



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

69
ZES

FACULTAD DE ECONOMÍA

EL COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA DE
LA CIUDAD DE MÉXICO
Memorias del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA
P R E S E N T A :
LEONEL BALDOMERO DE LEON ORDOÑEZ



México, D. F.

Noviembre de 1995

FALLA DE ORIGEN

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

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

"La informalidad no es ni siquiera primordialmente una cuestión de la organización de las condiciones de trabajo, del capital empleado o del nivel tecnológico aplicado, etc. La informalidad constituye más bien toda una forma de vida, procesos de convivencia y de organización social, política y cultural específicas, incluye las antiguas y nuevas estrategias de sobrevivencia, las pautas culturales y de valores, es decir, las condiciones generales de la reproducción social en el sentido más amplio de las grandes masas de nuestros pueblos".

Cartaya Vanessa

*Para mis padres y hermanos,
para Patricia y Leonel David*

Mis agradecimientos a: Dr. Miguel Ángel Rivera Ríos por su valiosa enseñanza durante el transcurso de la Licenciatura y por dirigir esta tesis; Lic. Javier Contreras por su disponibilidad de tiempo para escuchar y aclarar mis dudas y sus valiosas ideas y comentarios que me ayudaron a tener una mejor comprensión del fenómeno;

Lic. Víctor Espinosa Castro y Efraín Esquivel Revilla por darme la oportunidad de trabajar en el P.M.C.P. y conocer de cerca el fenómeno del comercio en la vía pública de la Ciudad de México;

Alma Edna Beltrán, Isabel Lina Sánchez, Lilia Enríquez, Raúl Espinosa y Ricardo Agustín Coyote por el apoyo moral que me brindaron;

la familia Soto Byron por su solidaridad.

EL COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Memorias del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular

INDICE

	Pags.
Introducción	2
Capítulo I	
La economía informal	4
1.2 El concepto de sector informal urbano	5
1.2.1 El enfoque de la racionalidad productiva	5
1.2.2 El enfoque de la ilegalidad	10
1.2.3 El enfoque de la racionalidad del mercado	13
2. Marco teórico	16
Capítulo II	
El comercio en vía pública en la ciudad de México	18
1. Un recorrido histórico	18
1.1 Periodo 1525-1790	18
1.2 Periodo 1791-1864	19
1.3 Periodo 1865- 1956	20
1.4 Periodo 1957-1990	20
2. División del comercio en vía pública	22
2.1 El comercio de subsistencia en vía pública	22
2.2 El comercio rentable en vía pública	22
2.2.2 Relaciones laborales	24
2.2.3 Por su ubicación	24
2.2.4 Por su arraigo	24
2.2.5 Por su mercancía	25

2.2.6 Por su población	25
2.3 Organización del comercio en vía pública	27

Capítulo III

El programa de mejoramiento del comercio popular (PMCP)	30
1. Antecedentes	30
2. Metodología	31
2.1 Localización y delimitación de zonas	31
2.2 Definición y cuantificación de la unidad de observación	32
2.3 Tipificación	32
2.3.1 Clasificación de puntos de venta en cuanto a su instalación	32
2.3.2 Definición de grupos por tipos de mercancía	33
2.4 Levantamiento	34
3. Dimencionamiento	34
3.1 Evaluación comercial	40
3.2 Esquema financiero	41
3.3 Operación	43
3.4 Objetivos generales del PMCP	43
4. El proceo de concertación	44
4.1 Antecedentes	44
4.2 Líderes y Organizaciones de comerciantes en vía pública	46
4.3 Rel. de líderes y Asocs. de comerciantes en vía pública	46
4.4 Las etapas de concertación	51
5. El financiamiento del P.M.C.P.	53
5.1 Esquema de apoyo	54
5.2 Operación del crédito	55
6. Situación de las plazas, post. reubicación, dic. de 1993.	56

Capítulo IV

Los alcances del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular	62
1. El funcionamiento de las plazas comerciales	65
2. Aportaciones y carencias del P.M.C.P.	65
3. Retos y perspectivas	67

Capítulo V

Conclusiones	69
1. La economía informal	69
2. El comercio en la vía pública de la ciudad de México	72
2.1 División de comercio en la vía pública	73
2.2 Relaciones laborales	74
2.3 Organización de comercio en vía pública	74
3. El programa de mejoramiento del comercio popular	74
3.1 El proceso de concertación	74
3.2 Situación de las plazas	75
4. Los alcances de P.M.C.P.	75
Bibliografía	76

Introducción

El fenómeno del comercio en la vía pública en la ciudad de México, podemos decir que ha sido parte del paisaje de ésta, desde el siglo XIV hasta nuestros días.

En diferentes épocas, las calles de la ciudad se han visto ocupadas por comerciantes en la vía pública, el gobierno de la ciudad ha tratado de encausarlos pero al poco tiempo se desbordan nuevamente, como sucede en la actualidad.

Con el incremento de la población en la ciudad de México, y ante la crisis recurrente del capitalismo nacional, que conlleva su secuela de elevadas cuotas de desempleo y bajos salarios, el comercio en la vía pública se ha convertido en la más socorrida válvula de escape para miles de hombres y mujeres que tratan de sobrevivir mediante este tipo de actividades.

En julio de 1993, la II Asamblea de representantes del D.F. publica el Bando que prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en el perímetro A y parte del perímetro B del Centro Histórico de la ciudad de México.

Con esta acción se crea el marco legal, para que a partir del 1 de agosto del mismo año, sean reubicados aproximadamente ocho mil comerciantes que trabajaban en la vía pública del perímetro arriba mencionado, mediante el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, el cual, de tiempo atrás, concertó con los líderes y comerciantes de todas las organizaciones de comerciantes en la vía pública ubicados en el área, la reubicación a las plazas comerciales.

La reubicación se realizó en los plazos previstos, con excepción de las plazas Bazar Oriente, Venustiano Carranza y Rayón. Sin embargo, es necesario apuntar que, a partir del mes de diciembre de 1993 se les dejó en total abandono y el fenómeno se volvió a desbordar.

Consideramos que lo anterior se dio por la falta de continuidad en el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, es decir, faltó desarrollar lo que se venía preparando en los cuatro meses posteriores a la

reubicación, que consistía en un programa de comercialización para las plazas.

Sin embargo, hay que dejar claro, que para lograr un comercio reubicado realmente estable y permanente, es necesario incorporarlos al sistema de seguridad social, hacerlos sujetos de crédito, e integrarlos al sistema fiscal. Con ello se estaría dando un gran paso en la dirección de darle solución definitiva al fenómeno.

Esta investigación consta de cinco capítulos, cuya estructuración se explica a continuación.

En el capítulo I se presentan y analizan los principales enfoques de investigación de la economía informal, definiendo cada uno de ellos y explicando sus pros y contras; para concluir con el marco teórico que se utiliza en esta tesis.

El capítulo II se divide en dos partes: en la primera se hace un recorrido histórico del fenómeno del comercio en la vía pública en la ciudad de México de 1525 a 1990, describiendo cuatro etapas con sus respectivas características. En la segunda parte se define el comercio en la vía pública.

En el capítulo III se describe y analiza el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. utilizamos el documento metodológico "El comercio en la vía pública 90-91" elaborado por el INEGI y COABASTO, para localizar y delimitar las zonas a investigar; definir y cuantificar la unidad de observación; tipificar los puntos de venta de acuerdo a la instalación y a la mercancía; levantamiento y dimensionamiento del fenómeno.

En el capítulo IV se hace un balance del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, analizando sus aportaciones y sus carencias, y los retos y perspectivas que presenta el fenómeno mencionado en la ciudad de México.

En el capítulo V se presentan las conclusiones de la tesis, sintetizando los principales puntos de la investigación.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

LA ECONOMÍA INFORMAL

Las actividades de la economía informal están fuera de casi todas las formas de protección ofrecidas por la cobertura de los programas nacionales de vigilancia como son: las leyes laborales que protegen los derechos de los trabajadores a salarios justos, seguras condiciones de trabajo, prestaciones de seguridad social, vacaciones, reparto de utilidades, etcétera.

El principal argumento acerca del origen del sector informal fue el excedente de mano de obra, en su mayoría individuos que emigraban desde las zonas rurales a las zonas urbanas y que no podían encontrar trabajo en los sectores modernos. Enfrentados a la necesidad de sobrevivir tenían que desempeñar cualquier actividad que les permitiera percibir un ingreso.

"Tanto los migrantes como los que se incorporan por primera vez al mercado de trabajo se caracterizan por su falta de capital físico y humano. Esto determina el tipo de actividades que puedan realizar, por lo que su requisito más importante es la facilidad de entrada al sector, la que a su vez determina las características con respecto a la organización de la producción y a la inserción en el mercado. Dicha organización es rudimentaria, sin una clara división del trabajo ni de la propiedad de los medios de producción; es muy variable la cantidad de capital comprometido (casi siempre se requiere poco capital) y se requieren escasas habilidades. En cuanto a la inserción en el mercado, hay facilidades de entrada en los mercados competitivos y en ellos la posibilidad de competencia determina que el ingreso promedio sea la variable de ajuste. Mientras mayor sea el excedente de mano de obra, dada la restricción del mercado, menor será el ingreso percibido por cada persona que trabaje en el sector"(PREALC, 1978., en Tokman, 1987).

1.1 El concepto de sector informal urbano

1.2 El enfoque de la racionalidad productiva

A principios de los años setenta la OIT (Organización Internacional del Trabajo), con una participación importante de expertos en desarrollo y empleo de la Universidad de Sussex, llevo a cabo varias misiones a países específicos como Kenia, Ceilán, Filipinas y Colombia, con el propósito de evaluar la situación ocupacional y definir políticas para mejorarla. Fue la época en que la OIT dio inicio al Programa Mundial del Empleo. (Jusidman de Bialostozky. 1993).

Se compartía abiertamente una insatisfacción con los conceptos de desempleo y subempleo como formas de expresión de las deficiencias ocupacionales generalizadas, que caracterizaban a las economías del Tercer Mundo.

En un estudio llevado a cabo en Ghana y presentado en 1971 en una conferencia del Instituto de Estudios del Desarrollo de la Universidad de Sussex, el antropólogo Keith Hart introduce la noción de **oportunidades de ingreso formales e informales** para estudiar la ocupación en el medio urbano de ese país, particularmente entre los estratos de menores ingresos y "múltiples ocupaciones". Hart identifica lo formal con el empleo asalariado y lo informal con el empleo por cuenta propia (Rendón y Salas, 1991, en Jusidman de B. 1993).

El concepto propuesto por Hart es adoptado por la misión de Kenia de la OIT (OIT, 1972) la cual le añade una serie de atributos:

"Debemos por tanto enfatizar que las actividades informales no están confinadas al empleo en la periferia de las ciudades, a ocupaciones particulares o aun a actividades económicas. Más bien, las actividades informales son la forma de hacer cosas, caracterizada por :

- a) facilidad de entrada
- b) apoyo en los recursos locales
- c) propiedad familiar de las empresas
- d) escala de operación pequeña

- e) tecnología adaptada e intensiva en fuerza de trabajo
- f) destrezas adquiridas fuera del sistema educativo formal
- g) mercados no regulados competitivos

El sector informal se define a partir de las características opuestas a las que perfilan al formal". (Jusidman de B., 1993).

La anterior definición de la OIT, es la que asumo en esta investigación, por considerar, que es la más adecuada para entender el fenómeno del comercio en la vía pública.

Los expertos de la OIT constataron la existencia de un grupo creciente de "ocupados pobres", que al estudiarlos en forma pormenorizada mostraron ser numerosos y con una contribución al producto nacional nada despreciable. Asimismo, sus actividades mostraban una dinámica propia tal que contradecía la idea dominante según la cual tenderían a desaparecer progresivamente frente al efecto de filtración de los beneficios del crecimiento hacia los estratos más pobres (Guergil M., 1988, en Jusidman de B., 1993).

Los autores del estudio proponen el uso del término informal para denominar al grupo de actividades desarrolladas por esos "ocupados pobres" urbanos y como alternativa a la distinción convencional entre tradicional y moderno, concepción que presupone que lo tradicional es un sector condenado a la extinción, estancado y vegetativo. En cambio, sostienen que en Kenia el llamado sector informal es consecuencia de la urbanización y se encontraba en expansión a pesar de no contar con apoyos e inclusive ser ignorado. Explicaban esa expansión, en razón de que los ingresos de los trabajadores en el sector informal urbano, a pesar de ser inferiores a los que percibían los trabajadores del sector formal, superaban a las retribuciones en el sector agrícola. Además, no se preveía en ese momento una oferta alternativa para los bienes y servicios suministrados por el sector informal a la población de bajos ingresos (Rendón y Salas, 1991, en Jusidman de B., 1993). Proponían, por lo tanto, integrar al sector informal a las políticas de desarrollo.

Para la OIT y en particular para el PREALC (Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe) sector informal se define como la suma de actividades caracterizadas por una lógica de producción propia y distinta de

la vigente en la parte visible de la economía (PREALC, 1981; Sethuraman [comp.], 1981 y Tokman, 1987). La racionalidad económica particular del sector informal consiste en garantizar la subsistencia del grupo familiar, que difiere de la vigente en el sector formal (capitalista) cuya motivación esencial es la acumulación.

Si se niega la posibilidad de competencia entre los diferentes modos de producción, las actividades informales sólo pueden ocupar el espacio del mercado dejado por el sector moderno y sobreviven mientras dicho espacio no es destruido; incluso pueden expandirse si se crean nuevos espacios. Como se señaló anteriormente la competencia no es el motivo principal, ya que son diferentes los objetivos del proceso de producción. En parte la mano de obra sólo estaría disponible para desempeñar el papel de ejército industrial de reserva durante el auge de la demanda en el sector moderno. Una gran parte de la mano de obra ocupada en el sector informal no sería movilizable y por lo tanto los salarios pagados en las actividades modernas no serían afectados por este excedente.

Según este enfoque, las causas de que haya surgido el sector informal están íntimamente relacionadas con el mercado laboral y con la distribución del ingreso. Es el resultado de la aparición de un "excedente de mano de obra" con respecto al empleo del sector formal, constituido en su mayoría por migrantes rurales que no pueden encontrar trabajo en el sector urbano moderno y discurren maneras de desempeñar cualquier actividad que les permita recibir un ingreso, medio indispensable para operar en un contexto urbano (Guergil, 1988, en Jusidman de B., 1993).

En síntesis, para PREALC el sector informal es una manera de producir cuyo origen se encuentra en la heterogeneidad estructural que caracteriza a las economías de los países de América Latina. Se define por el escaso capital con que cuentan las empresas, su tecnología rudimentaria en términos relativos, la facilidad de entrada a la actividad y, además, su desconexión de los circuitos financieros formales. (Jusidman de B., 1993).

Ello es la causa de que en los casos de empresas informales que utilizan mano de obra por pago se den relaciones de trabajo no reguladas y desprotegidas, ya que les resulta económicamente imposible absorber los costos que supondría una eventual regularización (Klein y Tokman, 1988). Esta sería también la razón por la cual no se incorporan a los registros

fiscales o administrativos que demandarían el pago de impuestos, cuotas o multas, o sea los costos de la regulación.

De acuerdo al enfoque de la informalidad de la OIT y de PREALC en particular para América Latina, existían ciertos acuerdos básicos en los siguientes aspectos:

a) La ocupación informal se refiere sólo a actividades del ámbito urbano, no agrícolas. Las actividades agrícolas quedan excluidas. Las actividades del sector tradicional urbano quedan incluidas pero constituyen sólo una fracción de la ocupación informal.

b) Las actividades ilegales delictivas, criminales, los limosneros no forman parte de la ocupación informal.

c) El trabajo doméstico por pago se maneja como una categoría separada que se suma al sector informal cuando se hace una división dicotómica.

d) En el sector informal se incluyen pequeñas empresas que utilizan trabajadores asalariados cuando operan bajo una lógica de subsistencia tanto del microempresario como de los trabajadores.

e) El sector informal es heterogéneo en su conformación aun cuando como características generales se trata de actividades intensivas en el uso de mano de obra poco calificada y muy bajos requerimientos de capital, a partir de tecnologías relativamente rudimentarias y en actividades de fácil entrada.

f) El interés por conocer las características de las unidades productivas parte de la necesidad de identificar el tipo de empresas en las que se insertan los ocupados pobres, con el propósito de dirigir políticas que contribuyan a mejorar el desempeño productivo de las mismas cuando son económicamente viables, y como una vía para mejorar a su vez los ingresos y condiciones de trabajo de esos ocupados pobres. Se busca, por lo tanto, identificar unidades-meta relevantes para políticas de fomento y apoyo.

A dicho enfoque lo podríamos considerar como positivo, ya que presupone una participación activa del Estado. Responde a una etapa del pensamiento

económico en la que se justifica una amplia intervención de éste en materia económica, basada en el manejo de la demanda agregada. La planeación y la programación del desarrollo eran ampliamente favorecidas por los gobiernos.

Los dos conceptos básicos subyacentes en este enfoque que Guergil denomina de "racionalidad productiva", sostienen que la fuerza de trabajo excedente que no pudo ser incorporada a las ocupaciones del sector formal se inserta o crea unidades económicas unipersonales o con un número muy reducido de ocupados, en actividades de fácil acceso. La lógica de funcionamiento de esas unidades gira en torno a la subsistencia y no a la acumulación. El sector informal se correlaciona fuertemente tanto con el subempleo como con la pobreza, lo cual se ha agudizado durante la crisis económica de la década de los ochenta (PREALC, 1978, 1985, 1987, en Jusidman de B., 1993).

La gran dificultad se enfrenta al tratar de operacionalizar esos conceptos debido a dos circunstancias: la primera es que por muchos años se ha tenido que utilizar información capturada mediante censos de población y encuestas de hogares; y la otra que los dos conceptos "excedente" y "subsistencia" son muy difíciles de traducir en preguntas concretas a la población. Se han utilizado diversos indicadores para estimar la población o las unidades productivas en condiciones de informalidad, como son: las categorías en la ocupación, el tamaño de los establecimientos, el nivel de ingresos y el número de horas trabajadas; también se ha dependido de encuestas cualitativas específicamente diseñadas. (Jusidman de B., 1993).

Este enfoque fue ampliamente difundido, desarrollado y aceptado por un número importante de investigadores en América Latina, particularmente a finales de los años setenta y principios de los ochenta; sin embargo, poco se logró avanzar en su incorporación al ámbito de la política económica real, pues los países de la región seguían empeñados en apoyar prioritariamente el desarrollo de sus sectores modernos.

1.2.2 El enfoque de la ilegalidad

Con la crisis y recesión de los años ochenta y los cambios en las escuelas económicas predominantes que pasan del keynesianismo a la posición clásica tradicional y, más recientemente, a la teoría de la oferta, surge un nuevo enfoque del sector informal que privilegia su carácter ilegal y lo define como el conjunto de actividades que no cumplen con la reglamentación establecida en el ámbito económico, sean estas fiscales, laborales, sanitarias o de otro tipo (De Soto, 1986; CEESP, 1987; ILD, 1987; ILDV, 1987; IDEC, 1987). La ilegalidad deja de ser una característica conexa derivada de la racionalidad bajo la que operan las unidades informales, para pasar a ser la característica principal, definitoria. De acuerdo a ello, las empresas formales e informales funcionan según racionalidades idénticas y lo único que las distingue es su condición legal, lo que a su vez provoca diferencias en el acceso a recursos y a mercados (Guergil, 1988., en Jusidman de B., 1993).

Este enfoque ampliamente difundido en América Latina a partir de la publicación del libro de De Soto (1986), atribuye la aparición de unidades productivas "ilegales" a las imperfecciones del sistema impositivo y de las regulaciones vigentes; es decir, es resultado de las políticas aplicadas por el Estado. Por lo tanto, propone la desregulación de los mercados y el retiro casi total de las intervenciones del Estado. De Soto aboga porque la reglamentación "refleje la realidad (informal) y deje funcionar ... la economía espontáneamente surgida del pueblo" (De Soto, 1986).

Esta forma de concebir al sector informal está muy relacionada con el de "economía subterránea" que surgió en los países desarrollados. Tiene sus antecedentes en el reconocimiento, desde finales de la Segunda Guerra Mundial, de que había una serie de actividades económicas que escapaban a las cuentas nacionales. La fracción de la economía que no se registraba se conocía por diversos nombres: economía negra, no regulada, ilegal, oculta, no declarada, etc. El término **subterránea** es acuñado en 1977 y recibe a finales de la década de los ochenta, gran difusión de los medios masivos de comunicación (Rendón y Salas, 1991., en Jusidman de B., 1993).

Después de analizar los trabajos de varios autores, Rendón y Salas encuentran que actualmente no hay una acepción única del término, y que

al examinar los distintos usos del mismo concluyen que " ... cuando se habla de economía subterránea, se está haciendo referencia, a las transacciones ilegales -ya sea en dinero o en la forma de trueque - ; al fraude fiscal (en las formas de evasión o subdeclaración) y al trabajo clandestino. Bajo este último rubro se incluyen a los trabajadores y artesanos no declarados, así como los empleos múltiples no declarados" (Rendón y Salas, 1991).

La economía subterránea comprende por lo tanto, a una parte importante de las actividades consideradas como informales desde el enfoque de la racionalidad productiva, dado que muchas actividades desempeñadas para generar un ingreso familiar básico tienen una alta probabilidad de ser ilegales; pero otras, como los servicios domésticos remunerados pueden ser completamente legales. Sin embargo, incluye un espectro mucho mayor, desde el narcotráfico, es decir, desde actividades criminales que generan ingresos, hasta la venta ambulante. Inclusive comprende actividades parciales de unidades económicas que estarían operando en el sector formal de la economía como es la subfacturación y el doble empleo. En sentido inverso, varias actividades se realizan al margen de la legislación fiscal a fin de aumentar las ganancias conforme a la lógica clásica del mercado, y se encubren dentro de lo que aparentaría operar con la lógica de la subsistencia.

La informalidad desde el enfoque de la racionalidad productiva se traslapa con el enfoque de la economía subterránea generándose una confusión al homologarse los dos conceptos cuyos determinantes son distintos, aunque pueden coincidir en determinadas unidades productivas. Es decir, por ejemplo, que una persona para subsistir se vea en la necesidad de crear un pequeño negocio, pero que reconoce que éste no le resultaría viable económicamente si tiene que pagar los costos de la regulación.

La traslación de un marco teórico aplicado a las economías desarrolladas, tanto las de libre mercado como las que operaban centralmente planificadas (De Grazia, 1980; Tanzi, 1982; Alessandrini y J. Dallago, 1986) a regiones distintas ha dado lugar a algunas diferencias. En los países desarrollados, aquellos que han estudiado la economía subterránea más que pronunciarse por un desmantelamiento de las regulaciones, proponen su perfeccionamiento como es el caso de la cobertura del sistema impositivo, o la coercibilidad de las leyes.

En el caso de América Latina y a partir del planteamiento de De Soto, un grupo aboga por la eliminación de las barreras a las iniciativas particulares que se refugian por ello en la ilegalidad. Otro grupo representado por los intereses de los sectores económicos del tramo moderno, que ven en las actividades subterráneas una competencia desleal, promueven el perfeccionamiento del marco regulatorio y la aplicación estricta de la ley, mediante sistemas coercitivos. Es decir, estarían planeando la eliminación o limitación de esas actividades.

En sentido estricto, la primera visión de este enfoque considera positiva la actividad productiva que se lleva a cabo dentro de la economía informal y busca su apoyo y promoción. La segunda visión conduce a una intervención del Estado que elimine lo que se estima como una competencia desleal por parte de los establecimientos informales al no tener que incurrir en los costos de la regulación.

"A diferencia del enfoque de la racionalidad productiva, el de la ilegalidad ha adolecido de una fuerte deficiencia analítica. Aunque se han utilizado diversas técnicas para medir la ilegalidad, originalmente desarrolladas en los países industrializados, su aplicación no siempre se ha visto acompañada de un esfuerzo de conceptualización que permitiera su adaptación a la realidad específica de América Latina. Se trata nuevamente, como en el caso de los conceptos de desempleo y subempleo, de una extrapolación sin demasiadas adaptaciones a las economías subdesarrolladas. Incluso en investigaciones realizadas para los países industrializados se ha efectuado un análisis detallado de las diferencias conceptuales de la ilegalidad económica entre, por ejemplo, Estados Unidos y Europa Occidental. El papel del Estado no es el mismo en estas economías que en los países en desarrollo, y se necesitan indicadores distintos para evaluar realidades diferentes, si no se quiere caer en el estereotipo". (Guergil, 1988., en Jusidman de B., 1993).

No cabe duda que en América Latina hay una importante actividad que se desarrolla en la ilegalidad económica como es el contrabando, la evasión fiscal y la subfacturación y que es necesario realizar esfuerzos para evaluarla y eliminarla, pero previamente deben definirse los conceptos, los indicadores y los instrumentos de política que son pertinentes a las realidades específicas de los países de la región.

Si bien los conceptos de informalidad y de economía subterránea se traslapan, no constituyen conjuntos iguales ni responden a determinantes semejantes. Por ello es mejor conservar el término de ocupación o sector informal para lo que se denominó el enfoque de racionalidad productiva, y mantener el de la economía subterránea para la ilegalidad.

1.2.3 El enfoque de la racionalidad del mercado

Una línea de análisis que retoma aspectos de los dos enfoques ha sido desarrollada a partir de los trabajos de Portes, Benton y Castells. Estos autores buscan explicar el porqué, si el sector moderno no ha incorporado a la fuerza de trabajo al ritmo requerido, continúan las transferencias hacia las actividades no agrícolas y el sector informal sigue creciendo. Señalan que la transferencia directa de fuerza de trabajo hacia los sectores modernos como plantean los economistas neoclásicos no se da, sino que existe una absorción significativa de fuerza de trabajo por el sector moderno, pero bajo condiciones laborales muy distintas a las implícitas en el trabajo asalariado formal protegido (B. García, 1988., en Jusidman B., 1993).

Dichos autores sostienen que las actividades del sector informal urbano son típicamente capitalistas, donde hay asalariados de manera abierta o encubierta y que por lo tanto, son parte integral de la economía moderna y no son exclusivas de los países en desarrollo. La descentralización de la producción, los contratos flexibles de trabajo y la subcontratación forman parte de un conjunto de circunstancias que se refuerzan, afectando a países con distintos niveles de desarrollo. El mecanismo a través del cual se vinculan la economía formal y la informal es la subcontratación, entendida por esta corriente de pensamiento en un sentido muy amplio. (Gran parte de la discusión en este párrafo está tomada de Rendón y Salas, 1991).

Los autores que sostienen este enfoque, consideran que la persistencia del sector informal urbano en los países menos desarrollados conviene al capital pues aprovecha la existencia de mano de obra disponible, manteniendo formas de explotación y relación con el trabajo de algún modo ancestrales. Ellos atribuyen como causa fundamental de esta posibilidad, y en sí de la persistencia y crecimiento del sector informal urbano, a la

existencia de una legislación laboral excesiva y una fuerza de trabajo abundante, lo que motiva a las empresas a eludir las regulaciones laborales.

En cambio, en los países desarrollados la informalidad es resultado del interés de las empresas por disminuir sus costos mediante la flexibilización de sus relaciones con el trabajo. Esto se ha expandido a partir de la crisis iniciada en los años setenta, lo cual ha propiciado el surgimiento de nuevas modalidades de hacer negocios.

Los autores introducen así las nuevas formas de organización del proceso de trabajo a partir de los cambios experimentados en los procesos productivos, lo que es considerado por PREALC como una decisión inconveniente, pues aunque en su concepción original del sector informal y en su propuesta existen características idénticas de las unidades productivas -por ser pequeñas, utilizar principalmente fuerza de trabajo familiar y operar fuera de las regulaciones del Estado- tienen diferencias fundamentales:

"En los países desarrollados la creación de pequeñas unidades se produce desde arriba, por causa de la descentralización. En los países en desarrollo en cambio, constituyen una respuesta ocupacional generada desde abajo". (Jusidman de B. 1993).

En los países desarrollados se puede afirmar que en términos generales no existe un excedente de fuerza de trabajo. Como consecuencia, los ingresos de los "informales" en esas economías son más elevados que los de los asalariados aunque pierdan los beneficios sociales por estar insertos en la informalidad.

Aun cuando efectivamente en las economías semiindustrializadas y en desarrollo está aumentando la presencia de situaciones como las descritas, derivadas de las estrategias de las empresas modernas para reducir costos y descentralizar la producción, y que ello se ha acentuado en América Latina durante la crisis recesiva de los años ochenta, no se puede afirmar que se trate de un fenómeno generalizado. Menos puede explicarse para estos países la existencia y crecimiento del sector, pues bastaría con hacer éstas más flexibles para desaparecer la informalidad como una respuesta a legislaciones laborales excesivas.

Se puede concluir, a partir de la revisión realizada en esta primera parte, que si bien existen diferentes formas de conceptualizar al sector informal, se trata de una categoría relevante para entender las diferencias en las trayectorias de desarrollo que han tenido varios países en desarrollo, respecto de las que siguieron las economías industrializadas. En razón de ello, es inconveniente extrapolar sin adecuaciones, categorías y conceptos que son pertinentes a las situaciones de unos hacia otros. Esto ha ocurrido al trasladar, hacia los países en desarrollo el concepto de economía subterránea y actualmente es el riesgo en que se incurre al tratar de llevar el concepto de ocupación o sector informal hacia las economías desarrolladas.

Si bien los países en desarrollo cuentan con sectores modernos que operan con la lógica del mercado y que se está avanzando hacia la globalización, las nuevas modalidades de organización de la actividad productiva y de los procesos de trabajo deberían entenderse y conceptualizarse como tales, evitando extender la cobertura de categorías que fueron construidas para explicar otras situaciones como es la de informalidad. Obviamente, las similitudes entre las unidades productivas informales y las que responden a la nueva lógica de organización del mercado hacen que la tarea no sea fácil y plantean un reto al futuro.

En los veinte años transcurridos desde la aparición del concepto de ocupación informal, las economías de los países en desarrollo se han transformado. La crisis recesiva por la que han atravesado varias de ellas en los últimos diez años, agudizaron algunos de los fenómenos que dieron origen al surgimiento de un vasto sector informal, como es el lento crecimiento de las actividades no agrícolas modernas frente a tasas aún elevadas de aumento de la fuerza de trabajo.

Sin embargo, la informalidad como una estrategia de supervivencia continúa explicando las condiciones precarias de empleo que afectan a vastos sectores de la población urbana de América Latina.

2. Marco teórico

En la presente investigación nos basamos fundamentalmente en el enfoque de la racionalidad productiva, por considerarlo el más apegado a la realidad de la informalidad económica.

Aunque debemos aclarar, que la terminología utilizada por el enfoque arriba mencionado, no es aplicable en su totalidad en el presente trabajo, puesto que, nuestro objeto de estudio es una forma de comercialización y no un modo de producción, por ello a continuación, delimitamos el marco teórico en el cual nos guiaremos.

Es de vital importancia la noción que presenta Keith Hart de "oportunidades de ingreso formales e informales" para estudiar la ocupación del comercio en vía pública; asumiendo que las actividades informales son la forma de hacer cosas caracterizadas por:

- a) facilidad de entrada
- b) apoyo en los recursos locales
- c) propiedad familiar de las empresas
- d) escala de operación pequeña
- e) tecnología adaptada e intensiva en fuerza de trabajo
- f) destrezas adquiridas fuera del sistema educativo formal
- g) mercados no regulados competitivos.

Por tanto, estamos de acuerdo en que el sector informal se define a partir de las características opuestas a las que perfilan al formal.

También creemos que el comercio en la vía pública muestra una dinámica propia y no tiende a desaparecer sino más bien puede transformarse.

La racionalidad económica de este tipo de comercio en términos generales, consiste en garantizar la subsistencia del grupo familiar, que difiere de la vigente en el sector formal (capitalista) cuya motivación esencial es la acumulación.

Otro aspecto válido para nuestro objeto de estudio son las causas de su surgimiento, que están íntimamente relacionadas con el mercado laboral y con la distribución del ingreso.

También existe una desconexión de los circuitos financieros formales, lo cual es la causa de que en los casos de comercios en vía pública que utilizan empleados por pago se den relaciones de trabajo no reguladas y desprotegidas, ya que les resulta económicamente imposible absorber los costos que supondría una eventual regularización (Klein y Tokman, 1986). Esta sería también la razón por la cual no se incorporan a los registros fiscales o administrativos que demandarían el pago de impuestos, multas, etc., es decir los costos de la regulación.

Respecto a los acuerdos básicos de la OIT y de PREALC, en su enfoque de la informalidad para América Latina consideramos vigentes para el caso del comercio en vía pública los siguientes:

- Las actividades ilegales delictivas, criminales, los limosneros, no forman parte de la ocupación en el comercio en vía pública.
- En este tipo de comercio se incluyen pequeños negocios que utilizan trabajadores asalariados cuando operan bajo una lógica de subsistencia tanto del microempresario como de los trabajadores.
- El comercio en la vía pública es heterogéneo en su conformación aún cuando como características generales se trata de actividades intensivas en el uso de mano de obra poco calificada y muy bajos requerimientos de capital, a partir de tecnologías relativamente rudimentarias y en actividades de fácil entrada.
- El interés por conocer las características de las unidades comercializadoras parte de la necesidad de identificar el tipo de empresas en las que se insertan los ocupados pobres, con el propósito de dirigir políticas que contribuyan a mejorar el desempeño productivo de las mismas cuando son económicamente viables, y como una vía para mejorar a su vez los ingresos y condiciones de trabajo de esos ocupados pobres. Se busca, por lo tanto, identificar unidades-meta relevantes para políticas de fomento y apoyo.

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II

EL COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA EN LA CIUDAD DE MÉXICO

1. Un recorrido histórico

Josefina Valenzuela C. define al comercio en la vía pública de la ciudad de México como: "un fenómeno social permanente, que ha existido ininterrumpidamente desde la época prehispánica hasta nuestros días, por ser una actividad libre fácilmente adaptable que se incrementa en épocas de insuficiencia de empleo". (Valenzuela C. Josefina, 1993).

Dice Josefina Valenzuela que se han detectado cuatro etapas de 1524 a nuestros días, en que las características básicas del fenómeno son recurrentes. El gobierno de la ciudad encausa el establecimiento del comercio y simultáneamente surgen los libre mesilleros (puestos en mesas improvisadas), cuya proporción aumenta hasta que surgen protestas de diversos sectores de la sociedad que se ven afectados en sus intereses. Nuevamente el gobierno los ordena y la inquietud se disipa temporalmente, hasta que la problemática de la economía, y el crecimiento de la población genera una variedad de necesidades incrementándose el sector de la población que se dedica a trabajar en el comercio en la vía pública.

Josefina Valenzuela presenta una breve pero muy rica descripción de 4 etapas, que nos iluminan para una mejor comprensión, a través del análisis histórico, de la situación actual del comercio en la vía pública.

1.1 Periodo 1525-1790

Durante la época virreinal, en la Ciudad de México, el centro de abasto público estaba en la Plaza Mayor, y duró de 1525 a 1790, en ella se expendían todos los productos propios del abasto público y la población acudía diariamente. En este mercado se concentraba una gran cantidad de vendedores; el oficio de vendimiero o comerciante fue muy concurrido, igualmente se presentaron los mesilleros y los regatones (intermediarios), que compraban los productos en las acequias a los introductores y los

vendían en la Plaza Mayor encareciéndolos y en ocasiones ocultándolos según su conveniencia.

"El Ayuntamiento de México intentó controlar el sistema de abasto con normas y ordenanzas, la Real Cédula de 1611 fue la principal. La asignación de puestos, los impuestos y su cobranza quedaron bajo la responsabilidad del Alcalde Mayor". (Valenzuela C. Josefina, 1993).

Para que la Plaza Mayor se desconcentrara, el Ayuntamiento determinó permitir que en otros lugares se colocaran puestos de vendimias como en la Plaza de Jesús, la Cruz del Factor y Santo Domingo, pero a causa de un mal manejo, los vendedores se desbordaban y saturaban todas las calles circunvecinas a la Plaza Mayor, invadiendo el atrio de la catedral, el frente de Palacio Nacional y las casas del Ayuntamiento.

1.2 Período 1791-1864

Durante el siglo XVIII, en la última década, el sistema de mercados continuaba deteriorándose, la saturación crecía generando fuertes desequilibrios en los servicios del centro de la ciudad. Dentro de la Plaza Mayor estaba el Parian, diseñado originalmente para cuartel y a solicitud del "Gremio de Chinos" o comerciantes de Filipinas fue ocupado por ellos para comercio. El Parian fue demolido en 1843 liberando a la Plaza Mayor de sus construcciones.

"Fue el virrey segundo, conde de Revillagigedo quién organizó el abasto de la ciudad, mediante dos acciones simultáneas, la construcción del nuevo mercado del Volador, en la manzana del actual edificio de la Suprema Corte y la expedición del "Reglamento para los Mercados de México, 1791", especialmente para el de la Plaza del Volador considerado como el principal.

El reglamento asigna colocación a lugares según géneros y clases de las vendimias, precios de los puestos, funcionarios, responsabilidades y salarios: del administrador, alguacil, guardas y del juez de plaza de nombramiento anual para dirimir las cuestiones surgidas entre los concurrentes". (Valenzuela C. Josefina, 1993).

En el mercado del Volador con excepción de llaves y armas se vendía de todo, nuevo y usado. Al paso del tiempo fue insuficiente para satisfacer las necesidades de la ciudad y nuevamente se desbordó el comercio sobre la Plaza Mayor, el atrio de la catedral y las calles circunvecinas.

1.3 Periodo 1865-1956

Siendo el Volador insuficiente, se trasladó el sector de carnes, vegetales y alimentos a la parte de la iglesia y convento del Carmen que había sido demolida. El traslado primero con protesta, fue seguido por los comerciantes del Volador que iban tras la gran afluencia de comerciantes y compradores que terminaron por convertir a todo el barrio de la Merced en Central de Abastos. El Cabildo determinó la construcción del Mercado de la Merced inaugurado el 30 de diciembre de 1880 en un esfuerzo más de acoger a todos los vendedores, locatarios y callejeros. Su ubicación permitía recibir los productos de la región sur del valle y tierra caliente.

"Ya entrado el siglo XX los conflictos en el barrio eran demasiados, los vendedores callejeros crecían en número, dentro del mercado existían 370 puestos oficiales y afuera, en las calles, más de 400; ninguna obra de mejoramiento podía ya resolver el problema. De tal manera, las autoridades del ayuntamiento acordaron crear un corredor comercial, de la plaza de la Merced a la de Juan José Baz, antigua de la Aguilita, por las calles de Manzanares y Talavera, así se formaba un corredor cerrado con tráfico local. Dentro y fuera del inmueble se concentraba gran variedad de artículos, tanto de consumo básico como de ornato y de ahí se distribuían a otros mercados; razón por la cual se dice que la Merced controlaba los productos de la capital en pleno siglo XX". (Valenzuela C. Josefina, 1993).

1.4 Periodo 1957-1990

Entrados los primeros 50 años del siglo, gran cantidad de puestos callejeros rompieron el corredor comercial al invadir las calles de la zona y se formaron varias extensiones de la plaza a lo largo del barrio, situación que prevalecía hasta 1957, en que el Departamento del Distrito Federal retorna a la idea del corredor comercial, ordenó la apertura de la calle de Anillo de Circunvalación y construyó el nuevo mercado de la Merced, al que

popularmente se le conoce como el Mercado de las Naves. (Valenzuela C. Josefina, 1993).

Al poco tiempo, la situación presentó nuevos problemas de saturación de vendedores, de higiene y de tránsito provocando un fuerte conflicto urbano dentro del área, las calles de la antigua Merced continuaban llenas de vendedores ambulantes e improvisados y se volvió a romper el corredor comercial, no permitiendo el desahogo de la circulación tanto de peatones como de vehículos, acumulación de delincuentes, de prostitución y de varios focos de infección en las bodegas de las calles de la zona.

La acumulación de vendedores ambulantes e improvisados tanto de la plaza de la Merced, de la plaza de Juan José Baz y de las calles circunvecinas del mercado de las Naves de la Merced propició, de 1970 a 1980 un mercado no competitivo, ya que la protección de los líderes, permitió que dichos vendedores se apoderaran de las calles de Anillo de Circunvalación, Topacio, San Pablo, Fray Servando Teresa de Mier, etc., y de las afueras del propio mercado de las naves. Se calcula para 1980 una población flotante de más de 130 mil individuos vinculados a la actividad mercantil de productos perecederos. (Valenzuela C. Josefina, 1993).

"Durante 20 años se discutió en el seno del Departamento del Distrito Federal, la posibilidad de crear cuatro centrales de Abasto y así desahogar de vendedores el barrio de la Merced; en el año de 1980 se determinó verificar una, y que la Dirección General de la Comisión de Desarrollo Urbano se encargara de la construcción de la Central de Abastos en los predios expropiados para el efecto en Iztapalapa. Fue inaurada en 1982 y trasladadas a ella bodegas y puestos al mayoreo de la antigua Merced y las cercanas al mercado de las naves. Sin embargo, el mercado siguió funcionando con ventas al menudeo y en sus calles continuaron vendedores ambulantes, lo que no sucedió en la plaza de la Merced y la de Juan José Baz que por un tiempo quedaron abandonadas" (Valenzuela C. Josefina, 1993).

2. División del comercio en la vía pública

2.1 El comercio de Subsistencia en la vía Pública

El comercio de subsistencia en la vía pública lo podemos definir como un fenómeno cuyo origen fundamental es por problemas de índole social, económico y cultural, el cual está integrado en su mayoría por personas que emigran del campo a la ciudad y que no poseen ningún tipo de calificación para el trabajo y ante la necesidad de allegarse cualquier cantidad de ingresos se dedican a actividades no calificadas que les permite subsistir.

El comercio de subsistencia, generalmente vende productos de poca calidad (que pueden ser nacionales o extranjeros), de consumo inmediato y con poco monto de inversión.

El comercio de subsistencia en la vía pública, se explica por la incapacidad de la sociedad para dar a todos los mexicanos, un nivel de educación básica que permita abatir el analfabetismo e incorporar socialmente a toda la población en aquellas actividades que funcionan en las diferentes áreas que integran el sector formal de la economía.

Este grupo de personas que carecen de un grado de calificación determinado y de dinero representa una pequeña parte del comercio en la vía pública en general. Estos individuos dedicados al comercio, también denominado "ambulante", constituyen una verdadera economía de subsistencia, ya que el producto económico que generan es prácticamente nulo, que aún cuando fuera registrado dentro del Producto Interno Bruto (PIB) no tendría impacto alguno.

2.2 El comercio rentable en la vía Pública

Existe otro tipo de comerciantes en la vía pública, a los que por sus características denominamos "rentable" y se dedican al ejercicio de compra-venta de bienes y servicios, que se ejerce en áreas destinadas al tránsito peatonal y vehicular de uso público.

Las transacciones se llevan a cabo sin manejo de facturas y las operaciones no son registradas para su contabilidad; su ejercicio a veces está amparado por un permiso de las autoridades.

La gama de las transacciones es muy grande, ya que se ofertan desde comestibles y artículos de primera necesidad a artículos de moda de alto costo, pasando por antigüedades y objetos usados, servicios a domicilio y venta de objetos de medio uso.

En este segundo tipo de actividad si requieren en su desempeño de montos considerables de recursos monetarios para la instalación y operación del negocio. También se encuentran individuos que cuentan con un determinado grado de preparación, "manejan cuando menos la aritmética básica, y tienen una noción mercantil empírica o teórica suficiente para manejar sus negocios, los cuales están conformados por pequeñas instalaciones fijas o semifijas establecidas en la vía pública". (CANACO, 1987).

Las transacciones se llevan a cabo sin manejo de facturas y las operaciones no son registradas para su contabilidad; su ejercicio a veces está amparado por un permiso de las autoridades.

La gama de las transacciones es muy grande, ya que se ofertan desde comestibles y artículos de primera necesidad a artículos de moda de alto costo, pasando por antigüedades y objetos usados, servicios a domicilio y venta de objetos de medio uso.

Esta actividad representa una forma de vida para aquellos individuos que operan de manera independiente o en grupos, que estando bajo la protección de un líder o agrupación generan un excedente considerable. Sin embargo hay que hacer notar que una buena parte de dichos comerciantes son únicamente empleados o prestanombres que en su mayoría no alcanzan a ganar siquiera el salario mínimo oficial, además de no contar con los servicios de seguridad social.

Dicha situación es amparada y prolifera al amparo de problemas estructurales de la economía como son: el desempleo y los bajos salarios, y otro de gran magnitud también como lo es la corrupción política, pues

dichos comerciantes sirven de capital político a partidos e incluso los utilizan en manifestaciones, marchas, plantones, etc.

2.2.2 Relaciones laborales.

Dada su heterogeneidad, el comercio en la vía pública presenta relaciones de trabajo diferenciadas.

La atención al público recae, en buena medida, en empleados. Además de ésto, tenemos que también son atendidos por familiares y amigos.

La situación de atender los propietarios sus locales se manifiesta sobre todo en los comercios de baja rentabilidad. Hay que mencionar también que los empleados en el comercio en la vía pública, generalmente no cuentan con prestaciones y están expuestos a una relación laboral muy endeble, pues en cualquier momento pueden ser desplazados.

2.2.3 Por su ubicación.

Los lugares donde se ubican tienen la singularidad de concentrar mucha actividad, sea por motivos laborales, comerciales, de esparcimiento, religiosos, de salud, servicios, etcétera.

Es por ello que puede ser alta la densidad de comerciantes que se instalan en una zona, aún cuando con frecuencia se ofrezcan productos similares. De igual forma, el lugar en que se ubican determina de alguna manera la variedad de mercancías a ofrecer o predominante.

2.2.4 Por su arraigo.

Ahora bien, la existencia de concentraciones de comerciantes viene de mucho tiempo atrás y algunas de ellas persisten a la fecha, lo cual significa un arraigo al lugar a través de haberlo acreditado. Se puede hablar en este caso, de algunas familias de comerciantes que se han sucedido en esta actividad.

Pero el ejercicio del comercio en la vía pública no se ha quedado ahí, su desarrollo ha seguido el crecimiento de la ciudad. A las zonas de concentración antiguas o tradicionales que siguen activas, se han venido a incrementar muchas más a consecuencia del crecimiento de la mancha urbana. Este crecimiento trae consigo el surgimiento de centros de población y la modernización de otros, con sus respectivas áreas de servicios y recreativas; todos ellos se convierten en atractivos lugares propicios para el desempeño de la actividad de referencia.

A estas zonas nuevas llegan comerciantes que deben abrirse camino para ser aceptados. Son comerciantes que pueden estarse iniciando como tales o tener experiencia anterior. Su permanencia depende del arraigo que logren, es decir, de la aceptación en el espacio que ocupan y del nivel de organización que alcancen.

2.2.5 Por su mercancía.

Cada concentración de comerciantes tiene su aspecto particular en relación a las mercancías que vende. En algunos casos, la tradición de una concentración impone su sello distintivo, y de antaño se conoce que se especializa en ciertas mercancías, aún cuando la tendencia actual parece ser la de incorporar mercancías novedosas.

La mercancía se encuentra muy diversificada en unas zonas, y muy especializada en otras. Como se menciona anteriormente, este aspecto está ligado a la antigüedad y sobre todo, al ambiente o espacio en que se ubica cada concentración.

2.2.6 Por su población.

La población ocupada en esta actividad tiene diferentes características, que pueden asociarse al tipo de concentración a la que pertenece (antigua o reciente).

Cada concentración tiene características distintas debido a la integración de cada uno de los comerciantes con su zona en particular. Es decir, podemos encontrar concentraciones compuestas en su mayor parte por vecinos del

lugar, y otras compuestas por integrantes de diferentes lugares que sólo coinciden por el lugar en que venden. De hecho en ambos tipos de concentración puede darse la incorporación de nuevos miembros, en su proceso aún no definido de aceptación de grupo.

Se tiene comúnmente la imagen del vendedor en la vía pública que con vestimenta sencilla ofrece mercancía en pequeña escala, y que por la forma en que se instala denota precariedad. Su actividad se asocia a lo humilde de su extracción, la cual no le permite acceder más que a trabajos de la misma escala por su nivel de preparación en general. Por tanto sus posibilidades de ubicarse en una ocupación formal son escasas. A ello pudiéramos agregar que como resultado del costo de la vida, y el nivel de ingresos al que puede aspirar, este sector de los comerciantes debe aquilatar los beneficios que obtendría a través de una ocupación formal, con las desventajas que le puede representar:

- Efectuar un trabajo pesado o de alto riesgo de accidente.
- De bajo ingreso
- Con posiblemente altos costos de transporte, de tiempo y de fatiga.
- Con prestaciones insuficientes para cubrir sus necesidades
- De carácter inestable (por existir gran oferta de mano de obra y contracción actual en las fuentes generadoras de empleo).

También podemos agregar que dentro de este sector tienen mayores inconvenientes:

- Los menores de edad
- Las mujeres con hijos o familia a su cargo
- Las personas de edad avanzada

En la ciudad de México, acelera el crecimiento bruto de la población que se dedica a esta actividad informal, la migración del campo a la ciudad, y de las localidades menores y medias a la capital. Es la población rural e indígena la que tiene los más bajos niveles de escolaridad pero, sobre todo, la que cuenta con menos capacitación para el trabajo, la que se dedica a estas actividades. Esto se justifica con el mito de la abundancia, de la ganancia fácil y de una vida más divertida e intensa que la existente en la comunidad rural tradicional o en la ciudad tranquila de provincia.

Otro grupo que viene a sumarse es el de la población que con mayor capacitación pero a falta de empleos suficientes, se encuentra desempleada y busca el auto-empleo desarrollando esta actividad, bien sea de manera esporádica, temporal, permanente, o en tanto encuentra una mejor oportunidad de obtener un mayor ingreso o estabilidad y prestaciones.

De hecho, la incorporación de otros sectores de la población al comercio en la vía pública, se debe a la aparente facilidad con que actualmente se puede acceder a vender mercancías de moda que tienen alta demanda y buen margen de ganancias; a que el poder adquisitivo se ha deteriorado y esta actividad permite obtener o complementar un ingreso de una forma accesible que sin traba de horario trámites costosos y largos o requisitos mayores, puede realizarse de tiempo parcial o completo; y a que por el deterioro del poder adquisitivo los clientes buscan en el comercio en la vía pública una manera de efectuar adquisiciones a un menor costo, o sea, darle un mayor rendimiento a su ingreso.

2.3 Organización del Comercio en la Vía Pública

Por organización de los comerciantes en la vía pública se entiende, por una parte, la forma en que éstos se coordinan o se ponen de acuerdo para realizar sus actividades cotidianas, esto es, para dividirse y asignarse los espacios, para colocar sus instalaciones cuando las tienen, para adquirir, transportar, guardar sus mercancías, e inclusive para la vigilancia en el territorio con el fin de protegerse de los delincuentes y también de los policías, inspectores y encargados de la Vía Pública de las delegaciones. Por otra parte, se entiende por organización del comercio en la vía pública, la creación y funcionamiento de las instituciones gremiales que los representan y que les permiten tener una fuerza que oponer a las autoridades gubernamentales para la defensa de sus intereses comunes.

Podríamos decir que hay algunos aspectos de los que se señalaron que son comunes a ambas formas de organización; sin embargo, dada la peculiaridad que caracteriza a las personas que se dedican al comercio rentable en la vía pública en este sentido, se decidió contemplarla en estos dos aspectos.

La organización por una parte surge de la necesidad de contar con un procedimiento, de una mecánica para realizar su actividad como comerciante, y por la otra, surge de la necesidad de la defensa de su espacio y de su ocupación, o bien es la forma por la cual un individuo puede iniciarse como comerciante en la vía pública.

Por ahora dejaremos a un lado el aspecto práctico de la organización y nos centraremos en el segundo, no sin antes señalar que existe la necesidad de conocer las formas de organización cotidianas como son: el abastecimiento, la transportación de la mercancía, de resguardarla y almacenarla, de protegerla, esto con la finalidad de conocer qué problemas enfrentan y como los están solucionando, que tanto influyen éstos en los costos y repercuten por lo tanto en el precio de venta, que tanto se ve mermada su ganancia.

En lo relativo a las organizaciones que los representan, éstas surgen como una manera de defenderse de quienes se oponen a que realicen sus actividades y entre ellos no sólo se encuentran las autoridades, sino también los comerciantes de los pequeños, medianos y grandes establecimientos afiliados a la CANACO del D.F.

El comercio en la vía pública ha sido condenado por diversos sectores de la sociedad bajo distintos argumentos: "para unos representa una competencia desleal, ya que no están obligados a pagar instalaciones, trámites para autorizaciones, impuestos; para otros desfavorece la imagen y entorpece el tránsito; otros más aluden que no responden por la mercancía ante los clientes, y también se dice que contaminan el medio ambiente y son transmisores de enfermedades" (CANACO, D.F., 1988)

Se aboga en su favor en el sentido de que es un freno a la delincuencia; como una alternativa para los desempleados, los incapacitados y los marginados; porque son un mecanismo de equilibrio en los precios y frena la voracidad del comercio establecido; también son una alternativa para los consumidores que no tienen suficientes recursos y que son un factor de activación de la economía al dar salida a grandes volúmenes de productos procedentes de pequeñas y medianas empresas manufactureras y artesanales, que no cuentan con capital suficiente ni créditos, por lo cual requieren de una recuperación rápida de su inversión.

El gobierno capitalino, por otra parte, ha llevado a cabo acciones para desalentar el comercio en la vía pública o bien frenar su crecimiento, pero esto no ha sido suficiente; el fenómeno sigue creciendo y ocupando nuevos espacios. En ello los organismos que los representan han jugado un papel importante; éstos tratan con las autoridades de las delegaciones el respeto a sus áreas de venta, la dotación de nuevos espacios, o de puestos en zonas de diversión.

Las organizaciones también funcionan como mecanismo de presión a las mismas autoridades y para ello organizan concentraciones o desfiles en forma de plantones, mítines, manifestaciones o bien invasiones de espacios.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DEL COMERCIO POPULAR

1. Antecedentes

El comercio en la vía pública en la ciudad de México es una labor que se ha venido desarrollando desde tiempos prehispánicos. En la gran Tenochtitlan existió uno de los mercados más grandes de su época, "el mercado de Tlatelolco", sin embargo, fuera de dicho mercado ya existían los llamados vendedores ambulantes y desde esa época hasta nuestros días, el mencionado fenómeno ha sido una constante en la ciudad de México.

En la época colonial se construyeron varios mercados en la ciudad de México, entre los más importantes cabe destacar, el Parian. Posteriormente el Volador y la Merced, pero todos fueron rebasados y a pesar que, el gobierno capitalino siempre ha tratado de encausar dicho fenómeno, después de un determinado tiempo vuelve a incrementarse desmedidamente.

En el presente siglo se construyó la Nueva Merced, conocido también como el mercado de las Naves, que se encuentra dentro del perímetro actual de la delegación Venustiano Carranza, dicho mercado fue inaugurado en el año de 1957 y después de 25 años también fue rebasado. En la primera mitad de la década de los ochentas, el gobierno de la ciudad construye la Central de Abastos para descongestionar de comerciantes mayoristas, comerciantes en vía pública y de un excesivo tráfico de automóviles y camiones, la zona de la Merced, sin embargo, actualmente el problema persiste.

La administración del Departamento del Distrito Federal mediante la Coordinación de Abasto y Distribución del D.F. COABASTO, implementó en agosto de 1992 el PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DEL COMERCIO POPULAR (P.M.C.P.), por medio del cual se comprometió al cumplimiento de las siguientes acciones:

1.- "A reordenar las actividades del comercio en la vía Pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México, considerando específicamente el perímetro "A" que corresponde a la delegación Cuauhtemoc y el segmento del perímetro "B" que se localiza en la jurisdicción de la delegación Venustiano Carranza."

2.- "A emprender el reordenamiento de 10,000 comerciantes en un plazo máximo de un año".

3.- "A que dicho reordenamiento será el resultado de un intenso proceso de negociación, que conciliará las diferencias y respetará los intereses de todos y cada uno de los sectores involucrados, para beneficio de la ciudad de México".

4.- "A instrumentar esquemas flexibles de recuperación financiera que se adecúen a las posibilidades de los comerciantes en la vía pública y que, al mismo tiempo, no impacten significativamente los recursos gubernamentales".

2. Metodología

2.1 Localización y delimitación de zonas.

Se localizaron 53 zonas con distintas características de antigüedad y mercancía en las que normalmente se establecen comerciantes de vía pública.

La delimitación de cada una de estas zonas se dió en función de la existencia de 5 comerciantes o más para las manzanas contiguas a la zona localizada.

Se utilizó la cartografía del XI Censo General de Población y Vivienda 1990 para ubicar geográficamente las zonas y manejar la información.

2.2 Definición y cuantificación de la unidad de observación.

Se determinó utilizar "Punto de Venta" para denominar al puesto en que se ofrece mercancía, o a falta de puesto, al comerciante que la ofrece en forma directa en la vía pública.

La cuantificación se realizó recorriendo cada zona en el día y hora de mayor concentración de puntos de venta, previa verificación.

2.3 Tipificación.

Se consideraron dos características para diferenciar los puntos de venta:

- Tipo de instalación
- Tipo de mercancía

2.3.1 Los puntos de venta se clasificaron en cuanto a su instalación en cinco tipos:

Fijos: Son unidades cuyas instalaciones no son en sentido estricto formales; están construidos con materiales de duración media, principalmente de lámina, cuya dimensión media aproximadamente es de 2 metros de frente por 1.5 de ancho; comúnmente tienen un anclaje mínimo al piso y presentan una ubicación fija, sin posibilidad de traslado constante. Generalmente poseen techo y paredes, y la mercancía y los utensilios de trabajo quedan almacenados en el puesto, ejemplo: puestos de jugos, tortas, tacos, periódicos, etcétera.

Semifijos Armables: Son unidades que no cuentan con anclaje al piso; están fabricados con materiales de duración escasa o media, tales como: estructuras metálicas, madera, mantas, plásticos, etcétera. Su dimensión aproximada es de 1.5 a 2 metros de frente por 1.5 de ancho. Se encuentran ocupando un espacio en la vía pública, sin posibilidad de movilización inmediata. Algunos de estos puestos cambian de ubicación de un día a otro, y otros permanecen en el mismo lugar todos los días; algunos son instalados diariamente y otros los dejan durante la noche pero por lo regular sin la mercancía.

Rodantes: Como su nombre lo indica, son unidades que cuentan con ruedas, lo cual facilita su traslado inmediato de un lugar a otro. Incluye puestos que están en un mismo lugar o que se trasladan durante el día. El tipo de materiales de que están contruidos es muy variable. Algunos están acondicionados al tipo de mercancía que venden, como son: carros de supermercado, bicicletas, automóviles, diablos, etcétera, en los que venden diferentes tipos de mercancías.

Toreros: Son unidades con instalaciones totalmente informales, regularmente plásticos, huacales, tablas, mesas de tijera, sombrillas de playa, etcétera. Ocupan un espacio en la vía pública, que puede ser el mismo todo el día o cambiar según ciertas circunstancias. Por sus características tienen posibilidades de traslado inmediato, por lo cual se les conoce comúnmente como "toreros", ejemplo: merengueros, merolicos, "Marías" con mercancía en el suelo, vendedores de ropa, de artículos de plástico, etc.

Anexo establecimiento: Este tipo de puestos son extenciones del comercio establecido, hacia la banqueta frente al mismo establecimiento y dedicados a la venta de artículos idénticos a los que se venden dentro de éste, generalmente atendido por un empleado del negocio.

2.3.2 Se definieron los siguientes once grupos por tipo de mercancías, que suman la mayor parte de las que se expenden normalmente en la vía pública:

1. Alimentos preparados
2. Alimentos sin preparar
3. Ropa y zapatos
4. Bisutería y perfumes
5. Aparatos eléctricos
6. Cassettes y discos
7. Papelería y artículos escolares
8. Herramientas y refacciones
9. Juguetes
10. Combinaciones (no perecederas)
11. Otros (no perecederos)

2.4 Levantamiento.

Con los ordenamientos de tipo de instalación y mercancía, se levantó información en campo para conocer el número de puntos de venta agrupados y distribuidos por áreas geográficas a partir de tramos de calle.

3. Dimensionamiento

Para atender el espacio de trabajo del Centro Histórico se establecieron 6 zonas de atención:

- 1.- La Merced Poniente-Cuauhtemoc
- 2.- Primer Cuadro Norte
- 3.- Primer Cuadro Sur
- 4.- Allende
- 5.- Alameda
- 6.- La Merced Oriente, San Lázaro/Tapo-Venustiano Carranza

Esta organización territorial le permitió al organismo dimensionar con precisión el fenómeno del comercio en vía pública. En esa fecha se contaba ya con una base de datos a detalle que generó la identificación de 40 proyectos en desarrollo y otros 33 de respaldo. Así, la investigación en campo constituyó el punto de partida para la planeación del Programa en su conjunto.

El trabajo de localización de asentamientos y distribución de giros contempló la descripción de 307 manzanas, 164 calles y 1,081 cuadras; distribuyéndose estas cifras por delegación del siguiente modo:

ESPACIO	CUAUHTEMOC	V. CARRANZA	TOTAL
Manzanas	249	58	307
Calles	129	35	164
Cuadras	851	230	1,081

Fuente: Encuestas PMCP, 1992.

En este escenario se localizan los 10,000 comerciantes en vía pública:

**COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
(2 DE JULIO DE 1992)**

CALLE	NÚMERO DE COMERCIANTES
ACADEMIA	156
ALAMEDA CENTRAL	110
ALDACO	169
ANILLO DE CIRCUNVALACIÓN	1069
AQUILES SERDÁN-BELISARIO DOMINGUEZ-VENEZUELA-MIGUEL ALEMÁN	169
BOLIVAR-ALLENDE	12
BOLIVIA-JOAQUIN HERRERA	256
CARRETONES	---
COLOMBIA -LECUMBERRI	1030
CORREO MAYOR-DEL CARMEN-AZTECAS	551
DOMINICANA	1
ECUADOR-COSTA RICA	6
EJE CENTRAL LÁZARO CÁRDENAS	90
ERASMO CASTELLANOS QUINTO	132
ESCUELA MÉDICO MILITAR	26
FRAY SERVANDO TERESA DE MIER	72
GANTE-XICOTENCATL	33
GIRÓN	---
HEROES	6
HIDALGO-TACUBA-GUATEMALA	75
HONDURAS-NICARAGUA	78
ISABEL LA CATÓLICA-CHILE	76
JESUS MARÍA-LORETO-RODRIGUEZ PUEBLA	396
JOSÉ MARÍA IZAZAGA-SAN PABLO	341
JOSÉ MARÍA PINO SUAREZ-SEMINARIO--ARGENTINA	377
LAS CRUCES	180
LEONA VICARIO-SANTÍSIMA-ALHÓNDIGA-TALAVERA-TOPACIO	271
LIC. PRIMO VERDAD, PLAZA	23
MANZANARES 2DO. CALLEJÓN	4
MARGIL-MANUEL DOBLADO	62
MEAVE	229
MIXCALCO, CALLEJÓN DE	136
MOÑEDA-EMILIANO ZAPATA	166
MOTOLINIA	260
NETZAHUALCOYOTL	17
NETZAHUALCOYOTL 1ER. CALLEJÓN	44
PALMA	492
PENSADOR MEXICANO-CUBA-LUIS GONZALEZ-SAN ILDEFONSO-SAN ANTONIO TOMATLÁN	44
PERU-APARTADO-PEÑA Y PEÑA	44

PLAZA PENSADOR MEXICANO	168
PLAZA PINO SUAREZ	287
REFORMA	18
REGINA MISIONEROS	19
ROLDÁN	134
SALVADOR, REP. DE EL	41
SANTA VERACRUZ-DONCELES-JUSTO SIERRA-MIXCALCO	114
SAN MIGUEL	4
SAN MIGUEL, PLAZA DE	58
SANTO TOMÁS	5
SANTO TOMÁS, PUENTE DE	5
SOLEDAD	683
TABAQUEROS	71
URUGUAY	64
V. CARRANZA-ALONZO GARCÍA-MANZANARES	126
VIZCAÍNAS-MESONES-RAMÓN CORONA	134
YUCATÁN, PASAJES	14
ZARCO	4
5 DE FEBRERO-MONTE DE PIEDAD-BRASIL	158
16 DE SEPTIEMBRE-PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN-CORREGIDORA	472
20 DE NOVIEMBRE	4
TOTAL . . .	9782

FUENTE: Encuestas P.M.C.P., 1992.

COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
(23 de julio de 1993)

CALLE	NÚMERO DE COMERCIANTES
ACADEMIA	9030
ALAMEDA CENTRAL	---
ALDACO	169
ANILLO DE CIRCUNVALACIÓN	838
AQUILES SERDÁN-BELISARIO DOMÍNGUEZ-VENEZUELA-MIGUEL ALEMÁN	163
BOLIVAR-ALLENDE	24
BOLIVIA-JOQUÍN HERRERA	231
CARRETONES	5
COLOMBIA-LECUMBERRI	956
CORREO MAYOR-DEL CARMEN-AZTECAS	438
DOMINICANA	---
ECUADOR-COSTA RICA	1
EJE CENTRAL LÁZARO CÁRDENAS	64
ERASMO CASTELLANOS QUINTO	162
ESCUELA MÉDICO MILITAR	28
FRAY SERVANDO TERESA DE MIER	71
GANTE-XICOTENCATL	48
GIRÓN	68
HÉROES	8
HIDALGO-TACUBA-GUATEMALA	128
HONDURAS-NICARAGUA	76
ISABEL LA CATÓLICA-CHILE	36
JESUS MARÍA-LORETO-RODRIGUEZ PUEBLA	400
JOSÉ MARÍA IZAZAGA-SAN PABLO	345
JOSÉ MARÍA PINO SUAREZ-SEMINARIO-ARGENTINA	391
LAS CRUCES	175
LEONA VICARIO-SANTÍSIMA-ALHÓNDIGA-TALavera-TOPACIO	211
LIC. PRIMO VERDAD, PLAZA	29
MANZANARES 2DO. CALLEJÓN	4
MARGIL-MANUEL DOBLADO	64
MEAVE	245
MIXCALCO, CALLEJÓN DE	134
MONEDA-EMILIANO ZAPATA	220
MOTOLINÍA	282
NETZAHUALCOYOTL	8
NETZAHUALCOYOTL, 1ER. CALLEJÓN	45
PALMA	458
PENSADOR MEXICANO-CUBA-LUIS GONZALEZ-SAN ILDEFONSO-SAN ANTONIO TOMATLÁN	16
PERÚ-APARTADO-PEÑA Y PEÑA	22
PLAZA PENSADOR MEXICANO	156
PLAZA PINO SUAREZ	300
REFORMA	13

REGINA-MISIONEROS	21
ROLDÁN	166
SALVADOR, REP. DE EL	47
SANTA VERACRUZ-DONCELES-JUSTO SIERRA-MIXCALCO	78
SAN MIGUEL	1
SAN MIGUEL, PLAZA DE	104
SANTO TOMÁS	2
SANTO TOMÁS, PUENTE DE	8
SOLEDAD	475
TABAQUEROS	112
URUGUAY	14
V. CARRANZA-ALONZO GARCIA-MANZANARES	85
VIZCAÍNAS-MESONES-RAMÓN CORONA	128
YUCATÁN, PASAJES	12
ZARCO	4
5 DE FEBRERO-MONTE DE PIEDAD-BRASIL	169
16 DE SEPTIEMBRE-PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN-CORREGIDORA	420
20 DE NOVIEMBRE	8
TOTAL . . .	9030

FUENTE: Encuestas P.M.C.P., 1992.

Que, para su reordenamiento, requieren de una bolsa inmobiliaria cercana a los 200,000 metros cuadrados, superficie que integra las áreas de venta y los espacios comunes.

Se contó con "40 predios equivalentes a 203,252 metros cuadrados para proyectos en desarrollo de mercados, pasajes y corredores".(Encuestas P.M.C.P., 1992.).

Independientemente a estos esfuerzos de concertación con los grupos de comerciantes en la vía pública, el P.M.C.P. contaba con "33 predios más en fase de estudio con una extensión de 83,455 metros cuadrados". (Encuestas P.M.C.P., 1992.).

De este modo el P.M.C.P., contó con una bolsa inmobiliaria integrada por 73 predios, con una superficie de 286,707 metros cuadrados, cantidad que cubre la demanda potencial de espacio y que en calidad de reserva, identifica un 35% adicional.

La identificación de los proyectos de reordenamiento fue posible por el análisis cualitativo de los giros comerciales existentes.

Una primera aproximación indicó que "del total de comerciantes en la vía pública, el 78% expende productos no perecederos, mientras que el 22% restante vende alimentos preparados y sin preparar".(Encuestas P.M.C.P., 1992.)

Como segunda consideración se llegaron a conocer con exactitud los porcentajes correspondientes a los diferentes tipos de puesto:

TIPO	%
Fijos	5
Semifijos	80
Toreros	12
Rodantes	3
Suma	100

Fuente: Encuestas P.M.C.P.,1992.

En un tercer nivel se aprecia la siguiente distribución porcentual por giro:

TIPO DE GIRO	%
1.- Alimentos preparados	11
2.- Alimentos sin preparar	11
3.- Ropa y Zapatos	30
4.- Bisutería y perfumes	10
5.- Aparatos Eléctricos	5
6.- Casetes y Discos	4
7.- Papelería y artículos escolares	3
8.- Herramientas y refacciones	2
9.- Juguetes	4
10.- Combinaciones (no perecederos)	2
11.- Otros (no perecederos)	18
Suma. . .	100

Fuente: Encuestas, P.M.C.P.,1992.

Estos ámbitos de interpretación constituyen los datos básicos para diseñar los espacios formales de reordenamiento, ya sean mercados, pasajes o corredores. Se trató pues, de la materia prima que antecedió al proceso de

adquisición de predios y que permitió emprender los estudios de factibilidad comercial.

A partir de estos instrumentos de planeación se procedió a definir con los grupos de comerciantes en la vía pública los números específicos de agremiados por cuadra, calle, manzana y giro comercial, para conjuntamente diseñar los proyectos comerciales y arquitectónicos.

3.1 Evaluación comercial

La evaluación comercial constituyó la mayor prioridad, para fines de incorporación y autorización de proyectos al programa. "Solamente se consideraron los planteamientos que aseguraron el funcionamiento y la operación de los comerciantes en la vía pública en sus lugares de destino. En función del proyecto de operación comercial, se definieron y ajustaron los proyectos arquitectónicos y las asignaciones financieras". (Aspectos Generales P.M.C.P., 1992).

La evaluación comercial de proyectos identificó ubicaciones para mercados, pasajes y corredores, que establecieron ofertas de espacios suficientes, para dar cabida a la totalidad de comerciantes en vía pública, que operan en el Centro histórico de la Ciudad de México.

El proceso de evaluación comercial atiende dos dimensiones básicas:

- 1.- El potencial comercial del predio en si mismo, y
- 2.- La distribución de giros y mercancías dentro de los mercados, pasajes y corredores.

"Para lograr la calificación positiva de ambas, se contó con la participación de grupos de especialistas en la materia y de los propios comerciantes en la vía pública coordinados por el organismo". (Aspectos Generales P.M.C.P., 1992.).

Los proyectos que se definieron son los siguientes:

PROYECTO	LOCALES
1.- Plaza Pino Suarez	401
2.- Basar Oriente	3.000
3.- Plaza Meave	406
4.- Conjunto Merced	1,500
5.- Basar Pensador Mexicano	310
6.- Corredor Candelaria	265
7.- Pasaje Mesones	414
8.- Plaza Soledad-Circunvalación	800
9.- Plaza Roldán	310
10.- Plaza la Paja	101
11.- Plaza Tacuba	237
12.- Plaza Venustiano Carranza	122
13.- Plaza San Antonio Abad I	156
14.- Plaza San Antonio Abad II	264
15.-Corredor Comercial Metro Candelaria	232
16.- Corredor Comercial Metro Merced	251
17.- Plaza Rayón	700
18.- Plaza Vizcaínas	200
19.- Plaza Isabel la Católica	114
20.- Plaza Uruguay	177
21.- Plaza San Ildefonso	105
T O T A L . . .	10,065

Fuente: Encuestas P.M.C.P., 1992.

3.2 Esquema Financiero

El esquema financiero para el desarrollo del programa definió la participación del Banco Nacional de Comercio Interior S.N.C., para cubrir los respaldos financieros correspondientes a los siguientes conceptos de aplicación:

- 1.- Adquisición del terreno
- 2.- Elaboración del proyecto ejecutivo

- 3.- Evaluación comercial
- 4.- Construcción, comprendiendo en su caso demolición, y supervisión.
- 5.- Operación y promoción del programa y los proyectos
- 6.- Individualización de los créditos

Este mecanismo aseguró la disponibilidad de la totalidad de los recursos necesarios para cumplir oportunamente con todas y cada una de las acciones del programa, en apego a los plazos previstos.

El esquema consideró el desarrollo integral del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular y la mecánica de venta y transferencia a compradores en el régimen de propiedad en condominio en mercados y pasajes, y de renta en corredores comerciales.

En ambos casos se contempló el establecimiento de sistemas de administración de mercados, pasajes y corredores, con criterios de autosuficiencia financiera y capacidad de gestión.

El monto global de la inversión estimada es del orden de los 300 millones de nuevos pesos considerando la flexibilidad necesaria para adecuarse a las posibilidades económicas de los adquirentes, en condiciones de costo del dinero inferior al que prevalece en el mercado bancario.

La estructura operativa del programa previó la formalización de un contrato de fideicomiso privado con el Banco Nacional de Comercio Interior, S.N.C., durante la primer semana del mes de agosto de 1992. Este procedimiento facilitó la operación integral del programa en un esquema ágil de manejo administrativo y estricto control financiero.

Por lo que corresponde a los aspectos de viabilidad financiera, se tomaron en consideración los requerimientos totales de inversión y gasto y los correspondientes a recuperaciones por venta de locales y por desarrollos inmobiliarios paralelos, que se realizaron en los proyectos, cuyas condiciones de diseño lo permitieron.

"Se definió como lineamiento básico cuidar estrictamente que las inversiones se ajustaran al mínimo sin comprometer seguridades de diseño y funcionalidad; en complemento se consideró procurar los máximos de beneficio en promociones inmobiliarias, para obtener recursos complementarios que permitieron ajustar, a cantidades accesibles a la

economía de los compradores, los pagos mensuales de la adquisición de los locales". (Aspectos Generales P.M.C.P., 1992.).

3.3 Operación

La operación de los proyectos fue una prioridad, atendiendo los aspectos de mantenimiento, limpieza, vigilancia, etcétera.

Se previó que cada proyecto tenga un esquema administrativo propio, asignando funciones concretas a personas y empresas con especialidad en estos trabajos, con el objeto de que exista un periodo suficiente de tiempo para la capacitación e incorporación de los propietarios, en el manejo de sus instalaciones, conforme se constituyan las asociaciones y/o agrupaciones de locatarios y se formalicen los esquemas de propiedad en condominio, o los sistemas de arrendamiento.

"En ningún caso se tendrán intervenciones gubernamentales en la administración de los mercados, pasajes y corredores comerciales del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, correspondiendo a los propietarios la definición y manejo de los proyectos en que participen. El gobierno de la ciudad atenderá aspectos normativos y garantizará el orden social del funcionamiento de los proyectos". (Aspectos Generales P.M.C.P., 1992.).

3.4 Objetivos Generales del P.M.C.P.

- 1.- Propiciar la reubicación de quienes se dedican al comercio popular en la vía pública fuera de aquellas zonas en las que expresamente esta actividad se haya prohibido.
- 2.- Fomentar la incorporación gradual del comercio popular en la vía pública, hacia un régimen formal, estable y permanente.
- 3.- Propiciar el mejoramiento y desarrollo de la imagen urbana en aquellas zonas que dan identidad a la ciudad de México y en las que actualmente se ejerce el comercio en la vía pública.

4. El proceso de concertación

4.1 Antecedentes

La concertación como proceso de conciliación de intereses, fué un ejercicio cotidiano del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (P.M.C.P.), para la reubicación y reordenamiento del comercio en la vía pública, que se encuentra establecido dentro del perímetro del Centro Histórico de la ciudad de México.

La zona de atención comprende la totalidad del perímetro A del Centro Histórico y un segmento del perímetro B ubicado en la Delegación Venustiano Carranza.

El P.M.C.P. se plantea como objetivo construir mercados, corredores comerciales y bazares para reubicar allí, a los 10,000 comerciantes en la vía pública que ejercen sus actividades en esta zona.

Dos son las características novedosas que, respecto de anteriores intentos de solución al fenómeno, tiene el P.M.C.P. Primero, la construcción de los nuevos centros comerciales no será onerosa para el erario público pues serán adquiridos por los propios beneficiarios mediante créditos blandos y administrados en régimen de condominio. Y segundo, las calles entonces ocupadas son recuperadas -en la medida de lo posible- sin trasladar a los comerciantes a otras áreas de la ciudad y sin modificar, en lo sustancial, sus prácticas comerciales.

El P.M.C.P. tuvo dificultades para lograr que los comerciantes se identificaran con él. Sobre todo al principio, el comentario reiterado era que no iba a funcionar; que era otro proyecto del gobierno que se quedaría en eso; se apreciaba un elevado escepticismo entre los comerciantes en la vía pública.

No obstante, se continuó con la labor de convencimiento y sensibilización de los sujetos a reordenar. Poco a poco fué tomando cuerpo una nueva manera de ver el desarrollo del Programa: con paciencia y enteresa, el personal de campo iba ganando afectos que se tradujeron en acercamiento directo con los vendedores.

Por fin, se llegó al momento de iniciar pláticas con los representantes de las Organizaciones, que a pesar de los recelos acudieron a las reuniones con el ánimo de concertar, al igual que los responsables del P.M.C.P. La concertación con ellos fué la clave para que evolucionara el proyecto.

Surgieron nuevas dudas y posturas encontradas que, por momentos, dió la impresión de que se romperían las negociaciones. Sin embargo el espíritu de concertación pesó más que las pasiones momentáneas y, así, se estuvo en condiciones de lograr acuerdos duraderos con alrededor de 60 Organizaciones: se firmaron convenios que marcaron la pauta para ulteriores diálogos.

De esta manera, la concertación se convirtió en ejercicio cotidiano para conciliar los diversos intereses que el mejoramiento del comercio popular implica. En este contexto, el proceso de concertación se llevó a cabo con Organizaciones con características propias, lo que dió pié a que se elaboraran convenios siguiendo lineamientos generales, ajustados a las particularidades de cada una de ellas.

En el quehacer del Programa, la concertación juega un papel fundamental. Sin ella, el abanico de posibilidades de solución al complejo fenómeno del comercio en vía pública se vería seriamente constreñido. La aceptación de lo heterogéneo para arribar a respuestas benéficas para todos, fué el hilo conductor del P.M.C.P.

Este método de trabajo permitió que, en pocos meses, se firmaran convenios con la mayoría de las 60 Asociaciones identificadas. No obstante, estos convenios se modificaron conforme se avanzó en las negociaciones, adecuándose a las condiciones cambiantes del proceso.

En función de lo anterior, "se realizaron 1,149 reuniones formales de concertación, independientemente de un sinnúmero de pláticas extraoficiales, en un lapso de 13 meses, que condujeron a concretar los acuerdos finales de reordenamiento". (Encuestas P.M.C.P., 1993.).

4.2 Líderes y Organizaciones de comerciantes en la vía pública

Delegación Venustiano Carranza.

Se realizaron 540 reuniones de concertación, atendiendo a 24 líderes de comerciantes en la vía pública, cubriendo la casi totalidad de ellos en el perímetro "B" del Centro Histórico.

Los principales problemas detectados fueron: disparidad entre los números del P.M.C.P. y los censos de las Organizaciones; ubicación, costo y tipo de locales en corredores y plazas; renuencia a abandonar las calles donde trabajan; entre otros.

Delegación Cuauhtemoc.

Se efectuaron 609 reuniones de concertación, atendiendo a 19 líderes de comerciantes en la vía pública, con lo que se cubrió el universo del perímetro "A" del Centro Histórico.

Los principales problemas detectados fueron: diferencias entre las cifras del P.M.C.P. y las de los líderes; ubicación, costo y tipo de locales; renuencia a compartir plazas con otras organizaciones; resistencia a reubicarse temporalmente fuera del perímetro; intromisión de partidos políticos y autoridades delegacionales.

4.3 Relación de líderes y Asociaciones de comerciantes en la vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Delegación Venustiano Carranza.

1.- Candelaria Sanchez Gonzalez, Unión de Comerciantes "Los Pequeños de Cabaña", A.C., 50 comerciantes. Se realizaron 33 reuniones de concertación.

2.- Consuelo Gonzalez Martinez, Asociación de Comerciantes Ambulantes, Puestos Semifijos y No Asalariados, A.C., 41 comerciantes. Negociaron con la Delegación Venustiano Carranza.

- 3.- David Zaragoza Jiménez, Asociación de Vendedores Ambulantes, Locatarios, Tianguistas y No Asalariados de la zona de la Merced, A.C., 369 comerciantes. Se realizaron 23 reuniones de concertación.
- 4.- Fernando Sanchez Ramirez, Confederación de Comerciantes y Organizaciones Populares de la República Mexicana, A.C. 130 comerciantes. Antonio Rosales "El Oso" 37 comerciantes, y Javier Pallares Galán "El Charampas" 9 comerciantes; en total suman 176 afiliados. Se efectuaron 23 reuniones de concertación;
- 5.- Florentina Satiago Ruíz, Fraternidad Revolucionaria de Vendedores Ambulantes, A.C., 14 comerciantes. Se realizaron 7 reuniones de concertación.
- 6.- Fortino Gaona Cordero, Asociación de Comerciantes Ambulantes Merced-Cabaña, A.C. (UPREZ) 20 comerciantes. Se realizaron 14 reuniones de concertación.
- 7.- Francisco Garduño Martínez, Organización de Comerciantes Semifijos No Asalariados, "Plan Ranchero", A.C., 57 comerciantes. Se realizaron 25 reuniones de concertación.
- 8.- Hilda Espinosa, delegada del Consejo de Vendedores Ambulantes, Locatarios, Tianguistas y No Asalariados del D.F., A.C., 21 comerciantes. Se llevaron a cabo 11 reuniones de concertación.
- 9.- Hipólita Negrete Flores, Coalición de Comerciantes en Pequeño, Fijos y Semifijos, A.C., 228 comerciantes. Hubo 52 reuniones de concertación.
- 10.- Imelda Rivera Rodriguez, Unión de Comerciantes de Ramón Corona y Callejón Corella, A. C., 71 comerciantes. No se obtuvo información respecto a cuantas reuniones de concertación se realizaron.
- 11.- Issac Cano Hernández, delegado del Consejo, 40 comerciantes. Se realizaron 8 reuniones de concertación.
- 12.- Isabel Castillo Díaz, Asociación de Vendedores Ambulantes Fijos y Semifijos de la Calle Corregidora, "Josefa Ortiz de Domínguez", A.C., 155

comerciantes. Pertenece al Consejo. Con ella se realizaron 40 reuniones de concertación.

13.- Juan Mateo Espinoza, Organización Roma, A.C., 50 comerciantes. Se efectuaron 62 reuniones de concertación.

14.- Lourdes Hernández Fuentes, Organización de Comerciantes Ambulantes y Puestos Semifijos No Asalariados, Comerciantes Unidos de la merced, A.C., 32 comerciantes. Se realizaron 15 reuniones de concertación.

15.- María del Refugio Hernández Pacheco, Coordinadora de Comerciantes del Centro Histórico, A.C., (PRD), 15 comerciantes. Se realizaron 18 reuniones de concertación.

16.- María Soto Rivera, Unión de Comerciantes Ambulantes, Tianguistas y Temporaleros de Frutas y Legumbres del D.F., A.C., 60 comerciantes. Se llevaron a cabo 20 reuniones de concertación.

17.- Rogelio Juárez López, Organización de Artesanos No Asalariados y Comerciantes Ambulantes del D.F., A.C., 46 comerciantes. Se realizaron 23 reuniones de concertación.

18.- Rosa María Fierro Vela, Organización de Comerciantes de la Merced Puestos Fijos, Semifijos de Mercados Públicos, A.C., 51 comerciantes. Se realizaron 52 reuniones de concertación.

19.- Rubén Mendoza Fuentes, Unión Independiente de Comerciantes Ambulantes "8 de Mayo" A.C., 68 comerciantes. Con esta Unión se realizaron 9 reuniones de concertación.

20.- Salvador Gonzalez Nuñez, Unión de Comerciantes Independientes de México, "1º de Mayo", A.C., 56 comerciantes. Se realizaron 9 reuniones de concertación.

21.- Santa Solano Miranda, Concentración de Comerciantes Ambulantes Temporales de Frutas y Legumbres, Tianguistas del Distrito Federal, A.C., 202 comerciantes. Se realizaron 37 reuniones de concertación.

22.- Silvia Cuevas Pérez, Delegada del Consejo de Vendedores Ambulantes, Locatarios, Tianguistas del D.F., A.C., 120 comerciantes, distribuidos entre varias delegadas más. Se realizaron 19 reuniones de concertación.

23.- Sofía Quintero Cristino, Alianza de Solidaridad de Comerciantes y Locatarios del Banquetón de la Nave Mayor de la Merced, A.C., 51 comerciantes. Se realizaron 16 reuniones de concertación.

24.- Zenaida Hernández Torres, Unión de Comerciantes Ambulantes del Mercado de la Merced, "21 de Marzo, A.C. 63 comerciantes. Se realizaron 15 reuniones de concertación, sin problemas.

Nota: Estos son los liderazgos más representativos; existen alrededor de 20 Asociaciones más, cuyos afiliados no rebasan la decena de comerciantes.

Delegación Cuauhtemoc

25.- Alejandra Barrios Richard, Asociación Legítima, Cívica, Comercial A.C., 778 comerciantes. Se efectuaron 32 reuniones de concertación.

26.- Ariel Sánchez Espinoza, Asociación Nacional de Invidentes Melchor Ocampo A.C., 163 comerciantes. Se realizaron 30 reuniones de concertación.

27.- Benigno Villegas Salinas, Asociación de Estudiantes Invidentes de México, A.C., 50 comerciantes. Se realizaron 60 reuniones de concertación.

28.- Cirilo Roblero Pérez, Artesanos del Centro Histórico Catedral, A.C., 54 comerciantes. Más 41 comerciantes de tres Asociaciones pequeñas representados por el Sr. Roblero Pérez. Se efectuaron 28 reuniones de concertación.

29.- Felix Santa Cruz, Organización de Ciegos Trabajadores del D.F., A.C., 15 comerciantes. Se realizaron 10 reuniones de concertación.

30.- Felix Trejo Gutierrez, Unión Libre de Comerciantes de Meave y Aldaco, A.C., 406 comerciantes. Se efectuaron 12 reuniones de concertación.

31.- Francisco Padilla López, Asociación de Artesanos y Vendedores del Centro, 139 comerciantes. Se realizaron 23 reuniones de concertación.

32.- Froylán Limón Machorro, Asociación Civil de Comerciantes en Pequeño, A.C., 90 comerciantes. Se realizaron 5 reuniones de concertación.

33.- Guillermina Rico González, Unión Cívica de Comerciantes Ambulantes de la Antigua Merced, A.C., 6,349 comerciantes. Se realizaron 107 reuniones de concertación, tanto con la líder como con su grupo de asesores.

34.- Guillermo Rivero Olgún, Federación de Ciegos Trabajadores de la República Mexicana, A.C., 100 comerciantes. Se realizaron 25 reuniones de concertación.

35.- Javier Becerril, Metrópoli Solidaria, A.C., 131 comerciantes. Se realizaron 8 reuniones de concertación.

36.- José Manuel Quintero Hernández, Bazar de las Uniones Históricas y Organizaciones de Servicios (BUHOS), 36 comerciantes. Se efectuaron 9 reuniones de concertación.

37.- Magdalena Acuña Guzmán, Organización Unida de Comerciantes del Distrito Federal, 133 comerciantes. Se realizaron 14 reuniones de concertación.

38.- Marcelino Cruz Méndez, Asociación de Vendedores Unidos del Centro "Plaza Primo Verdad", 37 comerciantes. Se efectuaron 24 reuniones de concertación.

39.- Mauro Pérez Limón, Unión de Comerciantes Semifijos "Cuauhtémoc" de la Explanada Pino Suárez, A.C., 37 comerciantes. Se realizaron 17 reuniones de concertación.

40.- Maricela González Jiménez, Asociación de Comerciantes "16 de Septiembre", A.C., 87 comerciantes. Se efectuaron 14 reuniones de concertación.

41.- Martín Guzmán Antolino, Organización Nacional Popular de Invidentes y Videntes "Emiliano Zapata", A.C., 157 comerciantes. Se llevaron a cabo 60 reuniones de concertación.

42.- Miguel Angel Huerta Sánchez, Asociación Comercial, Deportiva y Cultural para Invidentes y Débiles Visuales, A.C., 403 comerciantes. Se efectuaron 55 reuniones de concertación.

43.- Roberto Núñez, Asociación de Ciegos y Débiles Visuales para la Educación y el Trabajo "Benito Juárez" A.C., 47 comerciantes. Se realizaron 50 reuniones de concertación.

4.4 Las etapas de concertación

Definición de la zona de acción del P.M.C.P. En esta etapa, el equipo de campo del P.M.C.P. realizó recorridos por las vialidades, ocupadas o no por comerciantes en la vía pública, elaborando cartografía del área. Es decir, se construyó una radiografía puntual calle a calle y tramo a tramo.

La estrategia de trabajo pasó por establecer una cuantificación exacta del fenómeno: cuántos comerciantes eran y de que tipo; donde estaban y que vendían; como se hallaban organizados y quienes los representaban. Preguntas todas que fueron respondidas mediante un sistema de conteo y supervisión que permitió establecer, paralelamente, contactos institucionales con los representantes de las Organizaciones en cada uno de los tramos de calle ocupados.

El perfil del personal (antropólogos, economistas, sociólogos, psicólogos, maestros, estudiantes, etc.), destinado a realizar el trabajo de campo permitió presentar ante el comerciante, una imagen honorable y transparente, distinta de la que estaban acostumbrados a percibir en su trato cotidiano con los representantes delegacionales. Ello facilitó que la técnica de observación participante instrumentada en cada asentamiento,

arrojara resultados cualitativos tales que el fenómeno pudo ser visto y analizado desde todas las perspectivas posibles.

En este contexto el P.M.C.P. se dió a la tarea de:

Identificar Organizaciones y liderazgos, encontrando que en la zona mencionada se asentaron 44 Organizaciones representativas y 76 liderazgos que se caracterizan por su número de agremiados, estructura organizacional, y estilo de liderazgo.

La concertación establecida con los representantes de los comerciantes en la vía pública, devino convenios de adhesión al P.M.C.P., por parte de prácticamente todas las Organizaciones en donde se establecen -y aceptan- números definitivos de su presencia real en la calle para poder establecer su reubicación en plazas comerciales que contarán con un número adecuado de locales para albergar a todos los comerciantes reconocidos.

Así, después de más de un año de tratar con todos los líderes y Organizaciones, fué posible establecer las condiciones necesarias para que la Asamblea de Representantes del Distrito Federal emitiese el "Bando para la Ordenación del Comercio en la Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México", publicado el 12 de julio de 1993.

Concertación con líderes. Esta etapa tuvo varias facetas: definición del número de comerciantes por Organización, cotejando tanto sus censos como los conteos diarios del equipo de campo del P.M.C.P.; elección conjunta, en lo posible, de los predios donde se edificarían las plazas comerciales; elaboración de un anteproyecto de construcción, introduciendo los elementos arquitectónicos que los comerciantes consideraron adecuados para su práctica comercial; asignación de la cantidad de locales por plaza y Organización.

Esquema de financiamiento. Se concertó con instituciones financieras el acceso a créditos blandos para los comerciantes en la vía pública, para la construcción de los mercados. También se definió el monto del subsidio que las plazas tendrían, tomando en consideración la capacidad económica de cada Asociación.

El financiamiento se efectuó mediante la participación de tres instancias: Banco Nacional de Comercio Interior (BANCI); Nacional Financiera, S.N.C., teniendo como intermediaria financiera al Fondo de Desarrollo Económico y Social del Distrito Federal (FONDEDF); e inversión privada.

El esquema financiero concertado por el P.M.C.P. es tal que, con la aportación de un 10% de depósito en garantía (inafectable durante el periodo de crédito), el comerciante tiene acceso al financiamiento del 100% del costo de la plaza.

Individualización y contratación de créditos. A continuación de lo anterior, llegó el momento en que cada comerciante se responsabilizara de su patrimonio familiar. Para ello, se tuvo que integrar un expediente personal, y aportar el 10% de depósito en garantía por local adquirido. Mediante la concertación, el P.M.C.P. acordó con las Organizaciones que este proceso se llevara a cabo individualmente, con el objeto de cubrir los requerimientos de los organismos financieros.

El P.M.C.P. sirvió de mediador entre estos organismos y los comerciantes en la vía pública para facilitar la contratación de créditos, informándoles sobre los pasos a seguir y los lugares donde realizarlos.

5. El Financiamiento del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular.

Para el financiamiento del P.M.C.P. se engarzan el Fondo de Desarrollo Económico y Social del Distrito Federal (FONDEDF), como fideicomitente, y Nacional Financiera S. N. C., como fiduciaria. Además, se trabaja en coordinación con el Banco Nacional de Comercio Interior, S. N. C., para el respaldo financiero en algunos de los proyectos de construcción.

Este organismo, FONDEDF, ha desarrollado un mecanismo que proporciona apoyo en capacitación, asistencia técnica y financiamiento a las microempresas, a fin de integrarlas productivamente a la dinámica económica de la ciudad. Para el caso que nos ocupa, se ha considerado que una opción viable para incrementar el potencial mercantil de los comerciantes en la vía pública, es darles un tratamiento de

microempresarios, con la finalidad de que sus prácticas comerciales, tradicionales y poco productivas, sean mutadas en otras de mayor dinamismo, con lo que, a fin de cuentas, se repercutirá en el mejoramiento del nivel de vida de estos sujetos sociales.

"El FONDEF lleva a cabo diferentes proyectos de mercados y bazares en la ciudad, con el propósito de que los vendedores cuenten con apoyo crediticio, en condiciones preferenciales, para la construcción de sus plazas comerciales. Les ofrece crédito por el 100% del costo de la edificación con pagos accesibles y requisitos mínimos".(Aspectos Generales P.M.C.P. 1992.).

5.1 Esquema de apoyo

- Una parte importante de la actividad del FONDEF, es orientar a las Organizaciones de comerciantes en la vía pública, a fin de que conozcan las características del crédito.
- De acuerdo al padrón autorizado, avalado y depurado por el trabajo cotidiano en campo se integran expedientes y solicitudes de crédito individuales. Aquí es necesario subrayar que el padrón oficial se define cotejando los comerciantes en vía pública que la Organización tiene y los que la autoridad delegacional de Vía Pública mantiene en sus archivos, para luego ser corroborado por los concertadores directamente en los asentamientos de comerciantes.
- Se realiza una evaluación socioeconómica, con base en las solicitudes, para determinar las condiciones del crédito, en términos de plazo y montos mensuales en los que se pagarán capital e interés.
- El proyecto es considerado en el crédito, para que el comerciante inicie sus pagos al terminar la obra (periodo de gracia, tiempo que tarda la construcción).
- En términos generales las nuevas plazas comerciales se rigen por un esquema de propiedad en condominio, lo que implica derechos y responsabilidades mutuas entre los locatarios.

- La tasa de interés es variable, pero también de las más bajas del mercado (c.p.p. más 6%), lo que significa que se ajustará mes a mes, a la alza o la baja. No obstante, FONDEDF, de acuerdo con NAFIN, ha elaborado un instrumento que permite a los comerciantes en vía pública pagar la misma cantidad todos los meses, con un ajuste anual. Esto facilita el manejo de las cuentas y da claridad a la explicación de la tasa de interés variable.
- El plazo del crédito, ajustado a las condiciones económicas de los comerciantes en vía pública, abre la oportunidad para que en el P.M.C.P. puedan participar el grueso de ellos. Sin embargo, en lo individual es factible adelantar el pago de las mensualidades tomando para ello la tasa de interés vigente al efectuar dichos pagos, o liquidar el crédito en su totalidad.
- El total del crédito se cubre en seis años (según los estudios realizados, este lapso es el idóneo para la media de los contratantes), de la siguiente manera: "al contratar, se aporta el 10% de depósito en garantía; luego, 72 mensualidades de igual monto con un pago anual que nivela los desajustes por la variabilidad de la tasa de interés".(Aspectos Generales P.M.C.P., 1992.)

Gastos de contratación y depósito en garantía. Al formalizar el contrato de crédito, se deberá entregar un depósito en garantía, equivalente al 10% de su valor, monto que se mantendrá inafectable en favor de NAFIN, durante el plazo del crédito, y que será aplicable al pago de las últimas amortizaciones.

5.2 Operación del crédito.

Requisitos. "Documentación (acta de nacimiento, identificación oficial vigente con fotografía y firma, tres fotografías y comprobante de domicilio) y solicitud de crédito".(Aspectos Generales P.M.C.P., 1992).

Conformación del Comité Técnico. Este Comité se conforma, en la generalidad de las plazas, por seis personas: dos del FONDEDF, dos del

Departamento del Distrito Federal, y dos de la Organización de comerciantes.

El Comité será permanente y estará vigente hasta que hayan sido liquidados en su totalidad los créditos otorgados a los condóminos. Está facultado para resolver cualquier tipo de contingencias, de orden administrativo, que al interior de las plazas ocurran, y sus determinaciones serán validadas por el voto de la mayoría de sus integrantes

Contratación del crédito. Se firma contrato y se deposita el 10% de garantía.

El FONDEDF, de inmediato, aplica todos los recursos descontados ese día, al fideicomiso de construcción.

En un máximo de 72 horas, NAFIN entrega los recursos para iniciar la construcción, y no cobrará intereses hasta concluirla.

El pago de las mensualidades se realizará hasta el momento en que los comerciantes en vía pública, dejen de serlo y pasen a ocupar las plazas comerciales.

6. Situación de las plazas posterior a la reubicación (diciembre de 1993).

Artesanos del Centro

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Artesanos y Vendedores del Centro A.C.". El giro predominante es el de artesanías, motivo por el cual los posibles compradores se reducen principalmente a turistas, por lo que las ventas son bajas y ello da como resultado el abandono de los locales. A lo cual debe sumarse el ofrecimiento de lugares en las calles por parte de otros líderes.

Conjunto Merced

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Unión Cívica de Comerciantes Ambulantes de la Antigua Merced A.C. (UCCAMAC) con 50% de locales. El otro 50% de locales pertenecen a 19 organizaciones.

El nivel de actividad comercial de esta plaza es muy bajo, debido a que únicamente en promedio están abiertos el 15% de los locales. La problemática de esta plaza es la existencia e incremento de toreros en las calles aledañas. Se da el caso de algunos comerciantes que tienen local dentro de la plaza y torea fuera de ella, es decir venden en las dos partes, y varios de ellos han optado por quedarse en las calles. No existe ningún tipo de apoyo por parte de las autoridades para hacer rentable la plaza. Los comerciantes se quejan también de la falta de seguridad al interior y exterior del inmueble.

Isabel la Católica

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de las organizaciones "Asociación Comercial, Deportiva y Cultural." y "Asociación Nacional de Invidentes Melchor Ocampo, A.C."

En esta plaza los locatarios han formado una mesa directiva autónoma, la cual no ha sido aprobada por los líderes. Algunos comerciantes han cerrado sus locales para pasar a vender en la vía pública asociándose a otras organizaciones.

La Paja

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Asociación de Vendedores del Centro, Plaza Primo Verdad".

En esta plaza la problemática es en torno al funcionamiento de su admón., y ejerce mucha influencia el líder de comerciantes Sr. Marcelino Cruz. La plaza tiene ventas y flujo constante de personas, el problema que aún no se

resuelve es el de los locales que se encuentran en el Callejón del Conde, cerrados por la poca afluencia peatonal.

Meave

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Unión libre de comerciantes de Meave y Aldaco, A.C."

A diferencia de otras plazas el nivel comercial de ésta, es de alta rentabilidad. Uno de los indicadores de la situación antes mencionada es el flujo de automóviles al estacionamiento, en el que se registra una entrada promedio de 85 vehículos por hora el día sábado, que es el de mayor afluencia.

Mesones

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de las organizaciones "Asociación Comercial Deportiva y Cultural." y "Asociación Nacional de Invidentes Melchor Ocampo A.C."

Aquí, ha existido y se mantiene el rumor de la pronta otorgación de espacios en las calles cercanas al inmueble con el apoyo de personajes políticos. Por otra parte existe malestar por parte de los locatarios que se encuentran en la parte poniente de la plaza, ya que el acceso por la Av. Pino Suarez no ha sido abierto y en general existen problemas con los accesos al inmueble.

Pensador Mexicano

En esta plaza se encuentran reubicados comerciantes de la organización "Unión Cívica de Comerciantes Ambulantes de la Antigua Merced, A.C. (UCCAMAC).

La actividad comercial de esta plaza es baja y los locatarios prefieren seguir vendiendo en las calles cercanas.

Pino Suárez

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de las organizaciones "Unión de Comerciantes no Asalariados Benito Juárez, A.C." y "Unión de Comerciantes Semifijos Cuauhtémoc de la Explanada Pino Suarez".

Esta plaza puede considerarse de alta rentabilidad, pues, por su ubicación sobre el edificio de la estación del metro Pino Suarez tiene una gran afluencia de transeúntes, lo cual se traduce en buenas ventas.

Roldán

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Unión Cívica de Comerciantes Ambulantes de la Antigua Merced, A.C. (UCCAMAC).

El diseño de esta plaza ha influido en la actividad comercial del lugar. Debido a esto, en el interior encontramos áreas en las que el flujo peatonal es mínimo ocasionando que en los pasillos del centro y sur de la planta baja se encuentren locales cerrados y con poca actividad comercial. Así mismo en la planta alta del inmueble (área de comidas) permanecen cerrados un promedio de 35 locales. En la calle de Manzanares (acceso sur de la plaza), frecuentemente ocurren asaltos a transeúntes y locatarios, lo que ha originado que éste acceso se utilice cada vez menos.

San Antonio Abad I

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Unión Cívica de Comerciantes Ambulantes de la Antigua Merced, A.C. (UCCAMAC).

Los locatarios están molestos por el incumplimiento de las autoridades respecto a la instalación de un domo y la permanencia de las bases de las rutas de microbuses 1 y 26. Además persiste el comercio en vía pública en la periferia de la plaza.

San Antonio Abad II

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de las organizaciones "Bazar de la Unión Histórica de Organizaciones Sociales", "Unión de Vendedores Ambulantes Metrópoli Solidaria, A.C." "Unión Cívica de Comerciantes Ambulantes de la Antigua Merced, A.C. (UCCAMAC)".

La actividad comercial continúa baja debido a que el 50% de los locales de la plaza permanecen cerrados. Actualmente los locatarios se sitúan en las banquetas que rodean la plaza.

San Ildefonso-Venezuela

En esta plaza se encuentran reubicados comerciantes de las organizaciones "Unión de Artesanos del Centro Histórico, A.C." y "Unión de Comerciantes Juan de la Cabada".

Esta plaza es de baja rentabilidad, por lo que los locatarios prefieren seguir vendiendo en la vía pública.

Soledad-Circunvalación

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Unión Cívica de Comerciantes Ambulantes de la Antigua Merced, A.C. (UCCAMAC)".

La ubicación de esta plaza es muy buena, sin embargo las ventas son moderadas. Las causas que aducen los locatarios son: gran cantidad de toreros en la periferia de la zona; en días festivos los locatarios allegados a la líder Guillermina Rico ocupan los accesos a la plaza. Los locatarios y transeúntes padecen el acoso de ladrones conocidos como "chineros". Por estos motivos los comerciantes quieren dejar la plaza.

Tacuba

En esta plaza se encuentran reubicados los comerciantes de la organización "Unión Cívica Legítima Comercial, A.C."

Debido a la ubicación de esta plaza, el flujo peatonal derivado de los accesos a la estación del metro Allende y por lo transitado de las calle de Tacuba y Donceles, el flujo peatonal por la plaza es muy elevado, lo cual se traduce en ventas elevadas, sin embargo en el área de comidas permanecen 24 locales cerrados.

Vizcaínas

En esta plaza se encuentran reubicados comerciantes de las organizaciones "Asociación cívica de comerciantes del Centro y Chapultepec, A.C." y "Asociación de Comerciantes 16 de septiembre A.C."

En esta plaza se observa inestabilidad comercial debido al bajo flujo peatonal de la zona. Dicha situación se refleja en el número de locales abiertos.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

LOS ALCANCES DEL PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DEL COMERCIO POPULAR

El dinámico crecimiento que alcanzó el comercio en la vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México, se debe principalmente a problemas de carácter estructural como el desempleo y los bajos salarios que pagan las empresas públicas y privadas, la facilidad de entrada a este tipo de actividad y la dificultad para ingresar al sector formal de la economía por la serie de requisitos que hay que cubrir.

El 1º de agosto de 1993, entró en vigor el Bando emitido por la II Asamblea de Representantes del Distrito Federal que prohíbe el comercio en la vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Con esta importante acción se abre la posibilidad de que el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular haga realidad sus objetivos:

1º. "Propiciar la reubicación de quienes se dedican al comercio popular en la vía pública, hacia un régimen formal, estable y permanente".

Consideramos que este se cumplió en parte, pues fueron reubicados la mayoría de los comerciantes con puntos de venta semifijos en la vía pública. Sin embargo, los comerciantes que pertenecen a esta categoría y que no fueron considerados en el P.M.C.P. o bien los que pertenecen a otras categorías como son: rodantes, toreros y fijos, no tuvieron la posibilidad de acceder a una plaza comercial, por tal motivo se vieron en la necesidad de cambiar la forma de expender sus productos, haciendo lo único que saben y tienen posibilidades de hacer para poder subsistir, comercializar sus productos en la calle, ahora transformados todos ellos en toreros.

Ello dió motivo a que muchas personas que no ejercían esta actividad, la practicasen por su facilidad de entrada y ante los efectos de la crisis económica, (que viene afectando al país desde hace varios años; que se manifiestan en un incremento muy pronunciado del desempleo urbano y salarios con un poder adquisitivo cada vez menor) el número de ellos se ha incrementado en grandes proporciones

La forma de comercialización que realizaban los toreros cuando estaba permitida la venta en el Centro Histórico era la siguiente: llegaban a un determinado lugar donde ubicaban su punto de venta, tendiendo un plástico que a su vez tenía los cuatro extremos sujetos por un cordón, sobre el que exhibían su mercancía, gritando a los cuatro vientos su oferta.

Posteriormente a la reubicación en las plazas comerciales, estos mismos personajes cargan una mochila a la espalda cuyas dimensiones varían según sea el artículo que ofrecen, regularmente llevan una muestra en la mano, ya que no lo ofrecen gritando, sino lo hacen de manera hablada, y si ven algún movimiento raro de personas o alguna situación anormal en la zona, se esconden en cualquier tienda evitando a ser conminados a retirarse.

Actualmente ante los efectos de la crisis económica y la corrupción de los agentes de vía pública el comercio torero a vuelto a su modalidad original.

Los toreros son imprevisibles: llegan de la noche a la mañana y su desplazamiento los hace difíciles de ubicar.

A raíz de la aplicación del Bando, se clarificó una situación que hasta entonces era confusa por la magnitud del mencionado fenómeno: el apadrinamiento de los inspectores de Vía Pública hacia los comerciantes toreros.

Por otro lado, también se amplió la problemática de cambio de uso de suelo en la zona, puesto que numerosos lugares no autorizados (vecindades, estacionamientos, comercios establecidos, entre otros) se empezaron a utilizar para acomodar toreros, lo que evidentemente va en detrimento del óptimo funcionamiento de las plazas y es una clara violación al Bando arriba mencionado.

Los inspectores de Vía Pública, son de los primeros que tienen contacto con los toreros, les infunden temores para poder cobrarles cuotas por uso de suelo. Si los toreros se niegan a pagar, son castigados recogiendo la mercancía o, en ocasiones golpeándolos.

Por comentarios de los propios toreros, se puede inferir que lo único que desean es un espacio donde desempeñarse comercialmente, que es lo que

saben hacer, aunque sea en zonas fuera del Centro Histórico, donde sean respetados y no extorsionados.

Por ello, una buena forma de enfrentar el fenómeno sería que las autoridades estudien la posibilidad de encontrarles áreas de trabajo, con mejores condiciones y garantías. Si no se les dan opciones, no les queda más que sobrevivir como hasta hoy lo han hecho.

2º. El segundo objetivo se refiere a "Fomentar la incorporación gradual del comercio popular en la vía pública hacia un régimen formal, estable y permanente".

A partir de que los comerciantes fueron reubicados en las plazas comerciales no se ha hecho gran cosa por incorporarlos al sector formal de la economía.

Consideramos necesario, que los mencionados comerciantes sean integrados al sistema de seguridad social; construir mecanismos para hacerlos sujetos de crédito e incorporarlos al sistema fiscal.

3º. El tercer objetivo dice, "Propiciar el mejoramiento y desarrollo de la imagen urbana en aquellas zonas que dan identidad a la ciudad de México y en las que actualmente se ejerce el comercio en la vía pública".

De este tercer objetivo podemos decir que se alcanzó en también en parte, pues, aunque persisten los toreros, fueron reubicados los comerciantes con puntos de venta semifijos en la vía pública que ocupaban parte y a veces hasta la totalidad de varias calles y avenidas del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Hasta aquí podemos decir que, aunque los objetivos se hayan alcanzado en parte, lo más importante de este fenómeno que es el comerciante, se encuentra en términos generales, en una situación igual o peor que antes de la reubicación.

1. El funcionamiento de las plazas comerciales

Las plazas comerciales no están funcionando bien con excepción de algunas como Meave, Tacuba, Mesones, Soledad-Circunvalación, Roldán y la Paja. La que definitivamente no ha funcionado es Conjunto Merced que con capacidad para 1500 comerciantes, únicamente ha sido ocupada en una tercera parte. Otros casos como por ejemplo, Basar Oriente nunca se construyó y Rayón no se ha puesto en funcionamiento.

Respecto a la operación de las plazas comerciales, no se alcanzó el objetivo de darles una administración autónoma, pues estas son administradas por los líderes de los ex-comerciantes en la vía pública, quienes siguen manteniendo un férreo control sobre sus agremiados, al grado de forzarlos a participar en eventos de carácter político so pena de expulsarlos de las plazas si no asisten. Además se les cobran cuotas elevadas por seguridad que se proporciona deficientemente, y también son beneficiarios (los mal llamados líderes) de los recursos que se obtienen por el uso de los servicios sanitarios, estacionamientos, etc.

2. Aportaciones y carencias del P.M.C.P.

Para finalizar consideramos que es necesario hacer un recuento de las aportaciones y carencias del P.M.C.P. para tomarlas en cuenta en posteriores acciones que se emprendan para enfrentar y solucionar el complejo fenómeno del Comercio en la Vía Pública.

1.- Es necesario reconocer que el P.M.C.P. como un medio para reubicar a los comerciantes en la vía pública del Centro Histórico de la Ciudad de México es trascendente, por ser el primero en su género y haber logrado reubicar a la mayoría de comerciantes con puntos de venta semifijos en las plazas comerciales construidas para este fin. Lo anterior se logró mediante un largo y complicado proceso de concertación, por medio del cual se convenció, primero a los líderes y después a los comerciantes, de las ventajas de tener un lugar seguro para expender sus productos e ir construyendo a la vez un patrimonio familiar y estar protegidos de los elementos naturales (lluvia, calor, viento, etc.), la delincuencia común y los sobornos de los agentes de Vía Pública. Esta tarea no fue fácil, porque no sólo consistía en hacer cambiar una forma de trabajo, sino más bien, como

acertadamente lo expresa Vanessa Cartaya "Toda una forma de vida, procesos de convivencia y de organización social, política y cultural específicas, incluye las antiguas y nuevas estrategias de sobrevivencia, las pautas culturales y de valores, es decir, las condiciones generales de la reproducción social en el sentido más amplio de las grandes masas de nuestros pueblos". (Cartaya Vanessa F., 1987.).

El P.M.C.P. logró salir airoso en la concertación, principalmente porque dio un trato diferente a los comerciantes, del que estaban acostumbrados a recibir de los agentes de Vía Pública.

2.- Otro aspecto importante fue la forma como se operó el crédito para poder acceder a las plazas comerciales, ya que los requisitos fueron mínimos y sencillos, los cuales consistían en presentar la siguiente documentación: acta de nacimiento, identificación oficial vigente con fotografía y firma, tres fotografías y comprobante de domicilio. Acciones como esta deben valorarse, porque con las exageradas condiciones y requisitos que impone la banca comercial para otorgar un pequeño crédito, es casi imposible contratarlo.

Entre las carencias del P.M.C.P. podemos mencionar las siguientes:

1.- Fue limitado en cuanto se tomó en cuenta únicamente a los comerciantes con puntos de venta semifijos; mientras que los toreros y rodantes principalmente, ante la falta de opciones, pocos días después de la reubicación volvieron a salir a las calles y conforme pasa el tiempo se han ido incrementando a tal grado que en calles como Palma, Corregidora y Anillo de Circunvalación entre otras, pareciera que no tiene aplicación el Bando de la II Asamblea de Representantes.

2.- No previó el control que siguen manteniendo los líderes sobre los agremiados, ya reubicados éstos últimos en las plazas comerciales, lo cual inhibe la puesta en práctica de una administración autónoma que realmente beneficie a los comerciantes reubicados.

3.- La falta de seguimiento que se le dio al P.M.C.P., lo cual se debe fundamentalmente a la falta de continuidad que tienen los programas de los funcionarios en turno, porque al irse éstos, se acaba también todo lo que hayan emprendido y no se haya terminado, aunque en ello se haya

invertido gran cantidad de recursos y esté en juego el futuro de muchas personas como sucedió con el P.M.C.P.

3. Retos y perspectivas

Actualmente, existen comerciantes en las plazas que se construyeron para ese fin, pero también los hay en la vía pública, y aunque se dicen muchas cosas por parte de las autoridades para enfrentar el fenómeno, no se hace nada, y la realidad es que son miles los que andan por las calles ofreciendo sus productos.

Por todo y a pesar de ello, consideramos que todavía es tiempo de darle continuidad al P.M.C.P. y convertir a los ex-comerciantes y comerciantes en vía pública a un régimen realmente formal, estable y permanente.

Según funcionarios de FONDEF, "el seguro que hasta ahora se tiene para que los ex-comerciantes en la vía pública no vuelvan a las calles, por un lado, es la normatividad que lo impide, que fue precisada por el Bando emitido en la II Asamblea de Representantes, pero sobre todo porque los créditos de FONDEF, provenientes de Nacional Financiera, se contrataron individualmente y los derechos sobre los locales de las plazas se pierden si no se utilizan para fines comerciales"(Genoveva Flores, el Financiero 25/11/93.). Sin embargo allí están los hechos: miles de toreros y dentro de ellos comerciantes reubicados en las plazas, que han cerrado sus nuevos puntos de venta dentro de éstas, por el escaso nivel de ventas y andan ofreciendo sus productos en las calles del Centro Histórico de la ciudad de México.

Los programas de apoyo que realiza cualquier nivel de gobierno y en el caso que nos ocupa, al comercio en la vía pública, no pueden sostenerse a largo plazo por falta de continuidad sexenal en las administraciones o simplemente por los cambios de funcionarios en un mismo sexenio. Éste consideramos que es el punto fundamental por el cual el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular se estancó a partir de diciembre de 1993.

Lo anterior se combina con un enfoque que tiende a apoyar artificialmente las actividades informales. Una vez terminado el programa se produce

frustración y en términos relativos sus supuestos beneficiarios terminan en peores condiciones.

Queremos dejar claro, que la solución a este complejo fenómeno no está en construir nuevas plazas comerciales, para reubicar a los comerciantes en la vía pública y posteriormente abandonarlos, sino en realizar programas integrales que mejoren las condiciones de trabajo y de vida de estos comerciantes, por el contrario el fenómeno persistirá como nos lo demuestra la historia de la ciudad y lo comprobamos actualmente.

Además es necesario implementar políticas de ayuda social y saber combinarlas con las de comercialización. Si se apoyan los niveles de salud, nutrición, educación, vivienda, etc., de los comerciantes, se obtendrá una mayor eficiencia en la unidad comercializadora dentro de las plazas. Por lo anterior, las políticas no pueden limitarse al apoyo comercial según la concepción actual, sino más bien debe incorporar las múltiples dimensiones requeridas para este tipo de actividad.

CAPÍTULO V

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

1. La economía informal

El primer capítulo nos acerca a las principales corrientes de investigación que existen sobre el tema de la economía informal, además de permitirnos delimitar teóricamente el caso específico del comercio en la vía pública mediante el enfoque de la racionalidad productiva.

En 1971 el antropólogo Keith Hart introduce la noción de oportunidades de ingreso formales e informales para estudiar la ocupación en el medio urbano en el país de Ghana, particularmente entre los estratos de menores ingresos y "múltiples ocupaciones". Hart identifica lo formal con el empleo asalariado y lo informal con el empleo por cuenta propia. (Rendón y Salas, 1991, en Jusidman de B. 1993).

El concepto propuesto por Hart es adoptado por la misión de Kenia de la OIT en 1972, la cual le añade una serie de atributos, los cuales nos dicen que las actividades informales son la forma de hacer cosas, caracterizadas por:

- a) facilidad de entrada
- b) apoyo en los recursos locales
- c) propiedad familiar de las empresas
- d) escala de operación pequeña
- e) tecnología adaptada e intensiva en fuerza de trabajo
- f) destrezas adquiridas fuera del sistema educativo formal
- g) mercados no regulados competitivos

Por tanto, el sector informal se define a partir de las características opuestas a las que perfilan al formal.

Esta es la definición que el autor asume en la investigación.

Rendón y Salas en 1991, proponen el uso del término informal para denominar al grupo de actividades desarrolladas por los "ocupados pobres" urbanos y como alternativa a la distinción convencional entre tradicional y

moderno, concepción que presupone que lo tradicional es un sector condenado a la extinción, estancado y vegetativo. En cambio sostienen que en Kenia el llamado sector informal es consecuencia de la urbanización y se encuentra en expansión a pesar de no contar con apoyos e inclusive ser ignorado...Proponían, por lo tanto, integrar al sector informal a las políticas de desarrollo.

Para la OIT y en particular para el PREALC, sector informal se define como la suma de actividades caracterizadas por una lógica de producción propia y distinta de la vigente en la parte visible de la economía. La racionalidad económica particular del sector informal consiste en garantizar la subsistencia del grupo familiar, que difiere de la vigente en el sector formal (capitalista) cuya motivación esencial es la acumulación.

Según este enfoque, las causas de que haya surgido el sector informal están íntimamente relacionadas con el mercado laboral y con la distribución del ingreso.

Este enfoque fue ampliamente difundido, desarrollado y aceptado por un número importante de investigadores en América Latina, particularmente a finales de los años setenta y principios de los ochenta; sin embargo, no es aventurado señalar que poco se logró avanzar en su incorporación al ámbito de la política económica real, pues los países de la región seguían empeñados en apoyar prioritariamente el desarrollo de sus sectores modernos.

Con la crisis y recesión de los años ochenta y los cambios en las escuelas económicas predominantes que pasan del keynesianismo a la posición clásica tradicional y, más recientemente, a la teoría de la oferta surge un nuevo enfoque del sector informal que privilegia su carácter ilegal y lo define como el conjunto de actividades que no cumplen con la reglamentación establecida en el ámbito económico, sean estas fiscales, laborales, sanitarias o de otro tipo. (De Soto, 1986; C.E.E.S.P., 1987.). La ilegalidad deja de ser una característica conexas derivada de la racionalidad bajo la que operan las unidades informales, para pasar a ser la característica principal, definitoria (enfoque de la ilegalidad). De acuerdo a ello, las empresas formales e informales funcionan según racionalidades idénticas y lo único que las distingue es su condición legal, lo que a su vez

provoca diferencias en el acceso a recursos y a mercados (Guerguil, 1988., en Jusidman de B., 1993).

Este enfoque ampliamente difundido en América Latina a partir de la publicación del libro de De Soto (1986), atribuye la aparición de unidades productivas "ilegales" a las imperfecciones del sistema impositivo y de las regulaciones vigentes; es decir, es resultado de las políticas aplicadas por el Estado. Por lo tanto, propone la desregulación de los mercados y el retiro casi total de las intervenciones del Estado. De Soto aboga porque la reglamentación "refleje la realidad (informal) y deje funcionar ... la economía espontáneamente surgida por el pueblo". (De Soto, 1986).

Esta forma de concebir al sector informal está muy relacionada con el de "economía subterránea" que surgió en los países desarrollados.

Una línea de análisis que retoma aspectos de los dos enfoques ha sido desarrollada a partir de los trabajos de Portes, Benton y Castells. Estos autores buscan explicar el porqué, si el sector moderno no ha incorporado a la fuerza de trabajo al ritmo requerido, continúan las transferencias hacia las actividades no agrícolas y el sector informal sigue creciendo. Señalan que la transferencia directa de fuerza de trabajo hacia los sectores modernos como plantean los economistas neoclásicos no se da, sino que existe una absorción significativa de fuerza de trabajo por el sector moderno, pero bajo condiciones laborales muy distintas a las implícitas en el trabajo asalariado formal protegido. (B. García, 1988., en Jusidman B., 1993.).

Dichos autores sostienen que las actividades del sector informal urbano son típicamente capitalistas, donde hay asalariados de manera abierta o encubierta y que por lo tanto, son parte integral de la economía moderna y no son exclusivas de los países en desarrollo. La descentralización de la producción, los contratos flexibles de trabajo y la subcontratación forman parte de un conjunto de circunstancias que se refuerzan, afectando a países con distintos niveles de desarrollo. El mecanismo a través del cual se vincula la economía formal y la informal es la subcontratación, entendida por esta corriente de pensamiento en un sentido muy amplio. (Gran parte de la discusión en este apartado está tomada de Rendón y Salas, 1991.).

Los autores que sostienen este enfoque, consideran que la persistencia del sector informal urbano en los países menos desarrollados conviene al capital pues aprovecha la existencia de mano de obra disponible, manteniendo formas de explotación y relación con el trabajo de algún modo ancestrales. Ellos atribuyen como causa fundamental de esta posibilidad, y en si de la persistencia y crecimiento del sector informal urbano a la existencia de una legislación laboral excesiva y una fuerza de trabajo abundante, lo que motiva a las empresas a eludir las regulaciones laborales.

En cambio, en los países desarrollados la informalidad es el resultado del interés de las empresas por disminuir sus costos mediante la flexibilización de sus relaciones con el trabajo. Esto se ha expandido a partir de la crisis iniciada en los años setenta, lo cual ha propiciado el surgimiento de nuevas modalidades de hacer negocios.

Se puede concluir, a partir de la revisión realizada en esta primera parte, que si bien existen diferentes formas de conceptualizar al sector informal, se trata de una categoría relevante para entender las diferencias en las trayectorias de desarrollo que han tenido varios países en desarrollo, respecto de las que siguieron las economías industrializadas. En razón de ello, es inconveniente extrapolar sin adecuaciones, categorías y conceptos que son pertinentes a las situaciones de unos hacia otros. Esto ha ocurrido al trasladar, hacia los países en desarrollo el concepto de economía subterránea y actualmente es el riesgo en que se incurre al tratar de llevar el concepto de ocupación o sector informal hacia las economías desarrolladas.

2. El comercio en la vía pública en la ciudad de México.

En el capítulo II se hace un recorrido histórico de lo que ha sido el comercio en la vía pública en la ciudad de México de 1525 a 1990.

Esta periodización se la debemos a Josefina Valenzuela, quién nos dice que se han detectado cuatro etapas, en que las características básicas del fenómeno son recurrentes. El gobierno de la ciudad encausa el establecimiento del comercio y simultáneamente surgen los libre mesilleros (puestos en mesas improvisadas), cuya proporción aumenta hasta que

surgen protestas de diversos sectores de la sociedad que se ven afectados en sus intereses. Nuevamente el gobierno los reordena y la inquietud se disipa temporalmente, hasta que la problemática de la economía, y el crecimiento de la población genera una variedad de necesidades incrementándose el sector de la sociedad que se dedica a trabajar en el comercio en la vía pública.

2.1 División del comercio en la vía pública

En esta investigación dividimos el comercio en la vía pública en dos partes: de subsistencia y rentable.

El comercio de subsistencia en la vía pública lo podemos definir como un fenómeno cuyo origen fundamental es por problemas de índole social, económico y cultural, el cual está integrado en su mayoría por personas que emigran del campo a la ciudad y que no poseen ningún tipo de calificación para el trabajo y ante la necesidad de allegarse cualquier cantidad de ingresos se dedican a actividades no calificadas que les permite subsistir.

Existe otro tipo de comerciantes en la vía pública, a los que por sus características denominamos rentable y el producto económico que generan es considerable. Estas personas se dedican a la compra-venta de bienes y servicios en áreas destinadas al tránsito peatonal y vehicular de uso público. Las transacciones se llevan acabo sin manejo de facturas y las operaciones no son registradas para su contabilidad; su ejercicio a veces está amparado por un permiso de las autoridades.

En este segundo tipo de actividad si requieren en su desempeño de montos considerables de recursos monetarios para la instalación y operación del negocio. También se encuentran individuos que cuentan con un determinado grado de preparación, "manejan cuando menos la aritmética básica, y tienen una noción mercantil empírica o teórica suficiente para manejar sus negocios, los cuales están conformados por pequeñas instalaciones fijas o semifijas establecidas en la vía pública". (CANACO, 1987.).

2.2 Relaciones laborales.

Dada su heterogeneidad, el comercio en la vía pública presenta relaciones de trabajo diferenciadas.

La atención al público recae, en buena medida, en empleados. Además de esto, tenemos que también son atendidos por familiares y amigos.

Posteriormente se define al comercio en la vía pública por su ubicación, por su arraigo, por su mercancía y por su población.

2.3 Organización del comercio en la vía pública.

Por organización de los comerciantes en vía pública se entiende, por una parte, la forma en que éstos se coordinan o se ponen de acuerdo para realizar sus actividades cotidianas, esto es, para dividirse y asignarse los espacios, para colocar sus instalaciones cuando las tienen, para adquirir, transportar, guardar sus mercancías, e inclusive para la vigilancia en el territorio con el fin de protegerse de los delincuentes y también de los policías, inspectores y encargados de la Vía Pública de las delegaciones. Por otra parte, se entiende por organización del comercio en la vía pública, la creación y funcionamiento de las instituciones gremiales que los representan y que les permiten tener una fuerza que oponer a las autoridades gubernamentales para la defensa de sus intereses comunes.

3. El programa de mejoramiento del comercio popular

En el capítulo III, se hace una descripción y análisis de los objetivos y desarrollo del P.M.C.P., definiendo su metodología y dimensionamiento, pasando por su evaluación comercial, esquema financiero y su operación.

3.1 El proceso de concertación.

En esta parte se presentan los líderes y organizaciones de comerciantes en la vía pública sujetos de la reubicación. Además se detallan las etapas de concertación, los esquema de financiamiento y de apoyo, y la operación del crédito.

3.2 Situación de las plazas.

Se hace una descripción del estado de las plazas comerciales al mes de diciembre de 1993.

4. Los alcances del programa de mejoramiento del comercio popular.

En el capítulo IV, se hizo un balance del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, analizando sus alcances y carencias; y los retos y perspectivas que se presentan para la ciudad en el futuro inmediato respecto al fenómeno del Comercio en la vía pública.

Bibliografía

1. Aspectos generales, Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, 1992.
2. Benetti, Carlo. La acumulación en los países capitalistas subdesarrollados, F.C.E., primera reimpresión México, 1979.
3. CANACO, D.F. economía informal, México, 1987.
4. CANACO, D.F. economía informal, México, 1988.
5. CANACO, D.F. economía informal, México, 1989.
6. CANACO, D.F. economía informal, México, 1990.
7. Cartaya F. Vanessa. El confuso mundo del sector informal, en Nueva Sociedad No. 90.
8. La economía subterránea en México, primera ed. Ed. C.E.E.S.P., México, 1986.
9. CONCANACO, SERVITUR, México, "Estudio Nacional sobre Comercio Informal", Arenas y Medrano, Asocs. M., México 1993.
10. De Soto, H.: El otro sendero. La revolución informal, Lima, Editorial El Barranco, 1986. Reeditado por Diana en 1987.
11. Dictamen con proyecto de iniciativa para la expedición de un Bando para la ordenación y regulación del Comercio en la Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México, II Asamblea de Representantes, 5 de julio de 1993, D.F. México.
12. Encuestas P.M.C.P., 1992.
13. García, N. y Victor Tokman: "Transformación ocupacional y crisis", Revista de la C.E.P.A.L., 24 diciembre pp.103-105, 1984.
14. Guerguil, M.: "Algunos alcances sobre la definición del sector informal". Revista de la C.E.P.A.L. Num. 15, agosto 1988.

15. Comercio en vía pública 90-91, documento metodológico, México, 1991.
17. Lewis, W. Arthur. Desarrollo económico con oferta ilimitada de mano de obra, *El Trimestre Económico* No. 26, México, 1960, pp.629-675.
18. Comparecencia ante la A.R.D.F. de Roberto Albores Guillén G., junio 1993.
19. Portes y Benton. Desarrollo industrial y absorción laboral: una reinterpretación, en *Estudios Sociológicos* V:13, Ed. El Colegio de México, 1987, pp.111-137.
20. Rojas Cruz Graciela. "El Comercio en la Vía Pública en el Distrito Federal" (Propuesta presentada ante la Quinta Comisión de la I Asamblea de representantes al D.F.).
21. Sains, Luis I. Testimonios y documentos sobre mercados especializados: del Ampudia a San Ciprián (1990), primera ed., Ed. V.C. México, 1991.
22. Smith, Estellie. La economía informal, en *Economía Metropolitana* 2, abril 1993, vol.1, fundación D.F. Cambio XXI, pp.1-14.
23. El sector informal en México Ed. S.T.P.S., México, 1993.
24. Valenzuela C. Josefina. El comercio en la vía pública del Centro Histórico de la ciudad de México, en *Economía Metropolitana* 2, abril 1993, vol. 1, fundación D.F. Cambio XXI. pp.15-22.
25. Tokman, Víctor E. El sector Informal: quince años después, *El trimestre Económico* No. 315, México, 1987, pp. 513-536.