acumulando, cuando menos desde el gobierno cardenista, y en el mecanismo para profundizar la acción del Estado en materia de abasto y regulación de precios de los productos básicos, en la alimentación de la población más -- necesitada del país.

El desenvolvimiento de la CEIMSA fue muy importante, sin embargo, la acumulación de una serie de problemas derivados del rápido crecimiento de la población, de la industrialización, del crecimiento económico deformado, desde el punto de vista espacial y estructural, etc., plantearon la necesidad de un organismo con mayor capacidad de respuesta en la regulación del abasto de los alimentos. Por ésto, el 25 de marzo de 1961 se publica el acuerdo que liquida a la CEIMSA y crea a la CONASUPO, S.A., con las siguientes filiales: Compañía de Productos Agropecuarios CONASUPO, S.A.; Compañía Distribuidora de Subsistencias Populares S.A. y Maíz Industrializado S.A. Después, en agosto de 1965 CONASUPO se constituye como un organismo descentralizado y abandona su carácter de Sociedad Anónima, al mismo tiempo que adquiere un perfil más acabado, como una empresa no sólo compradora y distribuidora, como esencialmente, lo había sido hasta entonces, sino que se le dieron funciones de productora, distribuidora y comercializadora de mercancías.

En su desenvolvimiento, la CONASUPO se ha ido reestructurando, sobre todo, en lo que corresponde a las filiales, las que han sido desaparecidas unas, creadas otras, etc. Por ejemplo, de 1970 a 1976 contó con las filiales: " Trigo Industrializado CONASUPO, S.A. de C.V. (TRICONSA), que sustituyó a la Compañía Panificadora CONASUPO, S.A. Maíz Industrializado CONASUPO, S.A., de C.V. (MINSA), que venía desde administraciones anteriores. Leche Industrializada CONASUPO, S.A. de C.V. (LICONSA), que sustituyó

a la Compañía Rehidratadora de Leche CONASUPO, también del -- sexenio anterior. La Distribuidora CONASUPO, S.A. de C.V. -- (DICONSA), la cual inició sus operaciones el 30 de octubre -- de 1972, sustituyendo a la Compañía Distribuidora de Subsistencias CONASUPO (CODISUCO), que funcionara durante el go--- bierno del Licenciado Díaz Ordaz.

"De nueva creación, sin mediar antece-- dente directo alguno son; Industrias Conasupo, S.A. de C.V.-- (ICONSA), creada el 31 de marzo de 1975 y los centros Conasu-- po de capacitación Campesina (CECONCA), creada el primero de mayo de 1972".

"Asimismo, cabe señalar que las filia-- les Artículos para la Construcción Conasupo, S.A. (ARCONSA), y Materiales Conasupo, S.A. de C.V. (MACONSA), tuvieron una-- existencia efímera al aparecer y desaparecer durante el sexe-- nio 1970 - 1976, sin llegar nunca a consolidarse". (29)

Es evidente que CONASUPO y sus filia-- les han tenido un papel muy importante en el abasto de ali-- mentos de la Ciudad de México, sobre todo a partir del esta-- blecimiento de su primera tienda fija, en la calzada de No-- noalco 153 letra E, el 10 de noviembre de 1964 ( 30 ) o del -- abasto de leche que tiene una gran penetración a través de -- las lecherías, en las que además se expenden otros productos de primera necesidad; de la Impulsora del Pequeño Comercio - S.A. de C.V. (IMPECSA); de DICONSA a través de su organismo-- metropolitano (DICOMESA) y de los centros comerciales.

Con la creación de la CONASUPO a prin

cipios de la década de los sesentas queda integrado todo el espectro de los que son los canales, instituciones, organismos, y formas del abasto y del comercio en el país y, desde luego en el Distrito Federal.



#### NOTAS BIBLIOGRAFICAS CAPITULO I

- 1.- Cortés, Hernán: "Cartas de Relación". Edit. Porrúa, -- México, 1973, pag. 73.
- 2.- Díaz del Castillo, Bernal: "Historia de la Conquista - de la Nueva España", Edit. Porrúa, México, 1970, Cap.- XCII, pag. 171.
- 3.- Soustelle, Jacques: "La Vida Cotidiana de los Aztecas", Edit. FCE, México, tercera reimpresión, 1977, Cap. I - pag. 44
- 4.- Romero, Héctor Manuel: "Del Tianguis a la Modernización de Coabasto", Editado por COABASTO, México, 1990, pag. 24
- 5.- De Benavente, Toribio: "Otra Descripción del Mercado", en Lecturas Universitarias Num. 11, Antología preparada por Miguel León Portilla, Edit. UNAM, México, 1977.
- 6.- Clavijero, Francisco Javier: "Historia Antigua de Méxi cc", Edit. Porrúa, Méxicc, 1974, cuarta edición, Libro VII, pag. 235.
- 7.- Soustelle, Jacques: op. cit.
- 8.- De Alva Ixtlilxóchitl, Fernando: "Obras Históricas", - Edit. UNAM, Tomo II, México, 1977, pag. 111
- 9.- Romero, Héctor Manuel: Op. Cit.
- 10.- Romero, Héctor Manuel: Op. Cit. pag. 102
- 11.- González Obregón, Luis: "Méxicc Viejo", Edit. Patria,- México, 1988, pag. 286.
- 12.- Saínz, Luis Ignacio: "Testimonios y Documentos sobre - Mercados Especializados: Del Ampudia (1949) a San Ci-- prián (1990)" Editado por la Delegación Venustiano Car-- ranza, México, 1992.
- 13.- González Obregón, Luis: Op. Cit. pag. 402.
- 14.- Prieto, Guillermo: "Memorias de mis Tiempos", en Clási-- ccas de la Literatura Mexicana, Edit. PROMEXA, México,- 1991, segunda edición, pag. 21.
- 15.- García Cubas, Antonio: "El Libro de Mis Recuerdos", --- Edit. Patria, séptima edición, México, 1978.
- 16.- Datos tomados de: "Imagen de la Gran Capital", obra --- coordinada por José Rogelio Alvarez, editada por la --

"Enciclopedia de México" y por los Almacenes para los Trabajadores del D.F., México, 1985, pag. 58.

- 17.- Saíz, Luis Ignacio: Op. Cit. pag. 217
- 18.- López Rosado, Diego G. : "Historia y Pensamiento Económico de México", Tomo IV, Edit. UNAM, México 1971, pag. 111
- 19.- Payno, Manuel: "Los Bandidos de Rio Frio" Edit. Porrúa, México, 1971, pag. 151.
- 20.- Tomado de: Villaseñor Baez, Luis Francisco: "La Arquitectura del Comercio en la Ciudad de México", Editado por la CANACC, México, 1982, pag. 86.
- 21.- Saíz, Luis Ignacio: Op. Cit. pag. 222
- 22.- Villaseñor Baez, Luis Francisco: Op. Cit.
- 23.- García Cubas, Antonio: Op. Cit. pag. 199.
- 24.- Payno, Manuel: Op. Cit. pag. 63
- 25.- Saíz, Luis Ignacio: Op. Cit. pag. 241
- 26.- Vázquez Torres, Ignacio: "El Abasto en la Ciudad de México", Editado por COABASTO, México 1991, pag. 102.
- 27.- Villaseñor Baez, Luis Francisco: Op. Cit. pag. 97
- 28.- Montemayor, Aurelio: "Tendencias del Desarrollo Comercial en México": 1910-1985, en México Setenta y Cinco Años de Revolución, Edit. FCE, e INERHRM, Volúmen II, México, 1988.
- 29.- González Casanova, Enrique: "1965-1982 CONASUPO, Organismo Público Descentralizado", en: "El Mercado de Subsistencias Populares (Cincuenta años de Regulación)", Tomo II, Editado por CONASUPO, México, 1988, pag. 71
- 30.- El Nacional, 11 de noviembre de 1964.

CAPITULO II

LAS CAUSAS HISTORICAS, ESTRUCTURALES Y LEGALES  
DE LA PROBLEMATICA QUE HOY ENFRENTA EL  
COMERCIO DE VIA PUBLICA.

## EL DESARROLLO ESTABILIZADOR.

La tradición histórica y cultural del comercio en vía pública, en nuestro país, se vió ampliamente reforzada por el modelo económico implantado desde la época de la posguerra, sobre todo durante el llamado "Desarrollo - Estabilizador" y, posteriormente, como una inercia que se -- prolongó y profundizó en los períodos de crisis, hasta lle-- gar a desarrollarse, con los años, en algunas de sus manifes-- taciones, como un fenómeno muy complicado, deformado y rela-- tivamente deformador de la estructura económica, de las tra-- diciones, de los hábitos y costumbres de la población.

En efecto, la industrialización a to-- da costa impulsada bajo el esquema que en palabras de Leopoldo Solís se caracterizó "como una fase con un lento avance - de la agricultura y las exportaciones, en la cual, al no ex-- portar casi manufacturas, se produce un fuerte crecimiento - industrial a base de sustitución de importaciones, cerrándo-- se el sistema económico y volviendo a un desarrollo orienta-- do hacia adentro" ( 1) sentó las bases para hacer de las ciu-- dades y fundamentalmente, la de Monterrey, Guadalajara, Pue-- bla y México, polos de atracción tanto de capitales como de-- mano de obra, provocando un éxodo masivo del campo a estos - centros urbanos, por la relativa disminución de la inversión-- en las actividades primarias; por los bajos precios impues-- tos a la producción agropecuaria y, en consecuencia, bajos - salarios y desaliento al empleo. Esto combinado a un creci-- miento general de la población a tasas cada vez mayores.

El estudio del desenvolvimiento económico del país en el período al que aquí me refiero ha sido -  
abordado por muchos estudiosos de la materia. Por lo que se-  
refiere a la agricultura deseo destacar lo que afirman -----  
Cassio Luiselli F. y Jaime Mariscal O. "De 1955 a 1965 el cre-  
cimiento empieza a detenerse pero sigue siendo elevado: 4.2%  
anual para toda la década. En este lapso la composición de -  
cultivos desempeña un papel más importante que los rendimien-  
tos físicos por hectárea en la tasa de crecimiento. Los 5 --  
principales productos reducen su ritmo de crecimiento casi a  
la mitad. El maíz y el frijol observan modestos incrementos-  
tanto de productividad como de superficie cultivada. Sin ---  
embargo, al llegar los grandes proyectos de infraestructura-  
a sus límites máximos de productividad (aquí los autocr se-  
refieren a las obras de irrigación durante los años de 1945-  
al 1955) combinándose con un rezago de inversiones y con térmi-  
nos desfavorables de intercambio, entre otros factores, el -  
modelo seguido para la expansión agrícola desde inicios de -  
los años cuarenta, funcional a la industrialización por sus-  
titución de importaciones, se agota rápidamente.

Así, precisamente en 1965 la agricul-  
tura llega a un punto de inflexión en su crecimiento de lar-  
go plazo, y su índice de expansión se desloma en el quinde-  
nio de 1965-1970, llegando a penas a un crecimiento del 1.2%  
y continúa bajando para 1970 - 1974, lapso en el que creció-  
sólo en 0.2%. La tasa de crecimiento anual observada de 1965  
a 1974 resulta así inferior al 0.8% anual. Cifras recientes-  
señalan un crecimiento del 0.24% en 1975 y una abrupta caída  
de -4.0% en 1976" ( 2 )

En cambio la industria tiene un largo período de crecimiento que va de 1940 a 1970, acentuado en los años del llamado desarrollo estabilizador. En este período las manufacturas llegan a tener incrementos anuales del 8%, la electricidad del 9.5% y el petróleo del 7%. Este hecho responde a una bien definida política del Estado Mexicano de impulsar el crecimiento industrial a través de la canalización de recursos crediticios; la orientación del gasto público a la creación de una amplia infraestructura de apoyo al sector secundario de la economía; una política impositiva de promoción industrial, otorgando atractivas exenciones de impuestos; una decidida política proteccionista y apoyos adicionales como bajos precios de los productos y servicios producidos por las empresas del Estado. etc.

Todo esto provocó dos fenómenos significativos en relación al tema central de este capítulo: 1).- Una elevada concentración de la población urbana que dió como resultado un rápido proceso de metropolización, siendo la más significativa la de la Ciudad de México y 2).- Un desequilibrio muy importante en la distribución del ingreso tanto regional como familiar.

Cabe aclarar que la gran concentración urbana de la Ciudad de México y su zona conurbada no es producto exclusivamente de la política económica adoptada por el Estado en relación a los dos sectores económicos arri

ba comentados, sino, como es bien sabido es producto, de un proceso muy complicado en el que hay que tomar en cuenta aspectos de carácter históricos y políticos, como el caso de asiento de los poderes federales, lo que ha provocado una gran atracción de la población, entre otros factores importantes.

En cuanto a la concentración de la población en el espacio geográfico delimitado para este trabajo, hay que subrayar que el D.F. pasó de tener 1,757,000 habitantes en 1940 a concentrar 8,236,960 en 1990. Es decir, en 50 años creció la población en 468%. Sin embargo, este crecimiento hay que verlo, en este y otros casos, dentro del proceso de metropolización que el desarrollo económico, político y social ha impuesto como un patrón de desenvolvimiento a las grandes ciudades del país en las últimas décadas, proceso que combina la dinámica que se da entre la movilidad migratoria en una zona geográfica y la incorporación cada vez mayor de unidades político-administrativas a una ciudad núcleo. Sólo viendo desde esta perspectiva el fenómeno de la elevada concentración de habitantes en esta zona del país, se puede comprender el proceso de atracción y expulsión de la población del D.F. Esta expulsión se da con la saturación de la ciudad central, tanto a las Delegaciones periféricas como a los municipios del Estado de México, obedeciendo también al fenómeno de la concentración y desplazamiento de la industria, pues como lo afirma Gustavo Garza: "Analizando el número de empresas, se observa un mayor aglutinamiento en las delegaciones centrales, con un 73.0% de los estableci---

mientos industriales en 1960. En contrapartida el Estado de México sólo absorbió 4.0%...". Y más adelante comenta este mismo autor: "En 1970, la ZMCM tenía una producción bruta de 98,380 millones de pesos corrientes, distribuida en 33,168 establecimientos que absorbían una fuerza de trabajo de 662,446 personas y poseían un capital invertido de 66,976 millones de pesos corrientes, Continúa: La distribución intrametropolitana de esta elevada producción representa cambios importantes respecto a 1960. Destaca, en primer lugar, la disminución de la producción industrial del Distrito Federal, que bajó de 69.1% de la producción bruta total a 65.2% del capital y a 88.9% de los establecimientos. Esta reducción fue mucho mayor en las cuatro delegaciones centrales del D.F., que únicamente alcanzaron 31.1% de producción y 29.6% del capital invertido. Obviamente todos estos decrecimientos los absorbió el Estado de México, que en 1970 alcanzó 31.0% de la producción de la urbe" (3)

A través de la observación del cuadro No. 1 es posible ver el fenómeno concentrador y descentralizador de la población. Véase, por ejemplo, el dinamismo con el que creció la Ciudad Central, que estaba compuesta hasta 1970 por lo que ahora son las delegaciones: Cuauhtemoc, Venustiano Carranza, Miguel Hidalgo y Benito Juárez, durante las décadas veinte, treinta y cuarenta, y cómo se empieza a fenar a partir de la década de los cincuenta, hasta llegar a un crecimiento negativo de -1.11% entre 1970 y 1980. Lo mismo para con todo el D.F., destacándose un crecimiento verdadera



mente explosivo (6.31%) entre los años de 1940 - 1950 desace-  
lerándose éste, hasta llegar a crecer un 2.23% entre 1970 y -  
1980. Por su lado, el Area Urbana de la Ciudad de México que  
se define como: la Ciudad Central más el área que se prolonga  
en edificaciones sin una interrupción significativa de uso -  
del suelo agrícola o no urbano, desde la década de los cin-  
cuentas mantiene un crecimiento constante de alrededor del -  
5.5.% anual. Y por último, la Zona Metropolitana que observa-  
el mayor crecimiento de las unidades territoriales antes men-  
cionadas en la década de los años cuarentas, y una disminu-  
ción de su dinamismo al crecer en la década de los setentas-  
a un 4.58%.

Este crecimiento concentrador y des--  
centralizador de la población en este polo de desarrollo, --  
dió como resultado que para 1980 la Zona Metropolitana de la  
Ciudad de México (ZMCM) conteniendo en ésta las 16 delegacio-  
nes políticas del D.F. y 17 municipios conurbados del Estado  
de México hubiera 14,419.454 habitantes, producto, tanto del  
crecimiento natural como social de la población, habiendo --  
contribuido éste último, entre 1950 y 1980 con un 35% de cre-  
cimiento medio anual total.(4) Los inmigrantes fueron y son  
actualmente, en forma preponderante, de las regiones y esta-  
dos más pobres del país tales como: las zonas no metropolita-  
nas y más deprimidas del Estado de México, de los estados de:  
Hidalgo, Veracruz, Michoacán, Guerrero, Oaxaca, Tlaxcala, --  
Puebla y San Luis Potosí, entre otros.

CUADRO No. 1

**CIUDAD DE MEXICO: TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACION TOTAL  
SEGUN UNIDADES TERRITORIALES BASICAS.  
(1900 - 1980 )**

Unidades Territoriales	1900-1910	1910-1921	1921-1930	1930-1940	1940-1950	1950-1960	1960-1970	1970-1980
Ciudad Central	3.17	2.46	5.88	3.48	4.50	2.32	0.60	-1.11
Distrito Federal	2.90	2.10	3.45	3.64	6.31	4.41	3.44	2.23
Área Urbana de La Ciudad de México	3.17	2.46	6.11	4.05	6.29	5.51	5.46	5.50
ZMCM	.	.	.	.	6.67	5.55	5.52	4.58

Fuente: María Negrete y Héctor Salazar.--"Dinámica de Crecimiento de la Población de la Ciudad de México --- (1900 - 1980) en el Atlas de la Ciudad de México, --- (Cuadro 4.8).

No es casual, y por el contrario, perfectamente comprensible, que la distribución regional y familiar del ingreso coincida y tenga nexos muy estrechos con la migración de la población a la ZMCM. Aquí quiero destacar lo que afirma Efigenia Martínez: "A pesar de que México se ha colocado en lugar significativo por el desarrollo de su aspecto productivo entre los países del tercer mundo, no ha logrado todavía distribuir los beneficios del desarrollo entre amplios sectores de la población en aquellas áreas que se distinguen por su relativa prosperidad. Menos aún, en aquellas regiones que han permanecido estancadas o que sólo han experimentado avances reducidos. En el terreno sectorial, una persona ocupada en la agricultura genera sólo el 13.4% del ingreso producido por un trabajador en los servicios y el 21.3% del que corresponde a uno de la industria. Así se aplican, en parte, las marcadas diferencias entre las formas de vida de los mexicanos, y que el rápido proceso de urbanización

zación sea un fenómeno cuyas raíces se hallan en la pobreza que impulsa a los campesinos al abandono de la tierra para buscar medios de vida más favorables. Pero aún dentro del propio sector agrícola tienen lugar diferencias muy marcadas. El producto medio por habitante en las zonas agrícolas de temporal es de 152 pesos mensuales, equivalente al 30% del producto nacional medio por habitante; en tierras irrigadas el producto es de 382 pesos mensuales; en cambio, el valor agregado por habitante en actividades no agrícolas llega a 870 pesos mensuales" (5) Además de la afirmación que aquí he destacado de la Sra. Efigenia M. de Navarrete, si se observa el cuadro número 2 se podrán ver, entre otras, las siguientes características, en relación al desequilibrio regional en el año de 1965. En los Estados de más bajos ingresos estaba concentrada la mayor parte de la población: 43.7%. La producción industrial del país en el año indicado fue porcentualmente hablando de la siguiente manera: Los Estados de ingreso alto, 59.6%; los de ingreso medio, 27.5% y los de ingreso bajo, 12.9%. En cuanto al porcentaje de habitantes que contaban con electrificación, en relación al total en cada región, sucedía que, mientras en los Estados que recibían ingresos altos y medios, dichos porcentajes eran de 80.9% y 57.9% respectivamente; en los Estados de ingreso bajo este porcentaje era del 41.4%.

Por último, quiero resaltar el porcentaje de la población amparada por el IMSS, en relación a la población total en cada región, tal como lo refleja el cuadro comentado: en orden descendente según los ingresos, en las

primeras entidades había un 29.3% de población amparada; en las segundas un 14.8% y en las últimas sólo un 6.7%. Si se compara esta clasificación de los estados por niveles de ingreso con la que hace Virgilio Partida Bush, en base a otro estudio de donde han procedido, preponderantemente, los inmigrantes de la ZMCM (6) y que ya comentaba yo más arriba, veremos que hay gran coincidencia.

**CUADRO No. 2**  
**MEXICO, DESEQUILIBRIO REGIONAL, 1965**  
**(ENTIDADES FEDERATIVAS AGRUPADAS POR NIVELES DE INGRESO)**

Entidad según su ingreso medio anual por habitante (pesos)	Número de Entidades	Población (en % del Total)	Valor de la Población Industrial (en % del Total)	PEA en la Agricultura (% de la PEA Total, 1960)	Población con Energía Eléctrica (% de la total en cada grupo)	Población con seguro Social (% de la total en cada grupo)	Gasto de los Gobiernos Locales (% del total)
Total (3,643)	32	100.0	100.0	54.2	57.7	16.0	100.0
De ingreso alto (mayor de 6 mil)	8	30.3	59.6	21.5	80.9	29.3	55.8
De ingreso medio (de 4 a 6 mil)	7	26.0	27.5	58.6	57.9	16.8	22.1
De ingreso bajo (menor de 4 mil)	17	43.7	12.9	72.1	41.4	6.7	22.1

NOTAS: PEA: Población Económica activa.

1. Por ciento del total del país y de las entidades agrupadas en cada caso.
2. Producto Medio por habitante, 1965.

FUENTE: Tomado de: M. de Navarrete, Ifigenia: "Distribución-Del Ingreso en México: Tendencias y Proyección a 1980", en la Economía Mexicana, selección de Leopoldo Solís, Lecturas, Num. 4 Edit. FCE, Primera reimpresión, México, 1975, pag. 282.

#### EL IMPACTO DE LA CRISIS ECONOMICA DE LA ULTIMA DECADA EN EL COMERCIO DE VIA PUBLICA.

Es un hecho indiscutible que la crisis económica que hizo eclosión hace una década tuvo un impacto muy importante en el crecimiento espectacular del comercio en vía pública en los últimos años, sobre todo en el D.F.. En particular, el desempleo y el derrumbe del poder --

adquisitivo de los salarios incidieron en forma directa para complicar más el fenómeno, ya de por sí complicado hasta antes de la crisis, motivo de este capítulo.

En efecto, como se recordará, después de pasar por un período de crecimiento económico importante, la economía del país se enfrentó, desde el inicio del sexenio Delamadrista a una profunda crisis que combinó la recesión y la depresión con elevadas tasas inflacionarias y de desempleo; así como una caída muy importante del poder adquisitivo del salario y, en consecuencia, de los niveles de vida de amplias capas de la población. Esta situación se complicó aún más por la creciente deuda externa que ya venía enfrentando el país desde los sexenios anteriores. Particularmente difíciles fueron los años de 1982, 1983 y 1986, en los que se tuvieron crecimientos negativos del Producto Interno Bruto (PIB) del 0.6%, -4.2% y -3.7% respectivamente. Véase el cuadro número 3. La inflación alcanzó niveles sumamente elevados: 98.9% en 1982; 80.8% en 1983; 59.3% en 1984; 63.7% en 1985; 105% en 1986; 159.2% en 1987 y 51.60% en 1988. A partir de 1989 se nota una sensible baja, pues en este último año la inflación se incrementó en un 19.7%; en 1990 fue de 29.9% y en 1991 se estima en un 18.8%. El desempleo abierto en las áreas urbanas también fue un hecho revelador de la crisis, véase como de 1982 a 1987 se mantuvo a una tasa de alrededor del 4%; con incrementos muy destacados en 1983 y 1984 que fueron de 6.3% y 5.7% respectivamente. Y finalmente el deterioro del salario mínimo que alcanzó un 45.6% en 1988 respecto a 1982. Deseo hacer la observación que, de acuerdo con los datos proporcionados por el INEGI durante los diez años que van de 1982 a 1991 en materia de desempleo abierto...

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

La Ciudad de México siempre estuvo por encima del promedio nacional, con excepción de 1982 y 1983. Así el desempleo abierto en esta área urbana fue: en 1982 de 4%; en 1983 6% - en 1984 de 5.8%; en 1985 de 4.9%; en 1986 de 5.1% ; en 1987- de 4.4.%; en 1988 de 3.8%; en 1989 de 3.7%; en 1990 de 3.25% y en los primeros trimestres de 1991 de 2.5%.

**CUADRO No. 3**  
**TASAS ANUALES DE CRECIMIENTO**  
(Evolución Económica del País)

CONCEPTO	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
PIB	-0.67	-4.2	2.6	2.6	-2.7	1.6	1.4	2.9	2.9	2.6
INFLACION	98.9	60.0	69.2	62.7	105.0	159.0	51.60	19.7	29.9	18.6
DESEMPLEO ABIERTO EN AREAS URBANAS	4.2	6.2	5.7	4.4	4.2	3.9	3.8	3.0	2.75	2.51
DETERIORO DEL SALARIO MINIMO REAL RESPECTO A 1982	.	-21.9	-28.9	-29.7	-37.1	-40.4	-46.6	.	.	.

NOTA: 1 tasa promedio hasta el segundo trimestre.

FUENTE: Elaborado por el Autor con datos del Banco de México, de INEGI y de Pastrana Francisco "Así se comportó la economía nacional, aparece en: México en la Década - de los ochenta", Edit. UAM- Unidad Azcapotzalco, México 1990. págs. 77 y 78.

Teniendo a la vista las cifras del -- desenvolvimiento general de la economía del país en los últimos años y sus manifestaciones concretas en el derrumbamiento de los niveles de vida de amplias capas de la población, - no hay duda, que la crisis económica lanzó a miles de perso-

nas a la vía pública en busca de una forma de obtener un ingreso o bien de aumentarlo, porque fue tal el impacto social que causó el deterioro del aparato productivo que, en el comercio de vía pública se consolidó el fenómeno de la diversificación de giros y el establecimiento de ciertos niveles de jerarquización basados en volúmenes de inversión y de utilidades, como se verá más adelante, pues el comercio callejero no fue ya en estos años una alternativa sólo para los sectores de la población que tradicionalmente se habían dedicado a esta actividad, como pueden ser los expulsados del campo y que vinieron a asentarse en los cinturones de miseria, los municipios conurbados de la ciudad o los marginados que ésta misma ha generado con el paso de los años. También fue una alternativa para quienes teniendo un empleo e ingresos fijos se vieron en la necesidad de incrementarlos o bien, para aquellos trabajadores, en los que incluyó profesionistas, -- que de pronto se encontraron desempleados a causa del cierre de sus fuentes de trabajo.

Para explicar con mayor precisión el origen estructural del fenómeno de jerarquización al que me refiero se dió en estos años hacia dentro del comercio en vía pública, quiero objetivizar más, valgase la expresión, lo que representó el golpe de la crisis, incluso para la llamada clase media, que aceleró su proceso de proletarización, iniciado en pasadas crisis, y que es el origen social del llamado ambulante que obtiene elevados márgenes de utilidades. Un ejemplo: de acuerdo a los datos proporcionados por el Banco de México, -- mientras en octubre de 1988 el salario mínimo promedio en el-

país fue de 7 008.3 pesos, en octubre de 1989 era de 8 025.9 pesos, lo que representó un incremento de 14.5%, en tanto los precios del sector primario tuvieron, en el mismo lapso, un incremento del 25%; los del sector secundario un 8.7%, aunque los alimentos, bebidas y tabaco ascendieron al 14.6%, los productos cárnicos y lácteos en 19.4%; el azúcar y derivados sufrieron un aumento del 39.1%; los refrescos embotellados un 35.1%. En el sector terciario de la economía los precios crecieron un 35%, dentro de éste, los alquileres de inmuebles -- llegaron al 60%, los servicios de educación 31.6%; los servicios médicos 39.9% y los esparcimientos 35.%.

En ese mismo período, en la Ciudad de México los productos alimenticios se incrementaron en 13.8%; los productos cárnicos en 18.7%; el azúcar y sus derivados -- 40.7%; los refrescos embotellados 38.5%; el alquiler de inmuebles 58%; los servicios de educación en 21%; los servicios médicos en 45% y los servicios de esparcimiento en 39.9%

A principios de diciembre de 1989 se -- anunciaba un incremento del 10% a los salarios mínimos, lo -- que para los trabajadores que percibían este tipo de salario -- en la Ciudad de México, representaba un ingreso de 10 080 pesos diarios. Mientras, al mismo tiempo, el pasaje de los auto buses urbanos de esta ciudad, de los llamados ecológicos, sufría un incremento del 200% y al mismo tiempo se anunciaba un aumento a los derechos por consumo de agua y al impuesto predial hasta de un 300% en los rangos de más bajo nivel. De --- acuerdo con algunas estimaciones publicadas en algunos dia---



rios de circulación nacional, en especial en el periódico "El Día", se consideraba que una familia de cinco miembros en la Ciudad de México necesitaba, cuando menos, 18 mil pesos diariamente, a finales de 1989, para poder alimentarse, sin tomar en cuenta ningún otro gasto. Esto explica, de acuerdo con mi opinión, con mucha claridad, el origen estructural del incremento explosivo del comercio en vía pública en estos años y del fenómeno que mencionaba más arriba de la consolidación bien delimitada de la jerarquización hacia el interior de este tipo de comercios, pues muchos clase medieros se lanzaron a la calle a tratar de recuperar el nivel de vida que la crisis les había arrebatado.

#### CAUSAS DE TIPO LEGAL QUE INCIDIERON EN EL DESENVOLVIMIENTO DEL COMERCIO DE VIA PUBLICA.

Bien puede decirse que sin haber sido una causa fundamental en el desenvolvimiento del comercio en vía pública, el aspecto reglamentario del comercio en general, sí ha coadyuvado en forma indirecta o tangencial en la complicación que hoy se observa en el fenómeno que este capítulo trata de analizar.

En efecto, la falta de un reglamento de comercio de vía pública que defina con precisión cada una de las modalidades de este tipo de comercio, áreas donde se permita realizar, condiciones que deba reunir, derechos y obligaciones de los comerciantes, instancias a donde recurrir para resolver los múltiples problemas que se dan entre los protagonistas principales de esta actividad, etcétera, ha provocado-

un verdadero desorden que amenaza, en algunas ocasiones, en tornarse en un fenómeno incontrolable.

Hasta hoy, la base reglamentaria del comercio de vía pública está contenida en un viejo y obsoleto Reglamento de Mercados dado a conocer en mayo de 1951, siendo Jefe del Departamento del Distrito Federal, el Lic. Fernando-Casas Alemán. Además en una serie de disposiciones secundarias como circulares o descisiones de carácter casuístico que no le dan homogeneidad ni coherencia a la política gubernamental en torno a este problema. El Reglamento mencionado divide a los comerciantes ambulantes (vía pública, decimos hoy) en dos categorías: A y B. Los de la primera son aquellos "quienes hubiesen obtenido del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, el empadronamiento necesario para ejercer el comercio en lugar indeterminado y para acudir al domicilio de los consumidores". "También se consideran dentro de esta categoría a los comerciantes que por sistema utilicen vehículos". Los de la categoría B. "Las personas que ejerzan el comercio en lugar indeterminado y que no se encuentren dentro de las prevenciones de la fracción anterior (que son los de categoría A). Como una categoría aparte se consideraba a los comerciantes temporales o semifijos y a los permanentes o fijos. Dentro de los temporales se incluye a las "carpas, -- circos, aparatos mecánicos, juegos recreativos y juegos permitidos que funcionen en la vía pública o en predios propiedad del Distrito Federal".

Los obstáculos para ejercer el ambulante son de dos tipos de acuerdo al Reglamento: 1).- Para el empadronamiento y 2).- Para ejercer el comercio en determinados lugares. Respecto al primer obstáculo dice el artículo 26: "Los comerciantes permanentes y temporales, así como los ambulantes A, deberán empadronarse para el ejercicio de sus actividades en el Departamento de Mercados de la Tesorería -- del Distrito Federal".

"Tratándose de los ambulantes B, éstos deberán empadronarse para el ejercicio de sus actividades, en el Departamento de Mercados, a efecto de que pueda tenerse un control de estos comerciantes". Y el artículo 27: "Para obtenerse el empadronamiento a que se refiere el artículo anterior, se requiere:

I.- Presentar en el Departamento de --- Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, una solicitud en las formas aprobadas por la misma Tesorería, debiéndose -- asentar en ellas, de manera verídica y exacta, todos los datos que en dichas formas se exijan.

II.- Comprobar ser mexicano por nacimiento.

III.- Tener capacidad jurídica. "Y el artículo 28". A la solicitud mencionada en el artículo anterior, se acompañará

I.- Licencia de funcionamiento expedida por la oficina de Licencias del Departamento del Distrito Federal, tratándose de giros reglamentados.

II.- Autorización sanitaria o tarjeta--

de salud tratándose de comerciantes que para el ejercicio de sus actividades requieran dicha autorización de la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

III.- Tratándose de ambulantes A

A).- Constancia expedida por la Jefatura de policía del Distrito Federal, sobre los antecedentes -- del solicitantes.

b).- Ficha dactiloscópica del mismo interesado expedida por la Jefatura de Policía del Distrito Federal.

IV.- Tres retratos del solicitante, tamaño credencial".

Como tradicionalmente el comercio de--- vía pública se nutrió, de los inmigrantes del campo provenientes de sectores asentadamente marginados, como es el caso, - por ejemplo, de las campesinas llamadas, un tanto ofensivamente: "Marías", el tener que cumplir con una serie de requisitos muchas veces inalcanzables, por diversos motivos, entre - otros: por la prepotencia de aquellos que desde una posición - burocrática ínfima hacen extremadamente complicado cualquier trámite, se desarrolló, desde hace mucho, el llamado "toreo". Es decir, la acción de huir o esconderse de las "camionetas"- de todos aquellos que ejercen, sin el permiso correspondiente, una modalidad comercial, con la suficiente movilidad como para levantar su puesto y correr ante la presencia de los "camioneros" quienes han tenido por norma cometer excesos, -- pues "levantar" a un comerciante no autorizado, cuando llegan a capturar , significa someterlos a base de golpizas, --

confiscación de sus mercancías, detenerlos como a delincuentes y finalmente conducirlos a la Delegación donde les imponen fuertes multas. Especialmente famosos han sido los "camioneteros" de la Delegación Cuauhtémoc por su acción represiva. Aunque hoy, gracias a las protestas y denuncias de los comerciantes a través de sus organizaciones se han modificado algunas prácticas. También, porque tanto comerciantes como camioneteros aprendieron a "concertar". De tal manera que estos últimos se hacen de la vista gorda y aquellos "le entran con una mochada" que no se sabe a ciencia cierta, hasta a que niveles de la administración delegacional llegan esos sobornos, - pues, en forma permanente se dice en las Delegaciones que no hay permisos para el ejercicio comercial callejero y, sin --- embargo, diariamente aumentan los padrones de las organizaciones de comerciantes o aparecen cada día nuevos ambulantes que en forma individual se lanzan a la calle.

El referido Reglamento de Mercados, establece las siguientes restricciones: en su artículo 65 para la instalación de puestos permanentes o temporales:

I.- Frente a los cuarteles.

II.- Frente a los edificios de Bomberos.

III.- Frente a los edificios de los --- planteles educativos sean oficiales o particulares.

IV.- Frente a los edificios que constituyan centros de trabajo, sean oficiales o particulares.

V.- Frente a los templos religiosos.

VI.- Frente a las puertas que den acceso a los mercados públicos.

VII.- A una distancia menor de diez -- metros de las puertas de peluquerías, piqueras y demás cen--- tros de vicio, tratándose de puestos en que expenden fritan-- gas y demás comestibles similares.

VIII.- En los camellones de las vías - públicas.

IX.- En los prados de vías y parques - públicos.

En el artículo 72, dice textualmente:-- "La venta ambulante de animales vivos no podrá hacerse en la vía pública del "Primer cuadro de la Ciudad"".

Este reglamento se hizo para una época en la que el comercio de vía pública no representaba un gran problema, tal vez por eso, salvo las restricciones menciona-- das, da cabida a una gran liberalidad; sobre todo en cuanto a los espacios donde se puede ejercer este tipo de comercio. -- Por ejemplo, la única restricción para el llamado ambulante en el Centro Histórico, es la que establece el artículo 72 ya mencionado o en cuanto a la venta de los alimentos elaborados en la misma calle, la que se establece en la fracción séptima del artículo 65, anteriormente transcrito. Y finalmente, con-- sus impresiones y lagunas así como el pesado burocratismo - de quienes lo tienen que aplicar, ha sido fuente de corrup--- ción tanto de comerciantes, líderes y de algunas autoridades-- menores de las Delegaciones Políticas del D.F.

## NOTAS BIBLIOGRAFICAS CAPITULO II

- 1.- Solís, Leopoldo, La Realidad Económica Mexicana, Retrovisión y Perspectivas, edit. Siglo XXI, Méxicc, 5a. ed.--- 1975, pag. 112.
- 2.- Luiselli F., Cassio y Jaime Mariscal O., "La Crisis agrícola a partir de 1965", tomado de Desarrollo y Crisis de la Economía Mexicana en Lecturas No. 39, FCE, México --- 1981, pag. 440.
- 3.- Garza, Gustavo, "Distribución de la Industria en la Ciudad de México (1960 - 1980)", tomado de Desarrollo y Crisis de la Economía Mexicana en Lecturas No. 39, México, - pag. 440.
- 4.- Negrete, María Eugenia y Héctor Salazar, "Dinámica de -- Crecimiento de la Población de la Ciudad de México" ---- (1900 - 1980) tomado de Atlas de la Ciudad de México, -- op. cit.
- 5.- De Navarrete, Ifigenia, "Distribución del ingreso en México: Tendencias y Proyección a 1980", Tomado de la Economía Mexicana (I. Análisis por Sectores y Distribución), selección de Leopoldo Solís, en Lecturas, FCE, Méxicc, - 1975, la. reimpresión, pag. 279.
- 6.- Partida Bush, Virgilio: "El Proceso de Migración a la -- Ciudad de México"; aparece en el "Atlas de la Ciudad de México", Editado por el DDF y el Colegio de México, Méxi co, la. edición, 1973.

**CAPITULO III**

**LA SITUACION ACTUAL DEL COMERCIO DE  
VIA PUBLICA EN EL D.F.**



## MODALIDADES DEL COMERCIO DE VIA PUBLICA.

A las actividades comerciales que se realizan en: las calles, avenidas, plazas, jardines, parques públicos, predios propiedad del Departamento del Distrito Federal, terrenos baldíos, espacios de uso común, etc., se les ha denominado, generalmente de dos maneras: comercio ambulante y comercio de vía pública. Según mi opinión, es preferible la segunda denominación porque ésta engloba a todas las modalidades que adoptan las transacciones de tipo comercial que, en forma regular, se dan en los lugares antes señalados, independientemente de la movilidad que puedan o no tener los oferentes. En cambio la denominación: comercio ambulante, da a entender el comercio itinerante, que va de un lugar a otro; como sería, por ejemplo, el caso de los globeros, los vendedores de chicles, los tianguistas, si se toma en cuenta que durante una semana están en un lugar distinto cada día, etc. De tal manera que el comercio ambulante viene siendo una forma del comercio de vía pública, en el cual quedan incluidos el fijo, el semifijo, y otros más.

En los últimos años se ha comentado mucho, sobre todo en la prensa, en torno al comercio de vía pública; por el elevado número de personas que ahora se dedican a esta actividad; por el peso que tienen estas transacciones en la economía nacional o de la Ciudad de México; por su íntima relación con algunas variables económicas y con diversos problemas derivados del proceso de urbanización y metropolización; así como por ser generador de conflictos sociales y ---

y prácticas de corrupción. Enemigos o defensores ultranza del comercio en vía pública han deformado con sus opiniones, en -- uno o en otro sentido, la realidad objetiva de esta actividad, por lo que me propongo, independientemente de que lo logre o no, analizar este fenómeno en sus justas dimensiones. ¿Quié-- nes son los comerciantes de vía pública? ¿Cuántos son? ¿Cuál-- es el peso específico de esta actividad en la economía de la ciudad? ¿Qué problemas representan para la ciudad? ¿Cómo es-- tán organizados? ¿Qué propuestas existen para solucionar los-- problemas que representa esta actividad?

Las principales modalidades que adopta el comercio de vía pública son las siguientes: Tianguis; mercados sobre ruedas; bazares; concentraciones; puestos fijos; -- puestos semi fijos; romerías y comerciantes ambulantes. Por -- su importancia económica el comercio de vía pública puede ser de alta rentabilidad o de subsistencia. Por el volúmen de mercancías que manejan pueden ser medio mayoristas y detallistas, y por su temporalidad pueden ser, permanentes o temporales.

#### EL TIANGUIS

Tianquis es una palabra de origen mexica que equivale en español a mercado. Es la modalidad más antigua del comercio de vía pública, pues como se puso de manifiesto en la parte histórica de este trabajo, está ligado a -- la historia, a la idiosincrasia y, desde luego, a nuestra cultura. Esta forma de organización del comercio ha estado pre-- sente en todo el país. El Tianguis fue, y sigue siendo, el lugar donde se comercializan productos de primera necesidad, fundu

damentalmente: frutas, verduras, legumbres y giros reglamentados como son los cárnicos; así como abarrotes, ropa y calzado. En los últimos años se han ido incorporando giros como bisutería, perfumería y diversos productos industriales, como casetes, aparatos eléctricos, principalmente de importación y -- otros.

El tianguis ha sido, tradicionalmente, el canal a través del cual a llegado el abasto hasta los lugares más próximos a la residencia de los consumidores, es de -- los últimos eslabones entre el productor y el consumidor. Por eso, en la medida en que se dá el proceso de concentración de la población, en esa medida cobra importancia y versatilidad. -- Ha sido también fuente de empleo para importantes núcleos de la población sobre todo, de inmigrantes a esta zona metropolitana provenientes de las regiones más pobres del país. Tam-- bién, puede decirse que por muchos años ha servido al gobierno para atender la obligación que éste tiene de procurar el -- abasto a la población, representándole ahorros importantes en la construcción de mercados públicos, pues los tianguis prácticamente no tienen ninguna infraestructura de apoyo a sus -- servicios, como puede ser: luz, agua, sanitarios, etc.

Desprovistos de estos apoyos y contando con los permisos de las autoridades a través de sus organizaciones para establecer en determinados lugares y días, los tianguistas enfrentan cotidianamente una serie de problemas -- que ponen en riesgo, en forma permanente, su inversión y sus márgenes de utilidades (aquí me refiero, principalmente, a --

los que comercializan: frutas, legumbres, verduras y yerbas). En efecto, desde que por la mañana acuden a la Central de --- Abasto (antes acudían a la Merced) a surtirse en las bodegas, se enfrentan, primero, a los precios que los bodegueros imponen a los productos, que son resultado a su vez de diversas circunstancias; luego tienen que pagarle a los "diableros" que cargan la camioneta. El traslado se hace en un transporte de su propiedad o uno de carácter colectivo. Durante el transporte de las mercancías se enfrentan, en muchas ocasiones, a la extorsión de los agentes de tránsito. Al llegar a la zona de trabajo, es probable que vuelvan a pagar a otros "diableros" para ubicarse en el lugar que por costumbre le ha asignado el líder del tianguis, al que le deben de dar una cuota equis. --- Más tarde llega el recaudador de la tesorería. Además de estas erogaciones, los comerciantes deben hacer otras como: pagar --- rifas que les impone la organización, cuotas para la peregrinación, cuotas para el regalo a funcionarios, cuotas para el regalo del líder el día del cumpleaños de éste. También deben de cubrir una serie de requisitos tales como traer bata y gorro, sobre todo, los que se dedican a la venta de giros reglamentados; algunas organizaciones les exigen portar a la vista su credencial, etc. El incumplimiento de algún requisito puede representarles, desde una llamada de atención, hasta la --- suspensión por algunos días (lo llaman castigo) o la suspensión definitiva, es particularmente grave no cumplir con alguna tarea de tipo político, como la asistencia, por ejemplo, de matraqueros a un mitin partidario. Agréguese a todo esto --- que a pesar de que los lugares, calles o zonas de trabajo llegan con el tiempo a "acreditarse" con las amas de casa que se

mana a semana acuden a tal o cual tianguis, las condiciones meteorológicas influyen, a veces de manera determinante, en la comercialización de los productos; en épocas de lluvia, -- por ejemplo, hay días "muy malos" para la venta, lo que les -- provoca pérdidas importantes por las mermas del producto. Finalmente hay épocas en que se ven obligados a disminuir el número de los productos que comercializan porque las condiciones del mercado elevan a tal grado el precio que, por experiencia, saben que no los van a adquirir sus clientes.

El resultado de todo esto, son los elevados costos de operación que, necesariamente, repercuten en los precios y, en ocasiones en bajos márgenes de utilidad o la pérdida total de la inversión, lo que obliga a los tianguistas a solicitar mercancía a crédito con el mismo bodeguero. Sin embargo; la necesidad, la tradición familiar, el desempleo, el subempleo, los bajos salarios, etc., mantienen y fortalecen a los tianguis. Aunque se empieza a observar un fenómeno: Dados los altos costos de operación de este tipo de comercio detallista y las elevadas inversiones en infraestructura, tecnología y en eliminación de intermediarios que hacen las grandes cadenas comerciales en la comercialización de estos y otros productos, éstas cada vez le quitan más clientela a los tianguis.

#### MERCADOS SOBRE RUEDAS.

Los mercados sobre ruedas surgieron al finalizar la década de los sesentas con la idea de abaratar los productos de primera necesidad, pues se estimulaba la par

ticipación de los productores directos en la comercialización, con lo que se pretendía evitar el excesivo intermediarismo.

Se pensó como una alternativa a todos los vicios y complicaciones que tiene la organización tian---guista y se orientó a servir como regulador de los precios -- del mercado en este último eslabón de la comercialización, incluso se le dió el rango de "un sistema nacional de comercialización de bienes al que pueden concurrir, con el carácter - de oferentes, los productores, fabricantes, distribuidores y comerciantes..." en el "Acuerdo que Fija las Bases para el -- Funcionamiento de los Mercados Sobre Ruedas" publicado en el "Diario Oficial" del 5 de septiembre de 1978 y rubricado por - el entonces Secretario de Comercio, Jorge de la Vega Domín---guez. En el propio Acuerdo mencionado se fijaban, en su Artículo 2º los objetivos de esta modalidad de comercio de vía -- pública. Dice a la Letra: "Art. 2º.- Los Mercados sobre rue--das tienen como objetivos fundamentales los siguientes:

I.- Contribuir a evitar el alza de los precios.

II.- Evitar la intermediación innecesaria de los productos a fin de reducir sus precios.

III.- Agilizar la comercialización - al menudeo, principalmente de los productos de origen agropecuario y pesquero.

IV.- Coadyuvar en la orientación de los hábitos de consumo de la población, principalmente de la de bajos ingresos.

V.- Orientar a los pequeños productores acerca de los niveles de precios en los diversos centros de consumo, con el fin de proporcionarles mejores alternativas de comercialización de sus productos".

Autorizados, controlados y vigilados - por la Secretaría de Comercio, a los oferentes de los Mercados Sobre Ruedas se les imponen las siguientes obligaciones:

A).- Acatar los precios fijados en las cotizaciones que les señale diariamente esta Secretaría, a -- través del personal comisionado al efecto.

B).- Indicar en forma ostensible, para conocimiento del público, el precio a que se refiere el in ciso precedente.

C).- Asegurarse de la calidad de los - productos y, en su caso, indicar en ellos si son usados, re-- construidos o con alguna deficiencia.

D).- Utilizar el instrumento de medida adecuado, cuando la venta deba hacerse con base en determina-- da unidad de medida.

E).- Observar las disposiciones sanita rias respectivas.

F).- Abstenerse de vender productos cu ya procedencia no pueda justificarse legalmente.

G).- Cooperar para los gastos de insta lación de módulos sanitarios, servicios de limpieza y demás - que demande el funcionamiento de los mercados sobre ruedas.

H).- Atender con cortesía al público - consumidor y orientarle respecto de la calidad y propiedades- de los productos

I).- En general, observar el cumplimiento de las reglas contenidas en el instructivo de operación".

La intención fué buena; sin embargo, - el mismo: "Instructivo de Operación del Sistema Nacional de Mercados sobre Ruedas" publicado en el "Diario Oficial" del 3 de abril de 1979, admitía en su artículo 11 que los oferentes fueran, no necesariamente, los productores directos, al establecer que "Se aceptarán preferentemente como oferentes a los productores y sus asociaciones, así como a las entidades de la administración pública paraestatal cuyas funciones se relacionan con la producción o comercialización de productos de consumo generalizado". Es decir no exclusivamente productores, lo que ha hecho que los mercados sobre ruedas reproduzcan muchos de los vicios de los tianguis y hayan caído en un manejo semejante por parte de los líderes, aunque hay un control más estrecho de las autoridades correspondientes para el ordenamiento y la vigilancia.

#### LOS BAZARES

Esta modalidad de comercio se realiza, fundamentalmente, en algunos predios baldíos, pero los hay -- también en la vía pública. Aunque algunos bazares en la Ciudad de México tienen ya muchos años de existir y son parte de una verdadera tradición; como pueden ser los del barrio de la Lagunilla y San Felipe de Jesús, en la Delegación Gustavo A. Madero, lugares de gran concentración de oferentes y demandantes los días domingos, donde hay "de todo", pero con una --- atracción especial el primero de ellos para quienes buscan en



tre libros viejos alguna edición especial, un libro agotado o raro; en los últimos años se han puesto de moda, sobre todo en los giros de ropa y calzado y en especial de origen extranjero, o si no lo son, al menos así lo indican las etiquetas. Este tipo de bazares son ejemplo del comercio detallista de una elevada rentabilidad y de una inversión inicial más o menos importante.

Por lo que se puede observar, los oferentes, por lo general, son de origen urbano y clase medieros y los demandantes los toman como una alternativa ante los elevados precios de la ropa y calzado de importación que ofrecen los grades almacenes o tiendas departamentales. Bien puede decirse que hay una relación muy estrecha entre la apertura del país al comercio exterior y el desarrollo de los bazares, donde los jóvenes buscan las marcas y prendas de moda a precios relativamente bajos, pero que, por otra parte, no tienen en contra partida ninguna garantía de la mercancía adquirida.

#### LAS CONCENTRACIONES

La concentraciones junto con los tianquis y los mercados públicos son las modalidades más tradicionales del abasto en su eslabón final. La concentración ha sido, en la mayoría de los casos, una modalidad del comercio de vía pública de transición a mercado establecido, de hecho, -- una enorme cantidad de mercados públicos actuales empezaron como concentraciones, tales son los casos, por ejemplo, del mercado de la Nueva Santa María, el de la Colonia Tres Estrellas; el de la Colonia Río Blanco o el de la Colonia Gertrudis.

trudis Sánchez, etc. Hay casos en los que alguna concentra---  
ción lleva ya muchos años y sigue así, sin convertirse en mer-  
cado, como, por ejemplo, la concentración ubicada en el ba---  
rrio de San Miguel, en San Juan de Aragón.

La concentración da la idea de mercado -  
provisional, pues se forma con locales permanentes, general--  
mente contruidos de materiales de muy baja calidad, como lá-  
minas de cartón, con partes de madera, dando la idea de que -  
los locatarios son personas de escasos recursos y por lo tan-  
to se trata de un comercio detallista con bajos montos de in-  
versión y de rentabilidad. Se ubican en callejones, en calles  
poco transitadas o en camellones, generalmente en las colo---  
nias donde se observan sectores de la población con escasos -  
ingresos. Debo hacer la observación de que el actual Reglamen-  
to de Mercados nada dice sobre las concentraciones.

Una concentración tiene, prácticamente, -  
todos los giros que puede uno encontrar en los mercados públi-  
cos; incluso tiene, en muchos casos, hasta administrador en--  
viado por las autoridades delegacionales y se les impone una-  
organización y obligaciones a los locatarios como se tratara-  
de un mercado formalmente establecido y, sin embargo, carecen  
de toda la infraestructura necesaria para funcionar adecuada-  
mente, por lo que se observan una serie de deficiencias en el  
manejo de las mercancías.

#### PUESTOS FIJOS

Los puestos fijos generalmente están re-  
lacionados con el expendio de alimentos preparados en la vía-

pública, es común verlos como puestos metálicos en los lugares donde existen importantes concentraciones de personas o -- donde cotidianamente se desplazan cientos o miles de transuentes, son parte del paisaje urbano que se puede observar en -- torno a las estaciones del Metro, en los paraderos de autobuses o en esquinas de avenidas muy transitadas.

El origen de éstos está relacionado a la donación que la Lotería Nacional hizo de algunos puestos metálicos a un grupo de ciegos para dedicarse al comercio en vía pública y los permisos correspondientes que les extendieron -- las autoridades del Departamento del Distrito Federal en la -- década de los cincuentas. Lo que se inició como una posibilidad de brindar una oportunidad de trabajo decoroso para los -- ciegos y sus familias ha terminado por ser un gran negocio para unos cuantos ciegos o no, que tienen verdaderas cadénas de puestos. Se sabe, aunque es difícil conocerlo con precisión, -- que aproximadamente el 50% de ciegos metidos a esta actividad son prestanombres. Estos puestos donde se expenden tacos, tortas, jugos y licuados o mariscos, representan un problema verdadaderamente serio para la ciudad, pues se ve que no existe la higiene necesaria en la preparación de los alimentos, empezando por el dudoso origen de éstos y el manejo poco confiable -- en su elaboración, además que representan un constante peligro por la utilización de comales o estufas de gas; además -- que contribuyen con el desarrollo de la fauna nociva.

Los hábitos alimenticios y la necesidad de miles de trabajadores, empleados o estudiantes de escasos recursos de comer en la calle y, como una alternativa frente a los elevados precios de una comida formal, en algún restaurante o fonda, en relación al ingreso de la mayoría, ha propiciado la proliferación de este tipo de puestos que, da la impresión, son diseñados por una sola empresa.

#### PUESTOS SEMIFIJOS

Los semifijos, son puestos fácilmente -- desmontables, se colocan por la mañana y se levantan por la tarde o noche, tienen una muy amplia gama de giros y pueden -- ser, por su inversión y monto de utilidades de subsistencia o de alta rentabilidad, son puestos donde se comercializan productos al medio mayoreo y menudeo.

El crecimiento de esta modalidad de comercio fue verdaderamente impactante en los últimos años en el Centro Histórico de la Ciudad, lo que provocó una gran polémica y confrontación entre diversos sectores de la sociedad, sobre todo de los directamente involucrados, como son los comerciantes establecidos organizados principalmente, en Procentrico y los comerciantes de vía pública a los que se denomina, generalmente "ambulantes". Los hay por toda la ciudad, pero -- destaco el caso del centro Histórico, por las repercusiones -- de carácter político, económico y social que hasta hoy tuvieron, calles completas obstruidas con los puestos semifijos; --

sería prolijo señalar todos los espacios intransitables: Coe-  
rregidora, parte de Argentina, Tacuba, Colombia, El Carmen, -  
Palma, etc., etc. Estas y muchas más, en cierto modo, pueden-  
considerarse que fueron una prolongación del comercio en vía públi-  
ca que se generó hace muchos años en la zona de Tepito y La -  
Lagunilla. Centros distribuidores primeramente de calzado y -  
ropa, principalmente y después en la década de los setentas -  
de mercancía de origen extranjero (fayuca); viejas casonas de  
Tepito se convirtieron en bodegas y sus dueños en prósperos -  
distribuidores de aparatos eléctricos, ropa, calzado, jugue-  
tes, adornos, etc. Una enorme demanda de "fayuca" provocó la-  
expansión de Tepito inundando muchas calles del Centro Histó-  
rico, generando a la vez una práctica muy común que consistió  
en el manejo de una gran cantidad de puestos por una sola per  
sona o familia a través de empleados.

La enorme cantidad de puestos semifijos,  
en el Centro Histórico, llegó a representar una gran competen  
cia con el comercio establecido, por lo que, muchos propieta-  
rios de este último optaron por establecerse también en vía -  
pública a través de empleados o mediante el otorgamiento de -  
mercancías a consignación. Esta competencia no fue privativa-  
del Centro Histórico; de hecho existe alrededor de la mayoría  
de los mercados públicos y con una gama muy amplia de giros,-  
lo que ha provocado una permanente tensión entre los estable-  
cidos y los de vía pública. Esta modalidad representa para mu  
chos propietarios de puestos un gran negocio, pues en un espa-  
cio de uno o dos metros cuadrados pueden ofrecer mercancía al

menudeo, pero también al medio mayoreo.

Así mismo representan un gran peligro, como los puestos fijos, cuando se trata de lugares donde se elaboran alimentos, por la falta de higiene y por el manejo de tanques de gas en la calle.

Finalmente, hay que decir que este tipo de comercio ha representado para los líderes de los comerciantes un importante poder económico porque, prácticamente, se dedican a vender los espacios que controlan, dando origen a una confrontación muy fuerte entre las diversas organizaciones que conviven en espacios contiguos. Confrontación que ha derivado, en forma permanente, en enfrentamientos violentos, cabe afirmar también que algunas autoridades delegacionales no están al margen de los negocios, enfrentamientos y corrupción que surgen a partir del control de los espacios de vía pública y de los propios comerciantes. La lucha que se da en las calles como producto de esta actividad ha trascendido, incluso, a la lucha entre partidos políticos.

#### FERIAS Y ROMERIAS

El comercio de vía pública que se realiza en ferias y romerías, tiene como uno de sus rasgos principales, el de ser de carácter temporal. Estas modalidades generalmente están ligadas a la historia, a las tradiciones y a la religiosidad del pueblo; aunque, cada vez con más frecuencia, se organizan ferias con intenciones estrictamente económicas; -- tal es el caso, por ejemplo, de la feria del mole en el pueblo de San Pedro Atocpan, en la delegación de Milpa Alta y la

feria del Nopal en esta misma delegación o las ferias de la -  
Alegria y de la Nieve, en la Delegación de Tláhuac, que año --  
con año cobran mayor interés e importancia, por la derrama --  
económica con la que se benefician estas localidades, o al me  
nos, los grupos de comerciantes locales que cada vez son más-  
poderosos económicamente.

Sin embargo, las ferias y romerías, en -  
el mayor de los casos, siguen teniendo una profunda motiva---  
ción histórica y religiosa. Hay colonias, barrios y pueblos -  
que resisten los embates de la vida moderna con todas sus for  
mas de consumo, y defienden sus tradiciones. En este sentido,  
es difícil valorar la contribución del comercio de vía públi-  
ca en la defensa de la cultura nacional y sus expresiones de  
consumo y comercialización, porque esta modalidad también tie  
ne entre sus rasgos el ser un comercio sustentado en la ven-  
ta de comida, antojitos, artesanías y juguetes tradicionales.

Ferias y romerías tales como las de la -  
Candelaria, en el barrio del mismo nombre; la fiesta de la --  
Virgen del Carmen, en San Angel; la fiesta del Señor de San -  
Juan, en el pueblo de San Juan de Aragón o la celebración de  
fiestas de carácter cívico en este mismo pueblo y en el ba---  
rrio del Peñón de los Baños; la Semana Santa, particularmente,  
en Ixtapalapa; la fiesta de la Virgen de Guadalupe o las fies  
tas de cada uno de los barrios de Xochimilco, Milpa Alta y --  
otras delegaciones; las fiestas patrias en todo el D.F. o las  
diciembrinas, destacadamente, en la Alameda Central y cientos-  
más que sería muy difícil de mencionar, son puntos de atrac--

ción, durante todo el año, de comerciantes de vía pública y que representan, en mayor o menor grado, conflictos de diversos tipos: por la diversidad de giros; por los negocios que se hacen con los permisos, tanto los líderes de los comerciantes, como por algunas autoridades delegacionales y por la competencia que se da entre diversas organizaciones por ganar los espacios temporales.

#### COMERCIANTES AMBULANTES

En esta categoría se ubican los comerciantes itinerantes, aquellos que tienen una permanente movilidad; por ejemplo, los tianguis y los mercados sobre ruedas, son de hecho, ambulantes, en la medida que se ubican en un lugar diferente cada uno de los días de la semana; sin embargo, tienen otros rasgos que los distinguen de esta modalidad.

Los ambulantes tienen además otras características: son, en su generalidad, comerciantes que manejan pequeños montos de inversión y obtienen en consecuencia, ganancias mínimas. Así mismo, la mayoría son trabajadores independientes, en el sentido de que, no necesariamente, están sujetos a una organización. Son los herederos de los antiguos pregoneros, ya prácticamente en extinción en las grandes ciudades.

Los comerciantes dedicados a esta modalidad manejan los más variados giros, desde quienes venden frutas o verduras en un pequeño carrito de mano, hasta quienes afilan cuchillos, tijeras, navajas, etc., que si bien no ven



den una mercancía, sí ofrecen un servicio, o aquellos que a --  
bordo de un triciclo venden helados, raspados, tamales, atole,  
o bien, los aboneros, globeros, paleteros, carpinteros que venden  
muebles rústicos y los transportan en un diablito; o los-  
vendedores de chicles o de baratijas de importación en los --  
cruceiros más concurridos y cada día se van volviendo parte --  
del entorno urbano; o los famosos "toreros", que con una peque  
ña manta se establecen en alguna banqueta y que, en cualquier  
momento, están expuesto a ser "levantados" por los "camionete-  
ros".

#### CANTIDAD Y DISTRIBUCION ESPACIAL DE LOS COMERCIANTES DE VIA - PUBLICA.

Difícilmente puede saberse, con preci---  
sión, la cantidad de vendedores de vía pública que existen-  
en la actualidad en el D.F., por las siguientes razones: 1).-  
es un fenómeno que, dadas las circunstancias económicas por -  
las que atrvieza el país, como son: un agudo desempleo, bajos  
salarios, una exigencia mayor cada vez de mano de obra califica  
cada, etc., tiende a crecer todos los días y, en consecuencia,  
hay, en cada momento, una alteración cuantitativa de dicho fenóme-  
no. 2).- Dadas las características específicas de algunas mo-  
dalidades, como son, los que ejercen el comercio itinerante,  
difícilmente se puede tener un registro puntual de la totali-  
dad de comerciantes, precisamente por su permanente desplaza-  
miento. 3).- Generalmente los padrones que registran las di--  
versas organizaciones de comerciantes ante las autoridades de  
legacionales no reflejan la realidad, pues los abultan o los

adelgazan de acuerdo a sus intereses. Así, si alguna organización de tianguistas consigue que le autoricen un padrón de -- 100 comerciantes, por ejemplo, en sus diferentes ubicaciones - de cada uno de los días de la semana, hay vendedores que por costumbre no asisten a su zona de trabajo determinados días; - entonces, el dirigente ubica a otros, que no aparecían en el padrón en el momento del registro, resultando que, en realidad, existen más comerciantes que los autorizados, aunque en determinado momento pueda estar trabajando el número convenido con la autoridades. 4).- También suele suceder que por --- acuerdos, no muy honestos a veces, entre líderes y autoridades delegacionales, al momento de autorizar una relación de - comerciantes, se conviene un número mayor al existente con el objetivo de cubrir en el futuro los lugares faltantes, incorporando a nuevos vendedores. 5).- Se da el caso, por otro lado, que con los permanentes e interminables conflictos entre diversas organizaciones de comerciantes que se disputan determinadas zonas de trabajo, cada una de ellas sostiene controlar equis número de comerciantes, de tal manera que siempre - tratan de arrebatarse espacios y cuando se realiza la inspección ocular, por parte de las autoridades, para definir alguna disposición al respecto, sucede lo que en los recuentos entre diversas organizaciones obreras que se disputan la titularidad de un contrato colectivo de trabajo, hechan mano de algunos aliados para tratar de prevalecer sobre el contrario.

Por eso, tratándose del número de comerciantes de vía pública, ya sea del D.F. en su conjunto o de alguna Delegación, es muy difícil señalar cantidades exactas, -

más bien debe hablarse de números, más o menos, aproximados.

Además, no hay una definición universalmente aceptada entre quienes se han dedicado al estudio de este fenómeno, que aún son pocos, o de quienes están involucrados directamente, como los líderes de los comerciantes de cada una de las modalidades del comercio callejero. Así, por ejemplo, y es lo más común, se le denomina ambulante a todo el comercio de la calle, aunque se trate de comercio fijo o semifijo; o sin hacer la aclaración necesaria sólo se toman en cuenta algunas modalidades en las estadísticas, dando la impresión de que se abarca la totalidad de este fenómeno.

Por ello, cuando alguien se acerca al estudio del comercio de vía pública, comienza a observar las cantidades, tan marcadamente diferentes que manejan las autoridades, los organismos de la iniciativa privada o los estudiosos del tema. Bajo las anteriores observaciones, me propongo a dar una idea de la cantidad de comerciantes de vía pública y su distribución espacial en el D.F.

De acuerdo a los resultados definitivos del XI Censo General de Población y Vivienda de 1990, en el D.F. había en ese año: 95,002 "vendedores ambulantes y trabajadores que realizan sus actividades de comercialización" que "no cuentan con un establecimiento fijo donde realizar sus actividades o razón social de referencia; es decir, no representan a empresa alguna "Incluye también a boleros, lava para brisas, cuida coches, tragafuegos, etc. Si a estos ambulantes les sumamos los comerciantes de vía pública registrados en --

COABASTO, de acuerdo al cuadro número uno, tenemos un total - de 283,420 de comerciantes de vía pública. Es de destacarse - también que el núcleo más grande de comerciantes está ubicado en la modalidad de tianguis, con 128,074 oferentes; le siguen en importancia numérica los ambulantes, hasta lle-- gar a los mercados sobre ruedas que tienen el menor número -- con 8,597.

Quiero hacer otra presición; en el cuadro anterior no aparecen la Delegación Cuauhtémco, ni la Venustia no Carranza, entre otras, en cuanto al número de oferentes en concentraciones sin embargo, fueron las delegaciones que lle- garon a enfrentar el mayor problema de comerciantes de vía pú blica y que, en su gran mayoría ahora están reubicados como - ccomerciantes establecidos, de tal manera que, de acuerdo tam- bién a fuentes oficiales (1) deben aumentarse, cuando menos, - 10,000 comerciantes de vía pública en la Cuauhtémoc y 2,500 - con la Venustiano Carranza, para hacer un total de 295,920, - en 1991, año al que correspondan dichas cifras, aunque a par- tir de septiembre de 1993, habría que restarle el mismo núme- ro, precisamente por la reubicación.

CUADRO No. 1

NUMERO DE ESPACIOS Y OFERENTES DEL  
COMERCIO DE VIA PUBLICA Y SU RELACION  
CON LA POBLACION EN SU DISTRIBUCION TERRITORIAL  
EN EL D.F.

Distrito Federal	Población % del Total	No. de Conce- pciones	No. de Comer- cios	No. de Tintu- guis	No. de Oferten- tes	No. de Mercado s/ruedas	No. de Oferten- tes	No. de Puestos Metálicos en via pública*	No. de Puestos Asistidos	Trabajadores Ambulantes	Territorio % del Total
1. Alvaro Obregón	7.81	9	475	67	5,452	8	1,059	496	293	4,717	6.30
2. Azcapotzalco	5.76	3	475	45	5,883	4	516	744	590	4,089	2.30
3. Benito Juárez	4.95	-	-	59	6,349	3	389	1,116	841	2,176	1.80
4. Coyoacán	7.77	7	628	97	16,083	5	842	2,108	781	5,066	3.60
5. Cuajimalpa	1.45	4	130	11	1,154	1	109	-	71	683	4.80
6. Cuauhtémoc	7.24	-	-	49	5,826	5	705	1,364	1,156	13,873	2.20
7. Gustavo A. Madero	15.4	16	1,690	162	28,596	10	1,847	1,500	1,682	16,632	5.80
8. Iztacalco	5.4	8	1,124	33	5,546	4	473	1,488	3,097	6,970	1.50
9. Iztapalapa	18.1	89	7,017	169	35,843	5	922	-	160	19,425	7.80
10. Magdalena Contreras	2.37	-	-	21	1,801	2	340	-	18	1,112	4.60
11. Miguel Hidalgo	4.94	1	702	36	2,798	4	623	3,250	842	3,396	2.80
12. Milpa Alta	0.77	-	-	1	218	-	-	-	19	515	18.70
13. Tlalhuac	2.55	-	-	6	621	3	174	-	215	1,852	6.20
14. Tlalpan	5.89	8	330	69	5,707	4	510	372	215	2,561	20.80
15. Venustiano Carranza	6.31	-	-	32	5,263	1	88	1,240	1,095	9,168	2.30
16. Xochimilco	3.29	10	704	23	934	-	-	330	178	2,767	8.10
TOTALES	100	155	12,675	880	128,074	59	8,597	*** 14,008	* 11,056	** 95,002	100.00

FUENTE: Elaborado por el autor.

\* Tomado de: "Economía Informal" segunda edición actualizada, - Edif. CANACO, Méx. 1988 pág. 31

\*\* Tomado de: "Resultados Definitivos XI Censo Nacional de Po- blación 1990, INEGI, Estadísticas Básicas Comerciales por- Delegación D.D.F.

\*\*\* Para el efecto de contabilidad el número de oferentes en- estos puestos, se tomaron 2 como promedio. Este hecho deri- vado de una observación directa.

- El resto de: "Estadísticas Básicas Comerciales por Delega- ción," D.D.F.

## LS DISTRIBUCION ESPACIAL

La distribución espacial del comercio en vía pública en el D.F. se explica, según mi opinión, por la combinación de diversos factores, entre los que destacan:

1.- La población en cuanto a su asentamiento y desplazamiento interno. 2.- Por una larga tradición histórica y 3.- Por el equipamiento urbano de tal o cual zona o Delegación Política.

En efecto, si se observa el cuadro Número 1 se puede llegar a las siguientes conclusiones: Las delegaciones del centro, norte, noroeste y noreste, es decir: Benito Juárez, Iztacalco, Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Azcapotzalco, Venustiano Carranza y Gustavo A. Madero que concentran el 50.04% de la población del D.F., en una área que representa el 18.7% del total del territorio de la entidad.

También concentran un gran porcentaje del comercio en vía pública: tienen el 47.2% de tianguis; 52% de mercados sobre ruedas; 76% de puestos metálicos; 84% de puestos aislados y 59% de ambulantes de todo el D.F.

En cambio las delegaciones: Xochimilco, Tlalpan, Tláhuac, Milpa Alta, Magdalena Contreras y Cuajimalpa, ubicadas en el oriente, poniente, sur, sureste, suroeste, con un mayor porcentaje del territorio del D.F. pero con menor población, pues entre todas reúnen el 63.2% del total del territorio y el 16.32% de la población, tienen así mismo, un porcentaje menor del comercio en vía pública, pues dan cabida al 14.8% de tianguis; aproximadamente al 10% de mercados sobre ruedas; a 6.4% de puestos aislados y el 9.9% de ambulantes.

Esto es así porque el fenómeno del comercio de vía pública es, eminentemente, un problema de tipo urbano, que en el D.F. se puede objetivamente palpar, pues las delegaciones agrupadas en segundo lugar, coinciden en integrar las áreas rurales, dedicadas en un gran porcentaje a las actividades del sector primario de la economía como: la agricultura, silvicultura, floricultura, crianza de animales o de áreas de reserva ecológica y por lo tanto, sus mecanismos de comercialización tienen rasgos tradicionalistas; es decir, a través de los mercados públicos y de las permanentes ferias, romerías, tiendas y tendajones que coinciden con la división en pueblos y barrios con tradiciones ancestrales y que, como afirmé, en otra parte de este trabajo, son un valuarte en la defensa de la cultura nacional. En contraste con las primeras que integran el área urbana por excelencia y donde la tradición del comercio de vía pública profundamente arraigada, como es el caso del Centro Histórico, que comparten las delegaciones de Cuauhtémoc y Venustiano Carranza, pero que dada su importancia será motivo de un tratamiento especial.

En lo que corresponde a las delegaciones de Iztapalapa, Coyoacán y Alvaro Obregón, situadas al oriente, Sur, y poniente de la ciudad, debo mencionar lo siguiente: la delegación de Iztapalapa tiene el más elevado número de concentraciones, de acuerdo con el cuadro citado anteriormente, también, el más elevado número de ambulantes, el mayor número de tianguis y es el área que concentra más población en el D.F. Lo anterior es el resultado del acelerado crecimiento de

la ciudad hacia el oriente y el retraso en la dotación de ser vicios y construcción de infraestructura ccomercial, porque, -- teniendo un poco menos de la quinta parte de la población total del D.F. , apenas cuenta con 20 mercados, en cambio la -- Gustavo A. Madero, con el 15.40% de la población cuenta con - 53 mercados.

Coyoacán es un caso diferente, pues cuenta con un equipamiento urbano muy importante, sin embargo, co mo se afirma en : "México la Ciudad más Grande del Mundo"; -- "Actualmente se registra una acelerada substitución del suelo originalmente dedicado a la vivienda por el destinado al co-- mercio y los servicios" (2) Por esta razón se observa un elevado número de puestos metálicos y de tianguis. Por último, - Alvaro Obregón, es una de las delegaciones políticas que más-- contrastes socioeconómicos presentan, pues, por un lado, hay-- asentamientos humanos de los sectores económicos más poderosos del país; y por otro, asentamientos de población típicamente-- marginados y donde son escasos los servicios urbanos y la infraestructura. Es, en éstos últimos, donde se ubican un importante número de concentraciones, de tianguis y de mercados so bre ruedas.

Por otro lado, la presencia territorial - del comercio de vía pública, debe observarse asimismo, desde-- la perspectiva de los espacios que sirven como puntos de con-- centración humana, de tal manera que esto manifiesta también, la irregular distribución del fenómeno hacia dentro de las de legaciones, y la conformación de áreas o zonas de trabajo que



involucran a más de una demarcación política. Concentraciones humanas como: los mercados públicos, parques y jardines, estaciones del metro, plazas públicas, centros deportivos, sitios de recreo, zonas donde se concentra el comercio establecido, oficinas públicas o bases de las rutas de transporte urbano o terminales de camiones foráneos, etc. Aunque también hay que tomar en cuenta que algunas de las grandes concentraciones de comerciantes están ligadas a la tradición comercial de tal o cual zona de la Ciudad.

Famosos son los tianguis y mercados sobre ruedas que se instalan los domingos en la colonia San Felipe de Jesús, en la Delegación Gustavo A. Madero; el tianguis de la colonia Cuauhtemoc Barrio Alto, los días sábados, en la misma delegación o el de la colonia Lomas de Plateros, también los sábados, en la Delegación Alvaro Obregón; el de la calle Victoria, en la colonia Estrella, en la delegación Gustavo A. Madero; el de San Francisco Culhuacán, en la calle de Cafetales los días sábados y domingos en la delegación de Coyoacán o el de la colonia Vicente Guerrero los sábados, en la delegación de Iztapalapa, etc, etc. Estas modalidades están orientadas esencialmente, al abasto de productos perecederos de primera necesidad.

Los puestos fijos, semifijos y los vendedores ambulantes tienen una presencia muy acentuada, prácticamente, en todas las estaciones del Metro y son fuente de innumerables conflictos. Entre las que se observan con mayores problemas son: Pantitlán, Zaragoza, Pino Suárez, San Cosme, Insurgentes, Chapultepec, Tacuba, Basílica, La Villa, La Raza,

Oceanía, Tlatelolco, Zapata, Universidad, Taxqueña, Tacubaya- e Indios Verdes. Se agudizan los problemas porque son a la -- vez estaciones del Metro, bases de autobuses, minibuses y com- bis; además zonas de comercio establecido o asiento de insti- tuciones de diversa índole.

Por muchos años los comerciantes de vía - pública invadieron los pasillos del metro, y en algunas oca- siones, llegaban hasta los andenes, situación que se prestó a graves dificultades entre los usuarios de este medio de trans- porte y los comerciantes y entre éstos y los elementos de se- guridad, hubo críticas y comentarios en la prensa. Se hablaba de permanentes enfrentamientos a golpes entre los elementos - de seguridad, y los comerciantes: también se hablaba de abusos y extorsión de los primeros sobre los segundos. El hecho es - que, hasta que un comerciante de la estación del Metro Indios- Verdes mató a balazos a un usuario por haber, este último, - atropellado la mercancía del primero, no se tomó la decisión- de expulsar a este tipo de vendedores de las instalaciones de este medio de transporte. Sin embargo, es difícil que se pue- da controlar a los ambulantes llamados bagoneros, es decir, - aquellos que subrepticamente introducen mercancía y la llegan a ofertar a los usuarios de este transporte en los bagoneros.

También se desarrollan muchos conflictos- entre los locatarios y los vendedores que realizan el comer- cio de vía pública. Las causas fundamentales son: la obstruc- ción a los accesos e invasión de los pasillos de los mercados y lo que los comerciantes establecidos llaman: "competencia -

desleal", pues argumentan estos últimos, que mientras ellos - tienen múltiples obligaciones que cumplir en cuanto a impuestos, pago de servicios y normas de seguridad e higiene, los - de vía pública no tienen ninguna y al manejar los mismos giros - obtienen mayores ventajas en su comercio; además, la ---- clientela, al enfrentarse a diversos obstáculos para llegar - al interior de los mercados, prefieren adquirir sus mercan--- cías con los de vía pública. Estos enfrentamientos, que son - permanentes, fueron expuestos, tanto por los comerciantes callejeros como por los locatarios, durante el "Foro de Consulta Pública Sobre el Comercio en la Vía Pública", realizado -- por la Comisión de Abasto de la I Asamblea de Representantes del Distrito Federal, durante los meses de febrero y marzo de 1990. En torno a estos problemas se asienta el "Resumen de las Cinco Audiencias del Foro de Consulta Pública sobre el Comercio en Vía Pública y Conclusiones": "Al igual que los comerciantes establecidos, los locatarios se refieren a la competencia desleal que practica el ambulante. Proponen que se - reglamente la actividad tanto de los tianguistas, como de las concentraciones de puestos semifijos y ambulantes. Demandan - que éstos sean reubicados en lugares apropiados y a cierta -- distancia de los mercados públicos, o bien que se remodelen o se construyan nuevos mercados con dos o más pisos para darles alojamientos". En cuanto a las concentraciones de puestos semifijos, que rodean a los mercados, en el mismo documento se afirma: "Dada la diversidad de situaciones y organizaciones - que prevalecen al interior de este sector en particular, sus-

propuestas de solución tienden fundamentalmente a la búsqueda del reconocimiento legal y la seguridad para ejercer esta actividad".

Los puestos fijos metálicos que a veces aparecen aislados o en concentraciones con los semifijos, tienen una cobertura bastante amplia en todo el D.F., estos puestos, generalmente están destinados a la venta de alimentos -- preparados como tacos, mariscos, jugos y licuados, representan graves peligros por la dudosa higiene con la que preparan sus productos y por el uso de gas en la vía pública.

#### LAS ORGANIZACIONES DE LOS COMERCIANTES DE VIA PUBLICA

Los comerciantes de vía pública se organizan en asociaciones civiles a partir del giro, modalidad, espacio donde realizan sus actividades, situación laboral, incluso, por su condición de minusválidos. El número de organizaciones es, francamente muy grande, lo que revela la gran -- atomización gremial de estos trabajadores; además es muy difícil saber con precisión el número de organizaciones. Quienes tendría la posibilidad de conocer en detalle el número serían las delegaciones políticas, elaborando los padrones en forma precisa; sin embargo, tal parece que no todas, tienen dichos padrones, al menos no con la precisión que se requiere. Otra institución sería COABASTO, ésta tiene la información aunque de una manera parcial. También sería posible encontrarla en Relaciones Exteriores, pero sucede que hay organizaciones que afirman llamarse de tal o cual forma, sin tener el protocolo correspondiente.

Con el objeto de dar una idea de la situación organizacional de los comerciantes de vía pública, me -- referiré en seguida a un informe estadístico que elaboró la -- delegación Venustiano Carranza en abril de 1990. El total de -- comerciantes en esta demarcación era de 8,148. De ellos, --- 7,683 organizados en alguna agrupación, y 465 aparecían como -- independientes. Las organizaciones eran las siguientes: "Aso- -- ciación de Comerciantes Ambulantes y Puestos no Asalariados -- de Corregidora, A.C.", 336 miembros; "Unión de Comerciantes -- Semifijos y Ambulantes de Artículos Varios en el D.F.", 252 -- miembros ; "Consejo de Vendedores Ambulantes, Locatarios, --- Tanguistas y no Asalariados, A.C.", 427 miembros; "Unión de -- Expendedores de Tacos y Antojitos Mexicanos del D.F." 858 --- miembros; "Confederación Cardenista de Organizaciones Popula- -- res", 624 miembros; "'Unión de Comerciantes en Pequeño, Merca -- do Merced y Anexos", 16 miembros; "Unión de Comerciantes Semi -- fijos y Ambulantes Gral. Heriberto Jara,", 94 miembros; ----- "Unión de Comerciantes Fijos y Semifijos del D.F., A.C.", 79- -- miembros; "Asociación Civil de Comerciantes en Pequeño", 31 -- miembros; "Unión de Comerciantes Neveros de Diversos Giros -- del D.F.", 37 miembros; "Asociación Mexicana de Comerciantes- -- de los Mercados del D.F., A.C.", 9 miembros; "Unión de Expen- -- dedores de Cigarros y Dulces del Exterior de los Cines y Simi -- lares", 19 miembros; "Unión de Comerciantes del Mercado de la -- Merced 21 de marzo", 66 miembros; "Unión de Comerciantes en --

Pequeño del Exterior de los Cines, Teatros y Puestos Aislados del D.F.", 13 miembros; "Sección de Comerciantes en Pequeño, - Loct. de Mercados Fijos y Semifijos del D.F.", 179 miembros; - "Unión de Productos de Hierbas Medicinales, Frutas, Legumbres, Juguetes, Artesanías de Temporada en Tianguis y Ferias, Fijos y Semifijos del D.F.", 182 miembros; "Organización de Vendedores Ambulantes del XIII Distrito", 82 miembros; "Unión de Comerciantes Ambulantes de Venustiano Carranza", 60 miembros; - "Unión Nacional de Artistas", 27 miembros. 19 organizaciones - y 56 líderes reconocidos, esto es así porque hay núcleos de - comerciantes que formalmente reconocen a una organización, pe - ro obedecen a un líder que se maneja con mayor o menor inde - pendencia de la organización formal.

Es tal la cantidad de organizaciones de - comerciantes que COBASTO registraba en 1990, sólo en la modali - dad de tianguis, 110 agrupaciones de un total de 1,066 ubica - ciones y 83,305 oferentes. Es decir, un promedio de 9.6 ubica - ciones y 757 oferentes por organización.

Una idea global sobre las organizaciones - de invidentes que tienen una gran importancia dentro del co - mercio de vía pública en el D.F., nos la proporciona el Resu - men de las Audiencias sobre el Comercio en Vía Pública reali - zado por la I Asamblea del D.F., documento al que ya me refe - rí más arriba: Dicho sector se encuentra agrupado en las si - guientes organizaciones: Asociación Nacional de Invidentes -- Comerciantes, A.C.; La Coordinadora de Vendedores Invidentes - del Centro y la Asociación Comercial, Deportiva y Cultural -- para Invidentes y Débiles Visuales".

En el mismo documento, pero en relación a las concentraciones de puestos semifijos, se afirma: "Cabe señalar - que este sector se encuentra representado por cerca de 40 organizaciones que tienen cobertura a nivel del Distrito Federal y su fuerza e importancia radica en el tipo de zona en - donde se asientan. Destacando dentro de ellas las siguientes:

En el Centro Histórico: La Asociación Cívica y Comercial de la Antigua Merced (comandada por Guillermina Rico); La Asociación Legítima, Cívica y Comercial (dirigida por Alejandra Barrios); La Confederación de Organizaciones de Comerciantes de la Zona Económica de Tepito y Distrito Federal. Todas ellas, asociadas al Partido Revolucionario Institucional y la Coordinadora de Organizaciones de Comerciantes Ambulantes del Centro Histórico de la Ciudad de México -- (COCA). Aunque disímolas en apariencia, todas coinciden en -- demandar el respeto a la existencia del comercio en la vía -- pública y de sus organizaciones.

En las Delegaciones periféricas sobresalen la Asociación de comerciantes de la Villa, la Federación Progresista y Comerciantes en Pequeño "Ricardo Flores Magón"-A.C.; la Confederación de Comerciantes y Organizaciones Populares de la República Mexicana; la Agrupación de Comerciantes Organizados en Pequeño, A.C., la Federación Nacional de Comerciantes Industriales Mexicanos en Pequeño y la Unión de Comerciantes no Asalariados en Pequeño de la República Mexicana,-- A.C.. Al igual que las primeras demandan garantías para su -- permanencia y respeto a sus Organizaciones"

## LA RENTABILIDAD DEL COMERCIO DE VIA PUBLICA

Algunos estudios que se han realizado en torno al comercio de vía pública han clasificado a éste como de baja y de alta rentabilidad, dependiendo de los montos de inversión y de las utilidades obtenidas. Bajo esta perspectiva, el comercio de vía pública de subsistencia está relacionado, fundamentalmente, con el llamado ambulante, es decir, el que se realiza en los cruceros y que expende: chicles, --- dulces, juguetes, flores, artesanías y algunos productos de importación. También tiene presencia en tianguis y mercados sobre ruedas y en puestos semifijos. En realidad, es una amplia gama de productos que están relacionados con este tipo de comercio, entre los que pueden mencionarse: antojitos, yerbas, frutas y legumbres, jugos, atole y tamales, nieves, gelatinas, mercería, tortillas, etc.

En cambio, el de alta rentabilidad se relaciona con productos de importación; principalmente, con aparatos electrónicos, ropa, juguetes, etc. Aunque también hay que aclarar que como afirmé más arriba, la alta o baja rentabilidad está en función con los montos de inversión.

En efecto, para iniciarse en el comercio de vía pública, de subsistencia no se necesita más que unos cuantos pesos, más o menos, dependiendo de la mercancía que se vaya a comercializar y de la modalidad que se pretenda practicar. Si se trata del comercio ambulante, no se necesita más que tomar las mercancías y lanzarse a las calles y, eventualmente, pagar una "mordida" a los inspectores de vía públi



ca para no ser moletados. Si se pretende conseguir una ubicación en un tianguis o mercado sobre ruedas, entonces además de la adquisición de las mercancías se tiene que darle una cuota especial al líder para empezar a vender; además de una contribución regular, amén de otras contribuciones, tales como: el pago de la credencial, derecho de uso de suelo, la contribución para la compra del regalo al director de mercados de la delegación, etc. Ahora bien, si se opta por el comercio de alta rentabilidad, además de todo lo anterior, se requiere de acuerdo a un estudio realizado por la CANACO en 1987, para un puesto metálico de alimentos: "una inversión estimada de \$1,000,000.00 a \$3,000,000.00 . En un tianguis - bazar: "La inversión necesaria para la adquisición de un puesto de este tipo, oscila entre \$2,000,000.00 y 4,000,000.00 además de que una vez que empieza a operar, debe pagar su propietario una cuota semanal de \$1,000.00 a 1,500.00 aproximadamente".(3)

En otros estudios de la misma CANACO realizado un año después, es decir, en 1988, sobre este mismo aspecto, se afirma lo siguiente: "El estrato de mayores ingresos económicos es el que comercializa artículos de importación ilegal, espeicalmente aparatos electrónicos. Estas mercancías son de mayor valor monetario, requiriéndose elevadas inversiones para su adquisición. Su margen de utilidad sobre el precio de venta se calcula entre el 50 y 60%." "El giro de ropa y calzado es considerado en el comercio de alta rentabilidad, con un rango de utilidad del 30 al 50%. Se utilizan inversiones considerables que se reflejan en una gran variedad de productos. Este giro emplea mercancías de origen nacio

nal en su mayor parte, puesto que comparativamente son de menor precio que las importadas en forma ilegal. Se observa que sus adquisiciones las obtienen preferentemente de productores informales que les ofrecen precios menores a los de las fábricas con registro".

"Otro de los giros de altos ingresos es - el de Bisutería. Sus niveles de inversión son reducidos en -- comparación con los anteriores, pero observa márgenes de utilidad del 10 al 40% . Tiene una adecuada rotación de mercancías al manejar productos de consumo generalizado, tales como artículos de uso personal y para el hogar, lo que les garantiza una amplia demanda" (4)

Todo lo anterior revela que dentro del comercio de vía pública existe una marcada diferenciación social entre quienes logran hacer verdaderas fortunas y quienes viven, permanentemente, en la pobreza. Esta diferenciación -- llega a tal grado de que en la vía pública existen patrones y empleados o propietarios y arrendatarios . El origen de esta -- situación está en una serie de mecanismos que tienen que ver con la reproducción de las relaciones sociales de producción -- que se dan hacia dentro de todo el aparato productivo; pero -- también, y en forma específica, en la tradición familiar, la localización de los puestos, la oportunidad en la inversión -- y, en los últimos años, la dedicación masiva de los desempleados en el comercio callejero. Algunos de estos problemas se-- rán desarrollados en forma un poco más amplia en el siguiente apartado.







EL COMERCIO DE VIA PUBLICA EN EL CENTRO HISTORICO DE LA  
CIUDAD DE MEXICO.

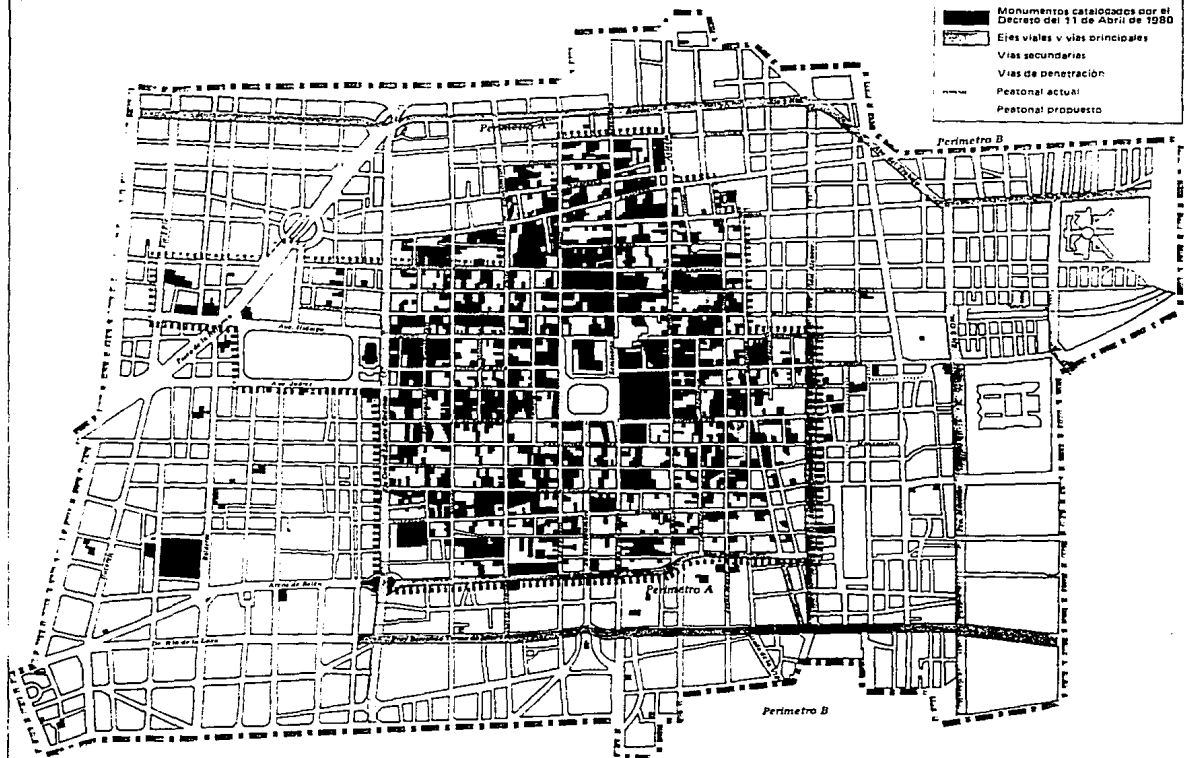
Aunque al momento de redactar este apartado, las autoridades del Departamento del Distrito Federal, en combinación con la II Asamblea de Representantes ya han tomado una serie de medidas que pretenden resolver el problema del comercio de vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México, dadas las dimensiones que llegó a tener este fenómeno en el área mencionada, en seguida expondré algunos problemas que generó el llamado "ambulante" y las soluciones planteadas, a mí me parecen, serán pasajeras.

El Centro Histórico de la Ciudad de México comprende 778 manzanas asentadas en 9.1 Km<sup>2</sup>. -- Esta área está subdividida por dos perímetros: el A y el B. -- "En términos generales el perímetro A abarca el área que cubre la ciudad desde sus orígenes prehispánicos hasta el final de la época virreynal. El perímetro B comprende las ampliaciones hasta el último cuarto del siglo XIX". (6) (Veáse el siguiente plano).

# EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE MEXICO

## SIMBOLOGIA

-  Monumentos catalogados por el Decreto del 11 de Abril de 1980
-  Ejes viales y vias principales
-  Vias secundarias
-  Vias de penetración
-  Peatonal actual
-  Peatonal propuesto



En el Centro Histórico se conjugan diversos factores que estimularon, en los últimos años, el desarrollo del punto más complicado y conflictivo del comercio en -- vía pública del D.F., el que vino a potenciarse con la crisis económica que se desarrolló en la última década. Factores como: una amplia, variada y tradicional zona comercial; la concentración bancaria más importante de la ciudad y del país; - una gran zona restaurantera, turística, de servicios, indus-- trial, habitacional y de paso obligado para un porcentaje muy elevado de personas que se desplazan del sur al norte de la - ciudad.

En efecto, dentro del perímetro del Cen-- tro Histórico están ubicados los barrios con mayor tradición-- comercial de la ciudad como son: La Merced, La Lagunilla y -- la misma Plaza de la Constitución y sus alrededores que han - sido, históricamente, un importante espacio de compra venta, - como se explica en el primer capítulo de este trabajo, lo que, al margen de todo el conjunto de factores ya mencionados arri-- ba, constituye en sí mismo el polo de atracción comercial más importante de la ciudad.

La concentración de monumentos históricos y de inmuebles dedicados a las más diversas actividades nos - la expone el Arq. Ricardo Rodríguez, cuando afirma: "el decre-- to de 1980 -se refiere al Decreto del 11 de abril- de 1980- mediante el cual, el Gobierno Federal declaró Zona - de Monumentos Históricos el Centro Histórico de la Ciudad de México, señala:

- 67 Monumentos religiosos
- 129 Monumentos con declaratoria individual
- 542 Monumentos incluidos por los ordena---  
mientos de la Ley del 6 de mayo de 1972
- 743 Edificios valiosos que deben ser con--  
servados.
- 11 Edificios con valor ambiental
- 6 Templos modernos
- 17 Edificios ligados a hechos o personajes  
históricos
- 78 Plazas y jardines
- 19 Claustros
- 26 Viviendas o monumentos conmemorativos
- 13 Museos o Galerías, y
- 12 Sitios con pintura mural.

Continúa más adelante: " A través de los-  
años el Centro Histórico ha venido sufriendo modificaciones -  
en cuanto al destino original y uso de cada unc de los inmue-  
bles llegando a contemplar que a la fecha el equipamiento ur-  
bano se clasifica de la siguiente manera:

TOTAL DE PREDIOS	6,890
PREDIOS EN RENTA CONGELADA	299
VIVIENDAS EN RENTA CONGELADA	2,616
COMERCIO BASICO	245
SERVICIOS DE ALIMENTACION	619
ALIMENTOS Y BEBIDAS	171
VENTAS, RENTA DE VEHICULOS Y MATERIALES	176
TIENDAS DE AUTOSERVICIO	22

MATERIALES DE CONSTRUCCION	7
BODEGAS	258
ESTACIONAMIENTOS PUBLICOS CON 10,500 CAJONES.	187
SUCURSALES BANCARIAS	94
HOTELES Y MOTELES	146
MUSEOS	11
VIVIENDA	2,706
CENTROS COMERCIALES	3
TIENDAS DEPARTAMENTALES	5
CENTROS CULTURALES	4
BIBLIOTECAS PUBLICAS	48
CINES	16
AUDITORIOS	12
INDUSTRIAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS	144
TALLERES	44
	(6)

Este es el espacio y algunos de sus rasgos, donde se desarrolló el más complicado problema de comercio de vía pública de la capital de la República, teniendo detrás una larga historia.

Una parte esencial de esa historia, es -- la de las reubicaciones de los vendedores de vía pública, --- siempre con el anhelo de las autoridades en turno, de acabar con este fenómeno. La última acción de trascendencia en este sentido fueron las reubicaciones de los años de 1956 a 1958, cuando se construyó, prácticamente, toda la infraestructura -

de mercados que existen hasta hoy. A este respecto hay diversos testimonios, como los siguientes:

Del señor Eduardo Amaya Díaz, locatario - del mercado de la Merced: "Antes de que existiera este mercado todos los comerciantes vendíamos en las calles del Centro, San ta Escuela, Corregidora, Roldán, Alhóndiga, llegábamos casi - hasta Jesús María; entonces esta última calle era un área muy grande". (7)

De la señora Amada Martínez carbajal, locataria desde su fundación del mercado Sonora: "Cuando hicieron cambios al mercado nosotros vendíamos en Jesús María, éra mos comerciantes ambulantes. Entonces, nos empadronamos, nos tomaron el nombre correcto para proponernos nuestros lugares" (8).

De Don Manuelito Zafra, locatario desde - su fundación del Mercado Jamaica: "El mercado Jamaica estaba en la Viga, entonces hicieron el nuevo cuando estuvo de gobernante el señor Ernesto P. Uruchurtu, él fue quien hizo el mercado. Ese nombre Jamaica, lo lleva desde que estaba en la Viga, frente a los cines Cuauhtémoc, (Sonora).

Los mercados públicos se hicieron para -- que la gente tomara o comprara sus alimentos como Dios manda, por eso fue que hicieron este mercado porque cuando estaban - en la Viga, ahí estaban en el suelo, igualmente como los de la Merced. También antes estaba el mercado de La Palmita, eran - puras barraquitas de madera y les hicieron este mercado público.



Aquí, por ejemplo, el mercado Jamaica estaba ahí en La Viga, La Merced estaba en Jesús María y Venustiano Carranza, y entonces, el nuevo lo hicieron más atrasito, entre los corredores y Anillo de Circunvalación hasta San Ciprián. La Palmita era lo que ahora es el anexo de La Merced, - que se dedica a todo lo de lámina.

En el período del Señor Uruchurtu se hicieron muchísimos mercados, dejó la ciudad limpia de vendedores ambulantes". (9)

Después de la reubicación de los comerciantes de vía pública durante los años ya señalados, volvió a manifestarse este fenómeno, y con el tiempo, se vino desarrollando en forma progresiva que, en ocasiones, se torno incontrolable. Confirmándose así la historia iniciada en la época colonial de reubicación y reaparición del comercio callejero.

Los primeros grupos de comerciantes de vía pública que reaparecieron en esta época se ubicaron, esencialmente, alrededor de los mercados de la zona de la merced y de las bodegas del mismo rumbo, aunque no fueron ajenos a este hecho, La Lagunilla y otros.

La decisión de las autoridades de no permitir más este tipo de comercio dio lugar en esta época, al desarrollo, en gran medida, del "toreo" y la corrupción entre los inspectores de vía pública y los líderes de los comerciantes.

Bien puede decirse pues, que el comercio de vía pública del CHCM, tal como lo conocimos, con todos sus

problemas, partió, en su última época histórica, de hace unos treinta y dos años, los cuales pueden dividirse en dos periodos: uno que va de 1960 a 1973 y otro de 1973 a 1992.

El primero puede caracterizarse por ser, generalmente, un comercio de baja rentabilidad; de conformación de las principales organizaciones de comerciantes y de una gran represión de las autoridades, sobre todo dirigido a los ambulantes y, en especial a los "toreros". El segundo: caracterizado por la incorporación del comercio de alta rentabilidad, consolidación de las organizaciones y un crecimiento explosivo debido a la crisis económica de los ochentas.

El primer período se inicia con la reaparición del comercio callejero, como ya lo afirmé, alrededor de los nuevos mercados contruidos por el DDF. El comercio de subsistencia como: frutas, verduras, dulces, tamales, antojitos, tortas, juguetes tradicionales, joyas de fantasía, mercancía, etc. , permanentemente se fue extendiendo hacia la plaza principal . Poco a poco fueron apareciendo los puestos metálicos, sobre todo, a partir de la autorización que les otorgó el Presidente: Adolfo Ruíz Cortínez, a los invidentes, en el año de 1957. Como las autoridades, al reubicar al comercio de vía pública en los espacios recién contruidos, habían anunciado su decisión de no permitir más el comercio callejero, fueron épocas de una gran represión contra los vendedores. Ante esta actitud de las autoridades, los comerciantes se comenzaron a organizar, naciendo en los alrededores del mercado de la merced las primeras organizaciones y que ahora

son las más fuertes. De esos años data el liderazgo de la --- señora Guillermina Rico, de Celia Torres o de Fernando Sán--- chez, aunque estos dos últimos líderes se fortalecieron, pasando los años, en las delegaciones periféricas.

Durante estos años, los comerciantes, en base a la organización, al enfrentamiento o a la concertación con las autoridades, progresivamente fueron obteniendo permisos para ocupar las calles. Desde luego, no está descartada la corrupción de líderes y autoridades delegacionales en la distribución de calles y zonas de influencia.

El segundo período se inicia con la importación ilegal de mercancía. Primero fué la importación hormiga de quienes iban a la frontera a traer algunos, juguetes, -- perfumes, etc.. Este sector de comerciantes que se dedicaron a la llamada "fayuca" fueron, progresivamente, acumulando poder económico, hasta que a principios de la década de los --- ochenta se convirtieron en grandes importadores, de tal manera que hasta la ciudad de México llegaban trailers con televisiones, videocaseteras, etc.. El centro distribuidor de fayuca, por excelencia, ha sido Tepito. Lugar desde donde comenzó a distribuirse a toda la ciudad, pero fundamentalmente, al Centro Histórico, en el que muchos comerciantes, y líderes en particular, cambiaron de giro y se dedicaron plenamente a la venta de productos de alta rentabilidad.

Este hecho fortaleció y consolidó la presencia de algunos líderes que, al mismo tiempo que aumentaban la cuota a los comerciantes dedicados a la venta de fayuca, ganaban espacios políticos.

La crisis iniciada en 1982 fortaleció al comercio de vía pública, por la rápida incorporación a esta actividad de los despedidos de diferentes ramas de la economía, tanto del sector público como del privado o de algunos sectores de la población que veían, rápidamente, perder poder de compra y combinar su empleo regular con el de comerciante-callejero, a esto contribuyó también el hecho de que, a partir del mes de mayo de 1987 se legalizaron las importaciones.

#### EL ASPECTO CUANTITATIVO DEL PROBLEMA

De acuerdo a un "Informe a la V Comisión de Abasto de la II Asamblea de Representantes del Distrito -- Federal " presentado el 10 de noviembre de 1992 por la Coordinación de COABASTO del DDF, el número de comerciantes de -- vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México era en ese momento de 12,500 vendedores, distribuidos en 307 manzanas, 164 calles y 1,881 cuadras, espacio ubicado en las delegaciones Cuauhtémco y Venustiano Carranza, correspondiendo a la primera 10,000 y a la segunda 2,500 comerciantes respectivamente.

La distribución de comerciantes por tipo de puesto y por giro, de acuerdo a Coabasto, se puede observar en los cuadros 2 y 3.

CUADRO No. 2

COMERCIANTES DE VIA PUBLICA POR TIPO DE PUESTOS EN EL CHCM		
	DELEGACION CUAUHTEMOC	DELEGACION VENUSTIANO CARRANZA
TIPO DE PUESTO	PORCENTAJE	PORCENTAJE
Fijos	5.7	9
Semifijos	90.9	87
Rodantes	3.4	4
Total	100.0	100.0

Fuente: Tomado de un informe de COABASTO a la ARDF.

CUADRO No. 3

COMERCIANTES DE VIA PUBLICA POR GIRO EN EL CHCM		
	Delegación Cuauhtemoc	Delegación Venustiano Carranza
GIRO	PORCENTAJE	PORCENTAJE
1.- Alimentos preparados	11	12.96
2.- Alimentos no preparados	11	37.22
3.- Ropa y Zapatos	30	15.35
4.- Bisutería y perfumes	10	2.33
5.- Aparatos eléctricos	5	7.5
6.- Casetes y discos	4	3.36
7.- Papelería y Art. Escolares	3	0.29
8.- Herramientas y refacciones	2	0.68
9.- Juguetes	4	1.58
10.- Combinaciones	2	4.68
11.- Otros	18	14.85
Total	100	100

Fuente: Tomado de un informe de COABASTO a la II ARDF.

Como puede observarse, los puestos semifijos tuvieron un porcentaje muy elevado en relación a las ---- otras dos modalidades y esto era fácilmente comprobable, con sólo hacer un recorrido por las calles de Colombia, Motolinía, Corregidora, Guatemala, Moneda, Palma, Etc., lo que había convertido a la 1,081 cuadras, donde se ubicaban estos comerciantes, en altamente conflictivas para la circulación vehicular y peatonal; por la competencia con los establecidos; por el - manejo de tanques de gas en la vía pública; por la evidente - falta de aseo en el manejo de los alimentos, especialmente -- los preparados; y por la confrontación entre las diversas organizaciones por el control de los espacios, etc..

En lo que se refiere a los giros, es de - detectar la diferencia que existía en cuanto a los porcenta--jes más elevados entre las dos Delegaciones.

Mientras en la Cuauhtémoc, predominaron - los giros de ropa y zapatos; en la Venustiano Carranza el más importante fue el de alimentos no preparados, con el 30% y el 37.22% respectivamente. Esto se explica, en mi opinión por la tradición comercial de esta área, pues mientras la merced que está ubicada en la Delegación Venustiano Carranza ha tenido - una amplia trayectoria como zona abastecedora de alimentos, - la parte del Centro Histórico de la Cuauhtémoc está más identificada con la comercialización del resto de giros.

También es de observarse que si se suman los porcentajes de los giros susceptibles de ser identificados con la llamada "fayuca" como son: bisutería y perfumes; apar-

tos eléctricos; cassetes y discos; herramientas, refacciones y juguetes, se verá el prodominio que tuvo el comercio de este tipo en la Delegación Cuauhtémoc, pues estos giros representaban el 25% del total en esta demarcación, mientras en la Venustiano Carranza llegan solamente al 14.65%. Aunque en lo que se refiere a los aparatos eléctricos el mayor porcentaje se comercializaba en ésta última Delegación, pues tenía el 7.50% del total, contra el 5% de la Cuauhtémoc.

#### LAS ORGANIZACIONES

En el CHCM existían, cuando menos, 65 organizaciones de comerciantes de vía pública (10) de las cuales las más representativas, según mi opinión, eran las siguientes:

"Organización Unida de Comerciantes del Distrito Federal". dirigida por: Magdalena Guzmán.

"Asociación Legítima, Cívica Comercial, A.C.", dirigida por: Alejandro Barrios Richard.

"Asociación de Comerciantes Pequeños Semifijos no Asalariados, Benito Juárez", dirigida por: Benito Chavarría Flores.

"Unión de Vendedores Ambulantes del Centro", dirigida por: Federico García Hernández.

"Asociación 16 de septiembre, A.C.", dirigida por: Maricela González Jiménez.

"Organización Nacional Popular de Invidentes y Videntes Emiliano Zapata", dirigida por: Martín Guzmán.

Antolino.

"Asociación Comercial Deportiva y Cultural para Invidentes y Visuales", dirigida por: Miguel Angel Huerta Sánchez.

"Asociación de Artesanos y Vendedores del Centro", dirigida por: Francisco Padilla López.

"Unión Cívica de Comerciantes de la Antigua Merced", dirigida por: Guillermina Rico González.

"Alianza Progresista de Comerciantes del Primer Cuadro del D.F., A.C.", dirigida por: Gabriel Rojad -- Tarín.

"Confederación de Comerciantes y Organizaciones Populares de la República Mexicana", dirigida por: Fernando Sánchez Ramírez.

#### EL REORDENAMIENTO DEL COMERCIO DE VIA PUBLICA EN EL CHCM.

La complicación que llegó a manifestar el comercio de vía pública en el CHCM y la presión que ejercieron diversos sectores de la población, para que se reordenara esa actividad, orillaron a las autoridades del Departamento del Distrito Federal, en julio de 1992 a comprometerse a que, en un año, resolverían, en forma definitiva, el problema del comercio callejero en esa importante área de la ciudad; para ello se formuló el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, el cual se incorporó a las tareas de COABASTO para su aplicación.



El PMCP contempló una área comprendida -- por el perímetro A y parte del perímetro B del CHCM. Dicha -- área contiene 1,081 cuadros, 164 calles y 307 manzanas de las Delegaciones Cuauhtémoc y Venustiano Carranza. En la primera había 10,000 comerciantes de vía pública y en la segunda ---- 2,500.

Para la aplicación del programa se buscaron 35 predios y se diseñaron los proyectos arquitectónicos -- correspondientes con el fin de convertirlos en plazas comerciales. El financiamiento de los proyectos se otorgó a través del Fondo de Desarrollo Económico y Social del Distrito Federal (FONDEDF) con recursos de NAFINSA y se otorgaron créditos a los vendedores de vía pública para la adquisición de sus locales. Para ello los interesados tuvieron que hacer un depósito de garantía equivalente al 10% del valor del local.

Con el propósito de completar la acción -- de las autoridades, la II Asamblea de Representantes del D.F., emitió un "Bando" el día 8 de julio de 1993, por medio del -- cual se prohíbe: "El ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las -- calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el -- Departamento del Distrito Federal...". El propio Bando especifica el área de prohibición con su Artículo 2º.

#### ARTICULO 2º

ART. 2º.- Para los efectos de este Bando, el perímetro a que se refiere el artículo anterior se delimita partiendo del punto identificado con el numeral (1), situa

do en el cruce de las cales Gabriel Leyva y República de Perú una línea que continúa por la Calle de República de Perú hasta entroncar con el Callejón Gregorio Torres Quintero(2); siguiendo por el Callejón Gregorio Torres Quintero hasta entroncar con la Calle República de Bolivia (3); prosiguiendo por la Calle Republica de Bolivia y su continuación Calle José -- Joaquín Herrera hasta entroncar con la Calle Leona Vicario -- (4); continuando por la Calle Leona Vicario hasta entroncar con la Calle de República de Guatemala (5); continuando por la Calle de República de Guatemala hasta entroncar con la Avenida y Eje Vial 1 Oriente Anillo de Circunvalación (6); continuando por la Avenida y Eje Vial 1 Oriente Anillo de Circunvalacion hasta entroncar con la Calle Moneda (7); siguiendo por la Calle de Moneda y su continuación Calle Emiliano Zapata hasta entroncar con la Avenida y Eje Vial 2 Oriente Congreso de la Unión (8); prosiguiendo por la Avenida y Eje Vial 2-Oriente Congreso de la Unión hasta entroncar con la Avenida - Fray Servando Teresa de Mier (9); continuando por la Avenida-Fray Servando Teresa de Mier hasta entroncar con la calle Escuela Médico Militar (10); siguiendo por la Calle Escuela Médico Militar y su continuación Calle Xocongo hasta entroncar con la Calle Chimalpopoca (11); prosiguiendo por la Calle Chimalpopoca hasta entroncar con la Avenida San Antonio Abad (12) siguiendo por la Avenida San Antonio Abad y su continuación - Avenida Pino Suárez hasta entroncar con la Calle Nezahualcóyotl (13); siguiendo por la Calle Nezahualcóyotl hasta entroncar con la Calle Bolívar (14); siguiendo por la Calle de Bolí

var hasta entroncar con la Avenida José María Izazaga (15); - prosiguiendo por la Avenida José María Izazaga hasta entroncar con la Avenida y Eje Vial Central Lázaro Cárdenas (16); - continuando por la Avenida y Eje Vial Central Lázaro Cárdenas y su continuación Calle Gabriel Leyva hasta entroncar con la Calle República de Perú, donde llega al punto (1) cerrándose este perímetro.

Con estas acciones, el área antes señalada quedó libre de comerciantes de vía pública a partir del 19 de septiembre del año de 1993, con lo que se cumple una más de las reubicaciones iniciadas desde el año de 1792 por Don Juan Güemes y Pacheco, el Segundo Conde de Revillagigedo.

Se resuelve así un problema, no de manera definitiva, como afirman las autoridades del D.D.F., sino de manera temporal, porque la reubicación que ahora se ha hecho, como las anteriores, no resuelve el problema de fondo que es, según mi opinión, de carácter estructural de la economía. --- Mientras exista un enorme número de desempleados; bajos salarios; un desarrollo regional desigual y bajos niveles de preparación de la mano de obra; siempre habrá quienes desafíen a la autoridad y se lancen a las calles a vender cualquier cosa. Quien esto escribe ya ha detectado en algunas de las calles señaladas en el Bando, uno que otro ambulante. Es decir, comerciantes itinerantes ofreciendo dulces y cassettes. El tiempo le dará la razón a quien la tenga.

## NOTAS BIBLIOGRAFICAS

### CAPITULO III

- 1.- "Informe a la V Comisión de Abasto de la II Asamblea de Representantes del Distrito Federal", presentado por el Coordinador General de COABASTO el 10 de noviembre de 1992.
- 2.- Riveros, Guillermo: La Descentralización Interna del D.D.F., en: México La Ciudad Más Grande del Mundo, edit. Espacios Juventud, Méx. 1988, pag.302
- 3.- CANACO: "El Comercio Ambulante en la Ciudad de México",-- pag. 30 y 31
- 4.- CANACO: "Economía Informal (al comercio Ambulante en la Ciudad de México)", pag . 44
- 5.- Chanfón Olmos, Carlos: "El Centro Histórico de la Ciudad de México", en: Atlas de la Ciudad de México. editado por el D.D.F. y el D.M. Méx'co 1987, pág 241
- 6.- Rodríguez, Ricardo: "Análisis del centro Histórico y su Influencia en la Vivienda", ponencia presentada por el autor en el: "Primer Foro de Consulta sobre el Centro Histórico" realizado por la I ARDF.
- 7.- Luis Igracio Saíz: "Testimonios y Documentos sobre Mercados Especializados: del Ampudia (1949) a San Ciprián ---- (1990)", editada por la Delegación Venustiano Carranza, - Méx. 1991, pag. 111
- 8.- Luis Ignacio Saíz: Op. Cit. pag. 133
- 9.- Luis Ignacio Saíz: Op. cit. pag. 141
- 10.- Información obtenida directamente en COABASTO

**C A P I T U L O      I V**

**EL ABASTO DE ALIMENTOS EN EL  
DISTRITO FEDERAL .**

## LAS DIMENSIONES DEL PROBLEMA

Abordar el problema del abasto de alimentos en el D.F., es hablar de un fenómeno muy complicado, por las dimensiones del mercado; por su carácter de núcleo de una de las zonas -- conurbadas más grandes del mundo y por el impacto que ejerce y que recibe de todo el país, pues si existe una natural interdependencia entre los procesos de producción, distribución y consumo entre el campo y la ciudad, ésta adopta, en el caso del D.F., una clara y complicadísima realidad.

Procurar el abasto diario de alimentos a la población de la capital de la República que, según el último censo de 1990, llegaba a la cantidad de 8 millones 237 mil habitantes, es referirse a volúmenes de productos y una infraestructura comercial para atender los requerimientos de un -- universo poblacional toda vía más amplio, que abarca, cuando menos, a toda la zona conurbada, y que en total absorbe el 30% del abasto alimentario del país.

En efecto, de acuerdo con las cifras proporcionadas por las autoridades de la Central de Abastos de la Ciudad de México, (CEDA) (1), a esta Central llegaban diariamente, en el año de 1990, unas 16 mil toneladas de alimentos -- de, cuando menos, 18 entidades de la República, de las cuales se distribuían en el D.F., y su zona conurbada el 80% y el -- resto pasó de tránsito para otras entidades o regiones del -- país, dicha cantidad se refiere a productos hortifrutícolas. -- Asimismo se calcula que diariamente ingresan 3,400 toneladas -- de abarrotes a ese mismo centro.

En cuanto a los productos del mar (pescados y mariscos) el centro receptor y distribuidor más importante de la ZMCM ha sido, tradicionalmente, La Viga; hoy "La Nueva Viga", ubicada en la Central de Abasto.

Por su lado, los productos cárnicos, de los cuales el D.F., y su zona conurbada consume el 20% del total de la República son comercializados, en un elevado porcentaje en Industrial de Abasto (IDA). -Hoy en proceso de privatización- la que en sus rastros: "Tiene capacidad para sacrificar por turno diariamente 1,250 reses; 2,950 cerdos; 2,450 ovicaprinos; 40,500 aves y 260 equinos y pollinos" (2).

En el caso de los alimentos procesados y que se pueden incluir en el ramo de abarrotos, no existe como en los casos anteriores, un centro de acopio y de distribución determinante en cuanto a su volúmen, pues su comercialización está bastante atomizada, tal como se afirma en un estudio de la CONACO cuando se afirma: "El mayorista de abarrotos sólo surte un 25% de las necesidades de venta de los pequeños detallistas. El restante 75% lo recibe el detallista directamente del productor". (3)

Por otro lado, son de destacar las características cuantitativas de los establecimientos comerciales y el personal ocupado, de acuerdo a los datos aportados por los "Resultados Oportunos del Distrito Federal" que hacen referencia a los censos económicos levantados en 1989.

De acuerdo con esta información, de todo el universo de unidades económicas del D.F., el 57% estuvie--

ron dedicados al comercio, empleando al 27% del personal ocupado del total de la entidad. Es tal la trascendencia del comercio del D.F. en el país que, de los diez municipios más importantes, en cuanto al número de personas empleadas en esta actividad, aparecen 6 delegaciones, ellas son: Cuauhtémoc, Iztapalapa, Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Gustavo A. Madero y Venustiano Carranza.

En el cuadro número 1 se puede observar el porcentaje, respecto al total nacional, de la participación de las unidades económicas del comercio de alimentos en el D.F., según el personal ocupado que es del 16.5%. 14.1% y 14.1% , en las ramas: 6140, 6210 y 6220, respectivamente.

**RAMAS COMERCIALES SEGUN EL PERSONAL  
OCUPADO  
(TOTAL NACIONAL Y D.F.)**

	Ramas	Total Nacional	%	D.F.	%
6140	Comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco al por mayor.	138,838	100	22,862	16.5
6210	Comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco al por menor en establecimientos especializados	686,362	100	97,048	14.1
6220	Comercio de productos alimenticios al por menor en supermercados tiendas de autoservicio y almacenes	102,656	100	15,218	14.1

Fuente: Cuadro elaborado por el autor, en base a datos del -- INEGI.



Finalmente, sin ignorar que la infraestructura del abasto es muy amplia, en el cuadro número 2, se destaca el carácter cuantitativo de los principales centros de acopio y distribución de alimentos, al margen de los grandes centros de abasto mencionados anteriormente.

PRINCIPALES CENTROS DE ACOPIO  
Y DISTRIBUCION DE ALIMENTOS  
EN EL D.F.

CENTROS	NUMERO
MERCADOS PUBLICOS	318
MERCADOS SOBRE RUEDAS	59
TIANGUIS	1166
CONCENTRACIONES	154
PUESTOS METALICOS	14008
TIENDAS DE AUTOSERVICIO	142
ABARROTES DETALLISTAS	3048
ABARROTES MAYORISTAS	137
LECHERIAS	511

Fuente: Abasto de Alimentos a la Ciudad de México, Comercio - Tradicional. Comercio Moderno. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. México, 1991.

Además de los centros registrados en el cuadro número 2, la CONACO da cuenta de los siguientes establecimientos por giros en el D.F.: carnicerías, 220; expendios de huevo, 75; frutas y legumbres, 1,327; pescaderías, 135; pollerías 231 y cigarros, cerillos y dulces, 521. Datos, todos, del año de 1993.

#### FRUTAS Y LEGUMBRES

En el abasto de frutas y legumbres al D.F. la Central de Abastos (CEDA) tiene un impacto decisivo, pues por ese canal se comercializa el 80% del consumo de toda el área metropolitana de la Ciudad de México y el 40% del total Nacional. Diariamente llegan a ese lugar un promedio de 16,000 toneladas de frutas y legumbres procedentes, principalmente de 12 estados de la República, aunque en la Central de Abastos se encuentran representadas organizaciones de productores de 18 Estados. Ingresan de 5 a 6 mil vehículos al día que transportan de acuerdo a su tonelaje desde 750 kilogramos hasta 30 toneladas.

Es tal la importancia de la Central de abasto que ella es una especie de termómetro que refleja las condiciones en que se desenvuelve toda la cadena de producción distribución y consumo de alimentos hortifrutícolas en el país y es, respecto a muchos productos, por el grado de monopolización que se ejerce desde la misma Central, determinante en su comportamiento productivo y distributivo.

Atrás de los grandes volúmenes de productos que se comercializan en la CEDA están una serie de problemas que van, desde la estructura productiva misma del campo, - hasta los más variados procesos de la comercialización, siendo los más relevantes en cuanto al abasto se refiere los siguientes:

1).- Una amplia red de intermediarios que están presentes, desde el momento del acopio en las zonas de producción, hasta la distribución al detalle que bien pueden ser los locatarios de los mercados públicos o los vendedores de vía pública, la que recae en el hecho de que el productor recibe lo mínimo por su producto y el consumidor paga los precios más elevados.

2).- La existencia de monopolios de algunos productos del campo en la Central de Abasto que controlan la introducción del producto, su comercialización y desde luego el precio. Este control se ejerce, desde la fase de la producción, por familias que manejan amplios recursos económicos y que les permite imponer sus condiciones al mercado, tal es el caso, por ejemplo, de la familia NERI que controla entre el 34 y 42% del Chile que ingresa diariamente a la Central de Abasto. Este control lo ejerce desde el momento en que se destinan determinadas áreas de terreno a este cultivo a través de la dotación de semilla, crédito para la siembra, para el cuidado de la planta, para el corte y la transportación del producto, lo que le permite no sólo determinar el precio, sino incluso también, el comportamiento futuro de la producción.

(4). Sobre este mismo problema, en un documento del Partido - Popular Socialista, se afirma: " Lamentablemente en la Central de Abasto de la Ciudad de México, también se dan graves problemas en el abasto y la comercialización por la elevada concentración de la oferta en manos de unos cuantos mayoristas - ya que, por ejemplo, el 7 por ciento de los bodegueros acaparan el 63 por ciento del volúmen total que llega a dicha Central". (5)

3).- Las mermas de los productos que son expresión de otra serie de problemas tales como: fenómenos meteorológicos; mal estado de caminos y carreteras; uso de equipos defectuosos o tecnológicamente obsoletos; falta de capacitación en el empaquetado; recorrido de grandes distancias de los productos en transportes inadecuados. Por ejemplo, hasta la Central de Abasto de la Ciudad de México llega: melón y sandía procedentes de Baja California o Tabasco; plátano de Chiapas, Tabasco y Veracruz; manzana de Chihuahua; jitomate de Baja California y Sinaloa; mango de Guerrero, Chiapas y Nayarit, etc. Lo que da como resultado, de acuerdo a lo expresado por el DR. Raúl Castañeda Arceo en que: "del 100% de la producción potencial de una parcela, el 28% se pierde por ineficiencias técnicas y mermas por recolección; el 7% se desaprovecha por insuficiente infraestructura para el acopio y falta de capacitación para el empaque; 8.8% se desperdicia por deficiencias en el transporte y almacenaje. De lo anterior resulta que sólo el 56.2% de la posible producción, llega a la Ciudad para su almacenaje o para su consumo final".(6)

Por otro lado, como lo afirma el Sr. Julio Sánchez Barrientos: "Actualmente se cultivan 35 especies de frutas siendo la naranja, el plátano, limón, aguacate y manzana los de mayor presencia en el patrón de cultivos frutales, pues en conjunto representan el 60% de la producción frutícola nacional, destinándose poco más del 20% para el consumo del área metropolitana, siendo la Central de Abasto el mercado que concentra el 85% de dicho volúmen" En la misma ponencia se destaca el problema de las mermas en los productos frutícolas: "Otra problemática típica a la que se enfrenta la distribución de frutas se inicia en el momento mismo del corte extendiéndose al mercado y a la transportación, sufriendo mermas que posteriormente se reflejan en el precio. Se calcula que en esta se alcanzan pérdidas hasta del 30%, considerando su alto nivel de perecibilidad calculado en aproximadamente 20 días a partir de la fecha de corte. (7)

En los productos hortifrutícolas hay que distinguir entre los de alta y baja rentabilidad, se afirma, por ejemplo que la manzana, aguacate, jitomate, cebolla y papa han alcanzado una organización muy elevada en su proceso de comercialización; en cambio hay otros en los que se observan prácticas obsoletas generadas por intermediarios y productores, en ese caso están, por ejemplo, los productos que tienen un tratamiento al manejo, como el cilantro, perejil, espinaca y apio.

Cabe aclarar que si bien el D.F., es el destino final de una parte importante de la producción horti-

frutícola del país, también es un punto de tránsito, a partir de la CEDA, entre unos y otros Estados de la República; así - como productor, aunque en escala no significativa, respecto a los volúmenes que llegan del interior del país, que coadyuva al abasto de esta capital e, incluso, parte de esta produc--- ción se ha enviado a otras entidades y al extranjero, como el caso del nopal producido, esencialmente, en la Delegación de Milpa Alta. También tiene una relativa importancia la produc--- ción de hortalizas, en la propia Delegación de Milpa Alta, -- Tláhuac, Tlalpan y Xochimilco, principalmente.

#### CARNICOS

El abasto de cárnicos al D.F., y la zona- conurbada ha sido un problema, particularmente complicado, -- por el pesado aparato comercial que representan los eslabones que van desde productores (ganaderos), comisionistas, intro-- ductores y tablajeros; pasando por los servicios de corral, - sacrificio y refrigeración, que se traducen en un elevado pre- cio del producto, variable ésta, a la que la población respon- de con una elevada sensibilidad. Baste señalar, por ejemplo, - que los tablajeros venden el kilo de carne, al doble del que lo adquieren en la compra del canal. Aunque lejos están de -- ser los únicos responsables de las crisis que en ocasiones se presentan en la comercialización de este alimento de primera- necesidad, por que aquellas han tenido relación, no sólo con- los problemas propios de ese eslabón, sino también en la fase distributiva, en la que las mermas por traslado alcanzan has- ta un 30% del peso de los animales. (8)

En la comercialización ha tenido una gran participación la elevada monopolización de la introducción de ganado en pie, pues, por ejemplo, en 1991, del promedio de consumo diario de carne de res, el 74% correspondió a ese rubro, controlado, principalmente, por 9 u 11 personas.

En el tratamiento del gran problema que representa el abasto de cárnicos a la Ciudad de México, las autoridades han recurrido a disposiciones de diverso tipo: -- desde la prohibición de la introducción de la carne en canal a partir de la creación de Industrial de Abastos (IDA) en --- 1955, hasta la implementación, en la actualidad, de la política contraria; es decir, evitar el sacrificio de animales en toda la zona conurbada y sólo permitir la introducción de carne en canal, para evitar la contaminación y la falta de higiene que produce el sacrificio de los animales, en condiciones inadecuadas; pasando por la libre introducción de carne a la ciudad en 1965 o la importación de la misma, principalmente de Estados Unidos en 1988.

La primera medida creó un grupo de introductores muy poderoso económicamente hablando, pero muy reducido en cantidad, que ha monopolizado en alto grado el manejo de la comercialización del gando en pie, como ya lo anoté anteriormente.

La libre introducción no acabó con los introductores, pero en cambio, propició la aparición de un gran número de rastros municipales, privados y clandestinos, que derivó en la pérdida del control y la vigilancia sanitaria, y en consecuencia, de la calidad del producto.

La importación de ganado para su sacrificio y comercialización, disminuyó el precio del kilo de la -- carne, pero provocó una gran preocupación en los ganaderos -- del país, lo que condujo a suprimir ese programa e instrumentar el Programa de Comercialización de Ganado Nacional, en el mismo año de 1988. (9)

En la actualidad, la infraestructura de -- acopio, sacrificio, refrigeración, corte y deshuesadero, para el abasto de cárnicos al D.F. y su zona conurbada, está integrada, principalmente, por las instalaciones de Industrial de Abastos (IDA) que presta servicios de recepción, sacrificio y frigorífico, en sus instalaciones de Ferrería, y los rastros de Topilejo, Milpa Alta e Iztapalapa, lo que le permite una -- participación del 25% en el abasto de carne a la Ciudad de México; también son parte de la infraestructura: rastros municipales, empacadoras, obrajes y carnicerías en toda el área metropolitana, que atienden el consumo del mercado de la carne -- más grande del país, que absorbe el 20% de la demanda total.

En lo que corresponde al D.F., el centro -- más importante para la comercialización de cárnicos es IDA -- que, de acuerdo a las estimaciones que hacen las autoridades -- de COABASTO, participa en el mercado de la Ciudad de México -- con el 9% de aves, 45% de carneros, 15% de cerdos, 20% de reses y 33% de caballos.

Esto se tradujo en 1991 en el sacrificio -- de 4 millones 439 mil aves; 267 mil 626 carneros; 118 mil 546 cerdos; 73 mil 090 reses y 26 mil 789 caballos. Lo que representó un consumo diario de carne de 165 mil aves, 2,000 carne



neros; 2,500 cerdos; 2,100 reses y 300 caballos. (10)

En la actualidad, como lo afirmé más arriba, las autoridades están promoviendo que la carne que se introduzca al D.F., sólo sea en canal, lo que convertiría a las instalaciones de IDA y a los rastros de los municipios conurbados, ubicados en los límites con la capital de la República, en espacios sólo de conservación y llegado el momento de aplicar completamente esta medida no habría ningún problema, tal como lo afirman las autoridades de CCABASTO para la refrigeración de la carne porque: "En caso de suspenderse el sacrificio de reses en el Distrito Federal y traerse toda la carne en canal, la capacidad de conservación cuantificada en 11 rastros y 6 empacadoras del Distrito Federal y área metropolitana, asciende a 55 cámaras (7,851 canales por día), capacidad que se emplea a 48% (3,769 unidades, en sus días de máxima utilización y el resto se tiene subutilizado). (11)

Es indudable que la medida anterior mejorará, en forma cualitativa, el abasto de cárnicos en la Ciudad de México.

#### PRODUCTOS PESQUEROS

Por espacio de, aproximadamente 40 años, el más importante centro de acopio y de distribución de productos pesqueros del D.F., y su zona conurbada, estuvo ubicado en el mercado de La Viga. Este, ahora se trasladó a la Central de Abasto, con mejores condiciones materiales para su operatividad, pues, aunque tiene una superficie menor que el

anterior, ahora está más racionalmente aprovechada.

La Nueva Vega, tiene una superficie de -- 90,200 M<sup>2</sup>, contra 150,000M<sup>2</sup> de la anterior, cuenta también -- con una superficie cerrada de 27,250 M<sup>2</sup>; 102 bodegas de mayo-- reo, con una superficie de 96 M<sup>2</sup>, cada bodega tiene un frigo-- rífico de 87 M<sup>3</sup> de capacidad; 55 bodegas de medio mayo-- reo, de 60 M<sup>2</sup> de construcción, cada una con un frigorífico de 27 M<sup>3</sup> -- de capacidad. Existe una fábrica de hielo con capacidad de -- 100 toneladas diarias y un frigorífico general con cámara de-- congelación y área de conservación.

Llegan, prácticamente de todos los esta-- dos que tienen litoral, alrededor de 45 variedades y especies: "que están conformadas con 30 especies de escama, 9 varieda-- des de crustáceos y 6 de moluscos que resultan ser los más -- representativos en el abasto para la Zona Metropolitana de la Ciudad de México". (12)

Las diversas variedades y especies se pre-- sentan como productos frescos y congelados, enlatados, secos-- y subproductos. Entre los frescos están los de escama, molus-- cos y crustáceos; en los enlatados y secos, esencialmente de-- escamas, en los congelados, los de escama y en los subproduc-- tos, harinas.

Las especies más importantes que se comer-- cializan en el D.F. y su zona conurbada son: en escama: moja-- rra, sierra, cazón, guachinango, mero y robalo; entre los mo-- luscos: el ostión con concha, el pulpo y la almeja; en los en-- latados: el atún y la sardina; en crustáceos: el camarón; en--

los congelados: sierra, guachinango y mero; en los productos-secos: el cazón, el bacalao y el tiburón y en los subproduc--tos: harina de pescado.

Ahora bien, como en el caso de otros alimentos, el abasto de productos pesqueros a la Ciudad de México, se enfrenta a una serie de problemas, tales como: un pesado intermediarismo, un alto grado de monopolización y a obstáculos específicos, entre los que están: los elevados precios-de algunas variedades y el consumo restringido a algunas de - éstas por la constumbre o el desconocimiento, en general, en la preparación de estos alimentos; además, del carácter temporal de su consumo en amplias capas de la población.

En efecto, desde la captura hasta la exhibición que permite poner al alcance de los consumidores los - productos pesqueros, existe una larga cadena de comercialización que pasa por el traslado, el acopio, la congelación o refrigeración y la distribución por los diversos canales del -- absto de la ciudad, incidiendo en el precio, en los niveles - de consumo y en la injusta distribución del ingreso, pues los intermediarios, como en todos los casos, reciben los más elevados beneficios.

En relación a éste hecho, el Lic. César - Ortega Wriht, afirma: "El alto grado de intermediación en el mercado doméstico distorsiona su sano desarrollo y al mismo - tiempo, garantiza una mayor concentración de los beneficios, - siendo los menos los que reciben más". (13)

Los altos niveles de monopolización se -- detectan a través de los mecanismos de comercialización y la cantidad de introductores de los productos pesqueros. Para el caso del D.F. y su zona conurbada, existen, aproximadamente, - 35 introductores mayoristas y 200 medio-mayoristas. También - se estima que el 60% del producto se vende a consignación a -- través de los mayoristas; el 25% es comprado en firme a su lle- gada y un 15% es comercializado por permisionarios que, o lo- capturan con su flota, o lo compran directamente en la playa- y se da el caso de quienes otorgan financiamiento anticipado- a los productores, asegurando el control sobre las capturas.- (14)

El consumo del producto fresco en el D.F. representa apenas el 1.3% del consumo nacional y sin embargo, es la entidad que mayores volúmenes absorbe de todas aquellas que no tienen litoral. (15) Este hecho contradictorio respon- de a 5 fenómenos: 1).- A la gran concentración humana en esta área del país. 2).- A los elevados precios de estos productos. 3).- A los hábitos alimenticios que, en general, no incluyen- a los pescados y mariscos en la dieta semanal. 4).- A la fal- ta de conocimiento de las diversas formas de preparación de - los productos del mar y 5).- A la restricción en el consumo - de determinadas variedades y especies.

De lo anterior deseo comentar lo siguien- te: resulta natural que siendo esta entidad una de las que ma- yor población concentra en el país, sea también uno de los -- mercados regionales más amplios. Esto, en cuanto a su impor--

tancia dentro de las entidades sin litoral que consumen mayores volúmenes de pescados y mariscos frescos. Sin embargo, -- los precios que tienen algunas de las variedades y especies, -- son realmente prohibitivos para la mayoría de la población, -- pues, por ejemplo, el kilo de mero está por encima de los 40- -- nuevos pesos; el guachinango es, generalmente, más caro que -- el mero y el precio de la langosta sólo lo puede pagar un sec -- tor muy reducido de la población. A ésto hay que agregarle -- que, la falta de conocimiento para la preparación de plati--- -- llos, hace que la demanda se concentre en el guachinango, ro -- balo, sierra, cazón, mojarra, camarón, mero y pulpo, fundamen -- talmente. Finalmente, el consumo, más o menos generalizado de -- pescados y mariscos es temporal, principalmente en cuaresma y -- fin de año, por lo que las autoridades tienen que instrumen -- tar programas especiales en esas temporadas, sobre todo en -- cuaresma, por los niveles de abasto y el precio que llegan a -- alcanzar los productos del mar. Aunque ninguna campaña, hasta -- hoy, ha logrado, ni poner al alcance de la mayoría de la pobla -- ción los productos pesqueros a precios realmente accesibles, -- ni educarla, alimentariamente, para el consumo regular de --- -- ellos, buscando opciones entre todas las variedades y espe--- -- cies, para la diversificación del consumo.

#### **PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA**

La industria alimenticia, dedicada al con -- sumo humano, comprende las actividades de transformación y -- preservación de los componentes comestibles de las materias -

primas, agropecuarias y pesqueras, requeridos para la producción de los bienes que satisfacen las necesidades alimenticias de la población.

El abasto de estos productos es, en general, canalizado a través del rubro de abarrotes; por esta razón es difícil obtener un registro puntual de los volúmenes que se comercializan en esa rama de los alimentos. Sin embargo, hay datos y estudios que permiten tener una visión, bastante clara, de algunos datos cuantitativos y cualitativos de este fenómeno.

Así, por ejemplo, de acuerdo con los "Resultados Oportunos del Distrito Federal" de los Censos Económicos de 1989, en esta entidad federativa existían 378 establecimientos de la industria alimenticia, representando el 17.4% del total nacional de esta rama industrial. El abasto de esta zona del país no se origina, desde luego, únicamente en estas unidades económicas, sino de la mayoría de los establecimientos del país que sumaban 2,171.

Por otro lado, el acopio y distribución de los productos de la industria alimenticia, para su venta directa al público, se hace a través de los mayoristas, medio mayoristas, las grandes cadenas comerciales, la Distribuidora CCNASUPO Metropolitana (DICOMESA), las tiendas sindicales y las del sector público, los detallistas de las pequeñas tiendas de barrio, los Centros Populares de Abasto (CPAC'S), los mercados públicos, las concentraciones, los tianguis y las tiendas móviles.

Los mayoristas y medio mayoristas están distribuidos por toda la ciudad y un número importante de ellos concentrados en la Central de Abasto. A este respecto, Fernando Rello y Demetrio Sodi, refieren lo siguiente: "Existen aproximadamente 460 mayoristas de abarrotes en la Central de Abasto de la Ciudad de México, de acuerdo con la Asociación de Distribuidores Mayoristas de Abarrotes (ADMA), pero sólo 50 de ellos son gredes comerciantes y únicamente 10 son los gigantes de este mercado mayorista. Estos últimos son los "mayoristas de mayoristas".(16) Las grandes tiendas de autoservicio, de acuerdo con una información de la CANACO como ya se mencionó antes, son 142. Por su lado, DICOMESA, como una filial de CONASUPO por medio de Programa de Abasto a Zonas Populares Urbanas (PAZPU), abastece a las tiendas de autoservicio de esa empresa paraestatal, a las tiendas de barrio afiliadas a la Impulsora del Pequeño Comercio (IMPECSA) y a los CPAC'S, de los cuales, en 1991, había 689 en el área metropolitana, así como a 17 unidades móviles. Las tiendas sindicales que llegaron a tener un gran peso hasta 1988, con la llamada modernización han ido perdiendo terreno ante las grandes cadenas comerciales de la iniciativa privada; así, por ejemplo; el D.D.F. ha ido cerrando tiendas, lo mismo ha pasado con las de autoservicio de CONASUPO.

Algunos de los rasgos más sobresalientes en el abasto de los alimentos que produce la industria, se --

originan en la vinculación que se establece entre las unidades productivas y las empresas dedicadas a la comercialización a partir del tamaño de unas y otras. Es decir, las grandes empresas productoras y los grandes mayoristas en su relación con los pequeños productores y el comercio detallista generan una problemática muy especial en la comercialización de este tipo de productos.

Esto es así, porque las grandes empresas-productoras de alimentos tienen la posibilidad de crear sus propios canales de distribución; en cambio, las pequeñas empresas no la tienen y dependen de los mayoristas para hacer llegar sus productos al detallista y, finalmente, al consumidor. Este hecho tiene una triple repercusión: primero, hacia dentro del aparato productivo; luego, en el aparato distributivo y por último, en el consumo directo.

En efecto, como la gran empresa puede, en forma directa, hacer llegar sus productos a los mayoristas, - medio mayoristas, grandes cadenas comerciales, y cada vez con mayor incidencia a los detallistas, esto le permite abatir costos, pues cada vez depende menos de los mayoristas para colocar sus productos, pero también representa una ventaja frente a los pequeños productores que tienen que depender de los mayoristas para hacer llegar sus productos al público consumidor; así, finalmente los precios de estos últimos pueden ser mayores a los de los primeros. Por otro lado, las grandes cadenas comerciales con su poder de adquisición de grandes volúmenes de mercancía, obtienen mejores precios de las grandes -



empresas, lo que las hace más competitivas frente al comercio detallista que no tiene esta posibilidad, por sus niveles de inversión y por su atomización.

Por lo tanto, la misma estructura productiva y distributiva influye para reproducir y ampliar el proceso de monopolización en el abasto de los alimentos. De tal manera que, por ejemplo, como lo afirma la Lic. Maricela Sánchez Velasco: "De acuerdo al último censo -se refiere al de 1989- el comercio moderno constituyó el 2.3% de los establecimientos y efectuó el 48.0% de las ventas totales, mientras -- que en el otro extremo el comercio tradicional, con un 97.7% de los establecimientos, realizó tan sólo el 52.0% de ventas" (17).

Desde luego, que esta situación no tiene que ver sólo con el proceso de monopolización, sino también con otros fenómenos correlativos que son causa y efecto del anterior, tales como: la naturaleza misma de pequeño comercio y las características de las grandes cadenas comerciales. Además, con la distribución real del ingreso.

En efecto, como lo afirma el Dr. Pablo Lara Ontiveros: "El comercio de alimentos en su fase final, presenta tanto en las actividades al mayoreo como al menudeo - una dualidad, ya que coexisten una estructura moderna y una tradicional. La primera, orientada fundamentalmente a satisfacer la demanda de los sectores urbanos de ingresos medios y superior, integrada en gran medida en forma vertical, y la segunda, formado por un número significativo de más de 350,000-

pequeñas unidades comerciales dispersas, que atienden a la población de menores ingresos tanto en las ciudades como en el medio rural, ofreciendo sus productos en condiciones de baja rentabilidad.

La falta de infraestructura, de organización y capacitación de los agentes comerciales que participan en el proceso de abasto, han propiciado fenómenos de alto costo social, mismos que se originan en bajos rendimientos y altas mermas que se presentan por el manejo de productos, así como el exceso de intermediarismo innecesario que aumenta significativamente los costos de distribución y eleva los pre---cios que finalmente son pagados por el consumidor". (18)

Es claro que el pequeño comercio o estanquillo sobrevive en medio de grandes desventajas como su elevada dependencia de los mayoristas, falta de financiamiento, ---deficiencia en su abastecimiento, deficiente infraestructura, etc., lo que se traduce en una baja rentabilidad y precios no competitivos con las grandes cadenas comerciales que guardan una situación radicalmente diferente. Todo lo anterior, finalmente impacta en los ingresos reales de los diversos sectores sociales, pues mientras los de escasos recursos se surten, --principalmente, en las pequeñas tiendas de barrio o estanqui--llo; los sectores de ingresos medios y superiores lo hacen en las grandes cadenas comerciales, con la consecuente desventaja en el rendimiento del poder adquisitivo monetario de los primeros.

## NOTAS BIBLIOGRAFICAS

### CAPITULO IV

- 1.- Información obtenida directamente en la Dirección de la CEDA.
- 2.- Documento presentado por la Dirección de COABASTO a la - II Asamblea de Representantes del D.F.
- 3.- Abasto de Alimentos a la Ciudad de México (segunda parte) Edit. CANACO, México, 1991, pag. 63
- 4.- León, Arturo: "Los Empresarios de la Central de Abasto: el caso de la familia Neri", material en fotocopias .
- 5.- "Propuestas de la Fracción del Partido Popular Socialista, en torno al Problema del Abasto y la Comercialización en el D.F." al pleno de la I Asamblea de Representantes del D.F., el 30 de noviembre de 1989.
- 6.- Castañeda Arceo, Raúl: "Problemática del Abasto y Distribución de Alimentos en el Distrito Federal", ponencia -- presentada por el autor en el "Primer Foro de Consulta - Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el Distrito Federal"
- 7.- Sánchez Barrientos, Julio: "El Abasto de Productos Frutícolas", ponencia presentada por el autor en el "Primer - Foro de Consulta Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el Distrito Federal", realizada por la I ARDF.
- 8.- Documento presentado por la Dirección de COABASTO a la II ARDF.
- 9.- Rello, Fernando y Sodi, Demetrio: "Abasto y Distribución de alimentos en las Grandes Metrópolis" Edit. Nueva Imagen, México, 1989.
- 10.- COABASTO: "Central de Abasto. Industrial de Abastos". In formación General, pag. 37.
- 11.- COABASTO: Op. Cit. pag. 35
- 12.- Dirección General de Promoción Pesquera: "Información de Precios de Productos Pesqueros", ponencia presentada en el "Primer Foro de Consulta Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el Distrito Federal" realizada en la I - ARDF.

- 13.- Ortega Wright, César: "Acopio y Transporte de Productos-Pesqueros", ponencia presentada por el autor en el "Primer Foro de Consulta Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el D.F.", realizado por la I ARDF. PAG.1
- 14.- Sánchez, Mario: "Consumo de Productos Pesqueros", ponencia presentada por el autor en el "Primer Foro de Consulta Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el D.F.", realizado por la I ARDF, pag. 3
- 15.- Dirección General de Promoción Pesquera: Consumo de Productos pesqueros, ponencia presentada en el "Primer Foro de Consulta Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el D.F.", realizado por la I ARDF.
- 16.- Rello, Fernando y Sodí Demetro: Po. cit. pag. 94
- 17.- Sánchez Velasco, Maricela: "El Reto del Abasto Popular - con Democracia y Justicia Social", ponencia presentada en el Primer Foro de Consulta Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el D.F." realizado por la I ARDF.
- 18.- Lara Ontiveros, Pablo: "Dualidad Comercial" ponencia presentada en el "Primer Foro de Consulta Sobre Abasto y Distribución de Alimentos en el D.F." realizado por la I ARDF.

**CAPITULO V**

**CONCLUSIONES Y PROPUESTAS**

## CONCLUSIONES

El mercado regional más importante del país, desde la época prehispánica hasta nuestros días, ha sido sin duda, el que se ha desarrollado en lo que hoy constituye la ciudad núcleo alrededor de la cual está integrada una de las zonas conurbadas más grandes del mundo. Esto se debe, esencialmente, a que este espacio ha sido, tradicionalmente, el asiento del poder político, del control administrativo y, en mucho, del poder económico, en todo este tiempo.

De tal manera que, como polo de desarrollo, de atracción y concentración de la población, en esta área se ha realizado siempre una intensa actividad comercial, en función de las dimensiones que, en cada etapa de su historia, ha tenido la Ciudad de México y, en especial, el espacio que constituye el D.F.

Dentro de ese desenvolvimiento histórico, el abasto de alimentos ha jugado un papel muy importante, caracterizado por tres razgos fundamentales:

PRIMERO: Siempre ha existido un gran centro de acopio y distribución. Así, con la cultura mexicana se desarrolló en Tlatelolco el mayor tianzintli que conoció el mundo prehispánico y con él un mercado verdaderamente impresionante, de acuerdo a las crónicas que dan cuenta de este hecho. Luego en la Colonia y gran parte del siglo XIX, el Mercado del Volador; después, a partir de la época porfirista y hasta hace algunas décadas, la merced; y, en la actualidad, la Central de Abasto.

SEGUNDO: Una progresiva vinculación e interinfluencia con el resto del país. En efecto, la Gran Tenochtitlán se abastecía de alimentos, fundamentalmente, de las poblaciones ribereñas del lago que rodeaba a esa capital. Más tarde, en la Colonia y gran parte del siglo XIX incorporó a otras zonas, como en el caso, por ejemplo, de la fruta que venía de tierra caliente y que a lomo de mula era trasladada a Chalco, para embarcarse y llegar finalmente, hasta el mercado del Volador por la red canalera; en la actualidad, el D.F. es el destino final o el punto de tránsito más importante de un enorme porcentaje de los alimentos que se producen, prácticamente en todo el país.

TERCERO: La mayor parte de la infraestructura de los mercados públicos y de los grandes centros de acopio y distribución, con excepción de la época prehispánica, han sido producto de las permanentes reubicaciones del comercio en vía pública.

Ahora bien, en la actualidad, el abasto de alimentos al D.F. es un problema verdaderamente complicado, por las dimensiones del mercado; por el impacto que éste tiene en la estructura productiva y distributiva del país; por los fuertes intereses económicos que están detrás de esta actividad; por el elevado número de personas dedicadas a esta rama económica; porque ésta, es esencial para el funcionamiento de la ciudad y, en consecuencia, por la dependencia alimentaria de la ciudad respecto al resto de la República.

Todo ello explica sus nexos tan estrechos con todo el aparato comercial del país y que sea un reflejo - de los problemas que enfrenta éste, tales como: una larga cadena de intermediarios; un elevado grado de monopolización; - una serie de cuellos de botella, como el que representa el estado de la infraestructura carretera, etc.. Además de problemas específicos como son: falta de financiamiento para los medianos y pequeños productores y comerciantes; por lo general, una inadecuada infraestructura en los puntos de producción, - recolección, acopio y almacenamiento, así como de transporte; falta de conocimientos y técnicas para el mejor aprovechamiento de los productos perecederos, desde el momento mismo de la cosecha o la captura, hasta la exposición de los mismos en el punto de venta a los consumidores y el desconocimiento de éstos últimos para el mejor aprovechamiento de los productos -- (el caso de los productos pesqueros, por ejemplo).

Esto se refleja en la escasez temporal de algunos productos alimenticios; en elevados porcentajes de -- mermas; en los elevados precios que a veces llega a tener --- aquellos; en acaparamiento y especulación; en las ventajas -- que tiene el gran comercio, frente al pequeño detallista; el predominio del gran productor y la dependencia que los medianos y pequeños productores tienen de los mayoristas y, finalmente, el impacto que los diferentes canales de distribución del abasto tienen en el poder adquisitivo de los diferentes -- sectores sociales, obteniendo mayores ventajas los económicamente más poderosos.



Por otro lado, existen los problemas específicos que enfrentan cada tipo de alimentos de acuerdo a su origen y características. Por ejemplo, el abasto de los productos hortifrutícolas, depende de una serie de problemas meteorológicos y de la temporalidad de los mismos; así también, no es lo mismo los de elevada rentabilidad e importante proceso de comercialización como pueden ser, entre otros, la manzana, el aguacate, el jitomate o la papa, que los de baja rentabilidad y prácticas obsoletas como los que se tienen que comercializar al manejoo, como el cilantro, el perejil, la espinaca, etc. Diferentes y específicos son los problemas que tienen los cárnicos y los pesqueros; pues los primeros, por la cultura en el consumo que prevalece en la ciudad son mayormente demandados y representan en forma recurrente problemas de carestía, desabasto y matanza clandestina con elevados riesgos para la salud; en tanto los segundos por su demanda, acen tuadamente temporal y de determinadas especies presentan problemas de abasto y carestía, en especial de dichas especies y con la frecuencia de su consumo más o menos generalizado.

Distintos problemas enfrenta el abasto de alimentos de origen industrial que, por ejemplo, dado el poder económico concentrado en los grandes productores, las cadenas de autoservicio y los mayoristas, tienen una amplia ventaja frente a los pequeños y medianos productores y, desde luego, frente al detallista que finalmente repercute en forma desfavorable en los sectores de menos ingresos.

En cuanto a comercio de vía pública, bien puede afirmarse que su desenvolvimiento histórico está íntimamente vinculado a la historia de la ciudad y, en no pocos momentos, ha sido el fenómeno que mayor atención ha ocupado, tanto del gobierno como de la sociedad, por su incidencia en --- otros problemas. Precisamente, si algo hay que destacar del comercio callejero, con sus múltiples modalidades, es su persistencia a lo largo de varios siglos en esta área del país y la reiterada actitud de las autoridades, desde la época colonial, hasta hoy, para acabar con este fenómeno; pero ninguna medida ha sido lo suficientemente efectiva; ni la represión, ni la reubicación, para inhibir esta actividad, lo que demuestra que forma parte de nuestra cultura y de nuestra idiosincrasia.

Represión y reubicación han sido las constantes que más han prevalecido en el tratamiento del comercio en vía pública en todos los momentos que éste ha complicado la vida de la ciudad. La justificación de las autoridades y de los grupos de inconformes con el comercio callejero ha partido, casi siempre, de la idea de mejorar la imagen, la salud y el tránsito de personas y vehículos de la ciudad.

La represión, al no acabar con el comercio callejero, ha derivado, la mayor de las veces en actos de corrupción entre los comerciantes y las autoridades más inmediatas. La reubicación ha sido el origen, prácticamente de toda la infraestructura de mercados públicos y en alto grado, de los grandes centros de acopio y distribución de alimentos.

Producto de la reubicación fue el surgimiento del Mercado del Volador, del Parián, de la Merced y de otros muchos más. La tolerancia, cuando la ha habido, ha estimulado en gran medida al llamado ambulante, más todavía cuando ha coincidido en períodos de crisis económica.

Eje central del comercio en vía pública ha sido el tianguis, institución mexicana que ha sobrevivido -- hasta nuestros días, al cual se le fueron incorporando otras modalidades a partir de la colonia. Desde los comerciantes ambulantes, es decir, itinerantes, que llegaron a expresarse en los pregones, quienes con voz melodiosa anunciaban la venta de alimentos o animales vivos, entre otros, hasta los modernos bazares que comercializan mercancías extranjeras (fayuca), muchas veces en base a catálogos, pasando por las ferias, los puestos fijos, las romerías y otras que, como afirmé más arriba, de tiempo en tiempo han complicado la vida de la ciudad.

Precisamente, el comercio de vía pública se revela hoy como uno de los principales problemas que enfrenta la ciudad y cuyo origen más inmediato, dentro de la etapa post revolucionaria, parte del inicio del moderno desarrollo industrial en los años cuarentas que, con todas sus contradicciones: como el estímulo a la industria, en detrimento de las actividades primarias y el consecuente abandono del campo, lo que le dió origen al crecimiento de unos pocos polos de desarrollo, como es el caso de la Ciudad de México; el desigual desenvolvimiento espacial de la economía y la injusta distribución de la riqueza, tanto desde el punto de vista geográfico como social, creó las condiciones de estímulo a la actividad

comercial callejera, la que se vió ampliamente impulsada con la crisis económica de los años ochentas, originada por el -- agotamiento de un modelo de desarrollo que privilegió el crecimiento en base a una política proteccionista, entre otros -- aspectos y que cambió rápidamente a una economía abierta, pero no preparada para la competencia. Esto incidió en un rápido crecimiento del comercio de vía pública con mercancías de origen extranjero. Lo último, en algunos casos, cambió la ima gen tradicional de este tipo de comercio, basado, en primer lugar en la baja rentabilidad y, en segundo, en la composi--- ción social de quienes se dedicaban a esta actividad, principalmente sectores marginados del campo y la ciudad; por otra, en algunos giros, de un comercio de alta rentabilidad y de in corporación de sectores medios, entre los cuales hay quienes han logrado acumular verdaderas fortunas, no sólo por su cali dad de oferentes, sino también porque entre ellos hay quienes han logrado controlar importantes grupos de comerciantes que junto con los líderes del comercio tradicional son verdaderos "dueños" de las calles, claro está, en perfecto acuerdo con -- determinad<sup>o</sup> niveles de autoridad en las Delegaciones políti-- cas.

El problema del comercio callejero que es bastante complejo, se dá en toda la ciudad, en ma-- yor o menor medida en las diferentes delegaciones, acentuándo se, especialmente, en las totalmente urbanizadas y, en menor medida, en las que tienen amplias zonas semi urbanas o, franca-- mente, rurales, lo que lo hace un fenómeno, esencialmente ur-

bano, y por las dimensiones que llegó a tener en el CHCM, lo --  
estaban convirtiendo como un fenómeno incontrolable.

En efecto, después de la reubicación de -  
los comerciantes de vía pública del CHCM, con motivo de la --  
construcción de mercados en la zona de la merced, entre los -  
años de 1955 y 1958, empezó a surgir este fenómeno, esencial-  
mente el relacionado con los giros de baja rentabilidad en --  
los años sesentas, extendiéndose precisamente a partir de la-  
zona de la Merced rumbo al primer cuadro: por otro lado, en -  
la primera mitad de los años setentas a partir de Tepito se -  
inicia el comercio callejero de alta rentabilidad; estos dos-  
se entrelazan y con la crisis de los años ochentas se volvie-  
ron realmente explosivos, a tal grado que se inundaron muchas  
calles y plazas tanto de la delegación Cuauhtémoc como de la-  
Venustiano Carranza, tornándose en un problema muy complicado  
por los fuertes y variados intereses que se conjugaron. Frente  
a este hecho, la acción combinada de la II ARDF y el DDF -  
plantearon la reubicación de diez mil quinientos comerciantes  
en diversas plazas, que convirtieron a este tipo de comercian-  
tes en establecidos, a partir del mes de septiembre del pasado-  
año de 1993.

Esta acción está lejos de solucionar en -  
forma definitiva este problema, porque no se va al fondo que-  
está, principalmente, en la estructura económica; es decir, -  
mientras exista desempleo, bajos salarios, inmigrantes de zo-  
nas campesinas deprimidas; pobreza, etc., siempre habrá quien  
esté dispuesto a retar a las autoridades con tal de ganarse -

algunos centavos. Además que tendrá que seguir habiendo permisos para el comercio temporal, porque existen, entre otros motivos para el comercio de vía pública, las diferentes fiestas religiosas de los templos ubicados en el CHCM, que son tradiciones que tal parece, por ningún motivo pueden dejar de existir.

### PROPUESTAS

Antes de pasar a exponer algunas propuestas deseo hacer dos precisiones:

PRIMERA: Las propuestas que hago a continuación no tienen la intención de ser las más completas, ni con mucho agotar los temas. Son más bien, la expresión de un conjunto de ideas que pretenden exponer, en forma ordenada, algunas soluciones muy concretas a los problemas del abasto y del comercio de vía pública en el D.F..

SEGUNDA: Las propuestas parten de la consideración de que haya un equilibrio entre lo deseable y lo posible, puesto que deben partir de la realidad existente derivada, por un lado, de que el universo que abarca la investigación es muy precisa: el D.F., y como tal, una parte del problema nacional y, por otro, los temas son solamente dos segmentos de la actividad económica tanto de esta entidad como a nivel nacional, por lo tanto, por sí mismos y desde su nivel de importancia, no pueden ser motivo para alterar toda la concepción de la aplicación de una política económica del régimen; luego entonces, a pesar de que personalmente no comparto la esencia de la misma, mis propuestas son tales que, intentan partir de la objetividad existente.

## ABASTO DE ALIMENTOS.

### PRODUCTOS HORTIFRUTICOLAS:

1.- Mejorar la red carretera, con el objeto de superar este cuello de botella.

2.- Ampliar y mejorar los centros de acopio y de almacenamiento.

3.- Dotación de créditos, en forma expedita y en condiciones preferenciales a los pequeños y medianos-productores.

4.- Instrumentación de cursos de capacitación para el personal dedicado al empaquetado, tratamiento y-transportación de alimentos.

5.- Utilización de técnicas modernas para abatir los porcentajes de las mermas.

6.- Utilización de transporte técnicamente adecuado.

7.- Eliminación de intermediarios, procurando organizar cooperativas de introductores entre los medianos y pequeños productores.

8.- Promover la participación directa de los productores en el abasto de alimentos al D.F., a través de mecanismos que permitan llegar hasta los puntos de venta directos al público.

9.- Reformar el Artículo 19 del Reglamento Interior de la CEDA, en el sentido de que ningún participante, persona física o moral, pueda adquirir los derechos de uso u operar bodegas, almacenes o instalaciones por sí, o por

interpósita persona, en proporción que no rebase el 5% del -- área total destinada a la comercialización de todos los productos que pasan por la Central, eliminando el 15% que el actual reglamento permite.

10.- Eliminar a los grandes mayoristas de la CEDA a través de una serie de acciones como pueden ser, aquellas que permitan romper sus vínculos con los productores, estimulando a éstos, con la compra directa de sus cosechas -- por parte de los gobiernos de los Estados o del D.D.F. y que los mismos se conviertan en introductores y comercializadores directos, organizando ferias permanentes de productos hortifrutícolas.

11.- Organizar campañas permanentes de -- orientación al público consumidor con el objeto de que utilice todas las posibilidades para la mejor conservación de los productos.

#### PRODUCTOS CARNICOS:

1.- Eliminar la larga cadena de intermediarios a través de todos los rastros existentes o la construcción de los necesarios en las zonas productoras, con el fin de que ahí se realice toda la matanza.

2.- Que se estimule la ganadería, esencialmente, a los pequeños ganaderos a través de su organización y dación de créditos blandos.

3.- Que se generalicen la utilización de técnicas modernas en el sacrificio del ganado.



4.- Que se organicen cooperativas de in--  
trodutores entre los mismos productores.

5.- Utilización de transporte adecuado de  
las canales.

6.- Que se cumpla estrictamente el plan--  
teamiento de COABASTO de no permitir la introducción de gana--  
do en pte al D.F. y sólo sea de carne en canal a través de IDA.

7.- Que se extrema la inspección sanita--  
ria en la ZMCM.

#### PRODUCTOS PESQUEROS:

1.- Eliminar la larga cadena de interme--  
diarios, promoviendo la participación organizada de los pro--  
ductores, esencialmente, de los pequeños productores, en la -  
introducción del producto al D.F.

2.- Ampliar y mejorar los centros de aco--  
pio en los puntos de recepción de la pesca.

3.- Aumentar la comercialización de los -  
productos congelados.

4.- Utilización de transporte adecuado.

5.- Realizar una intensa campaña de orien--  
tación alimentaria, con el objeto de que la población consuma  
durante todo el año los productos pesqueros y que amplíe su -  
demanda de especies y variedades.

6.- Orientar a la población para que co--  
nozca las ventajas de los productos congelados.

7.- Realización de ferias permanentes de-

productos pesqueros, donde se oriente a la población en la --  
variedad de formas de preparación y presentación de platillos.

**PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA:**

1.- Fortalecer la acción reguladora del -  
Estado a través de CONASUPO.

2.- Aumentar y mejorar la presencia de --  
ICONSA.

3.- Fortalecer la acción de DICOMESA.

4.- Ampliar la acción de IMPECSA.

5.- Ampliar el Programa de Abasto a Zonas  
Populares.

6.- Mejorar la acción de los centros popu  
lares de abasto.

7.- Que el D.D.F., retome su política de-  
intervención en el abasto de alimentos a través de la reaper-  
tura de tiendas de autoservicio.

8.- Estimular la ampliación de centros de  
abasto y tiendas de autoservicio de organismos del Estado y -  
de Sindicatos.

9.- Establecer una amplia política de apo  
yo a la micro, pequeña y mediana industria de los alimentos.

10.- Estimular la organización de ccoopera  
tivas de consumo entre los sectores populares.

11.- Establecer una amplia política de es  
tímulos al pequeño comercio.

## COMERCIO DE VIA PUBLICA.

- 1.- Reordenar el comercio de vía pública en todo el D.F.
- 2.- Elaborar un Reglamento de Vía Pública.
- 3.- Atacar las causas estructurales del explosivo crecimiento del comercio de vía pública.
- 4.- Elaboración de un padrón definitivo y confiable.
- 5.- Desaparición de toda forma de represión contra los comerciantes de vía pública.
- 6.- Realizar un estudio para distinguir a los comerciantes que tienen en esta actividad su única forma de subsistencia, los que lo hacen para completar su ingreso, los que cuentan con una cadena de puestos y a los establecimientos que aprovechan el comercio de vía pública para aumentar sus ganancias, con el objeto de darles un tratamiento específico dentro de la reordenación, favoreciendo a los dos primeros grupos.
- 7.- Que en el futuro se otorguen permisos de preferencia a los minusválidos, mujeres y ancianos, para el ejercicio del comercio en vía pública.
- 8.- Establecer la protección de los comerciantes de vía pública en las zonas de trabajo.
- 9.- Que se incluya a los comerciantes de vía pública en programas de vivienda.
- 10.- Que se otorguen a los comerciantes de vía pública las medidas de protección social necesarias.

## BIBLIOGRAFIA GENERAL

### LIBROS

- ARDF: "Primer Foro de Consulta sobre el Centro Histórico de la Ciudad de México", México 1990.
- Clavijero Francisco Javier: "Historia Antigua de México", --- Edit. Porrúa, México, 1974, cuarta edición.
- Cordera, Rolando: "Desarrollo y Crisis de la Economía Mexicana" Selección de lecturas No.39, Edit. FCE, México, primera edición, 1981.
- Cortés, Hernán: "Cartas de Relación", Edit. Porrúa, México, - 1973.
- De Alva Ixtlixóchitl, Fernando: "Obras Históricas", Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM, dos tomos, México, 1977.
- Díaz del Castillo, Bernal: "Historia de la Conquista de la Nueva España", Edit. Porrúa, México, 1970.
- García Cubas, Antonio: "El Libro de Mis Recuerdos", colección México en el Siglo XIX, Edit. Porrúa, México, séptima - edición, 1978.
- González Casanova, Enrique, Hernández Fujigaki, Gloria y ---- otros: "El Mercado de las Subsistencias Populares, Cincuenta años de Regulación", Edit. CONASUPO, tomo I y II México 1988.
- González Obregón, Luis: "México Viejo", Edit. Patria, México, 1988.
- INEGI: "Distrito Federal, Resultados Definitivos XI Censo General de Población y Vivienda, 1990"
- INEGI: "Resultados Preliminares XI Censo General de Población y Vivienda, México, 1990".
- INEGI: "Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos, - 1988 1989", México, 1990.
- León Portilla, Miguel: "Fuentes e Interpretaciones Históricas", en Lecturas Universitarias, NUM 11, Edit. UNAM, México 1977.
- López Rosado, Diego: "Historia y Pensamiento Económico de México", Tomo IV, Edit. UNAM, México 1971.

México 1991, Compendio de Datos y Estadísticas de México, CANACO, México, 1992.

Montemayor, Aurelio; Mier y Terán, Carlos y otros: "México, - setenta y cinco años de Revolución, Desarrollo Económico", 1, Edit. FCE e INEHRM.

Payno, Manuel: "Los Bandidos de Río Frío", Edit. Porrúa, colección "Sepan Cuántos", México, 5a. Edición, 1971

Prieto, Guillermo: "Memorias de Mis Tiempos", en clásicos de la Literatura Mexicana, Edit. PROMEXA, México, 1990.

Rello, Fernando y Sodi, Demetrio: "Abasto y Distribución de Alimentos en las Grandes Metrópolis", Edit. Nueva Imagen, México, 1989.

Romero, Héctor Manuel: "Del Tianguis a la Modernidad de COABASTO". Edit. COABASTO, México, 1990.

Saíz, Luis Ignacio: "Testimonios y Documentos Sobre Mercados Especializados: Del Ampudia (1949) a San Ciprián (1990)" editado por la Delegación Verustiano Carranza, México, 1991.

Solís, Leopoldo: "La Economía Mexicana", Selección de Lecturas No. 4, Edit. FCE, México, 1975, primera reimpresión.

Solís, Leopoldo: "La Realidad Económica Mexicana (Retrovisión y Perspectivas)", Edit. Siglo XXI, México, 5a. Edición. 1975.

Soustelle, Jacques: "La Vida Cotidiana de los Aztecas en Vísperas de la Conquista", Edit. FCE, México 1977.

Vázquez Torres, Ignacio: "El Abasto en la Ciudad de México", Edit. por COABASTO, México 1991.

Varios: "Historia del Abasto Social de la Leche en México, -- obra coordinada por María Angeles Comesaña, editada por CONASUPO, 1988.

Varios: "Historia del Abasto Social de la Leche en México," - obra coordinada por María Angeles Comesaña, editada por CONASUPO, México, 1987.

Varios: "México, La Ciudad Más Grande del Mundo", obra coordinada por Guillermo Rossel de la Lama, Edit. Espacios-Juventud, A.C., México, 1988.

Varios: "Imagen de la Gran Capital", obra coordinada por José Rogelio Alvarez, Edit. Enciclopedia de México y Almacenes para los Trabajadores de D.D.F., México 1985.

Varios: "Atlas de la Ciudad de México", obra coordinada por -  
Gustavo Garza, Edit. CM, México, 1987.

Varios: "La Merced: Tradición Renovada", obra coordinada por-  
Luis Sáinz, obra editada por el Banco Nacional de Comer-  
cio Interior y el D.D.F., México, 1992.

Villaseñor Baez, Luis Francisco: La Arquitectura del Comercio  
en la Ciudad de Méxicc", obra editada por la CANACO, Mé-  
xico, 1982.

## ESTUDIOS:

- Abasto de Alimentos a la Ciudad de México, Comercio Tradicional. Comercio Moderno. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. México, 1991.
- Abasto de Alimentos a la Ciudad de México, ¿Qué compran?, --- ¿Cuánto gastan? La Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, México, 1990.
- Datos Generales sobre las organizaciones de comerciantes en el Barrio de Tepito. Centro de Estudios Tepiteño, México, -- 1990.
- Economía Informal. Mesas Redondas Sobre el Comercio Ambulante de la Ciudad de México, Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, Méxicc, 1990.
- Economía Informal. El Comercio Ambulante en la Ciudad de México, Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. -- México 2a. Edición Actualizada, 1988.
- Economía Informal. Quién Provee a loa Ambulantes. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, México 3a. Edición, 1989.
- El Comercio Ambulante en la Ciudad de Méxicc, Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, México, 1987.
- Pradilla Cobos, Emilio. El Comercio en la Vía Pública en la Ciudad de México, México, febrero de 1990.
- Reyes, Domínguez, Guadalupe. Comercio Callejero y Espacio Urbano, México, 1990.

## PONENCIAS:

Ponencias presentadas en el Primer Foro de Consulta Pública - sobre Abasto y Distribución de Alimentos, convocada por la I-Asamblea de Representatnes del Distrito Federal, entre agosto y septiembre de 1990.

- Alverde de Fortes, Karla. "Reflexiones sobre el Sector Pesquero Nacional"
- Apodaca Sarabia, Salvador. "Políticas de Abasto y Regulación de Mercado"
- Apodaca Cuellar, César. "Las tres vertientes de acción de la Procuraduría Federal del Consumidor"
- Breña Huerta, Laura. "Programa de Orientación Alimentaria - para el adecuado consumo de la Población".
- Cabrera, Omar. "Una estrategia de apoyo a las Organizaciones de Productores Hortifrutícolas en el Abasto".
- Carrillo Villare, Miguel. "La Operación de Boruconsa dentro del Cambio Estructural de CONASUPO".
- Castro Granados, Alvaro. "Abasto al Pequeño Comercio y la - Regulación del Mercado al Mayoreo".
- Chavarín Mondragón, Jorge. "El Abasto y la Distribución de Alimentos."
- García Medina, José de Jesús: "Algunos aspectos relacionados con el abasto y Distribución de Frutas y Legumbres en - la Ciudad de México y Zona Metropolitana."
- Lara Ontiveros, Pablo. "Comercialización Agropecuaria y --- Pesquera".
- Macías H, Santiago. "Programa de Modernización del Abasto - en el Distrito Federal".
- Olivas Ramírez Ariel. "Abasto, Distribución y Consumo de -- Productos Pesqueros durante la cuaresma en el D.F."
- Reyes Ramírez, Samuel. "Estructura Comercial y Distribución de Alimentos".
- Reyes Ramírez, Samuel. "Políticas de apoyo al consumidor".
- Romero Ruíz, Antonio: "Subsidio dirigidos".
- Sánchez de la Torre, Arturo. "Propósito de la Modernización Integral de IMPECSA".



- Sánchez, Mario. "Consumo de Productos Pesqueros".
- Sánchez Velasco, Marcela. "El Reto del Abasto Popular con - Democracia y Justicia Social".
- Shoucair R, Elvia Ivonne. "Acciones para fomentar el consumo de productos Pesqueros Populares."
- Vázquez Castillo, Jaime. "Inspección y vigilancia de precios".

## PROPUESTAS.

- Consejo del Centro Histórico de la Ciudad de México. "Diagnóstico y propuesta de ordenamiento del comercio en la vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México". México, 9 de abril de 1990.
- Partido Popular Socialista. "Propuesta en torno al abasto" de la I Asamblea de Representantes del Distrito Federal, - México, 5 de julio de 1990.

## INFORMES.

- Albores Guillen, Roberto "Comparecencia ante la II Asamblea de Representantes del Distrito Federal", México, 1 de junio de 1993.
- Albores Guillen, Roberto "Informe del Delegado del Departamento del Distrito Federal en Venustiano Carranza ante la Comisión de Abasto de la I Asamblea de Representantes del Distrito Federal", México, 16 de octubre de 1989.
- Almacenes para los trabajadores del Departamento del Distrito Federal. "Información Básica", México, febrero 1989.
- COABASTO "Actividades de la Coordinación General de Abasto y Distribución del Departamento del Distrito Federal".
- COABASTO "Central de Abasto Industrial de Abastos" Información General.
- Comisión de Abasto de la I Asamblea de Representantes del Distrito Federal, "Resumen de las cinco audiencias del Foro de Consulta Pública sobre el Comercio en la Vía Pública y conclusiones".
- CONASUPO, "Inicia su Modernización Estructural y Crea Programas de Solidaridad". México 22 de octubre de 1989.
- CONASUPO "Modernización Estructural Lineamientos Básicos para la Modernización" México, Octubre de 1989.
- Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, "Distribución de Comerciantes en vía pública, en el centro Histórico perímetro "A" Delegación Cuauhtémoc y perímetro "B" Delegación Venustiano Carranza.
- Programa de Mejoramiento del comercio Popular "Informe a la V Comisión de Abasto de la II Asamblea de Representantes del Distrito Federal". México, 10 de noviembre de 1992.
- Programa Inmediato de Mejoramiento del Comercio Popular -- Reunión de Trabajo con la V Comisión de Abasto. I Asamblea de Representantes.

## REGLAMENTOS.

- Acuerdo que fija las bases para el funcionamiento de los mercados sobre ruedas, publicados en el Diario Oficial el 5 de Septiembre de 1978.
- Instructivo de operación del Sistema Nacional de Mercados sobre ruedas, publicado en el "Diario Oficial" del 3 de abril de 1979.
- Reglamento de Mercados, Publicado en el "Diario Oficial" - el 1 de julio de 1951.
- Reglamento Interior de la CEDA.

## REVISTAS.

- Central de Abasto ACOEUR, D.D.F., México 1988.
- Central de Abasto Ciudad de México. Coordinación General de Abasto D.D.F., México, 1988.
- Francois, Tomas "Tepiteños" en la Revista Trece No. 17, México, 1990.
- Gómez Consuelo "Ambulantes los amos de la Calle" en la Revista IMPACTO No. 2183, México, 2 de enero de 1992.
- Pemz Fons, Rafael "Ambulantes en Navidad: Ni un Permiso -- Más" en la Revista TIEMPO No. 2633, México, Diciembre 1992.

## INDICE DE CUADROS ESTADISTICOS

	PAG.
1.- Ciudad de México: Tasa de crecimiento de la población total, según unidades territoriales básicas (1900-1980).....	76
2.- México: Desequilibrio regional 1965 (entidades federativas agrupadas por niveles de ingresos).....	78
3.- Tasas anuales de crecimiento (evolución económica del país).....	80
4.- Número de espacios y oferentes del comercio de vía pública y su relación con la población en su distribución territorial en el D.F.....	111
5.- Comerciantes de vía pública por tipo de puestos en el CHCM.....	135
6.- Comerciantes de vía pública por giro en el CHCM.....	135
7.- Ramas comerciales según el personal ocupado.....	146
8.- Principales centros de acopio y distribución de alimentos.....	147

## GLOSARIO DE ABREVIATURAS

ADMA:	Asociación de Distribuidores Mayoristas de Abarrotes.
ANDSA:	Almacenes Nacionales de depósito.
ARCONSA:	Artículos para la Construcción, S.A.
ARDF:	Asamblea de Representantes del Distrito Federal.
CONACO:	Cámara de comercio de la Ciudad de México.
CECONCA:	Centros Conasupo de Capacitación Campesina.
CEDA:	Central de Abasto.
CEIMSA:	Compañía Exportadora e Importadora Mexicana S.A.
CHCM:	Centro Histórico de la Ciudad de México.
CNC:	Confederación Nacional Campesina.
COABASTO:	Coordinación General de Abasto y Distribución del D.F.
CODISUCO:	Compañía Distribuidora de Subsistencias CONASUPO.
CONASUPO:	Comisión Nacional de Subsistencias Populares.
CPAC'S:	Centros Populares de Abasto.
CTM :	Confederación de Trabajadores de México.
DDF:	Departamento del Distrito Federal.
DICOMESA:	Distribuidora CONASUPO Metropolitana, S.A.
DICONSA:	Distribuidora CONASUPO, S.A. DE C.V.
FONDEDIF:	Fondo de Desarrollo Económico y Social del D.F.
ICONSA:	Industrias CONASUPO, S.A.
IDA:	Industrial de Abastos.
IMPECSA:	Impulsora del Pequeño Comercio, S.A.
INEGI:	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
LICONSA:	Leche Industrializada CONASUPO, S.A.

MACONSA: Materiales CONASUPO, S.A.  
MINSA: Maíz Industrializado CONASUPO S.A.  
NADYRSA: Nacional Distribuidora y Reguladora, S.A.  
NAFINSA: Nacional Financiera, S.A.  
PAZPU: Programa de Abasto a Zonas Populares Urbanas.  
PEA: Población Economicamente Activa.  
PIB: Producto Interno Bruto.  
SUMESA: Super Mercados, S.A.  
TRICONSA: Trigo Industrializado CONASUPO, S.A.  
ZMCM: Zona Metropolitana de la Ciudad de México.