



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

## CIUDADANÍA Y COMERCIO EN VÍA PÚBLICA. EL CASO DEL MERCADO 377 DE XOCHIMILCO.

### T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADAS EN SOCIOLOGÍA

PRESENTAN:

**BRENDA GABRIELA PÉREZ VÁZQUEZ**  
**VALERIA TIRADO MIRANDA**



ASESOR: DR. VÍCTOR MANUEL DURAND PONTE

2010



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## **AGRADECIMIENTOS**

*A nuestros padres, Emma, Mario, Ricardo y Rocío, por su amor y apoyo incondicional.*

*A nuestros hermanos, Anaí y Ulises, por su complicidad.*

*Al Dr. Víctor Manuel Durand, quien nos guió con paciencia durante este proceso, por su conocimiento y aportaciones.*

*A los hermanos y hermanas que hicimos en el camino.*

*A la universidad y los profesores que han contribuido a nuestra formación académica; especialmente a la Dra. Sara María Lara.*

*A Conacyt por el otorgamiento de una beca dentro del proyecto "Migración y Circulación territorial" IN307507 a cargo de la Dra. Sara María Lara Flores.*

# Índice

Introducción .....	I
Objetivos de la investigación .....	IV
Metodología de la investigación.....	V
Hipótesis de la investigación.....	VI
Cuerpo de la investigación.....	VII
Capítulo I – Marco teórico .....	1
Introducción.....	1
1. El sector informal de la economía.....	2
2. El sector informal para México.....	7
3. Comercio Informal.....	10
4. Surgimiento y crecimiento de la informalidad .....	13
5. Estado de Bienestar.....	18
6. Reforma del Estado y exclusión social .....	20
7. Ciudadanía y desigualdad .....	22
8. Ciudadanía de baja intensidad .....	25
9. Asociaciones y democracia .....	26
10. Consideraciones finales.....	28
Capítulo 2 – Informalidad y comercio en vía pública .....	31
Introducción.....	31
1. Dimensión y características de la informalidad en México.....	32
2. El comercio en vía pública en México .....	43
3. Historia del comercio en vía pública en México y Xochimilco .....	50
4. Mercados en la Ciudad de México .....	55
5. Regulación del comercio en vía pública .....	57
6. Consideraciones finales.....	68
Capítulo 3 – Comercio en vía pública en el mdo 377 .....	70
Introducción al estudio .....	70
1. La ciudad y el comercio en vía pública en Xochimilco .....	72
2. Mercado 377 de Xochimilco.....	77
3. Historia del comercio en vía pública en el mercado 377 .....	79
4. Comerciantes en vía pública del mercado 377.....	84
5. Origen y mantenimiento del comercio en vía pública.....	88
6. Regulación del comercio en vía pública en el mercado 377 .....	92
7. Problemas producidos por el comercio en vía pública .....	97
8. Organización del comercio en vía pública en el mercado 377 .....	100
9. Consideraciones finales.....	104
Capítulo 4 – Asociaciones de comerciantes en vía pública.....	107
Introducción.....	107
1. Teoría de las organizaciones.....	108

2. Asociaciones civiles .....	112
3. Metodología para analizar asociaciones .....	115
4. Las asociaciones de los comerciantes en vía pública .....	117
5. Consideraciones finales.....	149
Capítulo 5 – Comerciantes en vía pública y autoridades .....	152
Introducción.....	152
1. Intermediarismo .....	152
2. Lo encubierto .....	156
3. La negociación .....	159
4. La unión entre las asociaciones.....	162
5. Las influencias .....	165
6. La corrupción .....	166
7. El intercambio de favores .....	171
8. Participación política de las asociaciones .....	175
9. Clientelismo político .....	181
10. Consideraciones finales.....	184
Conclusiones finales .....	188
Anexos.....	195
1. Guión de entrevista para vendedores en vía pública .....	195
2. Guión de entrevista para autoridades.....	195
3. Relación entrevistados:.....	199
4. Tesauro para <i>N-Vivo</i> .....	200
5. Anexos estadísticos. ....	203
Bibliografía .....	210

## Introducción

En los últimos años se ha visto un crecimiento acelerado del fenómeno de la informalidad, y especialmente, del comercio en vía pública. Actualmente, la informalidad es una posibilidad real y concreta de ocupación para aquellas personas que no logran insertarse en el mercado laboral formal o que no encuentran en los pocos empleos que éste genera la forma de cubrir sus necesidades, por los bajos salarios que ofrecen.

Nosotras consideramos que debido a la velocidad de este cambio y el gran impacto que ha significado en la vida política, económica y social de nuestro país, es necesario entender los procesos que lo originan y lo reproducen, así como las consecuencias que ha tenido.

Entre los problemas que se han considerado resultado del comercio en vía pública encontramos: la saturación de las vialidades; el bloqueo de las entradas y salidas de las estaciones del metro, hospitales y escuelas, lo que genera riesgos adicionales en casos de emergencias o catástrofes; el deterioro de la imagen y del entorno urbano, a raíz de la contaminación visual, física y sonora que trae consigo el uso de las vías públicas; serias incomodidades y molestias para los vecinos; la pérdida del patrimonio cultural y artístico; el incremento de actividades ilícitas, como la venta de mercancía robada y pirata; la pérdida de contribuyentes al erario público; menor atención a esos grupos en materia de políticas de seguridad y previsión social, vivienda popular y educación, etc.

Además de esto, pensamos que en el fenómeno del comercio en vía pública confluyen otra gran cantidad de aspectos importantes como: la incapacidad del sistema económico de desarrollar nuevas fuentes de empleo en la medida de las necesidades de la población, la dificultad burocrática que representa para los comerciantes el establecerse formalmente, la oferta de productos a precios más accesibles a numerosos grupos sociales con escasos recursos, la interrupción de la dinámica propia de los espacios públicos, la destrucción de formas de convivencia social tradicionales, la situación de vulnerabilidad hacia la pobreza en la que se encuentran los comerciantes, la incertidumbre económica que representa la falta de

un ingreso constante, la creación de nuevas formas de participación social y política, la instauración de nuevos tipos de asociaciones, la generación de nuevas formas de relación con las autoridades, etc.

El tema en particular que a nosotros nos interesa es comprender la relación que existe entre la manera en que se ejerce la ciudadanía y las condiciones sociales de los sujetos, en este caso, los comerciantes en vía pública. Es decir, la pregunta principal es: ¿qué tipo de ciudadanía ejercen los comerciantes en vía pública? y ¿por qué es así?

Para responder a esta pregunta resulta necesario, en primer lugar, conocer la situación de los comerciantes en vía pública; es decir, la realidad que ellos viven. Así pues, el primer objetivo de la investigación es estudiar qué significa ser un vendedor en vía pública. Para ello, destacamos las siguientes dimensiones: las causas que originaron que se involucrara en esa actividad, las maneras a partir de las cuales funciona y se ejerce el comercio en vía pública y las estructuras en las que está organizado.

Comprender las causas que originaron que se involucrara en esa actividad significa adentrarse en el pasado de los comerciantes para entender qué procesos sociales intervinieron y fueron conformándolos como una categoría social.

Entender la manera en que funciona el comercio en vía pública es comprender la cotidianidad de los comerciantes, los problemas a los que se enfrentan, las soluciones que crean y, sobretodo, el sentido que otorgan a su labor diaria.

Por último, distinguir las maneras en que se ha organizado el comercio en vía pública y las razones por las cuales ha sido así es lo que nos permite analizar las estructuras que se han creado a partir de la actividad económica, las jerarquías y roles que coexisten en torno al ejercicio de la informalidad.

La segunda parte importante para conocer la situación de los comerciantes en vía pública tiene que ver con entender el espacio en el cual llevan a cabo su actividad. Es decir, investigar cómo es el lugar donde desempeñan su labor, con qué actores

sociales comparten dicho espacio, cómo son percibidos por éstos, cómo son las relaciones entre ellos y las razones por las que son así, entre otras cuestiones. Por esto, en la investigación es necesario estudiar la percepción de los distintos actores sociales involucrados con el mercado 377 de Xochimilco.

La tercera y más compleja parte de la investigación se refiere ya, propiamente, a comprender la manera en la que ejercen la ciudadanía los comerciantes.

Consideramos que analizar la ciudadanía a partir de las formas que ha tomado y las relaciones en las que se refleja es una de las maneras a partir de las cuales es posible trazar el puente entre verla como un concepto, como algo abstracto, y verla como una agencia; es decir, algo que se ejerce. Así pues, la tercera parte consiste en una indagación sobre cómo es y cómo ha sido, históricamente, la relación entre los comerciantes en vía pública y las autoridades locales; es decir, de la delegación de Xochimilco.

Pensamos que esa es la primera aproximación al tema de los comerciantes en vía pública y la ciudadanía. La siguiente tiene que ver ya no con las relaciones que establecen, sino con lo que significa que esas relaciones sean así; es decir, con los elementos de la ciudadanía que se pierden o se ejercen al formar parte del comercio en vía pública. Lo que interesa, pues, es comprender ¿qué significa, en términos de ciudadanía, el ser un comerciante en vía pública? De esta manera llegamos al objetivo más general de la investigación, a responder qué tipo de ciudadanía ejercen los comerciantes en vía pública y por qué.

Es importante recalcar que la idea del presente trabajo surge del Taller de investigación “Marginalidad, exclusión, participación y ciudadanía”, impartido por el Dr. Víctor Manuel Durand Ponte y que en el trascurso del mismo curso tuvimos la oportunidad de llevar a cabo nuestra investigación en una zona muy particular de la Ciudad de México: Xochimilco. Situamos la investigación ahí con el objetivo de obtener una visión de la problemática del comercio en vía pública ya que consideramos que es un espacio muy heterogéneo donde podemos encontrar una gran diversidad de actores sociales, que son de nuestro interés estudiar.



Además, el comercio en Xochimilco es una actividad antiquísima, que se remonta a la época prehispánica. También, se distingue de otras áreas comerciales pues los productos que se vendían tradicionalmente eran producidos ahí, en zonas que aún hoy en día siguen siendo consideradas como rurales. Son estas dos razones por las cuales el trabajo se refiere al comercio en vía pública de Xochimilco

El mercado 377, específicamente, es el más grande de toda la delegación y se encuentra localizado en el centro de la misma; en una zona ruidosa, con grandes cantidades de tránsito de personas y de vehículos. Es muy conocido por la gente de los alrededores, pues ofrece una gran cantidad de productos a precios especialmente bajos.

Es importante distinguir, sin embargo, que los procesos económicos, sociales y políticos que tienen que ver con la relación entre el comercio en vía pública y la ciudadanía, que esta investigación se ha propuesto estudiar, son de carácter global, regional, nacional y local. Es decir que, aunque el trabajo se ha enfocado específicamente al caso de Xochimilco, no se debe perder de vista el hecho de que esta delegación forma parte de una realidad mucho más compleja, que no se trata de una excepción con respecto a lo que ocurre en el resto de la Ciudad de México y, en general, en todo el país.

Nos referimos a que, para comprender la situación que existe actualmente en Xochimilco y su desarrollo histórico, debemos tomar en cuenta que esta delegación es parte de la dinámica de la ciudad y del país; es decir, debemos tener presente el contexto a partir del cual se ha originado y desarrollado la realidad que se vive hoy en día.

### **Objetivos de la investigación**

- I. Investigar las causas que originan el comercio en vía pública, así como los factores externos e internos que lo reproducen y lo mantienen.

- II. Identificar la estructura de las organizaciones que coexisten en el Mercado 377 de Xochimilco y el espacio que lo circunda, en donde se establece el comercio en vía pública.
- III. Comprender la relación entre las organizaciones de comerciantes en vía pública en la zona del Mercado 377, y las autoridades delegacionales.
- IV. Conocer las diversas manifestaciones del ejercicio de la ciudadanía de los comerciantes en vía pública.

## **Metodología de la investigación**

Ahora bien, para entender el fenómeno que nos propusimos y responder a las preguntas de investigación, hemos seleccionado, de entre los diversos métodos y técnicas de investigación que existen, aquellos que consideramos de mayor utilidad, tomando en cuenta que entre más herramientas de investigación se tengan, más posibilidades hay de conocer las diferentes dimensiones de una realidad siempre compleja e inabarcable.

Para esta investigación se considera que si bien es necesaria la recopilación de datos cuantitativos, o de hechos fácticos, la parte más importante es la cualitativa; es decir, el discurso, como producto del lenguaje, que constituye otra dimensión de la realidad.

Nos interesa entender el entramado de significados y sentidos, el “conjunto de producciones significantes que operan como reguladoras de lo social”<sup>1</sup>, y es esta parte cualitativa la que considera realmente importante la intersubjetividad de los actores involucrados en el fenómeno social estudiado, contempla la posibilidad de objetivar el mundo subjetivo de las personas y de interpretar los significados que ellos dan a los acontecimientos.

---

<sup>1</sup> Manzanos, César, *Métodos y técnicas de investigación cualitativas en ciencias sociales*, p. 23.

Así pues, finalmente, decidimos usar como herramientas de investigación a la observación, como primer método de aproximación al problema, y las entrevistas, en su modalidad de semi-estructuradas.

Se realizaron<sup>2</sup> 35 entrevistas a profundidad, 16 a comerciantes en vía pública, de entre los cuales 3 fue a líderes de las asociaciones de comerciantes, 10 a locatarios del mercado, 3 a dueños de establecimientos comerciales de los alrededores del mercado, 2 a policías de la zona y 4 a funcionarios y ex funcionarios de la delegación de Xochimilco.

### **Hipótesis de la investigación**

I. El comercio en vía pública es producto de un proceso estructural de exclusión del sistema de oportunidades. La situación del comerciante en vía pública es, por lo tanto, de exclusión social.

II. El comercio en vía pública esta organizado a través de asociaciones, que tienen una estructura jerárquica poco flexible, y que funcionan mediante el intercambio de favores.

III. Existen procesos y mecanismos específicos de integración y/ o de exclusión en cada una de las organizaciones de comerciantes en vía pública, y estos están determinados a partir de los intereses de cada grupo en cuestión.

IV. Los comerciantes se organizan para exigir que se respete al comercio en vía pública como una fuente de trabajo legítima y reclaman, también como legítima, la apropiación del espacio en cuestión.

V. El comercio en vía pública y su relación con la ciudadanía:

- a) La exclusión laboral manifestada en el comercio en vía pública reproduce la exclusión a otros ámbitos de la vida social y política de los comerciantes.

---

<sup>2</sup> En los anexos se otorga el crédito a algunos compañeros del Taller de Investigación, que realizaron entrevistas que fueron de gran utilidad para este trabajo.

- b) La condición de exclusión social en la que se encuentran los comerciantes en vía pública, se traduce en limitante para el ejercicio pleno de la ciudadanía, lo que resulta en una “ciudadanía de baja intensidad”.
- c) La situación en la que se encuentran los comerciantes en vía pública da lugar a una serie de relaciones que no corresponden a las establecidas por el Estado de derecho y la legalidad.

## **Cuerpo de la investigación**

En el capítulo I se retoman las principales teorías que han estudiado la informalidad, así como los conceptos y los elementos económicos y sociales más esenciales que nos permiten entender cuáles son las causas que originaron la aparición, el mantenimiento y el incremento del comercio en vía pública específicamente en México. También, se aborda el problema del ejercicio de la ciudadanía en contraposición con una situación de desigualdad o exclusión social, Finalmente, se rescata el concepto de “ciudadanía de baja intensidad” que nos es útil para explicar el ejercicio de la ciudadanía de los comerciantes en vía pública.

En el capítulo II se estudia el contexto de la investigación, comenzando con el análisis de la dimensión de la informalidad en México a partir de datos estadísticos. Posteriormente, se aborda también al comercio como una de las actividades más importantes del sector informal, y se estudian las características que tiene en nuestro país. Asimismo, se hace un breve recorrido de la historia del comercio en vía pública como actividad económica en México y en Xochimilco, se habla sobre las transformaciones que ha tenido a través del tiempo en el espacio urbano y de los esfuerzos que han realizado las autoridades para regularlo y paliar los efectos negativos.

En el capítulo III se presenta ya propiamente el estudio de caso, comenzando con el análisis del espacio en el que se enfoca la investigación; es decir, el mercado 377 de Xochimilco. También, se presenta una explicación de los principales actores sociales involucrados y las problemáticas más importantes de la zona; haciendo especial hincapié en los comerciantes en vía pública y su actividad cotidiana.

En el capítulo IV se examinan las asociaciones de los comerciantes en vía pública que se encuentran en los alrededores del mercado 377 a partir de una serie de características que son consideradas como elementos analíticos clave para la comprensión de una organización.

En el capítulo V se estudia la relación que hay entre los comerciantes en vía pública y las autoridades delegacionales, que se ha construido fundamentalmente a través de las asociaciones y los líderes de las mismas, con la finalidad de comprender las formas en las que los comerciantes ejercen su ciudadanía.

En las conclusiones finales se hace una exposición de los hallazgos más importantes de la investigación en relación con los objetivos señalados y las hipótesis que se habían planteado inicialmente. Se hace hincapié en la descripción de las formas en las que los comerciantes en vía pública ejercen su ciudadanía.

Por último se presenta un apartado de anexos en el que se encuentran los guiones de entrevista para los vendedores en vía pública, para los locatarios del mercado, los vecinos de la zona y las autoridades de la delegación de Xochimilco, el listado de las personas entrevistadas, el tesoro de conceptos que se realizó para analizar las entrevistas en el programa N-Vivo y algunos cuadros estadísticos que complementan la información del capítulo II.

# Capítulo I – Marco teórico

## Introducción

En este capítulo hacemos referencia a las teorías y los conceptos que consideramos relevantes para explicar la problemática del ejercicio de la ciudadanía en el comercio en vía pública.

Primeramente tratamos de contextualizar al comercio en vía pública como una actividad que forma parte del llamado sector informal de la economía. Por ello presentamos una exposición de lo que se ha entendido como tal en las últimas décadas, llegando finalmente a la definición que nosotros utilizaremos en esta investigación. Además, hacemos la distinción entre los conceptos de comercio informal, comercio en vía pública y comercio ambulante.

Posteriormente, analizamos las distintas explicaciones teóricas que han tratado de dar cuenta del surgimiento y crecimiento del fenómeno de la informalidad, lo cual nos lleva a situar a México en el contexto del fin del Estado de bienestar y las reformas estructurales que se han realizado.

Aquí hacemos hincapié en las condiciones de exclusión social que crea y reproduce el sistema económico a partir de su incapacidad para absorber en el mercado laboral formal a la mano de obra disponible, arrojándola inevitablemente a buscar en la informalidad un medio de subsistencia.

Finalmente, abordamos la problemática de los comerciantes en vía pública como ciudadanos que viven en una situación de exclusión social, lo que significa que no existen las condiciones fundamentales para el ejercicio pleno de sus derechos ciudadanos lo que crea una situación que se ha denominado “ciudadanía de baja intensidad” o “ciudadanía precaria”.

## **1. El sector informal de la economía**

El concepto de sector informal se ha utilizado a nivel internacional desde la década de los sesenta, a partir de su incorporación en el Programa Mundial de Empleo (PME) de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y ha estado ligado principalmente a la teoría del desarrollo, las políticas públicas y la planeación económica. Sin embargo, fue sólo hasta los años ochenta que el concepto comenzó a difundirse ampliamente, pues fue incorporado en la agenda económica de muchos países y, además, se convirtió en el objeto de estudio de un sinnúmero de investigaciones.

El concepto de sector informal tiene su origen en los esfuerzos de desarrollo económico de los años cincuenta y sesenta, cuando empezaron a surgir fenómenos en la esfera de la ocupación que no podían ser explicados a partir de las teorías del desarrollo. Las respuestas a por qué el número de empleos que se generaban en el sector moderno no era suficiente para absorber la oferta de mano de obra y, más aún, describir cómo muchas personas laboraban fuera de ese sector, bajo un esquema distinto al del trabajo asalariado, quedaban fuera del marco conceptual existente.

Se pensaba que en cuanto el crecimiento económico despegara y el desarrollo económico fuera estable, el sector moderno sería capaz de absorber la mano de obra “excedente”, siendo el desempleo y las formas atípicas de empleo problemas temporales que el propio desarrollo económico de los países corregiría. Sin embargo, a partir de mediados de los años sesenta resultó evidente que existía una incapacidad del sistema económico para generar los empleos suficientes que permitieran absorber la demanda, dado el ritmo de crecimiento demográfico de la población de los países en desarrollo y la creciente migración rural-urbana, con lo cual el aumento de la fuerza de trabajo era constante y acelerado.

En los años sesenta tuvo gran auge la llamada “Teoría Dual”, que consistía en fragmentar la economía en dos sectores: formal e informal. Se consideraba entonces que el sector formal era aquel que involucraba a “aquellas actividades que

incorporan cierta fuerza laboral a la estructura económica integrada por diferentes formas de organización productiva (industria, servicios, comercio y construcción) y, sobre todo, que cumplen con las normas establecidas por el Estado (en materia laboral, fiscal, etc.) con el fin de regular las relaciones capitalistas de producción”<sup>3</sup>. El sector informal se diferenciaría de aquél por el hecho de realizarse en un marco oficialmente no regulado.

La OIT enfrentó por primera vez el problema del empleo mediante el Programa Mundial de Empleo, aprobado en 1969 durante la XII Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), al poner como tema central de la planeación económica y del desarrollo, en general, la generación de empleos, abandonando con ello la tesis del crecimiento del empleo como resultado del propio desarrollo.

Durante estos años, el “sector moderno” desde la perspectiva de la ocupación también era comúnmente llamado “sector formal”, y el sector tradicional que funcionaba bajo una lógica de producción de autoconsumo y de subsistencia, era regularmente equiparado con el sector informal.

La *Misión Kenya*, realizada en 1972, fue la primera visión interdisciplinaria enviada a África por la OIT y uno de sus legados fue, justamente, el concepto del sector informal. En el reporte presentado por el grupo de investigadores la relación entre los sectores formal e informal eran categorías fundamentales para explicar la situación ocupacional de Kenya<sup>4</sup>. En dicho documento, el sector informal se definía como “una manera de hacer las cosas, y se le caracterizaba por: facilidad de entrada, tenencia de escasos recursos, propiedad familiar de la empresa, pequeña escala de operación, mano de obra intensiva y tecnología adaptada, habilidades adquiridas fuera del sistema escolar formal y mercados no regulados y competitivos”<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Luna Guerrero, Carla, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, p.7.

<sup>4</sup> INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México*, p. 6

<sup>5</sup> OIT, *Economía Informal en las Américas: situación actual, prioridades de políticas y buenas prácticas*, p. 4



Durante las siguientes décadas, el interés por el estudio y la elaboración de estadísticas que dieran cuenta de la magnitud y composición del sector informal continuó en ascenso. En las XIII y XIV CIETs realizadas en 1982 y 1987, respectivamente, las discusiones giraron en torno a la unidad de medida más adecuada, la selección de criterios de definición, la cobertura, la clasificación y las estrategias para la recolección de datos estadísticos sobre la población económicamente activa, el empleo, el subempleo, el desempleo, y el sector no estructurado o informal. Sobretudo, se recomendaba a los países que establecieran metodologías y programas de recolección de datos apropiados sobre el sector no estructurado o informal y, en particular, que formularan definiciones y clasificaciones idóneas de la población que trabajaba en ese sector. Estas discusiones no se concretaron, sin embargo, hasta principio de los años noventas.

“Los acontecimientos que formalizaron el reconocimiento internacional del sector informal fueron la *Revisión del Sistema de Cuentas Nacionales*, presentada en forma de proyecto final a la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas para su aprobación en su periodo de sesiones de 1993 y la celebración, en el mismo año, de la XV CIET en Ginebra, Suiza. La XV CIET trató ampliamente la conceptualización, medición y acopio de datos sobre el sector informal y de ella emanó la primera resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, la cual constituiría la norma internacional y directriz técnica para conformar un sistema completo de estadísticas del empleo en el sector informal, para mejorar las estadísticas del trabajo y la contabilidad nacional.”<sup>6</sup>

Durante la 90ª Reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, en el 2002, la OIT presentó su informe *Trabajo decente y la economía informal*, donde sostiene que la mayor flexibilización e informatización de la producción y las relaciones laborales está originando un rápido crecimiento en formas de empleo atípicas para disminuir los costos. Resaltó también el informe que no todos los trabajadores que se encontraban en esta situación eran informales desde el punto de vista de la unidad de producción. Es decir, que existen empleos informales dentro del sector formal.

---

<sup>6</sup>INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México*, p. 8

A partir de este momento encontramos que la estricta división que planteaba la Teoría Dual empezaba a presentar inconvenientes importantes para identificar una serie de situaciones laborales. Pese a los años y la infinidad de teorías y debates que el tema del sector informal ha generado, la división formalidad / informalidad se había mantenido – a *grosso modo* - estable en sus criterios. Sin embargo, se encontró que resultaba una teoría reduccionista al simplificar a dos esquemas el abanico de situaciones que se dan en la economía. Como, por ejemplo, que haya empresas registradas ante el fisco pero cuyos trabajadores no tienen un contrato escrito; en ese caso, por ejemplo, se trata de empleos informales que existen dentro de unidades productivas formales.

Debido a las limitaciones que presentaba, se ha tenido que cambiar esa concepción tan rígida de la formalidad y la informalidad. Se ha establecido, y nosotros compartimos esta visión, que no existe una clara división entre el sector formal y el informal. Es decir, “no existe un sector que esté totalmente guiado en su actuar por las normas establecidas y otro absolutamente fuera de ellas”<sup>7</sup>. Sobretudo, estamos de acuerdo con que “no es viable una estricta división entre ellas [las dos clases de actividades: formales e informales], ya que en ocasiones se generan numerosas relaciones que las vinculan y permiten que una sobreviva al lado de la otra y que resulten complementarias; una es consecuencia de la otra”<sup>8</sup>.

Es por esto que decidimos no usar el concepto de “economía informal”, pues este supone la existencia de dos economías: la formal y la informal, cuando en realidad sólo existe un solo sistema económico en el cual coexisten los dos “sectores”, pues están interrelacionados.

Consideramos que la formalidad y la informalidad son dos extremos de un continuo. Esto quiere decir que se debe distinguir qué grado de formalidad o informalidad se presenta en una determinada situación. Este enfoque, bajo el cual se estudian “grados” de formalidad o informalidad, es el que se retomará a lo largo de la

---

<sup>7</sup> Luna Guerrero, Carla, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, p.7.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p.8.

investigación, pues permite captar y analizar con mayor precisión la realidad heterogénea que existe en México.

A partir de que se encontró que los términos formalidad e informalidad no daban cuenta de la complejidad de situaciones que existen; en donde encontramos, por ejemplo, empleos informales dentro del sector formal, se establece que “sector informal” y “empleo informal” no se refieren a la misma situación: “el concepto de sector informal se refiere a unidades de producción como unidades de observación, mientras que el concepto de empleo informal se refiere a los empleos como unidades de observación”<sup>9</sup>.

El Grupo de Delhi, constituido por expertos de diferentes países que estudian las estadísticas del sector informal, afirmó a su vez que era importante modificar la manera en que se estaban realizando las mediciones, con el fin de que esa distinción realizada por la OIT fuera incorporada.

Por todo esto, la XVII CIET, efectuada en 2003, aprobó una nueva directriz sobre una definición estadística del empleo informal como complemento a la *Resolución sobre las estadísticas de empleo en el sector informal*. En dicha definición, el concepto de empleo informal es utilizado como el número total de empleos informales, tanto si están ocupados en empresas del sector formal o informal.

Actualmente, la OIT sigue midiendo y clasificando al empleo informal de acuerdo a aquél resolutivo de la XVII CIET. En el informe de dicho documento, publicado en el 2004 por la OIT, se establece lo que se considera como empleo informal en los siguientes términos:

“Se considera que los asalariados tienen un empleo informal si su relación de trabajo, de derecho o de hecho, no está sujeta a la legislación laboral nacional, el impuesto sobre la renta, la protección social o determinadas prestaciones relacionadas con el empleo (preaviso al despido, indemnización por despido, vacaciones anuales pagadas o licencia pagada por enfermedad, etc.). Las razones pueden ser las siguientes: la no-declaración de los empleos o de los asalariados; empleos ocasionales o empleos de limitada corta

---

<sup>9</sup> OIT, *Informe de la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*, p. 2

duración; empleos con un horario o un salario inferior a un límite especificado (por ejemplo para cotizar a la seguridad social); el empleador es una empresa no constituida en sociedad o una persona miembro de un hogar; el lugar de trabajo del asalariado se encuentra fuera de los locales de la empresa del empleador (por ejemplo, los trabajadores fuera del establecimiento y sin contratos de trabajo); o empleos a los cuales el reglamento laboral no se aplica, no se hace cumplir o no se hace respetar por otro motivo<sup>10</sup>.

Para efectos de esta investigación nosotros retomamos esta definición de la OIT.

## **2. El sector informal para México**

La experiencia mexicana en la definición y medición del sector informal registra cambios significativos desde la aparición del primer trabajo sobre el tema en 1975. Al igual que en los estudios realizados por la OIT, en México se han ido adoptando diversas definiciones del sector informal, fundamentadas en distintos criterios metodológicos para obtener estimaciones de la ocupación informal y de las unidades económicas del sector informal.

Entre los instrumentos más útiles que existen se encuentran las encuestas de empleo, que tienen una breve y accidentada tradición en el país, desde su origen a principios de la década de los setenta, en el marco de la Encuesta Nacional de Hogares (ENH) y su posterior levantamiento en forma permanente; primero bajo el nombre de la Encuesta Continua de Mano de Obra (ECMO) y después como Encuesta Continua Sobre Ocupación (ECSO), que se levantó de 1974 a 1984. En 1984 se estableció la Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENEU), y en 1991 la Encuesta Nacional de Empleo (ENE), las cuales se levantaron de manera periódica hasta el 2004. Finalmente, ambas encuestas se fusionaron en el 2005 para dar lugar a la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), que es el instrumento que se utiliza actualmente.

En México, sin embargo, se presenta un escenario diferente al internacional en materia de análisis y medición del sector informal pues aunque se reconoce la

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 3.

importancia de las recomendaciones hechas por la XVII CIET, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) – institución de la que depende la realización de la gran mayoría de las encuestas – considera que no son esas, sino las recomendaciones de la XV CIET, las que constituyen hasta ahora la metodología de referencia y las orientaciones técnicas más coherentes y consistentes para medir la ocupación en el sector informal.

De acuerdo a la XV CIET, bajo cuyos criterios se maneja el INEGI, la unidad de referencia más apropiada para definir el sector informal era la unidad económica de producción, cuya definición es la siguiente: “la ‘unidad de producción’ es toda unidad que participa en la actividad económica, es decir, en la producción de bienes y la prestación de servicios”<sup>11</sup>. Esto significa que en México seguimos usando los criterios del “sector informal” o “no estructurado”, mientras que la OIT y muchos países ya modificaron esto por el concepto de “empleo informal”<sup>12</sup>.

En México las encuestas que realiza el INEGI están hechas para arrojar información sobre el sector informal, entendido como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad. Se considera que esas unidades de producción “funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo -en el caso en que existan- se basan en el trabajo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales”<sup>13</sup>.

En el informe *“La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003”*, donde se presentan los resultados obtenidos por diversas encuestas realizadas por el INEGI que analizamos en el segundo capítulo, se define el ámbito de las unidades económicas del sector no estructurado como: “microempresas sin nombre o registro de hasta 15 trabajadores en actividades manufactureras y menores de

---

<sup>11</sup> INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, p. 13.

<sup>12</sup> Definido anteriormente, cuando se habló acerca de la XVII CIET.

<sup>13</sup> *Idem*.

seis trabajadores en actividades no manufactureras; y microempresas con nombre o registro de hasta 15 trabajadores en actividades manufactureras y menores de seis trabajadores en actividades no manufactureras cuya producción o prestación de servicios son realizados sin un local o en pequeños locales o talleres”<sup>14</sup>.

En términos prácticos, el sector no estructurado puede definirse como: “la población ocupada que labora en micronegocios no agropecuarios asociados a los hogares, excepto en servicios domésticos, que no tienen registro ante las autoridades, y ocupados que aún cuando laboran en micronegocios registrados carecen de contrato de trabajo y cobertura en la seguridad social”<sup>15</sup>.

Para poder medir esto se ha ido incluyendo y desarrollando el uso de ocho variables fundamentales en las encuestas mexicanas sobre empleo: rama de actividad, tamaño de la empresa, nombre del negocio o de la empresa, lugar de trabajo, posición en el trabajo, tipo de contrato, tipo de prestaciones sociales y tipo de empresa.

Es importante, sin embargo, volver a señalar que lo que estas encuestas logran captar son las unidades económicas que existen en el sector informal, o, la ocupación ligada al sector informal. El empleo que es informal y que, sin embargo, se da en el marco del sector formal, escapa a estas cifras. Por lo tanto, todavía no es posible estimar de manera exacta la magnitud de la informalidad en México a partir de los datos del INEGI.

Por otro lado, no se debe pasar por alto los datos que arrojan otras instituciones y estudios sobre la situación del sector informal y el empleo informal en México. Uno de los más completos y serios es el informe *Panorama laboral 2006*, que presenta la OIT a través de su Oficina Regional para América Latina y el Caribe. En este documento se define a los ocupados en el sector informal como aquellas personas que son ocupadas y cuyo empleo principal se clasifica en una de las siguientes categorías: “(1) trabajadores independientes (que incluye a los trabajadores familiares y a los trabajadores por cuenta propia, excepto los administrativos,

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, p. 22.

<sup>15</sup> *Ibid.*, p. 23.

profesionales y técnicos), (2) trabajadores en el servicio doméstico, y (3) ocupados en establecimientos que cuentan con hasta 5 trabajadores”<sup>16</sup>.

Lo más valioso de este estudio es que se presenta una comparación entre los diferentes países de América Latina, colocando a México en un contexto regional a partir del cual se puede hacer un análisis mucho más completo de los procesos por los cuales está atravesando el país.

Ahora bien, debido a todo lo anterior es importante mencionar que los datos disponibles sobre el sector informal muestran situaciones muy diferentes. La diferencia de criterios para definir lo que es la “informalidad” ha devenido en una confusión con respecto a qué medir y cómo medirlo. Es por eso que, en esta investigación, se ha decidido retomar las definiciones de la OIT para mayor claridad conceptual, pero no se van a ignorar los datos y la información disponible por parte del INEGI sobre México. Los datos, si bien divergen, deben ser estudiados, contrastados y analizados. Es decir, se usarán de manera complementaria. Así pues, en el Capítulo II se presenta la descripción y análisis de la situación del sector informal o no estructurado en México y de la ocupación en el mismo, a partir de datos de la OIT y también del INEGI.

### **3. Comercio Informal**

Las actividades económicas que se llevan a cabo en la informalidad y que constituyen al “sector informal” de la economía se dividen usualmente en cinco: industria manufacturera; construcción; comercio, restaurantes y hoteles; transporte, almacenamiento y comunicaciones; y servicios comunales, sociales y personales.

El término de comercio informal hace referencia a aquellas actividades de compra-venta que se realizan de acuerdo a los parámetros de lo que se considera como “informal”; es decir, que transgrede los reglamentos administrativos que ordenan, regulan y planifican su desempeño. Esto puede darse por muy distintas razones:

---

<sup>16</sup> OIT, *Panorama Laboral 2006, América Latina y el Caribe*, p. 50.

que no esté registrado ante las instancias correspondientes, que no pague impuestos, que los trabajadores no tengan contrato escrito, que no tengan prestaciones<sup>17</sup>, que la actividad no se desempeñe en los espacios propios, etc.

Ahora bien, es importante hacer la distinción entre tres conceptos que constantemente son tomados como sinónimos, pese a que no lo son. Se trata de: comercio informal, comercio en vía pública y comercio ambulante.

El comercio en vía pública es parte del comercio informal, pues éste incluye una serie de actividades muy amplia. Por comercio en vía pública se está haciendo referencia a un tipo muy específico de comercio informal: aquél que, para el desarrollo de su actividad, hace uso de los espacios públicos (calles, plazas, banquetas, etc.). Existen también comercios informales que no hacen uso de los espacios públicos, que funcionan desde establecimientos privados.

En cuanto al “ambulante”, como se clasifica comúnmente al comercio en vía pública, nosotros lo consideramos sólo uno de los tres tipos de comercio en vía pública, que son: el ambulante, el semi-fijo y el fijo o permanente. Los comerciantes ambulantes son aquellos que literalmente cargan su mercancía y la venden al tiempo que se trasladan, sin establecerse en ningún lugar. Los semi-fijos son aquellos vendedores que tienen un puesto en la vía pública que es armado y desarmado cada vez; es decir, no está ahí todos los días ni todo el día. Finalmente, los vendedores fijos son quienes tienen quioscos de metal que no se retiran ni siquiera en las noches, que son permanentes.

Otra clasificación que se hace del comercio en la vía pública es la del tipo de ingreso que se obtiene, de cualquiera de los “tipos” de comercio. Entre los estudios que se han hecho encontramos que generalmente se hace la distinción entre dos tipos:

---

<sup>17</sup> Se entiende por prestaciones laborales al aguinaldo, vacaciones con goce de sueldo, participación de utilidades, servicios de seguridad social, sistema de ahorro para el retiro, crédito para vivienda, servicio médico particular o seguro de salud y otras.



- a) El de “subsistencia”: aquél donde las actividades se realizan en un contexto de subsistencia más que de acumulación, y lo realizan personas del sustrato económico más bajo. Su característica principal radica en el manejo de inversiones mínimas, los volúmenes de venta minoritarios y los ingresos que se obtienen son escasos. El gobierno del Distrito Federal considera que un comerciante se dedica a un “Giro de subsistencia” cuando el “producto expendido produce un rendimiento de un salario mínimo diario o menos”<sup>18</sup>. Es decir, el ingreso económico es tan pequeño que los comerciantes viven al día, por lo que su capacidad de compra y de ahorro no les permite mejorar su nivel de vida.
  
- b) El de “alta rentabilidad”: aquél donde las actividades son típicamente capitalistas, cuyo nivel de organización permite operar bajo la lógica de la acumulación. El gobierno del Distrito Federal usa el término de “Giro Comercial” para denominar al comercio que “produce un rendimiento mayor al de un salario mínimo”<sup>19</sup>, lo que dista mucho de ser una cantidad de “alta rentabilidad”.

En México se habla mucho de los supuestos “grandes ingresos” del comercio en vía pública, y se hace énfasis en que es un problema que escapen de la regulación fiscal, pues constituyen una pérdida considerable para el erario público. Sin embargo, dentro del sector no estructurado, los vendedores ambulantes se encuentran entre los grupos con menores ingresos. En el capítulo II se aborda más detalladamente este tema, pues ahí realizamos una caracterización más profunda de los comerciantes en vía pública y de la actividad que llevan a cabo.

---

<sup>18</sup> “Acuerdo número 11/98 mediante el cual se emite el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública y los criterios para la aplicación de las cuotas por concepto de aprovechamientos por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles”, *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 16 de febrero de 1998, p. 16.

<sup>19</sup> *Idem*.

## 4. Surgimiento y crecimiento de la informalidad

Es importante abordar las diferentes teorías que explican el surgimiento y el crecimiento del fenómeno de la informalidad, dentro del cual se inserta la problemática del comercio en vía pública.

Entre la amplia literatura que se ha dedicado al estudio del sector informal podemos encontrar básicamente seis enfoques teóricos: el de la racionalidad productiva, el de la desigualdad, el de la ilegalidad, el de la racionalidad del mercado, el de la regulación excesiva y el de la re-estructuración.

A continuación presentamos una pequeña reseña de los puntos fundamentales de cada una, así como los aspectos que consideramos relevante retomar.

- I. De acuerdo con el **enfoque de la racionalidad productiva**, las causas del surgimiento del sector informal están íntimamente relacionadas con el mercado laboral y con la distribución del ingreso. Se piensa que con miras a mejores salarios y más oportunidades de empleo se da una migración rural – urbana, pero que “por una serie de razones ligadas al marco institucional, la industria y los negocios establecidos no son capaces de absorber a todos los que buscan empleo”<sup>20</sup>, por lo que se da la aparición de un ‘excedente de mano de obra’ que genera inicialmente desempleo y eventualmente subempleo; es decir el empleo informal está “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 sobrevivir en el ámbito urbano”<sup>21</sup>.

Esta tesis si bien fue aceptada durante mucho tiempo y nosotros la retomamos para comprender al fenómeno de la informalidad en los años durante los cuales la migración hacia el Distrito Federal era masiva, es decir,

---

<sup>20</sup> Luna Guerrero, Carla, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, p. 18.

<sup>21</sup> Secretaría del Trabajo y Previsión Social, *El sector informal en México*, p. 80.

durante la década de los años setentas que comenzó para México un lento proceso de descapitalización del sector rural y tuvo como consecuencia un fuerte porcentaje de población que decidió trasladarse a los centros urbanos. Actualmente, esta argumentación ya no puede explicar el crecimiento que ha tenido la informalidad en las últimas décadas en todo el país, en las que el crecimiento de la población ha sido mucho más bajo que antes.

- II. Por otro lado, las **teorías de la desigualdad** hacen referencia a la desigualdad de ingreso y de oportunidades como la causa de la informalidad pues para los autoempleados y los microempresarios resulta muy complicado acceder al financiamiento, la educación y la tecnología que les permitirían competir con los negocios establecidos más grandes, y “esto los limita de tal forma que para lograr utilidades y sobrevivir, tienen que evadir los costos de regulación y los impuestos, cayendo entonces en la informalidad”<sup>22</sup>.

A su vez, “la pobreza y desigualdad hace que los consumidores de escasos recursos no puedan satisfacer apropiadamente el conjunto de sus necesidades a los precios ofrecidos por las empresas y comercios formales”<sup>23</sup>, pues son “productos de marcas registradas con precios y calidad no accesibles para grandes sectores de la población”<sup>24</sup>.

- III. Ahora bien, para los que se apegan a la **perspectiva de la ilegalidad**, el sector informal surge con la crisis y la recesión de los años ochenta. Bajo este enfoque se privilegia el carácter ilegal de las actividades y las define como el “conjunto de aquellas que no cumplen con la reglamentación establecida en el ámbito económico, sean éstas fiscales, laborales, sanitarias o de otro tipo”<sup>25</sup>. Para este enfoque las empresas formales e informales funcionan según racionalidades idénticas y la característica que las distingue es la ilegalidad en que operan estas últimas.

---

<sup>22</sup> Luna Guerrero, Carla, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, p. 18.

<sup>23</sup> *Ibid.*, p. 19.

<sup>24</sup> González Casanova, Pablo, “Distrito Federal”, en González Casanova, Pablo y Cadena Roa, Jorge (Coordinadores), *La república mexicana. Modernización y democracia de Aguascalientes a Zacatecas*, p. 303.

<sup>25</sup> Secretaría del Trabajo y Previsión Social, *El sector informal en México*, p. 80.

En ese sentido, consideramos importante señalar que una característica fundamental de la informalidad, y por lo tanto del comercio en vía pública, es esa imprecisión de la línea legalidad - ilegalidad. Esto se presenta porque la adquisición de mercancías en este tipo de comercio se realiza dentro de un “ambiente donde prevalece un cierto margen de desorden e inseguridad jurídica, en cuanto a las transacciones de compra-venta que no se encuentren apoyadas por la documentación legal correspondiente”<sup>26</sup>.

El sector informal de la economía ha ido adquiriendo una connotación negativa a partir de la idea de que se encuentra fuera del marco de la ley. Nosotros, sin embargo, consideramos que se trata de una actividad que toma lugar en lo que se ha denominado como “zonas marrones”<sup>27</sup>, espacios en donde la legalidad se vuelve difusa, vaga, en donde el Estado de derecho no logra hacerse presente.

Por ello, en el Capítulo II hacemos una reseña histórica del comercio en vía pública en la Ciudad de México e incluimos una explicación de las leyes, normas, reglamentos, bandos y programas que se han hecho para regular el ejercicio de esta actividad.

Consideramos, sin embargo, que el enfoque teórico de la “ilegalidad” no logra explicar las causas que originan y reproducen el fenómeno de la informalidad, por lo que sólo hacemos uso de él para caracterizar a éste de manera más profunda.

IV. Por otro lado, para la **perspectiva de la racionalidad del mercado** lo que hace que crezca el sector informal “es el interés de las empresas modernas por disminuir sus costos a través de flexibilizar sus relaciones con el

---

<sup>26</sup> González Ibarra, Miguel Rodrigo, *Análisis de la política pública hacia el comercio informal del centro histórico de la ciudad de México en 1990-1993*, p.

<sup>27</sup> O'Donnell, Guillermo define las zonas marrones como “extensas regiones donde las reglas realmente imperantes no son estatales sino las dictadas por las diversas mafias” en la conferencia *Algunas reflexiones acerca de la democracia, el Estado y sus múltiples caras*“.

trabajo”<sup>28</sup>. Se sostiene que “las actividades del sector informal urbano son típicamente capitalistas y que significan una absorción de fuerza de trabajo del sector moderno o capitalista, pero bajo condiciones laborales distintas a las implícitas en el sector asalariado formal”<sup>29</sup>.

- V. Otro enfoque teórico sugiere que el sector informal se relaciona con una **inadecuada regulación y fiscalización**, además de un aparato burocrático poco eficiente. De acuerdo con esta teoría “la informalidad se da como una respuesta lógica ante un exceso de regulaciones e impuestos a la actividad comercial y productiva, lo que hace muy oneroso cumplirlas en términos de dinero, tiempo y esfuerzo”<sup>30</sup>.

Nos parece importante recalcar la importancia que tiene el hecho de que la inserción en la “formalidad” sea considerada un trámite sumamente costoso, pues eso efectivamente es un gran problema al momento de definir políticas de regulación de la informalidad y de contención de su crecimiento. Sin embargo, consideramos que éste problema constituye solamente uno de los muchos que llevan a que la informalidad tenga la magnitud que tiene hoy en día, y por lo tanto debemos considerar otras teorías al respecto.

- VI. Finalmente, hay otras teorías que consideran que las actividades informales recibieron “enormes estímulos con el efecto combinado de la recesión, el cambio del modelo de crecimiento y la reforma económica del Estado, así como de la propia desindustrialización paulatina de la ciudad”<sup>31</sup> que se dio durante la década de los ochentas.

En ese marco se desarrollaron condiciones como “la desocupación, la caída salarial, el crecimiento de precios y la retracción del ingreso, que detonaron la

---

<sup>28</sup> Secretaría del Trabajo y Previsión Social, *El sector informal en México*, p. 80.

<sup>29</sup> *Idem*.

<sup>30</sup> Luna Guerrero, Carla, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, p. 19.

<sup>31</sup> González Casanova, Pablo, “Distrito Federal”, en González Casanova, Pablo y Cadena Roa, Jorge (Coordinadores), *La república mexicana. Modernización y democracia de Aguascalientes a Zacatecas*, p. 303.

búsqueda individual de alternativas ocupación o de complementación de ingresos”<sup>32</sup>.

Ahora bien, pensamos que cada uno de estos enfoques teóricos señala ciertos aspectos que pueden ayudarnos a comprender el fenómeno de la informalidad en México.

Coincidimos con la tesis que postulan muchos autores respecto a que el crecimiento de la informalidad esta marcado fundamentalmente por el debilitamiento del modelo económico llamado “desarrollo estabilizador”, que se traduce en un proceso de desindustrialización. Y, aunado a esto, se agregan una serie de factores que surgen a causa de este agotamiento económico, específicamente de tipo normativos, entre ellos: los altos impuestos que generó el Estado, las prohibiciones administrativas, el exceso de reglamentos, la corrupción burocrática, despidos masivos de trabajadores, recorte al gasto social, crecimiento de la pobreza, contracción del mercado y, sobretodo, la desregularización del empleo, cuya escasez y precariedad se presenta en la forma de pauperización de los salarios, de las prestaciones que se otorgan, y demás condiciones de bienestar.

En esta investigación coincidimos con estas explicaciones y entendemos al comercio en vía pública como una respuesta a un sistema de exclusión<sup>33</sup>, pues no todos los comerciantes pueden insertarse en el marco de la formalidad.

Creemos que la existencia y crecimiento del sector informal y del comercio en vía pública es el resultado de un proceso de exclusión propio del sistema capitalista, consecuencia del estancamiento económico, pero que no se trata de un problema coyuntural sino estructural que se mantiene debido a la falta de empleos y a los bajos salarios que estos ofrecen; situación que se agudiza notoriamente en tiempos de crisis económica y/o de recesión.

---

<sup>32</sup> *Idem.*

<sup>33</sup> Por exclusión nos referimos al “proceso social de separación de un individuo o grupo respecto a las posibilidades laborales, económicas, políticas y culturales a las que otros sí tienen acceso y disfrutan” (Giner, Salvador, *Diccionario de sociología*, p. 234).

Consideramos que el comercio en vía pública es consecuencia directa de la exclusión del mercado de trabajo de grandes sectores de la población que se han visto en la necesidad de crear sus propios medios de trabajo para subsistir, éste representa la única forma de trabajo posible para personas que no tienen la oportunidad de insertarse en el estrecho mercado de trabajo que existe o de cumplir con los requisitos para establecerse formalmente, pues no pueden costear esa vía.

Con respecto al comercio en vía pública habría que decir que de acuerdo a la vasta literatura que existe al respecto, la incidencia notoria del fenómeno coincide, especialmente, con la implementación en nuestro país, en los años ochenta, de la serie de políticas de estricto ajuste económico que se conocen como Reforma del Estado y que pusieron fin al Estado de Bienestar. Por ello, consideramos relevante analizar estos procesos y las consecuencias que han traído con respecto a la problemática que nos atañe.

## **5. Estado de Bienestar**

El Estado del Bienestar es una invención europea cuya génesis institucional se remonta a finales del siglo XIX, cuando “el Estado tomó a su cargo los problemas sociales creados por la generalización del trabajo en las fábricas y la urbanización, en el marco de la creciente dificultad de las formas sociales intermedias (familia, comunidades, iglesia) para atender nuevas necesidades de seguridad de los individuos”<sup>34</sup>. La seguridad social, su núcleo característico, establece mecanismos obligatorios de solidaridad.

Se denomina Estado de Bienestar al conjunto de instituciones estatales proveedoras de políticas sociales dirigidas a la mejora de las condiciones de vida, nivelando e igualando sus recursos materiales. Las políticas sociales son ese “conjunto de intervenciones públicas dirigidas a asegurar a los ciudadanos un estándar mínimo de salario, alimentación, salud, vivienda e instrucción”<sup>35</sup> y son concebidas como derecho social.

---

<sup>34</sup> Gordon, Sara, “Política Social”, en *Léxico de la Política*, p. 582.

<sup>35</sup> *Idem.*

En México se dio una progresiva consolidación del Estado del Bienestar tras la Segunda Guerra Mundial, pues se conformó un sistema en el que los poderes públicos intervenían activamente en la promoción de los derechos sociales mediante el sostenimiento de instituciones asistenciales y de seguridad social para hacer frente a los riesgos vitales (ancianidad, desempleo, enfermedad o pobreza, digamos).

En general, en el mundo, la igualdad de derechos ciudadanos, y en especial de aquellos que atañen directamente al bienestar básico de las personas, hizo soportables las desigualdades de riqueza generadas por los sistemas capitalistas, y atenuó los conflictos sociales que intrínsecamente conlleva. Así, la ciudadanía social asociada al desarrollo del Estado del Bienestar garantizaba una mayor igualdad de oportunidades vitales y de redistribución de recursos materiales, legitimando en tal proceso la desigualdad intrínseca al modo de acumulación capitalista.

El Estado de Bienestar que se estableció en México, además, estuvo acompañado por un impulso apresurado de desarrollo económico, que significó modificaciones de suma importancia para el país tanto en el aspecto económico como en el social.

Varios autores coinciden en que el trabajo del Estado durante las décadas de 1940 a 1970 al asumir las riendas económicas del país, al instaurar políticas intervencionistas y a generar el desarrollo de la economía mixta y el del sector social, tuvo como consecuencia pasar de años de recesión a momentos de auge. Tal proceso estuvo acompañado por un acelerado crecimiento de la población y una veloz urbanización.

Sin embargo, dicho auge fue insuficiente para incluir a todos los trabajadores que deseaban insertarse en los empleos protegidos en las ciudades, ya que desde la década de los años setentas comenzó en México un lento proceso de descapitalización del sector rural y por ende un fuerte porcentaje de población que decidió trasladarse a los centros urbanos.



Las crisis económicas que se vivieron en México en el último tercio del siglo veinte terminaron con el proceso de crecimiento que se había establecido, y comenzó un periodo que se caracterizó por el estancamiento con inflación, la recesión económica, que provocó pérdidas de trabajos formales, disminución de los salarios, aumento a los impuestos y otros mecanismos de control meramente fiscales.

A partir de ese momento, el modelo de Estado de Bienestar comenzó a ser sometido a una serie de reformas que han significado la desaparición total del mismo.

## **6. Reforma del Estado y exclusión social**

Se denomina Reforma del Estado a ese proceso de reestructuración de un Estado que aparecía ya como obsoleto en el marco del nuevo orden mundial de la Globalización<sup>36</sup>.

La Reforma del Estado fue inducida en gran medida por organismos económicos internacionales<sup>37</sup> tales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional que supieron presionar a los gobiernos mexicanos endeudados a seguir las políticas de corte neoliberal que hacen especial énfasis en modificar las relaciones de propiedad y la organización de las actividades económicas, y en suprimir el papel rector del Estado en la vida económica nacional para abrir paso a la influencia e iniciativa del gran capital financiero y empresarial privado nacional y extranjero.

Las reformas que se han realizado en México tienen que ver básicamente con garantizar “la descentralización, la desregulación, la transferencia de actividades al sector privado, la revalorización de la sociedad civil y la introducción de nuevas modalidades de gestión y prestación de servicios”<sup>38</sup>. Y los resultados que han

---

<sup>36</sup> Por globalización se entiende “el proceso de *desterritorialización* de sectores muy importantes de las relaciones sociales a escala mundial o, lo que es lo mismo, la multiplicación e intensificación de relaciones *supraterritoriales*, es decir, de flujos, redes y transacciones disociados de toda lógica territorial y de la localización en espacios delimitados por fronteras” (Gilberto Giménez, *Cultura, identidad y metropolitanismo global*, p. 1).

<sup>37</sup> Referencia a González Ibarra, Miguel R., *Reforma del Estado en México*, p. 5.

<sup>38</sup> Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Gestión de programas sociales en América Latina*, p. 11.

generado son, principalmente, una acelerada concentración de riqueza con el consecuente agravamiento de las condiciones de vida de la mayoría de la población, además de una integración rápida y prácticamente incondicional a la economía norteamericana y el cierre de varios miles de empresas mexicanas.

La modificación de la estructura económica, basada en la liberalización comercial (TLCAN), la apertura al capital extranjero, la privatización de empresas paraestatales, la disminución del gasto público, la reorientación del gasto social y la desregulación laboral han ocasionado el deterioro del ingreso real, una mayor polarización económica, mayor vulnerabilidad<sup>39</sup>, acceso más limitado a empleos estables y bien remunerados, así como menor margen de negociación de las instituciones laborales.

El endurecimiento de las estructuras de oportunidades ha originado la expulsión continua de grandes segmentos de la población de niveles dignos de existencia y orillado a muchos otros a situaciones límite, al borde de la pobreza.

El neoliberalismo, pues, ha demostrado que “no es capaz de crear una política estable, predecible y que prevea alguna recuperación del crecimiento sostenido y de unos beneficios cada vez mayores que permitirían la consolidación a largo plazo”<sup>40</sup>.

Además, su principal y más grave efecto ha sido ampliar la brecha entre los pobres y los ricos, a partir de una “espiral descendente para las clases trabajadora y media, y una ascendente para las corporaciones multinacionales, los banqueros y las clases dominantes nacionales ligadas al Estado y a los circuitos externos”<sup>41</sup>.

En México son una mayoría aquellos que viven en condiciones de exclusión social, que carecen de los medios más básicos de subsistencia como comida, agua y

---

<sup>39</sup> La vulnerabilidad es entendida como “predisposición a perder cierto nivel de bienestar, o, en una situación extrema, enfrentar la pobreza” (Katzman, Rubén, “Convergencias y divergencias: exploración sobre los efectos de las nuevas modalidades de crecimiento sobre la estructura social de cuatro áreas metropolitanas en América Latina”, p. 311).

<sup>40</sup> Petras, James y Morley, Morris, “Los ciclos políticos neoliberales: América Latina ‘se ajusta’ a la pobreza y a la riqueza en la era de los mercados libres”, p. 240.

<sup>41</sup> *Ibid.*, p. 245.

vivienda. Son individuos que no tienen acceso a la escuela ni a servicios médicos, que viven al filo, en la supervivencia del día a día.

- La Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), organismo de la Naciones Unidas, en su estudio *Panorama Social 2008* señala cifras alarmantes para nuestro país: 31.7% de la población vive en condiciones de pobreza, y 8.7% en indigencia<sup>42</sup>.
- El INEGI publicó en su página de internet el estudio *Global Report on Human Settlements* realizado por UN-HABITAT en el 2002, en donde aparecen los porcentaje de hogares pobres de ciudades del mundo en una tabla comparativa. México aparece encabezando la lista con Ciudad Juárez y 70% de hogares pobres, cifra que supera por mucho a la que le sigue (diez puntos porcentuales).
- De acuerdo al estudio sobre pobreza que realiza el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), publicado en julio de 2009, el porcentaje de personas en condición de pobreza alimentaria; es decir, “aquellos que tienen ingresos insuficientes para adquirir una canasta básica de alimentos, incluso si los destinaran exclusivamente para ese fin”<sup>43</sup>, es de 18.2% de la población. El porcentaje de personas con pobreza de capacidades es de 25.1%, y el de personas con pobreza de patrimonio es de 47.4%.

## 7. Ciudadanía y desigualdad

Hemos analizado ya al fenómeno de la informalidad como resultado de un proceso de exclusión social. Sin embargo, el objetivo fundamental de esta investigación es estudiar y analizar las formas en las que los comerciantes en vía pública ejercen su ciudadanía, así como las causas que han llevado a que esta situación exista en México.

---

<sup>42</sup> *Panorama Social 2008*, en la página web de la CEPAL. No hay datos más actuales.

<sup>43</sup> Coneval, *Reporte Coneval Cifras de pobreza por ingreso 2008*, consultado en la página web [www.coneval.gob.mx](http://www.coneval.gob.mx).

Es decir, el problema que nos concierne tiene que ver con estudiar a los comerciantes en vía pública desde la perspectiva de que son ciudadanos.

Partimos de la idea de que la ciudadanía es un tipo de relación, de entre la multiplicidad de relaciones que pueden existir y que han existido, entre sociedad y Estado. Y de que en México, además, esta relación ha tenido un proceso de construcción histórico-social particular, diferente del que se ha dado en otros países.

Consideramos además que la ciudadanía no es únicamente un estatus adquirido, sino una agencia, en el sentido de una relación que se ejerce, y que por lo tanto, puede ser ejercida en distintos grados por distintos actores sociales. Es decir, que la situación como “ciudadanos” de los mexicanos es heterogénea, pues presenta una gran variedad de escenarios. De aquí que resulte necesario estudiar cómo y porqué es que distintos grupos ejercen la ciudadanía.

Ahora bien, esto significa que la ciudadanía existe, paradójicamente, de manera desigual. Esto se explica a partir de la idea de que en México coexisten dos sistemas que plantean situaciones contradictorias: la ciudadanía y el sistema de clases sociales.

El sistema político mexicano plantea la existencia de un régimen<sup>44</sup> democrático, según el cual todos los que nacemos en él somos ciudadanos, “miembros de pleno derecho de una comunidad”<sup>45</sup>, y somos “iguales en cuanto a los derechos y obligaciones que implica”<sup>46</sup>.

La ciudadanía, por lo tanto, es entendida como un estatus adscriptivo, que se otorga por el solo hecho de pertenecer a una nación dada y está implicada por ese régimen

---

<sup>44</sup> Se entiende régimen en el sentido de “los patrones, formales e informales, y explícitos e implícitos, que determinan los canales de acceso a las principales posiciones de gobierno, las principales características de los actores que son admitidos y excluidos de ese acceso, los recursos y las estrategias que les son permitidos para ganar tal acceso, y las instituciones a través de las cuales el acceso es procesado y, una vez obtenido, son tomadas las decisiones gubernamentales” (O’Donnell, Guillermo, “Notas sobre la democracia en América Latina”, p.14).

<sup>45</sup> Marshall, T.H. y Bottomore, Tom, *Ciudadanía y Clase Social*, p. 37.

<sup>46</sup> *Ídem*.

democrático y por los derechos que asigna como lo son los políticos<sup>47</sup>, los civiles<sup>48</sup> y los sociales<sup>49</sup>. He aquí, por lo tanto, que el principio fundamental en el que se basa este sistema es la igualdad, pues todos los miembros de la comunidad son considerados como iguales, con los mismos derechos y sujetos a las mismas leyes y restricciones. Se supone que todos son igualmente ciudadanos.

El ciudadano es, además, agente, en el sentido de que tiene la “capacidad de comprometerse, voluntaria y responsablemente, a cumplir con las obligaciones que libremente asume y, correspondientemente, su derecho a demandar a la(s) contraparte(s) el cumplimiento de las obligaciones por su lado contraídas”<sup>50</sup>.

Sin embargo, el sistema económico mexicano corresponde a un modelo capitalista, el cual se ha caracterizado por ser un sistema que crea y reproduce desigualdades económicas que se traducen en desigualdades en acceso a bienes y servicios, así como a un nivel de vida digno para una gran parte de la población.

La situación contradictoria entre la igualdad formal, establecida por la ciudadanía, y la desigualdad propia del sistema económico no es una novedad. Sin embargo, como analizamos anteriormente, esta situación se ha ido agravando en las últimas décadas, a partir del fin del Estado de Bienestar y las Reformas estructurales al Estado que se han impulsado.

Así pues, la situación contradictoria entre una ciudadanía que establece a los individuos en un plano de igualdad y un sistema económico que supone de forma imperativa la existencia de grandes desigualdades nos lleva a cuestionarnos acerca de la efectividad real de la ciudadanía. Especialmente, cuando se trata de “ciudadanos” que viven en una situación de exclusión social.

---

<sup>47</sup> Se refieren a que el individuo pueda participar en el ejercicio del poder político, tanto en la forma de elector como en la forma de gobernante.

<sup>48</sup> Son aquellos que se refieren a la libertad individual como la libertad de expresión, de pensamiento, de religión, de propiedad y sobretodo de trabajo.

<sup>49</sup> Abarcan desde el derecho a la seguridad y a un mínimo de bienestar social hasta todo el sistema educativo y de salud.

<sup>50</sup> Marshall, T.H. y Bottomore, Tom, *Ciudadanía y Clase Social*, p. 31.

## 8. Ciudadanía de baja intensidad

De acuerdo con Guillermo O'Donnell<sup>51</sup>, bajo los regímenes democráticos que existen en la actualidad en América Latina, los derechos políticos son los únicos que se puede considerar que el sector popular disfruta en pleno. Sin embargo, esto último es muy cuestionable pues se trata de un escenario en el que la desigualdad económica quiebra el sistema de derecho y fractura la existencia de la igualdad de derechos que otorga la noción de ciudadanía.

Nosotros coincidimos con la idea de que el ciudadano, “el agente autónomo, es aquel que no siempre está luchando por mantener las condiciones mínimas de una vida que valga la pena de ser vivida”<sup>52</sup>. Esto significa que todos esos sectores de la población que viven en la marginalidad no son, no pueden ser, ciudadanos.

Los derechos de agencia en la esfera política pueden difícilmente ser realizados si los individuos carecen de derechos sociales básicos, pues “nadie puede disfrutar completamente de ningún derecho que supuestamente posee si carece de los elementos esenciales para una vida razonablemente saludable y activa”<sup>53</sup>.

En América Latina existe lo que se ha denominado como ciudadanía de baja intensidad o ciudadanía precaria, pues aún cuando se tienen derechos políticos y las libertades básicas para que se pueda afirmar que hay en un régimen democrático, se niegan los derechos sociales más fundamentales.

En ese marco de profunda contradicción a elevadísimos costos sociales, se ha observado en las últimas décadas el crecimiento acelerado del fenómeno de la ocupación en el denominado “sector informal”.

Retomando la reseña del concepto de “sector informal” que se hizo al principio del capítulo, habría que recordar que en un principio se pensaba que la informalidad era un fenómeno de carácter coyuntural que tendería a desaparecer; es decir, que

---

<sup>51</sup> Referencia a O'Donnell, Guillermo, “Notas sobre la democracia en América Latina”, p 57.

<sup>52</sup> *Ibid.*, p. 59.

<sup>53</sup> *Idem.*

eventualmente el sistema sería capaz de incorporar a la formalidad a esas personas que son excluidas del mercado laboral formal. Sin embargo, conforme ha pasado el tiempo el sector informal de la economía se ha desarrollado y acrecentando, y ha ido adquiriendo un sentido de permanencia y de larga duración.

Las actividades informales, en general, y el comercio en vía pública, en particular, se han ido convirtiendo en una práctica de subsistencia para aquellos sectores de la sociedad que tienen la necesidad de adquirir ingresos y que no encuentran otros medios para lograrlo.

Hoy en día es tan fuerte la concepción de la informalidad como un problema “irresoluble” que ya ni siquiera se considera la posibilidad de acabar con el fenómeno sino que únicamente se busca regularlo, y la forma que se ha encontrado es la flexibilización de lo que se entiende por “formalidad”. En el Capítulo II abordamos ese proceso de formalización de actividades que antes se contemplaban como “informales”.

Ahora bien, en este contexto de desigualdad, exclusión del mercado laboral formal y crisis económica, nos parece importante estudiar las repercusiones que tiene en términos del ejercicio de la ciudadanía la vida en la informalidad. Es decir, nos interesa estudiar qué significa ser un ciudadano que se dedica al comercio en la vía pública.

## **9. Asociaciones y democracia**

Actualmente, en el contexto de la teoría de la democracia, existe un creciente consenso respecto a la validez de las ideas desarrolladas por Tocqueville en torno a la relación entre una democracia fuerte y una extensa vida asociativa.

El análisis se ha enfocado en exaltar las virtudes de las asociaciones como “creadoras de ciudadanía al contribuir a la expansión de un espacio público en el

que confluyen y se discuten nuevas propuestas e ideas”<sup>54</sup>. E, incluso, hay quienes afirman que ellas son “los ‘ciudadanos efectivos’: aquellos que tienen la verdadera capacidad de influir en las políticas públicas”.<sup>55</sup>

Archon Fung, en su artículo “Asociaciones y democracia: entre teorías, esperanzas y realidades”, expone que en general los observadores coinciden en que las asociaciones hacen importantes contribuciones a la democracia, incluyendo el placer intrínseco de asociación, la socialización cívica, la educación política, la resistencia, la representación, la deliberación, y el gobierno directo.<sup>56</sup>

Consideran, además, que la vida asociativa, en general, y los hábitos de asociación, en particular, son capaces de “promover patrones de civilidad en las acciones de los ciudadanos en una política democrática”.<sup>57</sup>

Sin embargo, muchos de los más destacados autores estudiosos de las asociaciones, como Putnam et al. (1993, p. 175), Cohen & Rogers (1995), Skocpol (1999), y Diamond (1999, p. 227 - 233) han argumentado que se debe considerar que las asociaciones que conducen a la democracia tienen formas que son compatibles con los principios democráticos.

Diamond, por ejemplo, afirma que se debe tomar en cuenta “en qué medida [la asociación] practica los principios del constitucionalismo democrático, la transparencia, la rendición de cuentas, la participación, la deliberación, la representación, y la rotación de dirigentes, en la forma en que toma decisiones y asigna su propio poder y los recursos (...) [Porque] si, en sus propios patrones de gobernabilidad perpetúa normas que penalizan la disidencia, exaltan al líder sobre el grupo, encubren el ejercicio del poder, una cosa que no va a hacer es crear una cultura de la democracia. Si las organizaciones de la sociedad civil han de funcionar

---

<sup>54</sup> Puga, Cristina, “Una doble mirada a las asociaciones: perspectivas teóricas y la experiencia mexicana”, en Ardití, Benjamín, *¿Democracia post-liberal? El espacio político de las asociaciones*, p. 73.

<sup>55</sup> *Idem.*

<sup>56</sup> Fung, Archon, “Associations and democracy: Between theories, hopes and realities”.

<sup>57</sup> *Ibid.*, p. 518.



como 'grandes escuelas libres' para la democracia... deben de funcionar democráticamente en sus procesos internos. (Diamond 1999)<sup>58</sup>.

Ahora bien, como se indicó en los objetivos, una parte importante de esta investigación se dedica al estudio de las asociaciones que han formado los comerciantes en vía pública y la manera en la que éstas funcionan.

En el capítulo IV se hace una exposición detallada de los elementos analíticos que consideramos importante destacar para estudiar a una asociación, y después se desarrolla el análisis de las organizaciones de los comerciantes a partir de dichos elementos.

Posteriormente se retoma el debate respecto si las asociaciones de comerciantes en vía públicas son efectivamente asociaciones que fomentan prácticas democráticas y eventualmente pudieran ayudar a construir una cultura democrática en nuestro país.

## **10. Consideraciones finales**

En este capítulo recuperamos diversos argumentos teóricos que nos permiten explicar el fenómeno del comercio en vía pública, su mantenimiento y su crecimiento.

Entendemos que el comercio en vía pública forma parte del llamado sector informal de la economía y en México particularmente se ha usado la concepción de sector informal para distinguirlo. Sin embargo creemos que es sumamente amplia esta noción dual formal e informal, pues la explicación de las actividades económicas informales no se puede reducir a la ausencia de un registro ante las autoridades o a la falta de un contrato o seguridad social. Consideramos que la definición de un empleo formal e informal es sumamente compleja y heterogénea para ser vista desde alguno de los polos.

---

<sup>58</sup> Diamond, citado en Fung, Archon, "Associations and democracy: Between theories, hopes and realities", p. 521.

Y aunque la ocupación informal en nuestro país sea estudiada bajo la definición del sector informal a través del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, decidimos incluir algunas nociones desde el empleo informal que propuso la OIT para entender y enriquecer este trabajo. Por ello nos parece conveniente hablar de grados de formalidad o informalidad que tenga el comercio en vía pública establecido alrededor del mercado 377 de Xochimilco.

Por otro lado, recuperamos de diversos enfoques teóricos que nos permiten comprender el surgimiento y el crecimiento de sector informal y así explicar la manifestación del comercio en vía pública en nuestro país.

Desde la multiplicidad de perspectivas que expusimos, entendemos que el surgimiento del comercio en vía pública es un problema de tipo estructural que se ha ido acentuado en los últimos años por múltiples causas; por un lado debido a la desaparición de un Estado Benefactor y con ello a la reestructuración de reformas económicas que llevó a cabo el propio Estado a través del surgimiento de nuevas políticas de corte neoliberal. Además de un debilitamiento económico, una desigual distribución de los ingresos, falta de oportunidades para insertarse al mercado laboral y de este modo, la dificultad de ejercer la formalidad en términos de regularización y fiscalización.

Asimismo consideramos que los comerciantes en vía pública se encuentran en una condición de exclusión social del sistema capitalista, carentes de las condiciones más fundamentales para tener un mínimo de bienestar. Es decir, viven en condiciones precarias, son actores caracterizados por un alto grado de vulnerabilidad y por tanto desprovistos de elementos que puedan desarrollar para mejorar la situación de vida en la que se encuentran, especialmente cuando se trata de asumir su papel como ciudadanos y lo que esto implica.

En este capítulo también utilizamos categorías de análisis que nos permiten esclarecer el objetivo más general que tiene este trabajo, que es conocer cómo es que en su condición de exclusión social, precariedad y vulnerabilidad, los comerciantes en vía pública ejercen su ciudadanía. En ese sentido, entendemos

que éste estatus debe ser practicado en un nivel de igualdad, con la plena conciencia de derechos y el goce de ellos, así como también el cumplimiento de las obligaciones que lleva a asumir esta membresía en su totalidad en la exigencia de las responsabilidades y de la sanción cuando esto no suceda.

Sin embargo consideramos que en el caso de los comerciantes en vía pública no se lleva a cabo un pleno ejercicio ciudadano, pues la desigualdad social y económica en la que se encuentran, anula el ejercicio eficaz de sus derechos ciudadanos.

De este modo creemos que concretamente en México, los comerciantes en vía pública ejercen una ciudadanía de baja intensidad donde únicamente se reconocen y se llevan a cabo los derechos más mínimos. La precariedad de las condiciones en las que viven se ha traducido también en la precariedad de su ejercicio ciudadano.

Finalmente presentamos algunas aportaciones teóricas respecto a la relevancia que tienen las asociaciones civiles para la creación o consolidación de la ciudadanía, con el propósito de analizar más adelante de forma más detallada la manera en la que estas asociaciones de comerciantes en vía pública funcionan hacia lo interno y hacia lo externo y si logran o no contribuir al fortalecimiento de la democracia.

## Capítulo 2 – Informalidad y comercio en vía pública

### Introducción

Los procesos económicos, sociales y políticos que tienen que ver con la relación entre el comercio en vía pública y el ejercicio de la ciudadanía, que esta investigación se ha propuesto estudiar, son de carácter nacional y local. Es decir que aunque el trabajo se ha enfocado, específicamente, al caso de Xochimilco, no se debe perder de vista el hecho de que Xochimilco forma parte de una realidad mucho más compleja, que no se trata de una excepción con respecto a lo que ocurre en el resto del país.

Nos referimos a que, para comprender la situación que existe actualmente en Xochimilco y el desarrollo histórico que ha tenido, debemos tomar en cuenta que es parte de una dinámica mucho más amplia; es decir, es necesario realizar un análisis del contexto en el que se inserta la problemática que nos concierne.

Para esto consideramos necesario exponer la dimensión que ha alcanzado el fenómeno de la informalidad en México, en comparación con los demás países de América Latina. De esta manera, queremos acercar al lector a comprender que el crecimiento del sector informal es un problema de características globales.

Además, se hace un recorrido de cómo ha evolucionado este fenómeno, a partir de lo cual se observa que tiene una tendencia hacia la alza, proceso que se ve agudizado en tiempos de crisis y/o recesión económica.

En los primeros apartados del capítulo hacemos uso de la información estadística que se encuentra disponible, para hacer una breve caracterización de la informalidad. Subrayamos aquí la distribución que tiene la ocupación dentro del sector informal de acuerdo a las grandes divisiones económicas, de manera que se comprenda la dimensión que tiene la rama del comercio informal. Y que, dentro de esta rama, se comprenda la dimensión que tiene el comercio en la vía pública.

Consideramos necesario aclarar de antemano que la información estadística sobre la informalidad en México es escasa y que hay una gran cantidad de datos que se contradicen. Sin embargo, puesto que es la única disponible, consideramos que de cualquier forma debemos retomarla para comprender la situación del empleo en el sector informal, en el comercio informal y en el comercio en vía pública en México.

Ahora bien, además de contextualizar al comercio en vía pública como parte del fenómeno de la informalidad y analizar su dimensión y características, en la siguiente parte del capítulo hacemos una reseña histórica del comercio en vía pública en nuestro país con el propósito de analizar los procesos que lo han conformado hasta llegar a ser lo que es hoy en día.

Finalmente, en la última parte del capítulo abordamos el tema de la regulación del comercio en vía pública, en donde exponemos las normas, reglamentos y programas que se han realizado con el propósito de ordenar el ejercicio de esta actividad, detener su crecimiento y aminorar los problemas que genera.

## **1. Dimensión y características de la informalidad en México**

De acuerdo al informe *Panorama laboral 2008*, de la OIT, en toda América Latina se mantienen altos niveles de empleo en el sector informal. Para el 2005 – fecha más reciente de la que se tiene información - la región seguía caracterizándose por “una estructura de empleo segregado, en la que coexisten los trabajos formales e informales en casi igual proporción: 51.5% y 48.5% del total de ocupados urbanos, respectivamente”<sup>59</sup> (véase el Cuadro 1 en Anexos). Esto quiere decir que en el período 2000 - 2005 cerca de cinco de cada diez ocupados se encontraban en el sector informal.

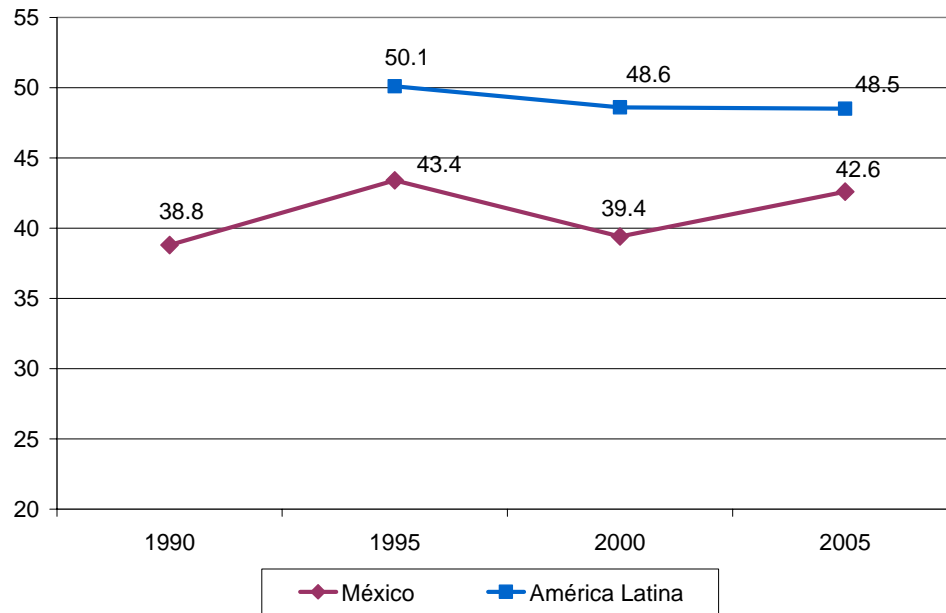
México presenta cifras ligeramente diferentes a los de la tendencia regional, pues, la dimensión del sector informal es un poco menor (42.6%) y, además, mientras que en América Latina el sector informal se mantuvo en descenso de 1995 a 2005, pasando de 50.1% a 48.5%, en México creció de 1990 a 2005 de 38.8% a 42.6%

---

<sup>59</sup> OIT, *Panorama Laboral 2006, América Latina y el Caribe*, p. 14.

(véase la Gráfica 1). Esto quiere decir que, si bien las cifras de informalidad son ligeramente más bajas que el promedio latinoamericano, la tendencia es a la alza.

**Gráfica 1 - Tendencias del sector informal (%)**

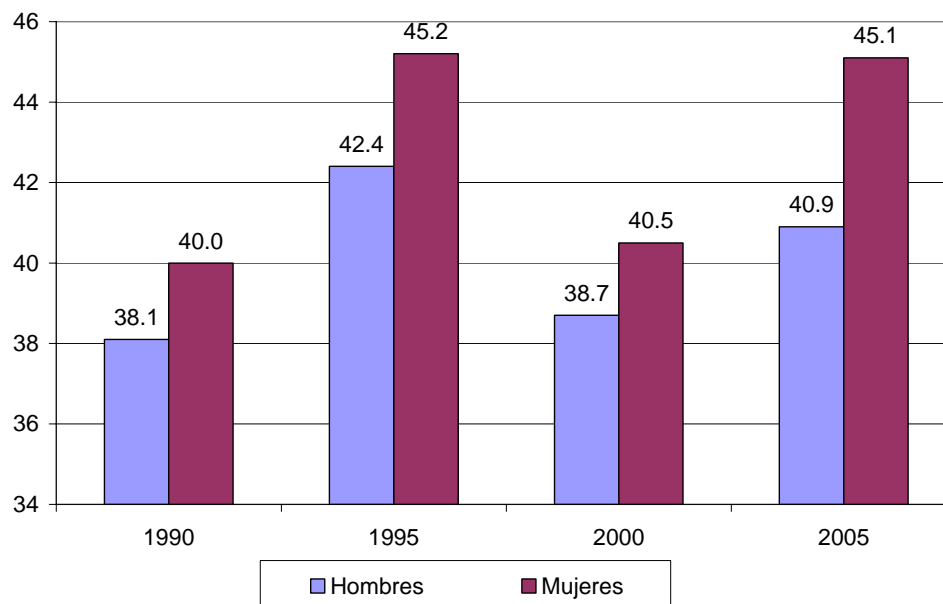


Elaboración propia a partir de datos de OIT, *Panorama Laboral 2006, América Latina y el Caribe*, cuadros varios. No hay información más reciente disponible.

Resalta en la gráfica la alta participación en el sector informal durante 1995 en México. Consideramos que la brusca alza (1990-1995) y posterior decrecimiento (1995-2000) corresponden al gran aumento en la ocupación en las actividades informales que se dio en ese año como consecuencia de la crisis económica que impactó ese periodo.

Por otro lado, de acuerdo a la OIT, se observa que los empleos informales siguen siendo mayoritariamente femeninos (véase la Gráfica 2). Durante el periodo de 1990 a 2005 se observa que en México la proporción de mujeres ocupadas en el sector informal supera a la de los hombres.

**Gráfica 2 - México, ocupación en sector informal por sexo (%)**



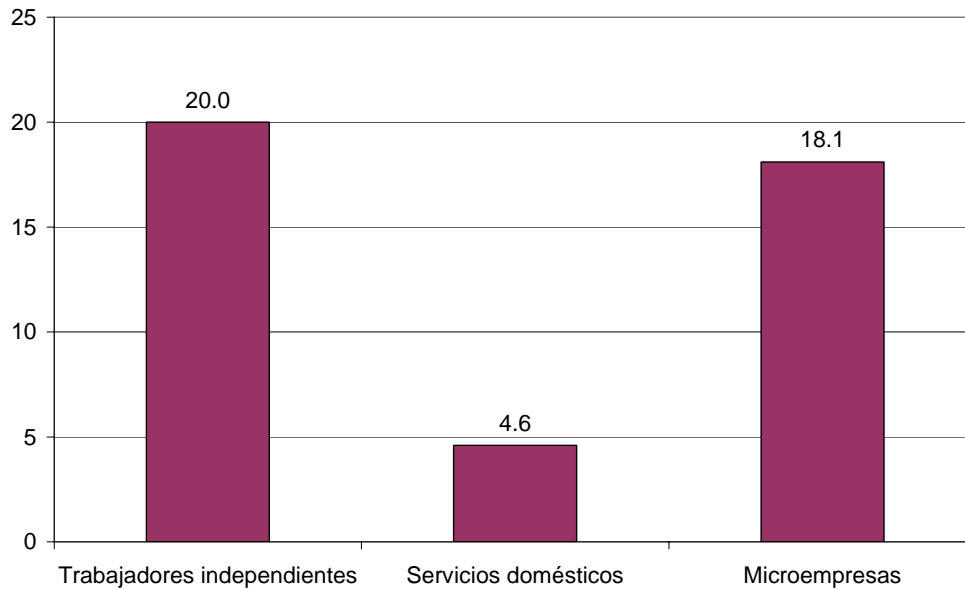
Elaboración propia a partir de datos de OIT, *Panorama Laboral 2006, América Latina y el Caribe*, cuadros varios. No hay información más reciente disponible.

En el 2005 en México, de acuerdo a la OIT, el 45.1% de las mujeres ocupadas laboraban en el sector informal, mientras que para los hombres esta cifra era de 40.9%.

Respecto a las unidades de producción en las que se desarrolla la informalidad (véase la Gráfica 3), las encuestas de la OIT señalan que en México son los trabajadores independientes<sup>60</sup>, quienes representan la mayor proporción de empleos en el sector informal (20.0% del total de ocupados), seguido por las microempresas (18.1%) y el servicio doméstico (4.6%).

<sup>60</sup> El término agrupa a los trabajadores por cuenta propia no profesionales y a los trabajadores no remunerados.

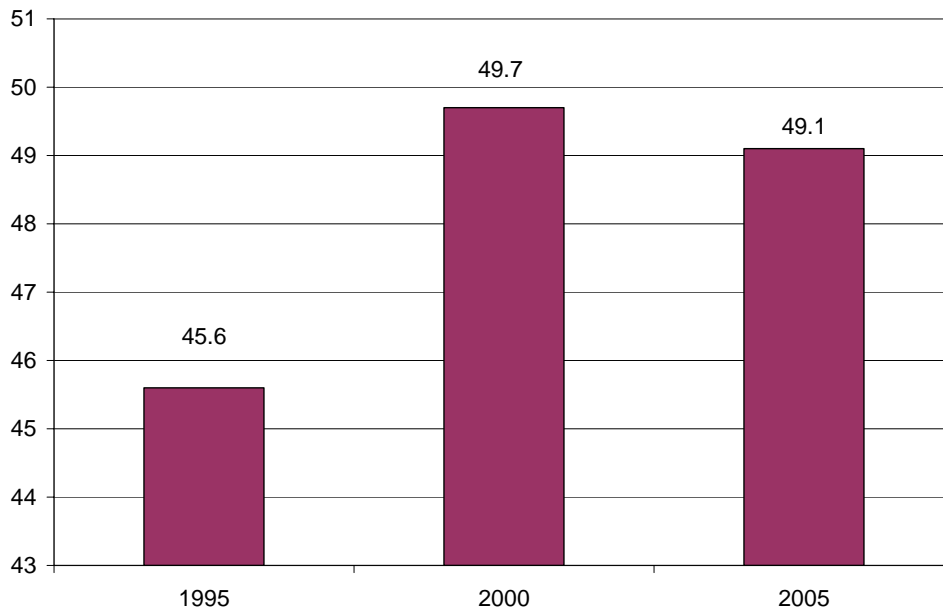
**Gráfica 3 - México, distribución del sector informal (%)**



Elaboración propia a partir de datos de OIT, *Panorama Laboral 2006, América Latina y el Caribe*, cuadros varios. Se refiere al 2005, no hay información más reciente disponible.

Con respecto a la cobertura de la protección de salud y pensiones entre los ocupados mexicanos, podemos ver que sigue siendo deficiente (véase la Gráfica 4 abajo y el Cuadro 2 en Anexos).

**Gráfica 4 - Ocupados con cobertura de salud y/o pensiones (%)**



Elaboración propia a partir de datos de OIT, *Panorama Laboral 2006, América Latina y el Caribe*, cuadros varios. No hay información más reciente disponible.



Al año 2005 sólo el 49.1% de la población ocupada urbana de México contaba con protección en salud y/o pensiones. Es decir, México presenta un escenario de precariedad en su cobertura de seguridad.

Al respecto, es importante señalar que la cobertura de salud y previsión entre hombres (49.6%) y mujeres (48.3%) fue muy similar, teniendo los hombres un porcentaje ligeramente más elevado que las mujeres (véase el Cuadro 2 en Anexos).

Actualmente, de acuerdo al estudio sobre pobreza que realizó el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval)<sup>61</sup>, publicado en julio de 2009, el 65.2% de la población ocupada (y 72% de los jefes de hogar) en México no tiene derechohabencia<sup>62</sup>, y el 44.1% de hogares se encuentra sin cobertura de programas sociales y seguridad social<sup>63</sup>.

Si bien los datos que se han presentado con respecto al sector informal mexicano son de gran utilidad para comprender la magnitud del fenómeno, es importante también rescatar las cifras oficiales que se calculan en México. Estas cifras, en nuestro país, son proporcionadas por el INEGI, como se ha dicho con anterioridad, gracias a las encuestas que realiza de manera periódica sobre el empleo y la ocupación en nuestro país.

En el documento *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, el INEGI presenta la evolución del fenómeno de la informalidad desde la década de los noventas y hasta casi mediados de la presente, y la analiza de acuerdo a distintas variables. A continuación se presentan algunos de los datos que consideramos más relevantes de ese estudio y otros que se encuentran disponibles en la página web de INEGI, de la *Encuesta Nacional de Empleo* y de la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*.

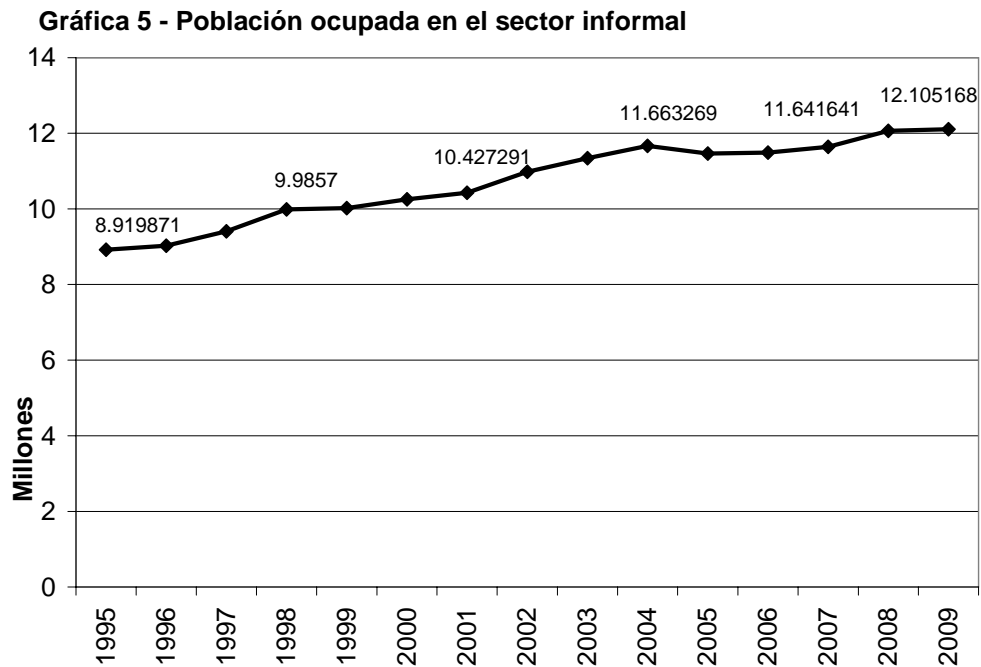
---

<sup>61</sup> Coneval, *Reporte Coneval Cifras de pobreza por ingreso 2008*, consultado en la página web [www.coneval.gob.mx](http://www.coneval.gob.mx).

<sup>62</sup> Derechohabencia se refiere a IMSS, ISSSTE, PEMEX, Marina, Ejército y Universidades.

<sup>63</sup> Se refiere a aquellos hogares que no cuentan con los apoyos de los programas Procampo y Oportunidades, aquellos en donde ningún miembro del hogar cuenta con Seguro Popular y donde el jefe del hogar no cuenta con derechohabencia a servicios médicos como prestación laboral.

En México la ocupación en el sector informal aumentó de 8.9 millones de personas en 1995 a 12.1 millones en el año 2009 (véase la Gráfica 5), el incremento total en el periodo ascendió a 3.1 millones, lo que significa que la informalidad aumentó 34.7% en catorce años.



Elaboración propia a partir de datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Empleo*, para años 1995-2004, y *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* para años 2005-2009, consultadas en la página web Infolaboral. Todos los datos corresponden a los segundos trimestres, excepto del año 2009 que corresponde al primer trimestre.

Considerando que entre 1995 y 2009 la ocupación total creció año con año en promedio 733 mil personas, al pasar de 32.6 a 42.9 millones; el sector no estructurado absorbió 31% de las personas que se incorporaron anualmente a la población ocupada total.

Estas cifras que presenta el INEGI son, sin embargo, muy inferiores a las que presenta la OIT para nuestro país. Pues, por ejemplo, mientras que de acuerdo a la OIT, en el año 2005<sup>64</sup> el 42.6% de la población ocupada lo estaba en el sector informal, para el INEGI sólo el 28.1% lo estaba (véase el Cuadro 3); es decir, hay una diferencia de 14.5%.

<sup>64</sup> Fecha más reciente disponible.

**Cuadro 3 - Comparación de cifras de población ocupada en la informalidad**

Año	Porcentaje de la población ocupada que labora en el sector informal	
	INEGI	OIT
2005	28.1	42.6

Elaboración propia a partir de datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, Segundo trimestre de 2005, consultada en la página web Infolaboral y datos de OIT, *Panorama Laboral 2006, América Latina y el Caribe*, cuadros varios.

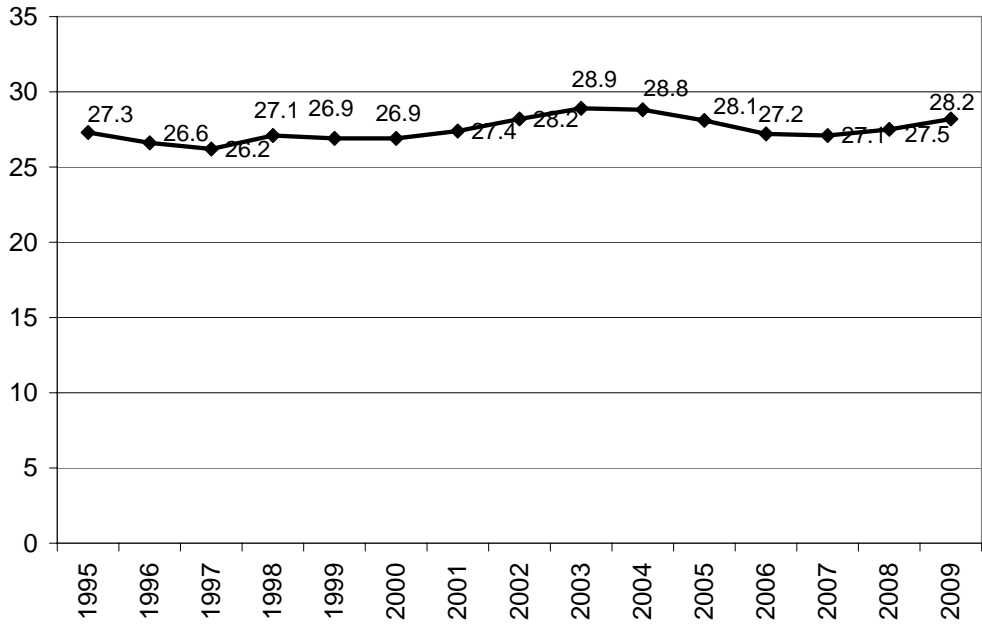
En la introducción de este capítulo hablamos ya acerca de que la información sobre la informalidad es escasa y que hay datos que divergen. Creemos que este es un ejemplo claro de este problema. Nosotros explicamos las diferencias a partir de que las instituciones que se encargan de realizar los estudios y estimaciones que nosotros retomamos; es decir, el INEGI y la OIT, utilizan definiciones de “sector informal” diferentes, lo cual expusimos previamente en el Capítulo I.

Ahora bien, en cuanto a la tasa de ocupación en el sector informal de acuerdo al INEGI, se observa que la participación se ha mantenido estable, aunque con una tendencia ligeramente hacia el alza. En promedio, la ocupación en el sector informal ha sido de 27.5%, lo que significa que aproximadamente uno de de cada tres ocupados lo están en el sector informal.

Específicamente, se observan tres momentos de incremento de la tasa de ocupación en el sector no estructurado: 1995, 2003 y 2009. Todos estos años tienen en común una crisis o recesión económica, en donde el PIB nacional se encontraba en tasas muy bajas o negativas: en 1995, el PIB fue de -6.22, en 2003, de 1.35 y en 2009 de -6.5<sup>65</sup>. (Véase Gráfica 6).

<sup>65</sup> INEGI, tabulados básicos del PIB en México, consultado en la página web [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx).

**Gráfica 6 - Tasa de ocupación en el sector informal (%)**



Elaboración propia a partir de datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Empleo*, para años 1995-2004, y *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* para años 2005-2009, consultadas en la página web Infolaboral. Todos los datos corresponden a los segundos trimestres, excepto del año 2009 que corresponde al primer trimestre.

Si comparamos las tasas de participación en el sector informal a nivel nacional y en el Distrito Federal, se observa que la primera es ligeramente más alta que en la segunda (véase el Cuadro 4); con una tasa promedio de 27.5%, mientras que en el DF es de 26.8%. Sin embargo, vemos que la ocupación en el sector informal se ha mantenido casi igual, con la diferencia de que el Distrito Federal hay una tendencia ligeramente hacia la baja, mientras que a nivel nacional se continúa una tendencia hacia la alza.

**Cuadro 4 - Población ocupada en el sector informal**

Año	Tasa de ocupación en el sector informal	
	Nacional	Distrito Federal
1995	27.3	ND
1996	26.6	26.7
1997	26.2	ND
1998	27.1	28.4
1999	26.9	26.2
2000	26.9	24.5
2001	27.4	25.7
2002	28.2	27.1
2003	28.9	26.8
2004	28.8	28.7
2005	28.1	27.8
2006	27.2	27.7
2007	27.1	25
2008	27.5	27.4
2009	28.2	26.8
<b>Promedio</b>	27.5	26.8

Elaboración propia a partir de datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Empleo*, para años 1995-2004, y *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* para años 2005–2009, consultadas en la página web Infolaboral. Todos los datos corresponden a los segundos trimestres, excepto del año 2009 que corresponde al primer trimestre.

Lamentablemente, las encuestas en hogares que se realizan para hacer estas estimaciones no son representativas a nivel delegacional, lo que significa que no podemos desglosar los datos de informalidad para Xochimilco.

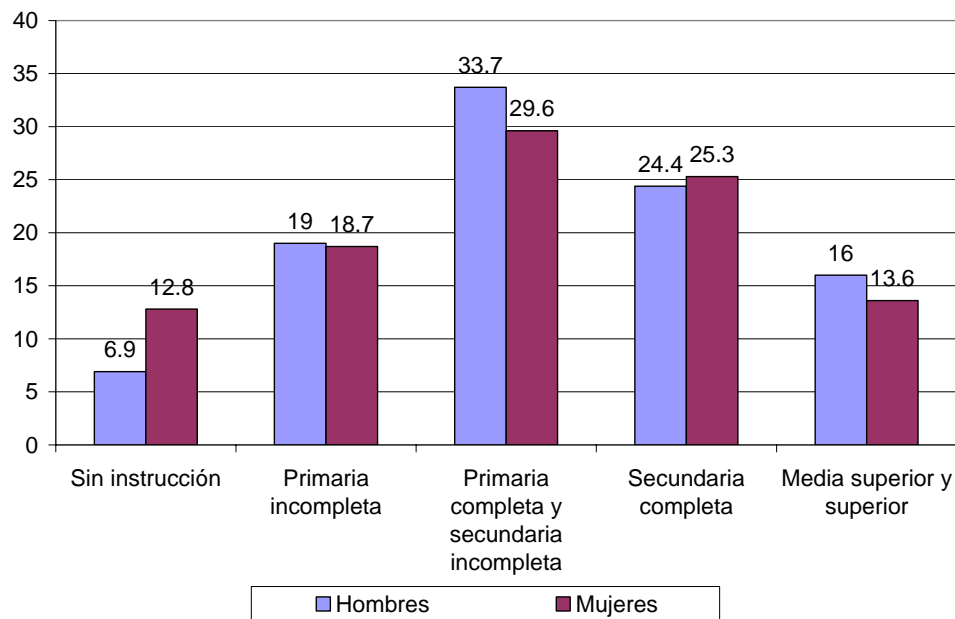
Con respecto a la distribución por edades y sexo de la ocupación en el sector informal (véase el Cuadro 4 en Anexos), el INEGI muestra que los ocupados en el sector no estructurado de 50 a 59 años fueron los que experimentaron el mayor crecimiento a lo largo del periodo 1995-2003, con un aumento de 54.2%. Por sexo, las mujeres de 50 a 59 años crecieron 49% y las de 40 a 49 años, 32.7; mientras que las de 12 a 19 años registraron una caída de 1.1%. Por su parte, los hombres de 60 años y más aumentaron 58% y de 12 a 19 años únicamente 8.3%.

Dicho comportamiento parece indicar que son principalmente las mujeres que han terminado su ciclo reproductivo y la crianza de sus hijos las que se insertan en mayor medida en el sector no estructurado durante el periodo mencionado, probablemente porque al igual que los hombres a partir de cierta edad enfrentan más dificultades para encontrar ocupación en el sector estructurado de la economía.

No obstante, el peso mayor sigue concentrándose entre los hombres y las mujeres jóvenes, en edades productivas de 20 a 39 años de edad.

En cuanto al nivel de instrucción y su relación con la ocupación en el sector informal (véase el Cuadro 6 en Anexos y la Gráfica 7), podemos ver que al año 2003<sup>66</sup>, el 60.1% de la ocupación en el sector no estructurado no cuenta con la educación básica de secundaria completa; en esta situación 59.6% de los hombres no cuenta con esa instrucción escolar, porcentaje que entre las mujeres asciende a 61.1%, lo cual indica que la escolaridad de las mujeres insertas en el sector no estructurado es ligeramente inferior a la de los hombres.

**Gráfica 7 - Ocupación en sector informal por nivel de instrucción (%)**



Elaboración propia a partir de datos de INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, cuadros varios. Se refiere al año 2003, pues no hay información más reciente disponible.

La situación anterior es aún más evidente tomando en cuenta que los hombres reportan un promedio de escolaridad de siete años y las mujeres de 6.6 años aprobados para el último año del periodo analizado (2005, por no haber cifras para años más recientes).

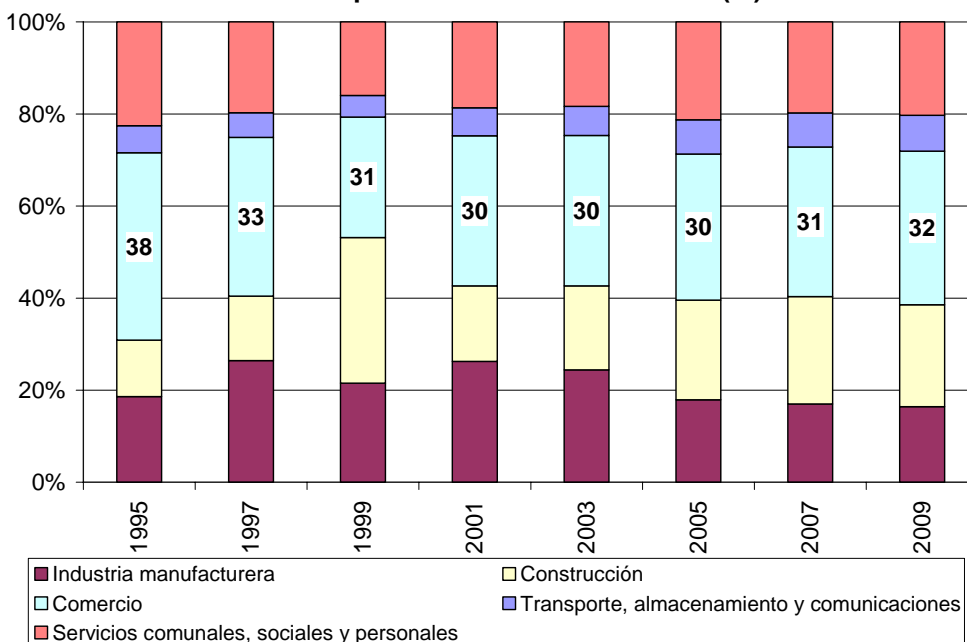
<sup>66</sup> Fecha más actual de la que se tienen cifras disponibles.

La participación de los hombres y de las mujeres de acuerdo con el nivel de instrucción muestra un comportamiento distinto, pues los hombres incrementan su participación en la ocupación informal en los primeros niveles de escolaridad, disminuyendo a partir de la secundaria completa; en cambio, la participación de las mujeres es decreciente a medida que alcanzan mayor escolaridad. Así, las tasas de participación más altas en ocupaciones del sector no estructurado las reportan los hombres con primaria completa y secundaria incompleta, con 34.8% y entre las mujeres, corresponde a las que no tienen instrucción escolar con 42 por ciento.

En promedio los hombres cuentan con 7 años de estudio, cerca de medio año más que las mujeres, cuya escolaridad en el año 2003 fue de 6.6 años. Por grupos de edad, hasta los 29 años, las mujeres cuentan con más años de escolaridad que los hombres en esas edades, sin embargo a partir de los 30 años la escolaridad de los hombres es superior a la de las mujeres. Por un lado dicho comportamiento obedece al hecho de que las generaciones jóvenes cuentan con una instrucción escolar mayor comparada con la de las generaciones de las personas de edad avanzada, y por el otro, a la presencia de mujeres jóvenes con niveles de escolaridad superior a la de los hombres en ocupaciones del sector no estructurado.

Ahora bien, siendo esta la composición de la ocupación en el sector informal, o no estructurado, debemos también indagar con respecto a cuáles son las actividades económicas en las que se desempeña la informalidad (véase el Cuadro 7 en Anexos). Así pues, si estudiamos el peso relativo de la ocupación en el sector no estructurado por grandes divisiones de actividad económica, veremos cómo se han registrado cambios importantes en los últimos años (véase la Gráfica 8).

**Gráfica 8 - Sector informal por actividades económicas (%)**



Elaboración propia, datos de INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, cuadros varios, para años 1995 – 2003; datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, cuadros varios, para años 2005 – 2009 (información corresponde al segundo trimestre). Años escogidos.

Durante todo el periodo 1995 - 2009, el rubro de comercio se mantuvo como el más importante, pues es el que ha concentrado el mayor porcentaje de la participación en el sector no estructurado. La participación promedio en el comercio informal durante este periodo ha sido de 31.6%; es decir, aproximadamente uno de cada tres ocupados en la informalidad se dedican a esta actividad.

Se distingue en la gráfica la alta tasa de participación en la actividad comercial durante el año 1995, lo cual explicamos como un efecto de la crisis económica que orilló a muchas personas a incorporarse a la informalidad, específicamente en esta actividad.

## 2. El comercio en vía pública en México

En México existe realmente poca información con respecto a la informalidad, en general. Por lo tanto, desagregar lo poco que hay en relación a los distintos sectores de actividad económica es todavía más complicado. Sin embargo, existen algunos datos disponibles que pueden ayudar a esclarecer el panorama actual.



El comercio informal se mide hoy en día a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), que realiza el INEGI de manera trimestral. Sin embargo, este instrumento es muy novedoso (existe desde el 2005) y es de difícil comparación con las antiguas mediciones.

En este apartado se presentan algunos datos y estimaciones que nos permiten comprender la evolución del fenómeno del comercio informal, específicamente, en comparación con otras actividades económicas del sector no estructurado. Para realizar los cálculos se hizo uso de la información que el INEGI analiza en el cuadernillo *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, y se complementó con los datos disponibles de la ENOE para los años 2005 - 2009. Cabe indicar que no se tiene información del 2004 debido al cambio de encuestas.

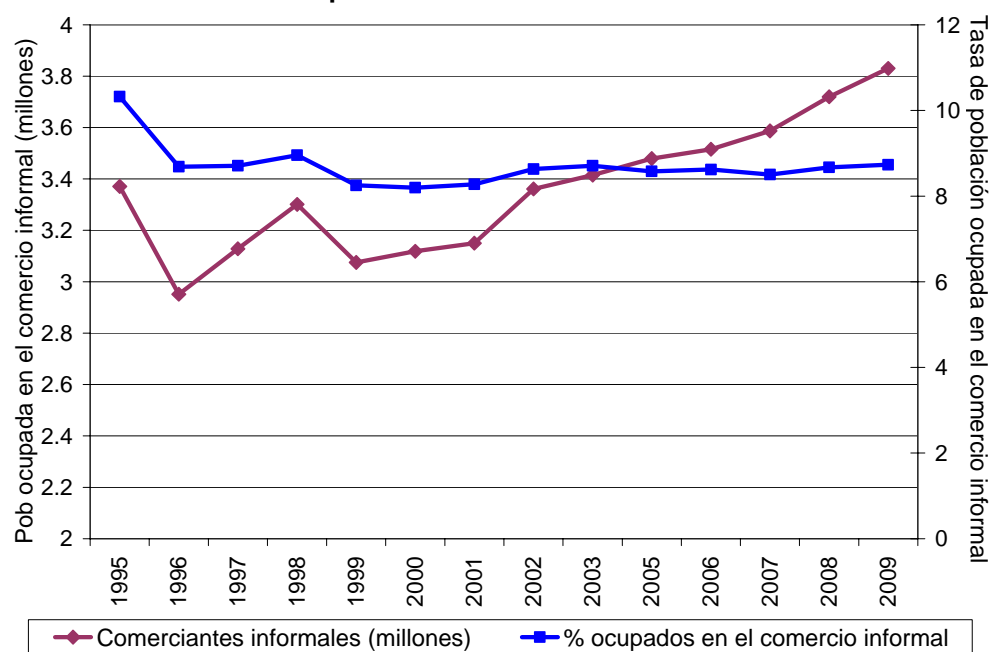
Como se observó en la gráfica anterior, el comercio es la actividad económica que concentra la mayor parte de la ocupación del sector no estructurado o informal. En la Gráfica 9, que se presenta a continuación, se muestra la evolución del comercio informal durante el periodo 1995 – 2009, rescatando dos elementos: número total de ocupados en el comercio informal, y el porcentaje de ocupados que se dedican a esta actividad.

Respecto al número de comerciantes informales, se observa que ha ido en constante aumento. Resalta especialmente la elevada participación en esta actividad en el año 1995, lo cual coincide con la explicación de que debido a la crisis económica la población se vio en la necesidad de ocuparse en este tipo de empleos.

Ahora bien, respecto a la tasa de población ocupada en el comercio informal se observa que permaneció bastante estable durante el periodo. Sin embargo, también aquí sobresale la tasa de 1995, que es mucho más alta que la de los demás años.

La tasa promedio de crecimiento que tuvo el número de comerciantes informales en el periodo fue de .84% anual; sin embargo, si no se toma en cuenta el año 1995, que tiene una tasa excepcionalmente alta, la tasa promedio de crecimiento de la ocupación en el comercio informal es de 2.09%.

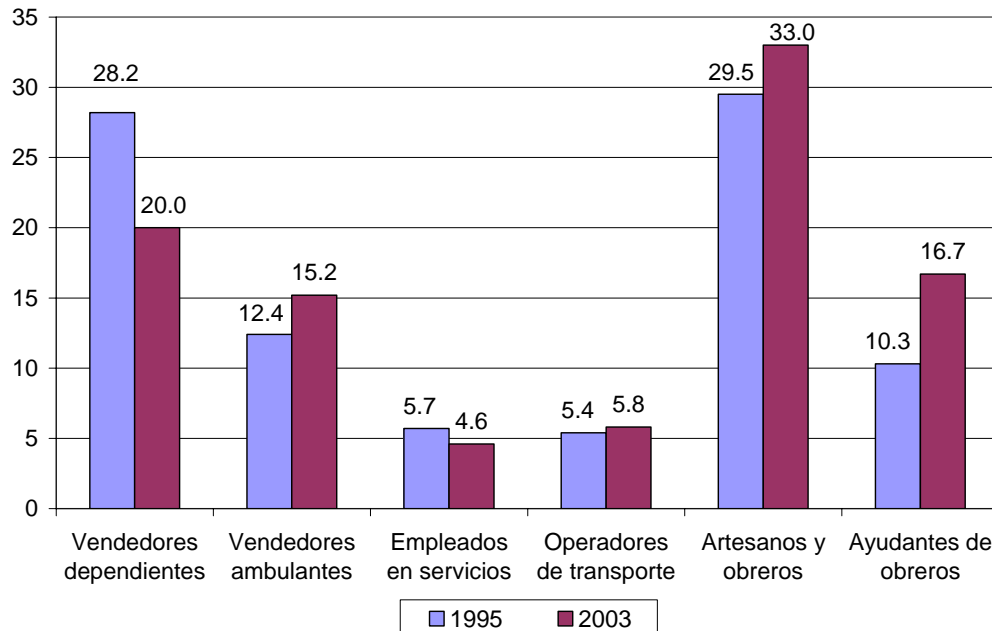
**Gráfica 9 - Población ocupada en el comercio informal**



Elaboración propia, datos de INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, cuadros varios, para años 1995–2003; y datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, cuadros varios, para años 2005–2009 (información corresponde al segundo trimestre). No hay datos disponibles para el año 2004 debido al cambio de encuestas.

Por otro lado, entre los fenómenos más notables que tienen que ver con la evolución del comercio informal encontramos que entre los grupos de ocupación del sector no estructurado (véase el Cuadro 9 en Anexos y la Gráfica 10) que crecieron se encuentran los vendedores ambulantes, pues pasaron de representar en 1995 al 12.4% para ser en el 2003 el 15.2%, mientras que entre los grupos que disminuyeron notablemente encontramos a los vendedores dependientes, cuya participación bajó de 28.2% al 20%.

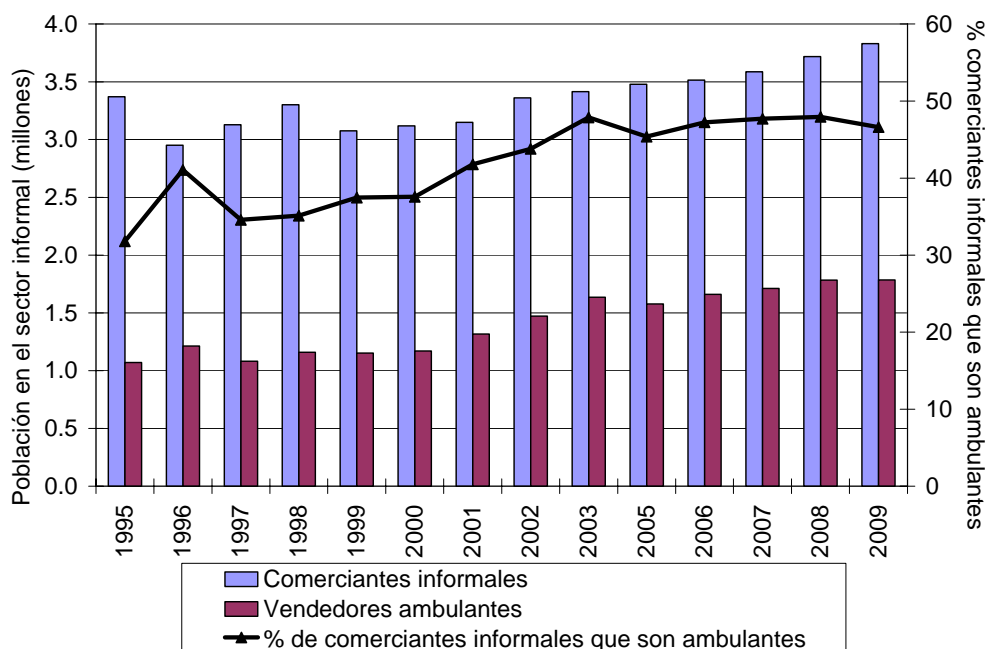
**Gráfica 10 - Distribución de la ocupación, gpos principales (%)**



Elaboración propia a partir de datos de INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, cuadros varios. No hay información más reciente disponible.

Este crecimiento tan notable de la ocupación como “vendedores ambulantes” significa que el comercio en vía pública se ha ido convirtiendo en un fenómeno cada vez más importante. Si hacemos una comparación entre la evolución de la población que se dedica a actividades de comercio en el sector no estructurado o informal, con la población que participa como vendedores ambulantes, vemos claramente cómo el porcentaje de participación del comercio en vía pública va creciendo en detrimento de otras formas de comercio informal (véase la Gráfica 11), pues mientras que en 1995 sólo el 31.78% de los comerciantes informales eran ambulantes, al año 2009 ya son 46.61%.

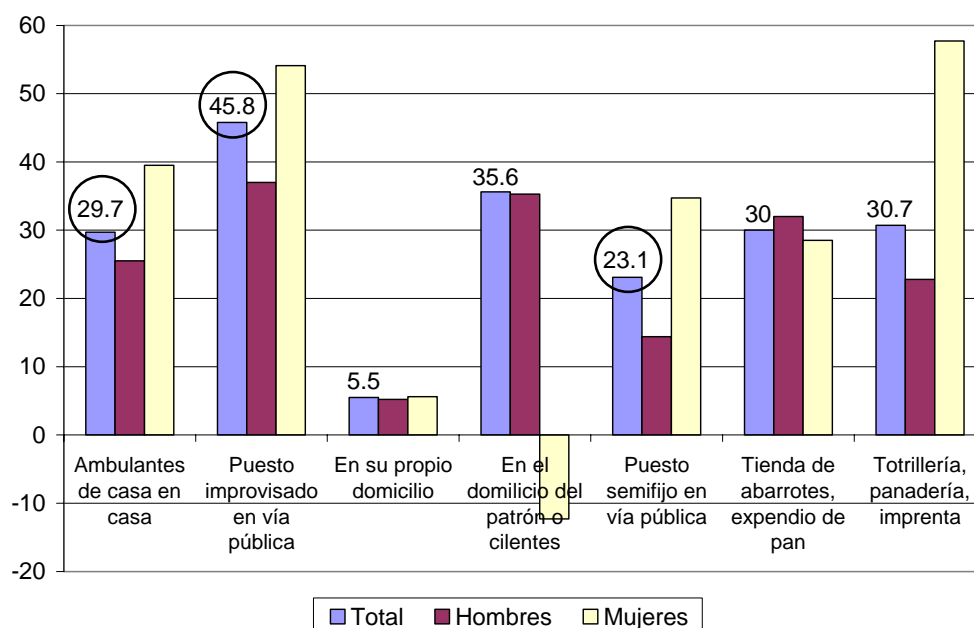
**Gráfica 11 - Crecimiento del comercio ambulante**



Elaboración propia, datos de INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, cuadros varios, para años 1995–2003; y datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, cuadros varios, para años 2005–2009 (información corresponde al segundo trimestre). No hay datos disponibles para el año 2004 debido al cambio de encuestas.

De acuerdo a los datos del INEGI se presenta a continuación la Gráfica 12, sobre las tasas de crecimiento de la ocupación en el sector no estructurado según el lugar de trabajo durante el periodo 1995 – 2003.

**Gráfica 12 - Tasa de crecimiento según lugar de trabajo**

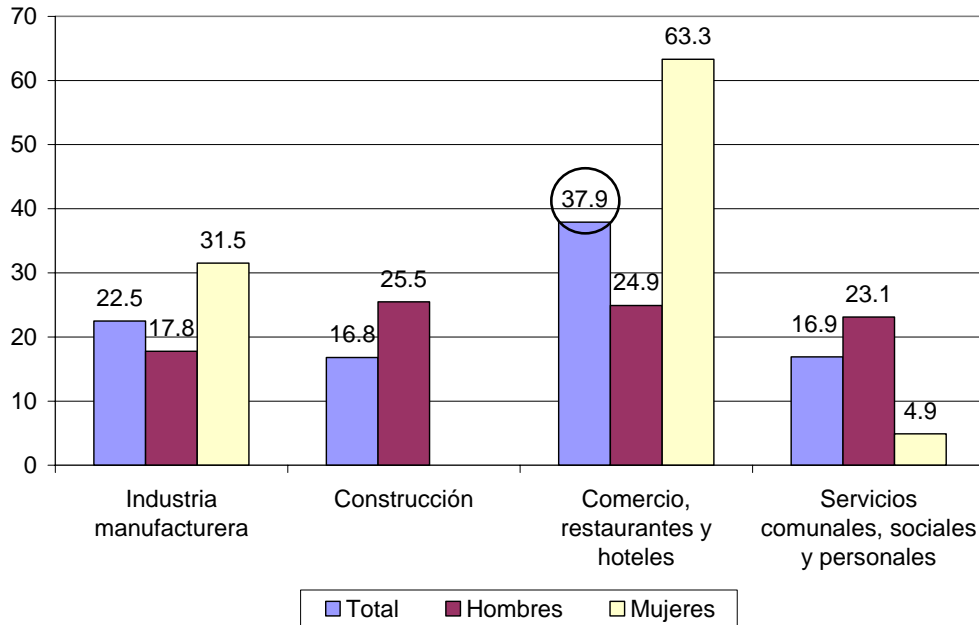


La tabla indica que la importancia del trabajo a domicilio ha sido cada vez menor, registrando la menor tasa de crecimiento acumulado de 5.5%. En contraste, los mayores ritmos de crecimiento los reportaron los puestos improvisados en la vía pública y los ocupados en el domicilio del patrón o de los clientes con 45.8% y 35.6%, respectivamente.

Es notable que los rubros de “ambulantes de casa en casa”, “puesto improvisado en vía pública” y “puesto semifijo en vía pública” tengan tan altas tasas de crecimiento (29.7%, 45.8% y 23.1% respectivamente). Confirmamos así, de nuevo, que el comercio informal ha ido creciendo, sobretodo, en su forma de “comercio en vía pública”, a partir de la invasión de espacios de manera más o menos temporal (como es en la forma de puesto, a diferencia de la de ambulante).

Analizando la información disponible al respecto a partir de la variable de sexo, vemos grandes diferencias entre hombres y mujeres. Destaca sobretodo, para efectos de esta investigación, que las actividades de comercio en la vía pública han crecido fundamentalmente por la participación de las mujeres. Porque, además, si analizamos la distribución porcentual de los ocupados en el sector informal por sexo y actividad económica (véase la Gráfica 13) resulta evidente que el rubro de “comercio, restaurantes y hoteles” esta compuesto básicamente por mujeres, pues éstas constituyen el 63.3% en comparación a los hombres, que sólo participan en un 24.9%. De hecho, es la actividad en la cual tienen el porcentaje más elevado, sólo seguido por la industria manufacturera (en donde su participación es de 31.5%, muy inferior).

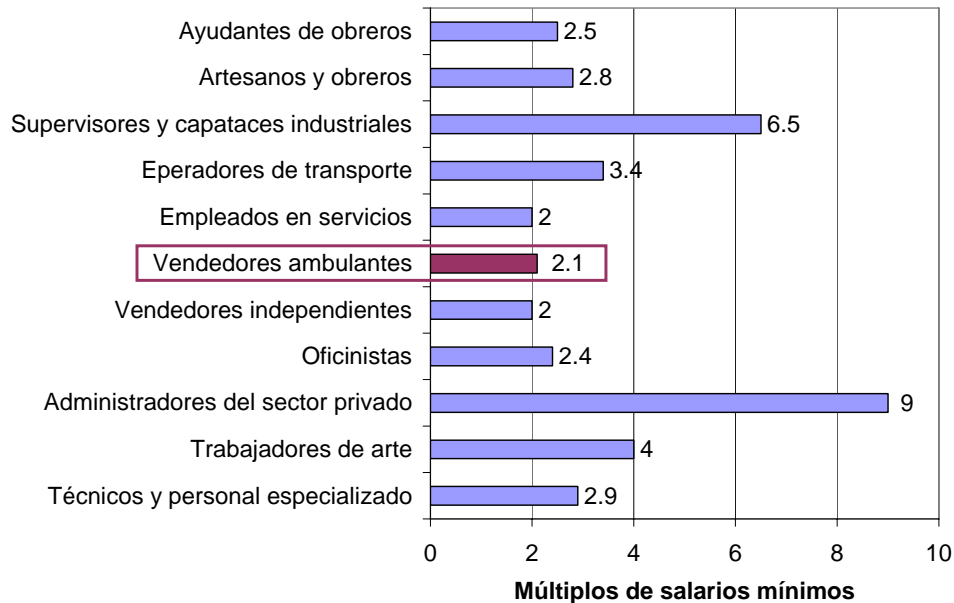
**Gráfica 13 - Sector informal por sexo y actividad económica (%)**



Elaboración propia a partir de datos de INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, cuadros varios.

Finalmente, para acabar de caracterizar al fenómeno del comercio en vía pública en México habría que señalar que dentro del sector informal, el grupo de los comerciantes ambulantes se encuentra entre los de menores ingresos. (Véase Gráfica 14)

**Gráfica 14 - Ingreso por ocupación en el sector informal**



Elaboración propia a partir de datos del 2003, proporcionados por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, *Segundo Reporte Temático sobre el Comercio Ambulante*, 2005, p. 8.

En promedio, los vendedores ambulantes ganan solamente 2.1 salarios mínimos diarios, cuando el promedio de ingreso de las ocupaciones es de 3.6 salarios. Esto significa que los comerciantes ambulantes ganan sólo el 58% de lo que los demás.

### **3. Historia del comercio en vía pública en México y Xochimilco**

Para comprender la situación del comercio en vía pública es importante analizar también su desarrollo histórico; es decir, entender cómo surgió y cómo se ha ido ejerciendo a lo largo del tiempo, cómo se ha transformado y en qué ha ido cambiando.

Así pues, en este apartado hacemos un breve recorrido de dicho fenómeno en México. Considerando que esta actividad se ha llevado a cabo desde tiempos prehispánicos hasta la actualidad, enfocamos el análisis al siglo veinte y sólo mencionamos algunos aspectos previos. Además hacemos hincapié en la ciudad de México y en Xochimilco, que es en donde se enfoca la investigación.

Es importante resaltar que se tomaron en cuenta diversas fuentes bibliográficas que analizan históricamente aquellos procesos que significaron transformaciones importantes para México y para la ciudad en relación al ejercicio del comercio en vía pública.

El comercio en vía pública es una de las actividades más antiguas de la sociedad. En el caso de México, el comercio data de la época precolombina. Se trataba de una de las actividades más importantes para las culturas mesoamericanas, ya que representaba una forma no sólo de provisión de alimentos de la ciudad, sino de dominación y expansión de imperios.

"En México, antes de la llegada de los españoles, la gran Tenochtitlán recibía productos que en calidad de tributos que eran enviados de todas las regiones conquistadas lo que permitiría al emperador mantener a su corte, a la burocracia estatal, el premiar los servicios de los guerreros o a sus colaboradores más cercanos y el resto distribuirlo al pueblo mediante los mercados localizados en los recintos claramente delimitados llamados Tianquiztli a los que concurrían a ofrecer sus mercaderías no sólo las personas cuya ocupación habitual era el comercio, es decir, los comerciantes especializados; sino cualquier persona que fabricaba o poseía artículos capaces de interesar a los consumidores; el propósito de estas negociaciones era la satisfacción de necesidades de consumo y no de lucro.<sup>67</sup>

Queremos hacer hincapié en el hecho de que ese intercambio de mercancías se llevaba a cabo en espacios abiertos, en zonas que estaban destinadas a las actividades comerciales pero que eran lugares públicos como plazas y calles. Esos mercados, como dice la cita anterior, eran llamados "Tianquiztli", palabra náhuatl cuya traducción literal sería "mercado", de donde devino la palabra "tianguis" que ahora se entiende como "mercado sobre ruedas" y designa específicamente a aquellos mercados que se establecen en las vías públicas.

Vemos así que el comercio en nuestro país se realizaba de manera tradicional en las vías públicas.

---

<sup>67</sup> Luna Guerrero Carla Arlenee, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, p. 25.



“El comercio ambulante como producto del proceso histórico de la división social del trabajo se encuentra profundamente enraizado en la historia económica (Mendoza, García: 1994, 12) de los pueblos.<sup>1</sup> Para América Latina, y por ende de México, como lo señala el Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC) la “actividad del comercio ambulante es tan antigua como la historia de la urbe” (Contreras, Victoria: 1988, 1). En el caso de la Ciudad de México, el comercio ambulante se sitúa en profundas raíces históricas (DDF: 1997, 3)”<sup>68</sup>

En la época de la gran Tenochtitlán cualquier tipo de persona dedicada o no al comercio elaboraba y fabricaba artículos para ser intercambiados entre la propia comunidad con el fin de satisfacer las necesidades más básicas. El comerciante en ese entonces eran conocido como “Pochtecatl”; y el señor de los comerciantes era llamado “Pochtecatlailotlac”, entre otros. Existían pues personajes reconocidos como autoridades encargados específicamente de controlar la organización del comercio, la operación, la distribución espacial, los productos, el tipo de mercancías y los servicios que se ofrecían.

Gracias a diferentes crónicas sabemos que cuando llegaron Hernán Cortés y los españoles a tierras mexicas, quedaron realmente impresionados al ver la organización y la magnitud comercial que había en la plaza del mercado de Tlatelolco:

”[...] la multitud de gente que en ella había, unos comprando e otros vendiendo, que solamente el rumor y zumbido de las voces y palabras que allí había sonaba más que de una legua, e entre nosotros hobo soldados que habían estado en muchas partes del mundo, e Constantinopla e en toda Italia y Roma, y dijeron que plaza tan bien compasada y con tanto concierto y tamaño e llena de tanta gente no la habían visto”<sup>69</sup>.

En el año 1522 Hernán Cortés toma el cargo como gobernador y la ciudad comenzó a estructurarse en un ayuntamiento pese a las dificultades de la zona, los templos construidos, el crecimiento poblacional y las necesidades que la población de la ciudad demandaba. Fue entonces que se decretó por primera vez, respecto al

---

<sup>68</sup> García Guzmán, Jorge, *Los Vendedores Ambulantes en la Ciudad de México. Planteamiento para un Modelo Económico*, p. 15.

<sup>69</sup> Díaz del Castillo *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*, p. 62.

comercio, que aquellos que desearan vender sus productos debían pagar un “impuesto real” que les garantizara su espacio, el producto en venta y las funciones logísticas que esta actividad requería (traslado de la mercancía, el tiempo y lugar de su venta).

“En esta sección se destaca que al efectuarse el encuentro entre el mundo azteca y el mundo español se inicia una manera diferente de hacer comercio, sintetizada en la plaza-mercado, el mercado por excelencia de la época colonial; dos sujetos comerciales, el buhonero y el libremesillero, se perfilan como los antecedentes de lo que actualmente se denomina vendedor ambulante en la Ciudad de México”.<sup>70</sup>

Originalmente, el comercio surge en sitios aislados de la Ciudad, pero al paso del tiempo y con el incremento de la necesidad de consumo de los habitantes, el ejercicio del comercio se extiende y se instaura de forma casi permanente en la plaza central y en las acequias por medio de más de mil canoas<sup>71</sup>, pero también las zonas inmediatas a estas plazas, atrios y acequias comenzaban a ser ocupadas por los comerciantes. Además, el suministro se introduciría por los grandes canales que provenían de los embarcaderos en las afueras de la ciudad (Chalco, Atenco, Ayotzingo, Xochimilco, Iztapalapa, y sobre todo el de Mexicalcingo), haciendo de esto una gran comercialización diversa con productos como: trigo, maíz, frutas, verduras, leña, hierba para caballos, pescados, carne, pan, zacate y flores principalmente.

“A través del curso de la historia, la plaza mercado y el corredor comercial se transformaron en lo que actualmente se conoce como Mercado Público; el libremesillero pasó a ser parte de los vendedores instalados en las cercanías del perímetro del mercado público, o zonas adyacentes, y el buhonero formó parte de los vendedores itinerantes en mercados, calles y parques”<sup>72</sup>

Debido a la saturación de las plazas-mercados en la capital de la Nueva España, el comercio se comenzó a expandir hacia las calles y sitios más próximos;

---

<sup>70</sup> García Guzmán, Jorge, *Los Vendedores Ambulantes en la Ciudad de México. Planteamiento para un Modelo Económico*, p. 16.

<sup>71</sup> Vázquez de Espinosa, Antonio, *Geografía y descripción*, p. 109, citado en Pazos, Ma Luisa J. *El Ayuntamiento de la ciudad de México en el Siglo XVII, continuidad institucional y cambio social*, p. 141.

<sup>72</sup> García Guzmán, Jorge, *Los Vendedores Ambulantes en la Ciudad de México. Planteamiento para un Modelo Económico*, p.17.

comenzaron a surgir nuevas formas de comerciar los productos por los propios pobladores ante la falta de espacios.

“Por otro lado, el surgimiento de las actividades comerciales propiamente itinerantes en calles y plaza-mercado, realizadas por los buhoneros, aparecen los vendedores callejeros que recorrían toda la ciudad ofreciendo sus productos mediante silbidos, cantos o recitando refranes para ser identificados rápidamente por los consumidores”.<sup>73</sup>

Se sabe también que el sustento de la tierra en esa época, se debía principalmente al ejercicio militar que se emprendía sobre las ciudades conquistadas, donde se exigía el pago de un “tributo” para que se les permitiera continuar su venta.

“En 1641, los xochimilcas informaban que la mayoría de ellos tenía por ‘trato y granjería’ vender maíz al menudeo todos los días en el tianguis de la ciudad de Xochimilco, de cuya venta se ‘sustentan y pagan sus tributos además del gran beneficio que se les hace a los vecinos’. En 1657, los naturales de San Salvador informaban que para pagar sus tributos vendían ciruelas y otras frutas en diversos pueblos y tianguis. En 1722, el gobernador de Xochimilco, don Antonio de los Olivos, informaba que los trajineros iban al pueblo de Chalco a comprar semanalmente 100 cargas de maíz, y que con una moderada ganancia las vendían en el tianguis de la ciudad”.<sup>74</sup>

Para el siglo XVIII, el cúmulo de comerciantes que alojaba el mercado principal de la Ciudad se hacía insuficiente y los comerciantes en vía pública se incrementaban en las partes adyacentes de los mercados, del tal modo que se hizo necesario crear nuevos mecanismos para controlar la saturación de los mercados, así como también para procurar el ordenamiento e higienización de la ciudad. Por ello, el Segundo Conde de Revillagigedo exige que se agrupen todos los mercados y por ende a los que comercian en él, con la finalidad de controlar eficazmente el comercio y el pago de los impuestos. Surge pues en el siglo XVIII por parte de las autoridades en ese momento, el primer mecanismo que tenía por objetivo regular al comercio en vía pública existente en la ciudad.

---

<sup>73</sup> Luna Guerrero, Carla Arlenee, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, p.

<sup>74</sup> Pérez Cevallos, Juan Manuel, *Xochimilco Ayer II*, p.32.

Durante los decenios siguientes permaneció el mismo sistema regulador del comercio hasta el siglo XX. Los procesos de incorporación a la dinámica de la Ciudad de México durante esa época junto con el exorbitante crecimiento que se tuvo aunado al sistema político, económico y social, generaron una mayor cantidad de comerciantes en las calles y avenidas principales de la urbe.

"Para los años treinta la estructura territorial prehispánica y colonial inició su transformación caracterizándose por el crecimiento más acelerado de las delegaciones del Distrito Federal, entre 1940 y 1950 este crecimiento se acentuó marcando el inicio de una desconcentración del comercio, servicios y población hacia las unidades administrativas periféricas, dando lugar a una nueva ciudad invadida por miles de puestos de comercio en la vía pública con un impacto negativo en el valor de los inmuebles y en las actividades económicas de la zona o se torna donde ellos se ubiquen."

#### **4. Mercados en la Ciudad de México**

A mediados del siglo XX, ante la presencia permanente de comerciantes en las calles, las autoridades del Distrito Federal, o más específicamente, el regente Ernesto P. Uruchurtu (quien estuvo en ese cargo durante 14 años), prohibió a través de una orden administrativa, inmediatamente después de haber asumido su cargo en 1952, vender mercancías en la calle.

John C. Cross, en el artículo "El desalojo de los vendedores ambulantes, Paralelismos históricos en la ciudad de México", asegura que la decisión que se tomó para terminar con el ambulante se realizó sin previa organización o planeación, de manera que las consecuencias de ello obligaron a la ciudad a transformar sus planes según la disponibilidad de opciones apropiadas para completar la reubicación de los comerciantes.

"De los afectados por la prohibición de vender mercancías en ninguna parte de la ciudad, 2000 de ellos ocuparon las oficinas del edificio del Departamento, y el director de

la Oficina de Mercados, Gonzalo Peña Manterola, se vio obligado a buscar personalmente lugares 'alternativos' para los vendedores desplazados".<sup>75</sup>

El regente llevó a cabo un "ambicioso programa" para construir mercados cubiertos que dieran lugar a los vendedores desplazados, y la construcción de esos mercados se hizo con fondos públicos. "Estos mercados fueron proyectados y construidos casi en su totalidad por la administración del Lic. Ernesto Peralta Uruchurtu en la Regencia del Departamento del Distrito Federal."<sup>76</sup> Entre los años 1953 y 1966, durante su administración, construyó 174 mercados que dieron cabida a más de 52 000 vendedores de vía pública.

"En general, tan sólo en 1957, 18 414 vendedores fueron reubicados en 36 mercados, y entre 1953 y 1966 se construyó o reconstruyó un total de 174 mercados para 52 070 vendedores, lo cual aumentó la cantidad de mercados en el D.F. de 44 a más de 200. Este nivel de construcción de mercados nunca se ha vuelto a alcanzar, y los mercados construidos durante este periodo representaron 77.6% de los 67 066 locales de mercados en la ciudad en 1993, 26 años después de Uruchurtu".<sup>77</sup>

El Departamento del Distrito Federal se vio obligado a permitir la venta de mercancías en la vía pública en la mayor parte de las zonas hasta que terminaron de construirse los mercados que habrían de ser ocupados por los vendedores ambulantes.

Además, se decidió que los locales de los nuevos mercados se rentarían a los vendedores por un costo simbólico, con el propósito de convencerlos de desalojar las calles sin oponer resistencia.

La construcción de los nuevos mercados en la ciudad representó un parteaguas en la historia del comercio en vía pública pues reflejó no sólo el incremento de comerciantes en vía pública sino la intervención por parte de las autoridades para controlarlo y regular dicho comercio.

---

<sup>75</sup> Cross C. John. "El desalojo de los vendedores ambulantes paralelismos históricos en la ciudad de México", p. 98.

<sup>76</sup> Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, *La arquitectura del comercio en la Ciudad de México*, p. 120.

<sup>77</sup> *Ibid.*, p. 100.

Ahora bien, sabemos por analistas que los métodos aplicados por Uruchurtu para “modernizar” a la Ciudad de México a menudo fueron brutales: hostigamiento, detención ilegal y violencia física contra vendedores ambulantes y “paracaidistas”, invasores de terrenos cuya ocupación ilegal había sido acicateada por los estrictos límites que el propio regente había impuesto al crecimiento de la zona urbana de la ciudad pese al rápido crecimiento de la población.

La construcción de mercados en la Ciudad de México se caracterizó por el alto grado de represión que se dio a los comerciantes de vía pública que no deseaban ser incorporados al programa de mercados a reserva de que el Departamento del Distrito Federal les asegurara que los sitios que ocupaban antiguamente no serían usurpados por otros comerciantes que pudieran eventualmente representar una competencia y quitarles clientela. Una vez que esto se les garantizó, las organizaciones acordaron entrar a los mercados.

Cabe destacar aquí el hecho de que los comerciantes fueron incorporados a los mercados bajo la forma de “organizaciones”. El regente del Distrito Federal Uruchurtu diseñó una política que establecía que “sólo grupos reconocidos de por lo menos 100 vendedores ambulantes tendrían un mercado construido para ellos”<sup>78</sup>. Pero más aún, sólo a estos grupos se les concedía vender en la calle, es decir, sólo estos grupos eran “tolerados” durante el tiempo mientras que se construía el mercado, de manera que los que no estaban integrados en forma de asociaciones reconocidas, eran desalojados. Este tema se aborda con mayor precisión en el capítulo IV, en el que se analizan las organizaciones de comerciantes en vía pública.

## **5. Regulación del comercio en vía pública**

Como se dijo anteriormente, la prohibición de venta en la vía pública y el programa de construcción de mercados que llevó a cabo el regente Uruchurtu, fueron un parteaguas en la historia del comercio en la vía pública pues representaron el primer

---

<sup>78</sup> Cross C. John. “El desalojo de los vendedores ambulantes paralelismos históricos en la ciudad de México”, p. 105.

esfuerzo importante por parte del gobierno para regular el ejercicio de esta actividad y contener su crecimiento.

Además, a la par de esos programas, fue necesaria la aprobación de toda una nueva normatividad para el comercio en vía pública.

El *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal*, que fue aprobado en 1951 pero sigue vigente, señala con respecto al comercio en vía pública que sí existe la posibilidad de que se establezcan puestos comerciales (permanentes o temporales) fuera de los mercados públicos. Sin embargo, también señala con claridad las limitaciones que esta concesión implica. Como, por ejemplo, el artículo 65, en su fracción VI, señala la prohibición de la “instalación de puestos, permanentes o temporales frente a las puertas que den acceso a los mercados públicos”<sup>79</sup> y en el artículo 63 se indica que únicamente podrán establecerse puestos permanentes o temporales fuera de los mercados públicos “cuando no constituyan un estorbo para el tránsito de los peatones en las banquetas, para el tránsito de los vehículos en los arroyos, para la prestación y uso de los servicios públicos como bomberos, drenaje, aguas potables, transporte, electricidad, teléfonos, etc.”<sup>80</sup>. Además, siguiendo esta lógica, el artículo 8 prohíbe “colocar marquesinas, toldos, rótulos, cajones, canastos, huacales, jaulas, etc. que en cualquier forma obstaculicen el tránsito de los peatones, sean dentro o fuera de los mercados públicos”<sup>81</sup>, y en el artículo 70 se señala que cuando el Departamento de Mercados de la Tesorería del DF conceda una cédula de empadronamiento para que un puesto pueda instalarse en la vía pública, éste no debe constituir un estorbo para el tránsito de peatones o de vehículos y “deberá instalarse de modo que la distancia más próxima al vértice de la esquina de la calle sea de diez metros como mínimo”<sup>82</sup>.

Por su parte, el artículo 12 obliga a los comerciantes a “mantener aseados los puestos en que efectúen sus actividades comerciales”<sup>83</sup>, incluyendo un perímetro de tres metros a partir de su límite.

---

<sup>79</sup> *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal*, 1951, artículo 65.

<sup>80</sup> *Ibid.*, artículo 63.

<sup>81</sup> *Ibid.*, artículo 8.

<sup>82</sup> *Ibid.*, artículo 70.

<sup>83</sup> *Ibid.*, artículo 12.

Asimismo, el Reglamento establece determinadas sanciones para quienes incurran en infracciones a lo que el mismo señala, que van desde las multas económicas (entre cinco y doscientos cincuenta pesos) hasta el retiro de los puestos e, incluso, la cancelación definitiva de la cédula de empadronamiento, pues en el artículo 67 se indica como “de interés público el retiro de puestos cuya instalación viole lo dispuesto en este Reglamento”<sup>84</sup>.

Ahora bien, después del programa que llevó a cabo Uruchurtu, el comercio en vía pública fue reubicado a los nuevos mercados y quedó prohibido su ejercicio. Sin embargo, no todos los comerciantes habían sido incorporados, pues se requería que conformaran organizaciones de más de 100 vendedores para ser considerados. Por lo tanto, muchos comerciantes en vía pública permanecieron ejerciendo sus actividades, aunque con la amenaza permanente de que los desalojarían.

Además, el comercio en la vía pública continuó creciendo, pues una serie de factores, como se expuso en el primer capítulo, influyen en el aumento del sector informal. Para empezar, hay una aceleración de la migración del campo hacia la ciudad, pero muchos migrantes no logran encontrar trabajo en el sector urbano moderno, por lo que se emplean en cualquier actividad que les permita recibir un ingreso. Sumado a esto, habría que tomar en cuenta el exceso de trámites y regulaciones que se imponen a la actividad productiva, que son costosísimas en cuanto a tiempo, dinero y esfuerzo, lo que hace del sector informal una alternativa atractiva para muchos. Además, el efecto de la desregularización del empleo, cuya precariedad se presenta en la forma de pauperización de los salarios, de las prestaciones que se otorgan, y demás condiciones de bienestar, influye en el aumento del sector no estructurado. Y, sobretodo, habría que considerar los efectos de las diversas crisis económicas (especialmente la de 1995), que inciden en el crecimiento de la pobreza, el aumento de la desocupación, de la subocupación y de la ocupación en el sector informal. Esto se debe a que durante estos periodos las familias no pueden costear el no tener un trabajo y se ven por lo tanto en la necesidad de emplearse en cualquier opción.

---

<sup>84</sup> *Ibid.*, artículo 67.



Vemos entonces que el comercio en vía pública ha sido un fenómeno creciente en nuestro país, que se agudiza en tiempos de crisis y de recesión económica y que implica una serie de problemáticas que afectan el desarrollo de la vida en común. Por ello, se han emprendido diversos esfuerzos por parte de las autoridades del Distrito Federal y de las autoridades delegacionales con el propósito de regularlo y aminorar sus efectos nocivos.

Consideramos necesario, por lo tanto, hacer referencia a las leyes, normas, reglamentos y programas que se han desarrollado desde entonces con relación al ejercicio de esta actividad.

El primer cambio que se registró después de Uruchurtu fue que los “tianguis”, o “mercados sobre ruedas”, formas tradicionales de comercio en vía pública que habían quedado prohibidas, fueron aceptadas en 1969. Sin embargo, aunque estas formas ya se conocían y formaban parte del modo habitual de trabajo y de consumo de la población, fue hasta 1985 que se desarrollaron los criterios normativos necesarios para regular la actividad, y se instauró la figura de los Permisos de Operación de los Mercados Móviles.

A excepción de esto último, desde las políticas de Uruchurtu no se realizó nada importante sino hasta 1993, cuando, debido a la enorme cantidad de comerciantes en vía pública que había en la Ciudad de México, se emitió el *Programa de mejoramiento del comercio popular*, que prohibía el ejercicio de este tipo de comercio, pero también fomentaba la construcción de plazas comerciales en donde se planeaba reubicar a los vendedores, como el programa que llevara a cabo Uruchurtu años antes.

Se proyectaba la construcción de 29 plazas en donde se reubicaría a 10,000 comerciantes. Sin embargo, no todas esas plazas fueron construidas y muchas no fueron exitosas.

De acuerdo al estudio realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, dichas plazas fracasaron debido a problemas como "mala ubicación, bajas

ventas, poca disposición de los consumidores de entrar a las plazas dado que los puestos ambulantes son más accesibles y, sobre todo, la falta de interés de muchos de los comerciantes ambulantes de ser reubicados y retirarse de las calles".<sup>85</sup>

Acompañando al Programa anteriormente mencionado, en 1993 se implantó también un bando<sup>86</sup> que establecía la prohibición del comercio en vía pública en la zona del primer cuadro del Centro Histórico, con excepción de determinados periodos de festividades tradicionales como Navidad y Reyes, con el propósito de recuperar esos espacios que son patrimonio histórico y que se encontraban completamente ocupados por comerciantes.

Sabemos, sin embargo, que "esta prohibición no fue respetada, una vez que los vendedores se instalaron para estas festividades, no fueron retirados y se quedaron de forma prácticamente permanente".<sup>87</sup>

Ahora bien, debido a la ineficacia de todos los programas que se habían intentado llevar a cabo para regular al comercio en vía pública y contener su crecimiento, la Administración Pública del Distrito Federal aprobó en 1998 el *Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública*, que aún continúa en marcha y es el más importante que se ha realizado en la Ciudad de México. Por primera vez se estaba considerando al comercio en vía pública como un fenómeno que habría rebasado toda la normatividad existente, de manera que era necesario replantear la posición del gobierno al respecto. A partir de la aceptación de esa situación, el Programa disponía de varias etapas, con la idea de cumplir los siguientes objetivos:

1. "Mejorar el entorno urbano y la convivencia social en la Ciudad de México"<sup>88</sup>; a través de:

---

<sup>85</sup> Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, *Segundo Reporte Temático Núm 2. Comercio Ambulante*, p. 24

<sup>86</sup> *Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el departamento del Distrito Federal*, emitido por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, 1993.

<sup>87</sup> Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, *Segundo Reporte Temático Núm 2. Comercio Ambulante*, p. 23.

<sup>88</sup> "Acuerdo número 11/98 mediante el cual se emite el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública y los criterios para la aplicación de las cuotas por concepto de aprovechamientos

- a) Evitar que las vías públicas sean invadidas por puestos de comerciantes que afecten la vialidad de los autos, transporte público y peatones.
  - b) Evitar enfrentamientos entre los comerciantes en vía pública y los vecinos al impedir que se instalen comerciantes que obstaculicen los accesos a casas-habitación, que se agrave la contaminación y que se haga un uso indebido de fuentes de energía.
  - c) Recuperar el patrimonio artístico y cultural de la ciudad, garantizando un mejor uso de los edificios y espacios abiertos que son considerados como tales; especialmente el Centro Histórico.
  - d) Proteger las áreas cercanas a hospitales, escuelas, cuarteles, edificios de bomberos, templos religiosos, mercados, bancos, empresas de alto riesgo, estaciones de metro, etc., impidiendo la instalación de puestos de comercio en esas zonas pues representan un grave problema de seguridad en caso de una emergencia.
2. “Ofrecer alternativas a la economía informal para su tránsito gradual a la economía formal”<sup>89</sup>, mediante:
- a) La mejora y modernización de los mecanismos de comercialización en beneficio de los consumidores, con el apoyo en cuestiones de asesoría por parte de personal especializado. Además, prevé el levantamiento y actualización de un padrón de comerciantes en vía pública, de manera que fuera posible identificar a éstos, su condición socioeconómica y las características más importantes de la actividad que llevan a cabo. Y, conjuntamente, la evaluación de la viabilidad de proyectos de construcción de nuevos espacios de comercio.
  - b) La incorporación de los comerciantes en vía pública al régimen fiscal y la seguridad social.

---

por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles”, *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 16 de febrero de 1998, p. 9.

<sup>89</sup> *Idem.*

3. “Democratizar y transparentar las políticas y acciones del gobierno”<sup>90</sup>, a partir de:
  - a) El combate a la corrupción
  - b) Terminar con las acciones discrecionales y arbitrarias del gobierno
  - c) El establecimiento de una “relación respetuosa del gobierno con las organizaciones de comerciantes”, a través del diálogo, la conciliación, el respeto a la ley, a la libertad de asociación, a la autonomía de las organizaciones y a los derechos de los ciudadanos.
  - d) “Fomentar la participación ciudadana en la supervisión de los actos de las autoridades que intervengan en el Programa”

Para llevar a cabo este programa se impulsó la creación del Padrón Único de Organizaciones y Comerciantes en Vía Pública, una especie de censo de comerciantes, en el que se indica el nombre de cada uno y sus datos generales, como la organización a la que pertenece, la ubicación de su puesto, giro, tipo de puesto, etc.

El levantamiento y actualización periódica de ese padrón se encuentra a cargo de cada delegación y el objetivo es conocer el número exacto de los comerciantes que realizan sus actividades en cada delegación, así como las zonas, modalidad, organizaciones, condiciones, periodos y horarios, de manera que se tenga mayor información sobre el fenómeno.

Este programa contempla también el establecimiento de una herramienta para normar la situación los comerciantes de la vía pública: un “permiso” o “autorización” para el uso y aprovechamiento de bienes de dominio común.

Dichos permisos tienen una duración de tres meses, con derecho a la prórroga y solamente autorizan puestos de hasta 2 metros cuadrados. Su emisión está sujeta a ciertas condiciones, como:

1. “Debe garantizarse a los habitantes que no se le darán más molestias que las

---

<sup>90</sup> *Ibid*, p.10.

estrictamente necesarias”<sup>91</sup>

2. “Deben ser personas respetuosas de la paz y la seguridad de las personas”<sup>92</sup>
3. Solamente se considerará a quienes estén incluidos en los padrones delegacionales.
4. El comerciante debe comprometerse por escrito a cumplir todas las obligaciones que las leyes y el Reglamento impongan.
5. Sólo se otorga uno por persona y es de uso exclusivo.
6. “La actividad realizada deberá ser la única o la principal para la subsistencia del solicitante”<sup>93</sup>
7. “El solicitante no puede ser a la vez comerciante establecido, locatario de un mercado, ni propietario o arrendatario o usufructuario de cualquier local en las plazas, corredores, bazares o planchas comerciales”<sup>94</sup>
8. El giro al que se dedique debe ser lícito

Al ser acreedores de ese documento, los comerciantes están obligados a:

1. Mantener limpia la zona en la que trabajan
2. Evitar las conexiones indebidas con el mobiliario urbano existente o con los edificios cercanos (agua, luz, drenaje, teléfono).
3. Evitar la fijación de protección de lluvia y sol en postes y semáforos, rejas, puertas, ventanas y otros elementos
4. Pagar a la Tesorería del Distrito Federal una cuota o tarifa por el uso de la vía pública. Los criterios para la fijación de los montos son la clasificación por: giro de subsistencia (aquel que produce un rendimiento de un salario mínimo diario o menos) y giro comercial (aquel que produce un rendimiento mayor de un salario mínimo diario), y por zonas A, B y C, de alta, mediana y baja afluencia comercial. Las tarifas se establecen en el Artículo 267 el Código Financiero.

El Programa establece, además, que aquellos comerciantes que ejerzan o pretendan ejercer el comercio en la vía pública que no se incorporen al Programa y, en consecuencia, no cuenten con el permiso para el ejercicio de sus actividades,

---

<sup>91</sup> *Ibid*, p. 14.

<sup>92</sup> *Idem*.

<sup>93</sup> *Idem*.

<sup>94</sup> *Idem*.

podrán ser convocados a la Delegación para la regularización de su situación legal y desalojar la vía pública.

Nosotros hacemos énfasis en que de acuerdo al programa los permisos tienen una duración de tres meses, aunque después pueden renovarse. Consideramos que esto supone que en los comerciantes en vía pública se dedican a esta actividad sólo de manera temporal. Es decir, la idea es que se les permita ejercer sus actividades en la vía pública mientras que encuentran la manera de hacerlo en un local o mientras encuentran otra ocupación.

Ahora bien, la efectividad que ha tenido este programa es muy cuestionable. En el Capítulo III se analiza cómo opera este programa en el caso de los comerciantes en vía pública del mercado 377, pero en principio habría que señalar que el comercio en vía pública ha seguido aumentando en la Ciudad y que son pocos los comerciantes a los que las autoridades han logrado incorporar al programa.

Nos parece necesario resaltar, además, que pese al crecimiento acelerado del fenómeno, la incapacidad de los programas para regularlo y el aumento de las problemáticas que se desprenden de esta actividad, no parece haber un esfuerzo verdadero por parte de las autoridades por solucionarlo. Esto se refleja, por ejemplo, en que El *Programa General del Desarrollo del Distrito Federal 2000-2006* sólo señalaba la necesidad del “paulatino y continuo ordenamiento y formalización del comercio en la vía pública”<sup>95</sup>, pero no explicaba cómo se debía llevar a cabo eso, y en el *Programa General del Desarrollo del Distrito Federal 2007-2012*<sup>96</sup> ni siquiera se hace mención del problema del comercio en la vía pública.

La única zona que ha sido contemplada continuamente para ordenar y detener el crecimiento del comercio en vía pública es el Centro Histórico.

En el 2000 la Asamblea Legislativa aprobó el *Programa Sectorial de Comercio*, que forma parte del *Programa Parcial de Desarrollo Urbano del Centro Histórico* del

---

<sup>95</sup> “Programa Nacional de Desarrollo del Distrito Federal 2000-2006”, publicado en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal* del 4 de diciembre de 2001, p. 18.

<sup>96</sup> Publicado en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal* el 8 de noviembre de 2007.

*Programa Delegacional de Desarrollo Urbano para la Delegación Cuauhtémoc*, que establecía la construcción de plazas comerciales y la habilitación de edificios como plazas comerciales, además de la “concesión” de espacios públicos a vendedores en vía pública. El objetivo fundamental de este Programa era la recuperación del patrimonio histórico y cultural del Centro Histórico de la Ciudad a partir de la reubicación de los comerciantes.

Después, en el 2003, se firmó el *Acuerdo mediante el cual se crea la Comisión de Reordenamiento y Regulación del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México*, que determina como facultad de la Dirección General de Programas Delegacionales y Reordenamiento de la Vía Pública de la Secretaría de Gobierno del Distrito Federal el “expedir y revocar las autorizaciones para el uso y aprovechamiento de la vía pública para ejercer el comercio en vía pública en el Centro Histórico del Distrito Federal”<sup>97</sup>. El objetivo era que a través del diálogo y la concertación entre los comerciantes y las autoridades se pudiera llegar a una solución pacífica y se lograra reubicar a estos, de manera que se recuperaran las zonas remodeladas “estratégicas” del Centro Histórico.

A mediados del 2007 se firmó el acuerdo entre los líderes de comerciantes del primer perímetro del Centro Histórico y las autoridades locales del Distrito Federal para que se reubicaran los vendedores a plazas comerciales.<sup>98</sup> Los dirigentes del ambulante y sus agremiados se comprometieron a desalojar las calles, no vender piratería, artículos de contrabando ni pornografía; así como realizar las inversiones para techar los predios de las que serían las nuevas plazas comerciales, instalar agua potable, luz, drenaje y servicios sanitarios. Y a su vez, el gobierno se comprometió a vigilar que no se instalaran nuevos vendedores en las calles liberadas y buscar para todos los comerciantes del Centro Histórico un espacio de reubicación antes de la declaratoria del retiro masivo, de preferencia en las mismas calles donde vendían. Para ese momento en la zona centro se calculaba que había más de 25 mil vendedores en vía pública.

---

<sup>97</sup> *Acuerdo mediante el cual se crea la Comisión de Reordenamiento y Regulación del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México*, 2003.

<sup>98</sup> *El Universal*, 7 de julio de 2007, consultado en la página web: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/85263.html>

En octubre de 2007 se logró finalmente que se liberaran las 87 calles y 192 manzanas que conforman el perímetro A del Centro Histórico y se retiraron alrededor de 15 mil vendedores ambulantes.<sup>99</sup> Hasta el momento, esta zona permanece prácticamente sin comercio en vía pública, sin embargo, sí se encuentran todavía los “toreros”, quienes evaden a la policía y se instalan cuando ésta no se da cuenta.

A diferencia de lo que se logró en el Centro Histórico, otras muchas zonas de la Ciudad permanecen invadidas por comerciantes en vía pública sin que se haya logrado establecer acuerdos y sin que tengan intenciones de reubicarse. Además, como se expuso al inicio de este capítulo, el comercio en vía pública, como la informalidad en general, es un fenómeno que tiene una tendencia hacia el alza.

Los programas y normas que tratan de regular el ejercicio del comercio en las vías públicas de la ciudad forman parte de lo que Emilio Duhau denomina orden reglamentario urbano en su artículo “Las megaciudades del siglo XXI”. Este concepto se refiere a “aquella parte de las normas jurídicas y, por consiguiente, del armazón del Estado de derecho -en gran medida correspondiente a la jurisdicción administrativa y judicial local-, orientada a regular no sólo la organización del espacio urbano, la cual cae normalmente en escena de la llamada planeación urbana, sino las características y el uso de los inmuebles privados, de los locales y equipamientos de uso público y de los espacios públicos”<sup>100</sup>.

Duhau expone en su artículo que “hacia cualquiera de las dimensiones del orden reglamentario urbano que dirijamos nuestra mirada, encontraremos que las regulaciones o bien presentan notables vacíos u operan como letra muerta al haber sido ampliamente desbordadas por las prácticas que las ignoran”<sup>101</sup>.

Nosotros coincidimos con Duhau en cuanto a que, en el caso de los comerciantes en vía pública, efectivamente se da esa situación en la que se ha rebasado

---

<sup>99</sup> *La Jornada*, 13 de octubre de 2007,

<http://www.jornada.unam.mx/2007/10/13/index.php?section=capital&article=031n2cap>

<sup>100</sup> Duhau, Emilio, “Las megaciudades del siglo XXI”, en Ramírez Kuri, Patricia (Coord.), *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*, p. 159.

<sup>101</sup> *Idem.*



completamente toda la normalidad vigente. Por ello, consideramos importante analizar en el siguiente capítulo cómo se han implementado los programas con los comerciantes que se encuentran en los alrededores del mercado 377 de Xochimilco.

Además, cabe rescatar aquí el hecho de que los actuales programas no tienen como propósito el terminar con el problema del comercio en vía pública sino que únicamente pretenden “regularlo” u “ordenarlo”. Esto es porque, como se menciona en el primer capítulo, la informalidad en general ha dejado de ser percibida como un “error”, o “problema” coyuntural, del sistema económico, y comienza a entenderse como uno estructural que no puede ni será resuelto a partir de un programa o una política. Por lo tanto, ahora los gobiernos parten de la idea de que el comercio en vía pública existirá siempre y que en realidad no hay nada que se pueda hacer.

## **6. Consideraciones finales**

En este capítulo contextualizamos el problema de investigación a partir del análisis de la informalidad, la historia del comercio en vía pública y los esfuerzos que se han realizado para regular esta actividad.

En la primera parte se observa la enorme dimensión que ha alcanzado el fenómeno de la informalidad en México, así como las características que tiene en la actualidad. De acuerdo a la información estadística que proporciona la Organización Internacional del Trabajo, en el sector no estructurado de la economía se emplea casi la mitad de la población ocupada latinoamericana.

En México, de acuerdo a la OIT, al año 2005 el 42.6% de los ocupados laboraban en actividades informales, y de acuerdo al INEGI, esta cifra era de 28.1%. Se hace hincapié en que el sector informal, pese a que los datos estadísticos que presentan la OIT y el INEGI no coinciden, se encuentra en un proceso de crecimiento, el cual se acentúa en tiempos de crisis económica.

Además, dentro de las actividades económicas que se desarrollan en la informalidad, resalta la importancia que tiene la ocupación en el sector del comercio,

pues el nivel de participación ahí es mucho más alto que en los otros (al año 2009, este rubro concentra al 32% de la ocupación en el sector).

Asimismo, se hace la distinción del comercio de acuerdo al lugar de trabajo, y destaca ahí el crecimiento del desempeño de esta actividad en las vías públicas, a través de las tres modalidades de comercio: ambulante, semi fijo y fijo.

Posteriormente se analiza la historia del comercio en vía pública en el siglo veinte; durante el cual experimentó su transformación más importante a partir de su prohibición y la creación de los mercados, espacios cerrados especialmente diseñados para el comercio.

Finalmente, se hizo una revisión de los reglamentos que se han generado para contener y regular el ejercicio de las actividades comerciales en los espacios públicos en el Distrito Federal, haciendo hincapié en cómo la realidad ha rebasado constantemente la construcción de marcos jurídicos que permitieran paliar los efectos negativos que trae consigo la ocupación de las vías públicas.

## Capítulo 3 – Comercio en vía pública en el mdo 377

### Introducción al estudio

Hasta ahora se ha presentado el marco teórico de la investigación, en el primer capítulo, y un análisis del contexto en el que se sitúa, en el segundo. Ahora bien, en este capítulo se aborda propiamente el estudio de caso.

Para cumplir con los objetivos que se plantearon en la introducción de la investigación, se decidió utilizar como herramienta las “entrevistas a profundidad”; pues, como se dijo en la introducción, consideramos que es el discurso donde se refleja el “conjunto de producciones significantes que operan como reguladoras de lo social”<sup>102</sup>, del plano de las representaciones simbólicas como constitutivas de toda la comunicación social, y por lo tanto a través de las cuales se refleja la sociedad.

Las entrevistas, resulta importante resaltar, son entendidas como un “encuentro hablado entre dos individuos que comporta interacciones tanto verbales como no verbales”<sup>103</sup>, como un diálogo *face to face*<sup>104</sup>, directo, que requiere de una cierta concentración e intensidad, entre dos personas no iguales, diferenciadas en tanto los roles que juegan, en la que “a aquel que se le asigna mayor responsabilidad en la conducción de la entrevista se le llama entrevistador, el otro entrevistado”<sup>105</sup>.

Es decir, se concibió al entrevistado como transmisor de información sobre un tema o situación en el que participa o del que es concededor. Se trataba de que ellos iban a “reproducir el discurso motivacional (conciente o inconciente) de una personalidad típica en una situación social bien determinada, con lo que el investigador se limitaría a leer en todas sus dimensiones y niveles, únicamente las

---

<sup>102</sup> Manzanos, Cesar, *Métodos y técnicas de investigación cualitativas en ciencias sociales*, p. 57.

<sup>103</sup> *Idem.*

<sup>104</sup> Un diálogo cara a cara.

<sup>105</sup> Manzanos, Cesar, *Métodos y técnicas de investigación cualitativas en ciencias sociales*, p. 57.

coordenadas motivacionales (psíquicas, culturales, clasistas), más que sus características individuales”<sup>106</sup>.

Para esta investigación, como mencionamos en la introducción, realizamos 35 entrevistas en total: 16 entrevistas a comerciantes en vía pública; de los cuales 3 fueron a líderes de los comerciantes, 10 entrevistas a locatarios del mercado, 3 a los dueños de establecimientos que rodean al mercado, 2 a policías de seguridad pública que trabajan en esa zona y 4 a funcionarios y ex funcionarios de la delegación de Xochimilco que trabajan directamente en las áreas que tienen que ver con la regulación del comercio en vía pública.

En este capítulo se hace entonces el primer acercamiento al caso del mercado, situando al mismo dentro del contexto un poco más amplio de la delegación y la ciudad. Se hace, también, una reflexión sobre el centro de Xochimilco, donde se encuentra el mercado, y se realiza una primera descripción de la situación que se observa.

Posteriormente, se empieza a rescatar la información de las entrevistas realizadas a los principales actores sociales involucrados en la problemática, para empezar a analizar los principales aspectos que marcan su discurso. Ahí, se abordan el tipo de relaciones sociales que se originan entre los actores involucrados, los mecanismos por los cuales se regula el comercio y las problemáticas que el ejercicio de esta actividad representa.

Se recupera desde su discurso las causas por las cuales los comerciantes se incorporaron a dicha actividad y por qué han permanecido ejerciéndola. Además, se hace hincapié en cómo las autoridades han tratado de regular el ejercicio de esta actividad y cómo ha funcionado y aplicado la normatividad.

Finalmente se analiza, de acuerdo a las palabras y categorías analíticas de los propios entrevistados, cómo es funciona su actividad productiva y cómo es que está organizada.

---

<sup>106</sup> *Ibid.*, p. 59.

## 1. La ciudad y el comercio en vía pública en Xochimilco

Nos parece relevante abordar el tema de la ciudad ya que nos permite identificar algunos elementos que explican las causas del mantenimiento y, sobretudo, del crecimiento del comercio en la vía pública.

Consideramos que la ciudad y lo que en ella acontece es resultado de procesos políticos, económicos, culturales y sociales generados por prácticas sociales de convivencia que los distintos grupos sociales han ido estableciendo.

Como dice Lefevbre, “nada existe en la ciudad sin intercambios, sin aproximación, sin proximidad. Por el contrario, la distancia deteriora la relación social”. Así pues, necesitamos el concepto de lo urbano, para entender que “en la ciudad se expresa la sociedad en su conjunto, tanto las relaciones de producción que constituyen la base económica, como la superestructura; la ciudad proyecta sobre el terreno a la totalidad social; en economía, pero también es cultura, instituciones, ética, valores, etc.”<sup>107</sup>

En el caso de nuestro país, el aceleramiento urbano que se dio a partir de mediados del siglo transformó no sólo el espacio, sino a la sociedad. El desarrollo económico hizo que México cambiara de ser una nación rural a otra fundamentalmente urbana, y esto trajo consecuencias drásticas.

En México se han considerado a los años de 1940 a 1980 como un periodo llamado “milagro económico mexicano” caracterizado por un crecimiento nunca antes visto de la economía, junto con un aumento acelerado de la producción y un proceso de industrialización. Para la primera década de 1950 de este periodo, se generó un rápido incremento económico, hubo grandes modernizaciones a nivel agrícola y aumentó el número de trabajadores en la industria. Durante ese tiempo, la ciudad y su desarrollo económico sufrió de afluentes migratorios y por tanto, de expansión territorial, es decir la dinámica demográfica se elevó y se constituyó básicamente como urbana.

---

<sup>107</sup> Terrones López, María Eugenia (Coordinadora), *A la Orilla del Agua. Política, urbanización y medio ambiente. Historia de Xochimilco en el siglo XX*, p. 252

En 1970 el crecimiento económico se vio debilitado, lo cual significó que la ciudad para la siguiente década asumiera nuevos cambios de tipo económicos y sociales con problemas ligados al espacio. “En 1970 [la ciudad] absorbía 48.6% de la producción industrial del país, que constituyó su máxima participación del siglo”<sup>108</sup>. Las dos décadas siguientes se caracterizaron por una crisis económica en la disminución de la industria y por una desaceleración metropolitana y redistribución territorial, surgieron problemas de desempleo, subocupación y disminución del ingreso. El país sufría un lento proceso de descapitalización del sector rural provocando que un gran porcentaje de la población se trasladara a los centros urbanos. Sin embargo, frente a la reforma económica del Estado, el crecimiento poblacional y la crisis ocupacional, fue insuficiente para la ciudad de México incluir a todos los trabajadores que deseaban insertarse en los empleos protegidos. De tal modo, ante el excedente de mano de obra, se buscó como un espacio alternativo el empleo informal.

Consideramos entonces que la proliferación masiva del comercio en la vía pública en las últimas décadas responde a una serie de procesos que se han dado a nivel global y consecuentemente a nivel nacional, que mencionamos en el Capítulo I. Así pues, tenemos claro que las transformaciones que ha sufrido particularmente Xochimilco en su cotidianeidad están profundamente relacionadas a los procesos de incorporación a la dinámica de la Ciudad de México y el gran crecimiento que ésta ha tenido, especialmente durante el siglo pasado.

Pensamos que el Xochimilco contemporáneo no puede entenderse sin ser integrado no sólo a la explicación urbana del área metropolitana, sino que debe comprenderse primordialmente en el reconocimiento de la función que desempeñó como dador de insumos, como proveedor de la ciudad, lo cual ayudó a incentivar el crecimiento en la urbe y con él, su adelanto en la industria en el siglo XX.

Se sabe que Xochimilco comienza a tomar auge en la comercialización, pues su participación en las actividades productivas por parte de su mayoritaria población

---

<sup>108</sup> *Ibid.*, p.11.

indígena que se intentaba integrar a las nuevas formas coloniales, fueron de mucha importancia sobre todo para el desarrollo económico de su población.

En el libro *Xochimilco Ayer* se hace referencia a distintos documentos de los siglos XVI y XVII, en los que se informa sobre las actividades comerciales de los xochimilcas que tenían lugar en tianguis y mercados populares dentro del mismo territorio, y de los arreglos comerciales que tenían con pobladores de otras regiones pues a través de los canales podían acceder con facilidad al centro de la ciudad para intercambiar sus productos.

“Durante los siglos XVII y XVIII, la ciudad española encuentra su centro de desarrollo comercial que se mezclan con la tradición indígena que había conservado sus tianguis en los distintos barrios. De esta mezcla surgen las plazas-mercado frente a algunos templos parroquiales con espacios de recepción de artículos como el frente de la casa del diezmo en la continuación del canal que venía de Xochimilco, pasando por Mexicalzingo, Tetepilco, San Juanico, Santa Anita y Jamaica, entrando por la Garita de la Viga. Este canal formó la acequia real, que proseguía al poniente de la calle de Roldán, que es donde se hizo el mercado frente a la casa del diezmo”<sup>109</sup>

Xochimilco desarrolló rápidamente el intercambio como parte importante de sus actividades económicas. “La comercialización de mercancías dentro de Xochimilco no se realizaba sólo en los días de tianguis o plaza, sino que existían [tiendas de menudencias] donde algunos naturales vendían productos...”.<sup>110</sup> Además las características físicas de su tierra y las habilidades artesanales de su gente, hicieron que el comercio se expandiera, ya que la ubicación de esta cuenca del sur de la ciudad de México se conectaba con otros cuatro lagos más (Zumpango, Xlatocan, Texcoco y Chalco), lo cual permitía que los productos fueran móviles, y les ofrecía la posibilidad de comercializar de un poblado a otro.

“El atractivo natural de esta región ha sido asociado a la fertilidad y a la abundancia de agua que posibilitaron la existencia de un lago, la formación de canales y la construcción de chinampas donde se desarrolló una agricultura altamente productiva. Los cultivos de la región sur del valle de México sirvieron durante siglos,

---

<sup>109</sup> Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, *La arquitectura del comercio en la Ciudad de México*, p. 54.

<sup>110</sup> Pérez Cevallos, Juan Manuel, *Xochimilco Ayer II*, p. 33.

sirven hasta la fecha, para el autoconsumo de las familias campesinas xochimilcas y para nutrir con alimentos frescos los mercados de la Ciudad de México”.<sup>111</sup>

Xochimilco fue y es hasta ahora una zona de gran importancia para el centro del país, y en particular para el Valle de México, pues, dadas sus condiciones físicas favorables lo convierte en un punto estratégico para el desarrollo de esta región.

Además esta delegación se distingue de otras por contar con zonas rurales, que con el paso del tiempo tienden a urbanizarse. Esto significa que, históricamente, se han ido mezclando hábitos, costumbres y tradiciones tanto rurales como urbanas. Algunos habitantes de esta delegación continúan ejerciendo actividades agrícolas; son pequeños productores, cada vez menos, que realizan sus ventas entre la propia comunidad. Sin embargo durante los años y ante el escaso apoyo para fomentar la producción agrícola, los xochimilcas se han visto en la necesidad de buscar alternativas laborales.

Sin embargo, como dice Ma. Eugenia Terrones, “ni el desarrollo de la urbanización en el Distrito Federal ni la estructura económica del país favorecen la permanencia de las actividades agrícolas en Xochimilco. Las familias de agricultores simplemente han tenido que dedicarse a otra cosa, ya sea porque la agricultura no deja suficiente margen de ganancia, porque no cuentan con suficientes apoyos o porque encuentran mejores expectativas en otras actividades, particularmente en el área de servicios que, en Xochimilco, siguiendo una tendencia nacional, ha crecido rápidamente en los últimos años”.<sup>112</sup>

Actualmente la delegación de Xochimilco cuenta con una reserva ecológica y suelo de uso rural. Política y socialmente Xochimilco está conformado por catorce pueblos y dieciocho barrios, a los que se suman la creación de nuevas colonias. A pesar del deterioro que ha tenido la agricultura en la Ciudad de México, Xochimilco sigue produciendo hortalizas y flores que son elaborados en sus chinampas y en sus ejidos circundantes.

---

<sup>111</sup> Terrones López, María Eugenia (Coordinadora), *A la Orilla del Agua. Política, urbanización y medio ambiente. Historia de Xochimilco en el siglo XX*, p. 97.

<sup>112</sup> *Ibid.*, p.121.



Creemos que es necesario aquí hacer hincapié en el concepto de espacio, pues es fundamental para nuestra investigación en tanto que sustenta las relaciones sociales a las que nos referimos, además del sentido de sus conductas y/o comportamientos.

Los seres humanos tenemos la capacidad de transformar el espacio, la capacidad de apropiarnos de él, utilizarlo y aprovecharlo para satisfacer nuestras necesidades, explotando sus recursos. El espacio social es aquel que resulta de esa “actuación del hombre sobre el medio físico, modificado según sus intereses; es por tanto un espacio producido”<sup>113</sup>.

El proceso de producción del espacio social es un proceso de territorialización en tanto que es a través de esa acción humana, del ejercicio de su dominio, de la modificación a su conveniencia del espacio geográfico, que se le da forma a un territorio.

Retomando a Gilberto Giménez habría que agregar que el territorio tiene dos formas o sentidos. La primera es de carácter instrumental-funcional en tanto que “se enfatiza la relación utilitaria con el espacio (por ejemplo, en términos de explotación económica o de ventajas geopolíticas); mientras que la segunda destaca el papel del territorio como espacio de sedimentación simbólico- cultural, como objeto de inversiones estético-afectivas o como soporte de identidades individuales o colectivas”<sup>114</sup>.

Ahora bien, resulta indispensable esclarecer la concepción que se otorga al centro de Xochimilco de “espacio social”, de espacio construido socialmente que tiene significados y sentidos.

---

<sup>113</sup> Sánchez, Joan – Eugeni, “La articulación del espacio”, p. 5.

<sup>114</sup> Giménez Gilberto, *Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural*, p. 23.

## 2. Mercado 377 de Xochimilco

En el centro de la delegación de Xochimilco se constituye la vida de sus habitantes, ya que en él se aglutinan la mayoría de las actividades comerciales, religiosas y culturales. Ahí se encuentra la parroquia principal de San Bernardino de Sierra, la plaza cívica, el jardín más importante, construcciones antiguas, ahí también se concentran los edificios de gobierno, etc. Es decir, es el lugar donde se agrupan los recursos, se concentran las actividades económicas; es un centro de reunión de los pobladores para el desarrollo de múltiples actividades, comerciales, recreativas, culturales, políticas, etc.

Además, el centro de Xochimilco cuenta con “los mercados más grandes de la delegación, que comercializan toda clase de productos agropecuarios, plantas, flores y alimentos y en él se encuentran paraderos y rutas de transporte que comunican a esta demarcación con las delegaciones circunvecinas.”<sup>115</sup>.

Hoy en día uno de los factores que caracteriza al centro de la delegación es el comercio tanto en las plazas principales como en las aceras que circundan los mercados y en las vías de tránsito, evidenciando así que el comercio sigue siendo una de las actividades más importantes de la zona, tanto para los xochimilcas como para la gente que no pertenece a esta delegación, pero que encuentra ahí un sustento de vida.

El mercado 377, que es donde se enfoca nuestra investigación, se encuentra en el centro de esta delegación, y a sus alrededores se presenta una situación crítica de crecimiento desproporcionado de comercio en vía pública.

A continuación presentamos una fotografía satelital (tomada del programa G-Earth) del centro de Xochimilco y del mercado 377, en donde se puede observar claramente como todas las calles que lo rodean están ocupadas con toldos y lonas de colores, que cubren los puestos de comerciantes en vía pública.

---

<sup>115</sup> Garzón Lozano, Luis Eduardo, *Xochimilco Hoy*, p. 37.



Actualmente en las calles Morelos, Francisco I. Madero y 16 de septiembre, que circundan el mercado, se han instalado comerciantes en vía pública con puestos semi-fijos en las aceras y en parte del arroyo vehicular; mientras que la avenida Nezahualcoyotl, como se observa en la fotografía, se encuentra totalmente ocupada por puestos fijos o permanentes que no se quitan ni siquiera en las noches impidiendo el tránsito de automóviles y peatones.

El mercado 377 evidentemente es un espacio que cumple ciertas funciones, en donde se da un intercambio comercial, que tiene motivos económicos para existir, pero también, hay una identidad que se ha conformado a su alrededor, hay relaciones sociales que lo significan, tiene una historia y una dinámica propia.

Parfraseando al arquitecto Carlos Quintana: “Todos sabemos que el comercio, sus manifestaciones y sus espacios, abarcan mucho más que el simple intercambio de bienes y servicios; se trata también de un órgano vital de la nación que refleja la idiosincrasia, los usos, costumbres, sensibilidad, cultura, arquitectura, imagen, pulso de todo lo nuestro.”<sup>116</sup>

El vendedor de la calle, que hace de la vía pública un espacio propio de subsistencia, se ha convertido en un fenómeno particular de las urbes, y es el reflejo de los problemas estructurales del sistema económico y de la actual crisis global. Pero también es un modo de vida, de convivencia, de adaptación e identificación ideológica, cultural, etc., de un determinado espacio social que adquiere un valor simbólico y que se va construyendo en la cotidianidad ya sea en las prácticas sociales, los modos de comportamiento, todos los usos y costumbres y el tipo de organizaciones que se dan a partir de la producción y reproducción de sus formas simbólicas inmersas en una serie de valores y significados compartidos.

Se considera, por lo tanto, que es de vital importancia rescatar la cuestión histórica de la creación y la evolución que ha tenido el mercado 377 para tener una comprensión más profunda de la situación de los comerciantes que ahí se encuentran y entender las causas de inserción y la permanencia en esta actividad.

### **3. Historia del comercio en vía pública en el mercado 377**

Uno de los objetivos de nuestra investigación fue estudiar cómo surge el comercio en la vía pública alrededor del mercado 377 y analizar la historia del mercado. Para ello, se hizo uso de material bibliográfico y se rescató de las entrevistas el discurso de los entrevistados que tenía que ver particularmente con cómo establecían la relación entre la historia del mercado o bien, su historia personal, con la actividad que desempeñan. Es decir, los sucesos y procesos históricos que, en sus propias palabras, a la luz de una entrevista, les resultan más significativos, son analizados aquí a partir de las asociaciones y relaciones entre conceptos que ellos mismos

---

<sup>116</sup> Lezama, José Luis, *Teoría Social, espacio y ciudad*, p. 17.

establecen, con la finalidad de retratar la historia de acuerdo a como es percibida también por estos actores sociales.

Cuando se realizaron las entrevistas, se preguntó a los comerciantes sobre su historia personal y sus inicios en la actividad. Resulta relevante mencionar aquí que casi todos los vendedores hicieron referencia, en uno u otro momento, a la creación de los mercados en la Ciudad de México que se analizó en el Capítulo II, como contexto para hablar de su situación actual. Es decir, ellos se refieren constantemente al proceso mediante el cual se decidió que se desalojaría a los comerciantes de las vías públicas para reubicarlos en los nuevos mercados. Proceso del cual, como se ha dicho anteriormente, muchos fueron excluidos; es decir, muchos comerciantes quedaron fuera del programa de reubicación, sin espacio dentro de los nuevos mercados y frente a la prohibición de vender en las calles.

Vemos así como en las entrevistas hace su aparición en el discurso de los vendedores el concepto dual “dentro-fuera”, como consecuencia de la situación antagónica que se originó a partir de la reubicación entre los vendedores que se encuentran dentro del mercado, a quienes se les asignó un espacio para llevar a cabo su actividad de manera autorizada y, sobretodo, “legal”; y los vendedores a los que no se les otorgó un lugar en el mercado y permanecieron ejerciéndola al margen de la ley. Los entrevistados que nos refirieron a este proceso hacen una clara diferencia entre los dos momentos, y resulta claro cómo a partir de las medidas de regulación del comercio en vía pública se establece de pronto una diferencia que atraviesa todas las relaciones sociales, de convivencia y de subsistencia, entre los actores sociales involucrados.

Esa división entre estar dentro del mercado y fuera de él sigue permeando el discurso de todos los actores sociales; pues se siguen refiriendo unos a otros como “los de adentro” o “los de afuera” y usan expresiones como “se salieron” o “se metieron”.

Es claro, entre los comerciantes que entrevistamos, que aquellos que llevan más tiempo en la zona conocen mejor la historia del mercado y les importa más, por lo

que hacen más referencia a ella. Juan Álvarez, por ejemplo, el líder de una de las organizaciones de comerciantes, comentó en una entrevista que él había trabajado ahí desde niño, y que el vivió toda esa época, por lo que recordaba claramente la construcción de los mercados:

“Todos los mercados públicos tienen sus años[...] aproximadamente lleva 43 años de vida cada mercado porque fue desde la época del regente Uruchurtu que construyó 312 mercados en la ciudad de México y hasta ahorita no ha habido un nuevo mercado”.<sup>117</sup>

Efectivamente, el mercado 377 fue construido como parte del proyecto del regente Uruchurtu en los años cincuentas que, como se analizó en el capítulo anterior, tenía el objetivo de reubicar ahí a los comerciantes en vía pública que habían usado tradicionalmente esa zona para la venta de sus productos.

El mercado, antes de ello, existía bajo una forma muy diferente de la que ahora se conoce; pues era un tianguis en la vía pública. Silvia García, locataria del mercado, reflexiona en ese sentido y agrega:

“Pues el mercado primero empezó siendo de laminita siendo un mercado improvisado, pequeño, porque el que existía ya era el otro mercado grande, que supuestamente este mercado era para productores, para gente que trabajaba el campo, para gente que vendía antojitos, atole, tamales, pero a medida que fue pasando el tiempo se fue haciendo un mercado idéntico al otro, ahora ya hay legumbres, verduras, frutas, ropa, atole, tamales, antojitos, ha ido creciendo este mercado pero en principio se formó solamente para las gentes de aquí, para los productores, por eso se llamaba el tianguis porque era un tianguis donde se ponían los productos de la gente de aquí de Xochimilco.”<sup>118</sup>

Cuando el proyecto de construcción de mercados se inició, se logró vaciar las calles y plazas principales del centro de Xochimilco de comerciantes. Bajo la idea de “sortear los locales” del nuevo mercado se organizó a la mayoría de los comerciantes que llevaban años vendiendo en la vía pública. Tal fue el caso de casi todos los locatarios que se entrevistaron. Por ejemplo, la locataria Juana Castillo, comentó:

---

<sup>117</sup> Entrevista 3, Juan Álvarez

<sup>118</sup> Entrevista 4, Silvia García

“¿Entonces cuántos años tiene el mercado?

Le digo que cincuenta, porque cuando yo vendía allá afuera, no lo cuento, le digo que vendíamos ahí en el Jardín Morelos, o no sé cómo se llame el de allá. Hasta allá vendíamos, allá nos tocaban los aguaceros. Venía yo a ayudar a mi suegra y le ayudaba yo a vender, y ya *cuando se inauguró el mercado, y fue cuando ya nos pasamos para acá porque se sortearon los puestos y a mi suegra le tocó*<sup>119</sup>.

El mercado, entonces, fue para aquellos acostumbrados a vender sus productos en la calle, un espacio de transformación cultural, ya que los cambios del modelo nacional urbano mermaron los mecanismos tradicionales de los comerciantes xochimilcas, estableciendo así una nueva dinámica para desarrollar su actividad y generando nuevas formas de relaciones sociales.

Asimismo se vio reforzada la identificación entre los propios originarios del lugar y de quienes continuaban produciendo, pues después de tantas modificaciones a su estilo de vida, compartir su origen y sentirse identificado resultaba importante.

En las entrevistas los comerciantes hacen referencia al momento en el que se desalojó a los vendedores para impulsar el proyecto de reubicación a los nuevos mercados como una etapa represiva, es decir, desde su perspectiva, consideran que las autoridades, para lograr sus fines, tomaron medidas violentas y autoritarias, y que los comerciantes fueron agredidos.

Cuando platicamos sobre la construcción del mercado con la locataria Silvia García, resaltó el uso de violencia durante esa época y su trascendencia.

“En la época en la que estuvo el señor licenciado Uruchurtu y el licenciado Peña Manterola, Xochimilco fue bello porque no dejaban poner a ningún ambulante afuera y si los había los combatían, y (...) entonces iban a las juntas para que los dejaran poner y él los maltrataba mucho; les decía cochinos, bola de mugrosos, desarrapados, báñense, entonces fue cuando se les construyó ese mercado”<sup>120</sup>

---

<sup>119</sup> Entrevista 13, Juana Castillo

<sup>120</sup> Entrevista 4, Silvia García

Es significativo que la señora Silvia describa como “bello” cuando las autoridades procuraban que las calles estuvieran libres de comerciantes, aunque, en sus propias palabras, se les “maltrataba mucho”. Evidentemente hay que considerar su posición de locataria y los problemas que le supone la competencia con el comercio en vía pública que se coloca afuera del mercado, lo cual exponemos posteriormente.

Ahora bien, por los testimonios de los ahora locatarios sabemos que no todos los comerciantes fueron incorporados al proyecto del mercado, lo que significó que muchos permanecieran en las afueras, como se comentó anteriormente. Sin embargo, no fue sino hasta hace relativamente poco tiempo, que el comercio en vía pública comenzó a crecer y apropiarse del espacio que circunda al mercado de manera tan notoria.

Los vecinos del mercado y personas que trabajan en establecimientos formales alrededor reportaron en las entrevistas que el comercio comenzó a crecer desmesuradamente desde hace aproximadamente catorce años, época en que la crisis económica en el país se agudizó de formas poco antes vistas. Es decir, calculamos que fue a raíz de la crisis económica de 1994 – 1995 que comenzaron a llegar nuevos comerciantes para ocupar las calles en esta zona. Hasta entonces los comerciantes que había ahí eran pocos y no estaban bien organizados.

Poco a poco los alrededores del mercado comenzaron a ser ocupados por comerciantes que no eran ya xochimilcas sino de otras delegaciones, principalmente de Milpa Alta, y que no eran productores, sino que, en general, adquirían los productos a partir de intermediarios en la Central de Abastos.

Incluso, creció tanto el comercio en la vía pública que muchos locatarios trasladaron su negocio hacia afuera y abandonaron su local, o bien lo usan a manera de bodega para sus productos o deciden rentarlo. Incluso, sabemos que algunos ya han vendido su local, o lo han heredado a sus hijos, de manera que una sola familia tiene dos puestos, uno dentro del mercado y uno en la vía pública. Así lo explicó el ex director de gobierno de Xochimilco, Uriel Jiménez:



“ LJ.- Cuando surge el comercio en la calle, los locatarios al ver que tienen la oportunidad de salirse luego ya no se quieren regresar porque sienten que los ambulantes, los que si son ambulantes, los que están de vendedores informales que no tienen un local, pues ahí permanecen ¿no?, y es que lo que pasa es que aquí afuera vendo más que ahí adentro, ¿no?, y me cuesta menos, ¿no?, entonces... pero además ya ganaron doble ¿no?, porque su local o lo vendieron o se lo traspasaron a sus hijos, a algún familiar (...) o hacen las dos cosas, efectivamente, un familiar vende adentro mientras los otros venden afuera”<sup>121</sup>

Es decir, se creó un fenómeno de expulsión de los locatarios hacia los puntos de venta exteriores del mercado, que se calcula que inició alrededor de los años 2004 - 2005<sup>122</sup>.

El comercio en vía pública ha crecido desproporcionadamente en esta zona hasta construir esa especie de “cerco” de comerciantes que se puede observar hoy en día alrededor del mercado.

#### **4. Comerciantes en vía pública del mercado 377**

Después de analizar las entrevistas realizadas a diferentes comerciantes de vía pública del mercado 377, se quería llegar a entender ¿quién es el comerciante en vía pública? y con ello comprender de qué manera funciona dicho comercio en la cotidianidad, especialmente entender el sentido que le otorgan al trabajo que desempeñan. Sin embargo, es importante señalar que no hay un claro modelo de comerciante de vía pública. Lo que el cúmulo de las entrevistas reflejó fue un universo sumamente heterogéneo de hombres y mujeres de diferentes edades y orígenes, que habían llegado ahí por diferentes motivos y tenían diferentes expectativas de vida. Hay, sin embargo, una situación que los caracteriza a todos y que, por lo tanto, es necesario comprender. Así pues, en este apartado se describe

---

<sup>121</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León

<sup>122</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

de manera breve cómo es que los comerciantes desempeñan su actividad en la vía pública.

Conviene empezar diciendo que la mayoría de los vendedores cumplen con una jornada laboral sumamente ardua y en condiciones realmente inadecuadas. En general, los comerciantes llegan a vender en la mañana y se van en las tardes o hasta en las noches con horarios del tipo de las 8:00 de la mañana hasta las 6:00 u 8:00 de la noche. Además, por lo regular, trabajan todos los días. Sólo algunos cuantos toman uno o dos días de descanso, pero quienes lo hacen es debido a que sus ingresos son mayores, porque tienen más clientes y mayor venta, o porque tienen otras obligaciones como el trabajar en otros sitios, realizar labores familiares, por cuestiones de salud, etc. Los comerciantes trabajan todo el año; es decir, no tienen vacaciones. Así lo decía Elsa Morales, comerciante de la calle Madero:

“Trabajamos de ocho a ocho sí, y de lunes a domingo los 365 días del año”<sup>123</sup>

Por otro lado, debido a que la mayoría de los comerciantes no tiene el puesto fijo (con excepción de aquellos que están en la calle Nezahualcoyotl), sino semi fijo, la jornada laboral empieza con el establecimiento del puesto. Esto significa cargar las mercancías desde sus casas o desde las bodegas, pues algunos pagan por almacenar las mismas en las cercanías. Los comerciantes desayunan y comen en los puestos; algunos sacan lo de la comida de ese día de la propia venta y en otros casos, para no gastar en pagar las comidas, llevan algo ya preparado.

Es importante mencionar que el comercio en vía pública es una actividad casi siempre familiar. Lo más común es encontrarse con que a los vendedores les ayudan sus propios familiares; esposos, hijos, sobrinos, primos. Y si bien hay algunos que les pagan a empleados para que les ayuden en la venta, en general son ellos mismos los que atienden sus propios puestos. Los que tienen empleados ayudan en labores como atender a la clientela cuando ellos se tienen que ir, ya sea para comprar más mercancía o por razones personales.

---

<sup>123</sup> Entrevista 14, Elsa Morales

Uno de los más grandes problemas a los que se enfrentan los comerciantes en vía pública es el hecho mismo de realizar su actividad en espacios abiertos, a merced del clima. Algunos de ellos se resguardan de manera rustica con la instalación de sus puestos (lonas, mantas) pero otros sólo cuentan con una tabla o carretas para mostrar sus mercancías y un banco.

El trabajo al aire libre hace que sus ventas sean impredecibles ya que están atentos al clima (sea sol, lluvia, viento, templado, húmedo), y en cualquier caso este termina violentando al trabajador.

“Como todo se batalla, hay que soportar pues todo, el calor, el aire, el frío, la lluvia, todo, todo aquí...”<sup>124</sup>

En su gran mayoría, los puestos de los vendedores ambulantes representan su única fuente de ingresos, gracias a la cual ellos alegan mantener a sus familias. Cuando se les preguntaba sobre la cantidad de dinero que cotidianamente percibían, no daban respuestas concretas, sólo contestaban cifras aproximadas. Ellos explican la fluctuación de sus ganancias a partir de la clientela, así como de la época del año y de los días de la semana. Y se puede ver en los siguientes comentarios de Elsa Morales y Miriam:

“Pues es *muy variable*, como todo, hay días buenos, días malos, puede estar bajo durante toda la semana, un día puedes levantar lo de la semana, es *muy variable*, es *muy variable*”<sup>125</sup>

“*Varía*, hay veces que gano bien, hay veces que gano menos, así... pero un promedio semanal pues no, no, *varía*”<sup>126</sup>

Cabe señalar que los empleados de los vendedores ambulantes, los que les ayudan en los puestos, sí tienen sueldos fijos, aunque no tienen ni vacaciones ni ninguna clase de prestación. Son, ellos también, comerciantes informales.

---

<sup>124</sup> Entrevista 14, Elsa Morales

<sup>125</sup> Entrevista 14, Elsa Morales

<sup>126</sup> Entrevista 19, Miriam

El punto más importante, entonces, el que marca la vida de los comerciantes de vía pública, es la incertidumbre. Las condiciones en las que se tiene que trabajar, las horas, el ingreso, el hecho mismo de montar el puesto y que no llegue los inspectores de vía pública a retirarlos, todo está estipulado a partir de la duda, la constante posibilidad de que eso ya no sea posible un día.

Su status de “informales” significa para los comerciantes en vía pública un alto grado de incertidumbre: se trata de una situación de vulnerabilidad. El comerciante vive al filo, se arriesga cada vez que sale a vender a las calles y desconoce su futuro; no cuentan con un servicio médico y el ingreso que genera su trabajo es completamente fluctuante.

Herbert López, por ejemplo, da cuenta de este hecho al contarnos sobre lo que implica vender en la informalidad:

“HL.- Pues lo que pasa es que lo único que me pasa es que *se me cierran muchas puertas*, por lo mismo de que no tienes comprobante de ingresos, eso es lo que me ha afectado al comprar en Elektra o un aval”<sup>127</sup>

Esto significa que la exclusión que representa el trabajar en el comercio en vía pública se traslada a otras esferas, no nada más se queda en la cuestión de la exclusión del mercado laboral sino que significa, por ejemplo, la exclusión del sistema de seguridad social, es decir, no tener acceso a instituciones de salud, además de no contar con ingresos “regulares”, lo cual se traduce en impedimentos para pedir créditos o préstamos bancarios.

También, el ejercicio de esta actividad los excluye de otro ámbito, el de la inserción a un empleo “formal”, pues cuando ellos pretenden insertarse en otro tipo de empleo no logran cumplir con los requisitos necesarios, como años de experiencia laboral pues no tienen ningún documento que valide su permanencia en un trabajo, una carta de recomendación etc.

---

<sup>127</sup> Entrevista 15, Herbert López

En este sentido, consideramos que los comerciantes en vía pública están insertos en una especie de “circulo vicioso” de reproducción de exclusión; en el que una vez que se ha entrado es sumamente complicado salir.

## 5. Origen y mantenimiento del comercio en vía pública

Entre los objetivos de esta investigación se contempló estudiar las causas que orillaron a las personas a dedicarse al comercio en vía pública. Así pues, en las entrevistas realizadas se les preguntaba a los comerciantes sobre su historia y antecedentes. Sin embargo, como en otros muchos aspectos, lo que se encontró fue una heterogeneidad de respuestas que daba cuenta de una realidad mucho más compleja de lo que se esperaba.

La causa principal por la cual dijeron que se dedican a vender en la informalidad hace referencia, en general, a razones de necesidad, a tener una única opción, como confiesa Domitila Mendoza: “tuve la necesidad de vender”<sup>128</sup>.

La necesidad los obliga a buscar una fuente de ingresos, pues les es imprescindible de una u otra forma encontrar una manera de subsistir. Es decir que han encontrado en el comercio informal un medio para obtener ingresos ante una situación en la cual se habían cerrado ya todas las demás opciones. Enrique Marín cuenta, por ejemplo, su historia:

“Lo que pasa es que *es la necesidad, que de repente te obliga*, has de cuenta como yo no termine la carrera estaba estudiando para licenciado en Derecho igual en la UNAM pues ya no hay modo de subsistir, pero cuando te casas tienes que buscar para tu familia y entonces te tienes que arriesgar a veces a salirte en un cachito”<sup>129</sup>

Rosa Jacinto, líder de comerciantes de vía pública, llegó a trabajar a las calles porque no podía conseguir un trabajo en el cual le pagaran lo suficiente. Este es el caso de muchos otros, que ante la pauperización del empleo que se ha dado en el país en las últimas décadas no tienen la posibilidad real de hacer otra cosa:

---

<sup>128</sup> Entrevista 23, Domitila Mendoza

<sup>129</sup> Entrevista 6, Enrique Marín

“Mi madre no tenía lo necesario y posteriormente me embarazo muy chica y la verdad no nos alcanzaba, entonces entro a trabajar y me acuerdo que nos daban muy poquito, empecé a trabajar en una pollería como ayudante en general y la verdad a la semana me pagaban \$35 pesos, que era muy baratísimo, y me explotaban de 7 a 8 de la noche, entonces es como yo decido iniciar mis trabajos por mis propios medio, porque a veces no me alcanzaba ni para la leche de mi hija, y empecé a trabajar 20 años de lleno en frutas y legumbres”<sup>130</sup>

Hay, sin embargo, otros comerciantes que se insertaron en la actividad a partir de una tradición o herencia, pues sus padres, abuelos o familiares se dedicaban a su vez a lo mismo. En Xochimilco, como se ha mencionado antes, la venta en la vía pública es una actividad antigua que era ejercía por productores y nativos.

Para muchos de los vendedores el comercio en vía pública representa ya parte de su cultura, de su estilo de vida, ya que sus familiares se dedicaban a ello y fueron trasmitiéndolo de generación en generación, lo que significa que incluso los propios puestos fueron heredados de los propios padres. Herbert López y Jesús, ambulantes del mercado 377, son personas que se encuentran en estas circunstancias:

“Mi papá me dijo, ¿qué onda? ¿Por qué no pones un puesto? porque él tenía, uno, dos, tres, tenía tres puestos.”<sup>131</sup>

“Aquí en el mercado desde chamaco, aquí hemos estado toda la vida. Mis padres son comerciantes, mis tíos, todos.”<sup>132</sup>

Existe también el caso de locatarios que decidieron por propia voluntad integrarse el comercio en vía pública. Entre estos locatarios están quienes se establecieron desde la construcción en del mercado pero que con el paso de los años se fueron dando cuenta de lo poco rentable y de la baja clientela que había en el mercado y por lo tanto decidieron abandonar por completo el local que tenían y salirse a la calle. Y además, hay casos de locatarios que decidieron conservar su local dentro

---

<sup>130</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto

<sup>131</sup> Entrevista 15, Herbert López

<sup>132</sup> Entrevista 25, Jesús

del mercado como bodega y colocar un puesto en la vía pública, en donde venden su mercancía como recién mencionamos.

Jesús, locatario del mercado, explica este fenómeno a partir de la mala venta que hay adentro en comparación con la de afuera:

“Yo creo que la gente necesitaba dinero y como aquí ya no entraba gente pues empezaron a salir y dejaron sus puestos ya no les ponían atención y los vendieron”<sup>133</sup>

Enrique Vázquez Trujillo, veterinario vecino del mercado, hace responsables a los comerciantes de vía pública de esa situación:

“Ya no les convenía a ellos estar adentro porque todos los de afuera les quitaban la clientela”

Por otro lado, creemos que el comercio en vía pública, al ser un universo tan heterogéneo, no puede ser comprendido a partir de generalizaciones burdas. Es importante, por lo tanto, que se reconozca la diversidad de panoramas que encontramos coexisten entorno a desempeñar una actividad económica en la vía pública. Durante las entrevistas pudimos ver que aunque hay algunas circunstancias que coinciden entre la mayoría de los comerciantes, existen diversas causas por la que se han insertado al comercio en vía pública, y diferentes razones que hacen que continúen comerciando en la vía pública, mismas que devienen hemos clasificado en cuatro situaciones; de acuerdo a cómo los comerciantes se miran a sí mismos:

La primera corresponde a aquellos comerciantes que manifestaron no estar conformes o a gusto con ser comerciantes en la vía pública y que no han tenido la oportunidad de dedicarse a otra cosa, pese a que lo han intentado. Estos comerciantes han sido excluidos de todas las formas “formales” para ubicarse en un empleo. Ellos son parte de esos sectores de la población cuyas únicas posibilidades de tener un trabajo no resultan lo suficientemente atractivas como para abandonar la informalidad. Para este tipo de vendedores el comercio es la única opción que

---

<sup>133</sup> Entrevista 25, Jesús

tienen y su permanencia ahí no es sino producto de la exclusión del mercado de trabajo.

La segunda tiene ver con quienes se quejaron abiertamente de la situación de ser comerciantes en vía pública pero que, al mismo tiempo, dijeron que no han buscado otras formas de empleo, otras oportunidades, que se encuentran inmersos en la única opción que se les presentó en algún momento y no tienen mayores expectativas que quedarse ahí. Estas personas, si bien no reivindican la actividad como algo placentero, negaron estar averiguando formas para dejarla. Es una especie de mediocridad o conformismo profundo que puede ser explicado a partir del concepto de interiorización de la dominación que plantea Bourdieu en su obra *La Distinción*:

“Los dominados tienden de entrada a atribuirse lo que la distribución les atribuye, rechazando lo que les es negado (‘eso no es para nosotros’), contentándose con lo que se les otorga, midiendo sus esperanzas por sus posibilidades, definiéndose como los define el orden establecido, reproduciendo en el veredicto que hace sobre sí mismos que en todo caso les pertenece – *ta heautou*, como decía Platón -, aceptando ser lo que tienen que ser, ‘modestos’, ‘humildes’ y ‘oscuros’. Es fácil ver la decisiva contribución que aporta a la conservación del orden social lo que Durkheim denominaba el ‘conformismo lógico’, esto es la orquestación de las categorías de percepción del mundo social que, ajustadas a las divisiones del orden establecido (y, con ello, a los intereses de los que lo dominan) y comunes a todos los espíritus estructurados conforme a esas estructuras, se impone con todas las apariencias de la necesidad objetiva”<sup>134</sup>

Es decir, que este tipo de individuos que no se esfuerzan por buscar otras posibilidades de vida, son sujetos atados a no estar interesados en ver más allá de lo que sus estructuras les presentan, de tal forma que sus expectativas de vida son realmente limitadas.

El tercero se presenta entre aquellos que dijeron disfrutar de la actividad, de quienes están dispuestos a seguir trabajando ahí pues lo consideran una buena forma de vida. Son quienes reivindican al comercio como una tradición, como una herencia de sus padres, como parte de sus usos y costumbres, aquellos a los que nos les

---

<sup>134</sup> Bourdieu, Pierre, *La distinción*, p. 482.



interesa considerar otras formas de vida porque creen que esa es la mejor, porque han vivido con esa “identidad cultural” que les permite apreciar la labor que desempeñan. El mantenimiento del comercio es aquí parte de la reproducción cultural, tradicional, que se da de generación en generación.

El cuarto comprende a los que están satisfechos con su trabajo de comerciantes pero aún así plantean la posibilidad de extenderse y conseguir otro trabajo, conservando el comercio. Son quienes están conformes con su modo de vida, de tal forma que sus expectativas se encaminan al crecimiento y superación en este espacio, continuar con el comercio en Xochimilco y vislumbrar otras posibilidades en un espacio alterno, como comentaba Herbert López<sup>135</sup>, cuando decía que en un futuro desearía irse a los Estados Unidos para conseguir otro ingreso económico o invertir en una máquina textil para elaborar su mercancía innovando nuevos diseños, sin que esto implique abandonar sus puestos.

Esta situación se explica porque son personas que ven al comercio como un verdadero negocio, a los cuales les ha ido muy bien dedicándose a eso, además de que tienen planes para acrecentar sus ganancias, pero que hay cosas con las cuales están a disgusto, y por lo tanto consideran factible conservar su puesto, atendido por otras personas, mientras ellos se desarrollan en otras actividades, que consideran mejores. Este es el caso típico de aquellos vendedores que ya no atienden sus propios puestos sino que contratan empleados (como Jaime<sup>136</sup>), a los que pagan por atender el mismo mientras ellos se dedican ya a otras actividades.

## **6. Regulación del comercio en vía pública en el mercado 377**

Para el Distrito Federal el programa más importante para intentar poner orden y regular el uso de la vía pública para el comercio es el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, también conocido como el Acuerdo 11/98, que creó el Sistema Informático del Comercio en Vía Pública del Gobierno del Distrito Federal (Siscovip), que se mencionó en el segundo capítulo. Hasta el momento, éste sigue

---

<sup>135</sup> Entrevista 15, Herbert López.

<sup>136</sup> Entrevista 28, Jaime.

siendo la única herramienta que se ha utilizado por parte de las autoridades.

En el caso de Xochimilco sabemos que el Siscovip comenzó a incorporar comerciantes a partir del año 2000; año en el cual se otorgaron 2,720 permisos para que ejercieran su actividad. Y, al año 2008 había ya 6,077 comerciantes en vía pública que operaban dentro del Programa y que contaban con el permiso. Seguramente el número actual es mayor, pues cada año se van incorporando más vendedores (aunque cada vez menos por año), como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 10 – Número de comerciantes registrados por la delegación de Xochimilco en el Siscovip por año de incorporación**

<b>Año de incorporación</b>	<b>Número de comerciantes</b>
2000	2720
2001	1179
2002	811
2003	545
2004	112
2005	180
2006	168
2007	185
2008	105
Total	6077

Fuente: Oficio DGJG / DG / 913 / 2009, emitido por la Dirección General Jurídica y de Gobierno de la Delegación Xochimilco, el 15 de julio de 2009.

Sin embargo también sabemos, por las entrevistas realizadas a ex funcionarios delegacionales encargados de la Dirección de Gobierno, que no todos los comerciantes de Xochimilco están incorporados al Programa de Reordenamiento.

A principios del 2007, por ejemplo, El Lic. Carlos Bravo Vázquez comentó:

“LB.- Entre quienes se acogen de manera plena al programa de reordenamiento y de quienes no se acogen, de esos aproximadamente nueve, diez mil comerciantes en vía pública, quienes están incorporados en el programa de reordenamiento por lo menos hasta diciembre de 2006 alrededor de seis mil cien, cien mil doscientos comerciantes en

vía pública, lo cual significa que más del 70% incorporados.”<sup>137</sup>

Guillermina Martínez, una de las líderes de comerciantes, también afirmó que el comercio ha crecido sin regulación:

“GM.- Ha crecido de tal forma que lleva nueve años y pues calculamos que hay un 60% más de comerciantes, sabemos que hay necesidad y también sabemos que hay cierta tolerancia por parte del gobierno. (..)En el 2004 un estudio o más bien un trabajo que hice la Unesco donde tuvimos la oportunidad de participar, hablaban ya de 6,000 comerciantes eh... si tu quieres regulares y 4,000 tolerados, yo estaba hablando de 10,000 comerciantes”<sup>138</sup>

Y a mediados del 2009, el Lic. Uriel Jiménez afirmó que solamente el 40 por ciento de los comerciantes en vía pública son parte del Programa de Reordenamiento.

“LJ.- Quiero decirle que en Xochimilco, en Xochimilco, el 40% de todo el comercio que ves solamente está regularizado. Todo lo demás no está regularizado.”<sup>139</sup>

De ser así, tomando en cuenta que hay más de 6,000 comerciantes registrados, calculamos que, actualmente, hay aproximadamente 15,000 comerciantes en vía pública en Xochimilco. Lo cual indicaría un crecimiento muy importante, pues sólo dos años atrás se pensaba que el número era 33% menor.

Actualmente, las autoridades de Xochimilco y el gobierno del Distrito Federal, consideran que aquellos comerciantes inscritos en el Sisconvip ya no se encuentran en una situación de informalidad, pues están registrados y pagan una cuota (a manera de impuesto) por el uso y aprovechamiento de las vías públicas. Sólo los comerciantes que no tienen un permiso se considera que son informales.

Sin embargo, la mayoría de los comerciantes están fuera de ese Programa, por lo que, de acuerdo a esos términos, significa que la mayoría siguen en una situación de informalidad.

---

<sup>137</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>138</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez

<sup>139</sup> Entrevista 70 al Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

También resulta importante mencionar que la delegación de Xochimilco ya no otorga permisos bajo el Programa de Reordenamiento para que los comerciantes en la vía pública trabajen en el Centro Histórico. Esto se debe a que la zona ha quedado completamente saturada, y frente a las quejas de la ciudadanía y los problemas que el comercio ha generado, desde hace aproximadamente dos años la delegación decidió tomar como medida de urgencia la suspensión de emisión de permisos para el centro. Lo cual, cabe decir, no significa que los permisos ya emitidos hayan sido cancelados; sino que simplemente ya no se “permite” que se instalen nuevos.

Aparentemente, esto pareciera una medida eficaz. Sin embargo, tomando en cuenta que la mayoría de los comerciantes no tiene permiso, esta disposición realmente ha tenido un impacto muy reducido y el comercio ha seguido creciendo sin forma ni regulación. Como dice el ex director de gobierno Uriel Jiménez:

E.- ¿Y entonces ya no se están otorgando permisos para el centro?

LJ.- Para el centro no estamos otorgando permisos...

E.- ¿Pero sigue creciendo?

LJ.- Sí, sigue creciendo, ese es el problema, que sigue creciendo...”<sup>140</sup>

Ahora bien, respecto a los que sí están incorporados al Programa habría que analizar cómo y en qué grado cumplen con la “formalidad” que les otorga.

En el *Código Financiero del Distrito Federal* se establecen las cuotas y otros lineamientos para el mantenimiento del permiso de uso de la vía pública para el comercio. En el artículo 321 se establece que: "los comerciantes en vía pública, con puestos semifijos, ubicados a más de 200 metros de los mercados públicos, pueden ocupar una superficie de 1.80 por 1.20 metros o menos". Así se señalan, pues, tres aspectos importantes de la normatividad vigente en materia del comercio en vía pública: en primer lugar, el pago trimestral de la cuota por el permiso, en segundo lugar, la distancia de 200 metros entre los mercados públicos establecidos y el espacio que ocupen los comerciantes en vía pública y, en tercer lugar, las dimensiones permitidas para los puestos.

---

<sup>140</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

Con respecto a las cuotas, sabemos que hay muchos comerciantes que no están al corriente con sus pagos. Como dijo el ex director de gobierno de la delegación, Uriel Jiménez:

“LJ.- Hay comerciantes que están muy atrasados con... es más, hay muchos que no han hecho ningún pago desde que tienen permiso, que va desde 2000 que no han hecho ningún pago. O sea, si tú les haces la cuenta deben como \$10,000 - \$15,000 pesos”<sup>141</sup>

Sin embargo, también es claro que en general quienes no pagan o son muy irregulares en sus pagos son los comerciantes que están organizados en asociaciones, pues los comerciantes independientes se preocupan mucho más por ser puntuales y tener sus papeles en orden.

En cuanto a la distancia "reglamentaria" entre los comercios en vía pública y los mercados, es evidente que es importante pues es una manera de asegurar que los comercios en vía pública no resulten una competencia tan grave para los locatarios de los mercados. Sin embargo, esta disposición legal no se cumple en el caso específico del mercado 377. La distancia "permitida" es pasada por alto por los comerciantes, pues estos se colocan arbitrariamente en el espacio inmediato circundante del mercado; entiéndase: las aceras y calles que lo rodean, llegando a su nivel más extremo en la calle, que se encuentra tomada en su totalidad por tres filas de puestos, que ni siquiera cumplen con la modalidad de semi-fijos, sino que son fijos; es decir, se encuentran instalados de manera permanente durante todo el día y toda la noche, todo el año.

En este mismo artículo 321 del Código Financiero se señala también la dimensión que se permite que tengan los puestos, que no debe ser mayor a 1.80 por 1.20 metros cuadrados. Ésta disposición, como la anterior, no es tomada en cuenta por los comerciantes, que se permiten extender sus puestos sin ningún tipo de orden sobre la vía pública, entorpeciendo toda clase de circulación (peatonal y vehicular) en la zona.

---

<sup>141</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

La distribución y la cantidad de puestos, la amplitud de su tamaño, el exceso de comerciantes, entre otras cosas, son una muestra clara del incumplimiento de las normas y de los reglamentos que se llevan a cabo. Este incumplimiento ha provocado una serie de situaciones problemáticas entre todos los que forman parte de ese espacio: con los vecinos, con la ciudadanía en general, entre los propios comerciantes, entre los comerciantes y los locatarios, entre las organizaciones de comerciantes, con las autoridades delegacionales, con los establecimientos formales ubicados en las calles circundantes, etc.

La impunidad con la que los comerciantes en vía pública transgreden la normatividad vigente, e incluimos aquí tanto a aquellos comerciantes que están inscritos en el Programa de Reordenamiento como a aquellos que no lo están, ha traído consecuencias sumamente nocivas.

## **7. Problemas producidos por el comercio en vía pública**

A continuación presentamos la descripción de algunas de las problemáticas que han resultado del crecimiento desmesurado del comercio en vía pública en el centro de Xochimilco a partir de lo que los diferentes actores sociales dijeron en las entrevistas.

En primer lugar, quisiéramos resaltar que para los locatarios del mercado 377, la invasión del mercado por todos sus costados ha traído como consecuencia una baja considerable en la venta de sus productos, lo que ha repercutido gravemente en su economía doméstica.

En su *Segundo Reporte Temático sobre el Comercio Ambulante*, el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública explica que al analizar el crecimiento del comercio en la vía pública debe considerarse “un factor subjetivo que es la cercanía con los consumidores, que vuelve los productos más accesibles y para muchas personas evita el entrar a comercios establecidos asociados con ambientes de

mayor formalidad y con mayores precios”<sup>142</sup>.

Así pues, en el mercado 377 de Xochimilco vemos que esto ha sucedido de manera muy notoria. Los puestos informales entorpecen la visibilidad de las entradas al mercado y, sobretodo, el tránsito de los posibles clientes hacia su interior. Al encontrarse en las "orillas", estos puestos atraen a clientes que, por cuestión de prisa y comodidad, prefieren adquirir ahí rápidamente los productos que buscan, en lugar de introducirse por los laberínticos pasillos del tianguis que rodea al mercado para después buscar la entrada de éste y, finalmente, localizar un local dentro en donde se venda el producto deseado.

Este problema de "competencia" entre comerciantes en vía pública y locatarios se ve reflejado claramente en las acciones que estos últimos han tomado, pues como mencionamos anteriormente, muchos de ellos han decidido "salirse" a vender a la vía pública. Y hay que aclarar aquí que estos locatarios que se han salido del mercado no cuentan con un permiso para ejercer su actividad en la vía pública, sino con su cédula de locatario del mercado 377.

Por otro lado, con el paso del tiempo y el crecimiento desmesurado del comercio en vía pública, las casas que circundan el mercado han dejado de ser utilizadas como residencias particulares y se han vuelto tiendas y oficinas, pero aún permanecen algunos ahí. Y para ellos ha representado un serio problema la ocupación semi-fija y fija de la vía pública por los comerciantes, siendo especialmente grave esta última modalidad pues no les permite ni siquiera tener acceso a sus casas con sus automóviles, quedando sus puertas y estacionamientos invadidos en su totalidad.

Aquellos pocos vecinos que permanecen viviendo ahí se muestran terriblemente consternados por la situación ya que no ven posibilidad alguna de que el comercio disminuya y mucho menos de que las calles se vean desalojadas.

Por su parte, los dueños y trabajadores de establecimientos cercanos al mercado también se quejaron de los comerciantes. A ellos les parece injusto que haya

---

<sup>142</sup> Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, *Segundo Reporte Temático Núm 2. Comercio Ambulante*, p.16.

quienes no pagan por ningún servicio (luz, agua, etc.) y consideran que deterioran la imagen de la zona.

En general, todos los actores comparten quejas en contra del comercio en vía pública por problemas como el aumento del tráfico en la zona, la inseguridad, la basura y el ruido.

La ocupación de la vía pública es considerada por muchos como un peligro, pues en caso de una emergencia como un sismo o un incendio, sería muy difícil, si no es que imposible, que se evacue y que llegue la ayuda a tiempo.

De hecho, varios locatarios comentaron su preocupación respecto a la enorme cantidad de tanques de gas y a las conexiones de luz de los vendedores en vía pública, pues en cualquier momento podría haber un accidente y ni siquiera podría acercarse un camión de bomberos.

Por otro lado, la gente se queja mucho de la delincuencia y la inseguridad que hay en la zona. De acuerdo a varios de los entrevistados existen varias pandillas de ladrones, carteristas y cadeneros que asaltan en los alrededores del mercado sacando provecho de la enorme cantidad de gente que hay y de que los espacios son muy estrechos entre los puestos, por lo que fácilmente pueden esconderse y huir después de robar.

El problema de la basura es evidente para cualquiera que pasa por la zona, ya que entre tantos puestos y tanta gente que transita entre estos, la producción de basura es sumamente grande. Con respecto a este problema, los comerciantes dicen en las entrevistas estar comprometidos a solucionarlo haciéndose cargo de toda la basura generada al final del día. Sin embargo, los locatarios del mercado, los vecinos y los dueños de los establecimientos consideran que no es así, que las calles siempre están muy sucias y que eso le da un aspecto muy negativo al Centro Histórico.

Para la ciudadanía en general vemos que el principal problema es propiamente la invasión de las calles, avenidas y aceras de la zona. Tomando en cuenta la dinámica socioeconómica del centro de Xochimilco y las necesidades de tránsito de



personas, resulta sumamente costosa la ocupación de esos espacios por el comercio; pues la circulación tanto de los peatones como de los vehículos es entorpecida.

## **8. Organización del comercio en vía pública en el mercado 377**

Finalmente, es importante señalar en este capítulo que parte fundamental para el funcionamiento del comercio en vía pública tiene que ver en cómo es que se ha organizado dicho comercio.

Desde la creación de los mercados en la época del regente Uruchurtu como ya se profundizó en el Capítulo II, se obligó a los comerciantes a pertenecer a una organización para que se les reconociera dentro del programa de reubicación, y hasta la fecha los comerciantes en vía pública se siguen organizando en asociaciones.

Al año 2008 existían 49 asociaciones de comerciantes en vía pública registradas ante la Delegación de Xochimilco<sup>143</sup>, que se calcula concentran a la mayoría de los comerciantes en vía pública.

El ex director de gobierno de Xochimilco, el Lic. Carlos Bravo, comentó en la entrevista que le realizamos que menos del 3% de los comerciantes laboran de manera independiente:

*“CB.- (...) de los 6200, 6100 que estaban incorporados [al Programa de Reordenamiento], menos de 200 son comerciantes independientes, la mayor parte de las personas que se dedican al comercio en vía pública lo hacen acercándose en primera instancia a un líder, él es el que les va a negociar la ocupación de la calle”*

Los comerciantes se integran a estas asociaciones con la intención de ser reconocidos como comerciantes y poder permanecer en la vía pública, ya que el

---

<sup>143</sup> Oficio DGJG / DG / 913 / 2009, emitido por la Dirección General Jurídica y de Gobierno de la Delegación Xochimilco, el 15 de julio de 2009.

objetivo de estas asociaciones es garantizar a los vendedores un espacio de trabajo en la vía pública y que no serán desalojados de él.

Aunque se supone que cualquiera que desee ejercer el comercio en la vía pública puede conseguir su registro ante el Siscovip y ser incorporado al Programa de Reordenamiento, en la realidad esto es sumamente costoso y complicado.

Casi todos los comerciantes, al ser interrogados respecto a los procedimientos para instalarse en la vía pública, hablaron de los siguientes puntos:

1. La necesidad de hablar con un líder
2. La necesidad de que el líder acepte apoyarlos
3. Tramitar el permiso para vender en la vía pública a través del líder

Esto quiere decir que los comerciantes en primer lugar buscan integrarse a una asociación y que el líder se encargue de realizar los trámites para que el comerciante obtenga un permiso o para que le negocie algún tipo de tolerancia. Así lo confirman Maximina Galicia y Enrique Marín.

E.- ¿Y cómo fue que puso su puesto?

MG.- Pues mira en *primera vamos acá con un representante* que es el que nos defiende por ejemplo cuando viene la de vía pública que nos levantaban y entonces *vamos a un representante para que ellos nos apoyaran y sacamos papeles en la delegación* y ahora cada tres meses se va a pagar

E.- ¿Y quién es su representante?

MG.- Pedro Flores. Ellos son los que nos han apoyado aquí, por eso estamos acá por que si no nomás anduviéramos caminando y pues ya con eso, *él nos apoyo para que nos dieran un lugarcito (...)*.<sup>144</sup>

E.- ¿Y usted como le hizo para vender aquí? ¿Llegó y puso su puesto o pidió permiso a la delegación, o a alguien le preguntó cómo vender o cómo le hizo?

EM.- No, lo que pasa es que es la necesidad, que de repente te obliga, haz de cuenta como yo no termine la carrera estaba estudiando para licenciado en Derecho igual en la UNAM pues ya no hay modo de subsistir, pero cuando te casas tienes que buscar para tu familia y entonces *te tienes que arriesgar a veces a salirte en un cachito pero a veces si alguien te recomienda con alguien como ahorita en el caso mío, que me*

---

<sup>144</sup> Entrevista 11, Maximina Galicia

*recomendaron con esa señora [la líder Rosa Jacinto] y la señora me tendió la mano y así de esa manera mas que nada ella cuestiona con la delegación y pues como ya es representante tiene su protocolización, esta todo en regla pues ahora si que estamos a lo que diga ella”<sup>145</sup>.*

Hoy en día prácticamente todos los comerciantes en vía pública que se encuentran alrededor del mercado 377 se han afiliado a alguna asociación pues es la manera más rápida y segura para insertarse al comercio. Sin embargo también hay una pequeñísima minoría de comerciantes que ejercen el comercio de manera independiente.

De entre los pocos “independientes” que hay, encontramos, por ejemplo, a Solín, quien cuenta que le fue muy difícil insertarse al comercio en la vía pública y mantenerse en él:

“E.- Me dices que eres independiente, pero, a la hora en que llegaste a poner tu puesto, ¿no te fue difícil, o sea, no te empezaron a presionar esos líderes o los representantes para que te metieras a determinada agrupación, o te pedían dinero?

S.- Ah, no, *pues si, muchas personas me decían, si no te vuelves de nosotros o nos das una mochada y estas de nuestro lado, hacemos que te quiten tu mercancía los de la delegación, o sea, les dicen los de vía publica, entonces yo aguante la presión, yo dije: no, ¿yo porque? Yo estoy pagando en la delegación, tengo mi permiso, aquí está, lo que pasa es que ellos querían que yo estuviera con ellos para que también les diera lana a ellos, que según también eran de la delegación, pero no, nomás son líderes, pero eso nomás te dicen para sacarte, pero no son lideres, cuando hay una bronca nunca te van a apoyar.”<sup>146</sup>.*

De acuerdo con esto, es sumamente difícil insertarse al comercio en vía pública y poder mantenerse de manera independiente, ya que a diferencia de quienes sí pertenecen a una asociación, en estos casos la normatividad sí se aplica al pie de la letra, no existe ningún tipo de negociaciones, ni ningún tipo de tolerancia con respecto a los pagos o a las características que debe de tener el puesto (Como nos dijeron los propios funcionarios delegacionales). Desempeñar la actividad para estos comerciantes resulta muy complicado, pues además de que tienen que cumplir con

---

<sup>145</sup> Entrevista 6, Enrique Marín

<sup>146</sup> Entrevista 18, Solín

todo lo estipulado en los reglamentos, constantemente se ven hostigados y presionados por los líderes de las asociaciones, los otros comerciantes y las autoridades; especialmente los inspectores de vía pública.

Vemos pues que el comercio en vía pública ha ido establecido mecanismos para su funcionamiento, como la pertenencia a una asociación como requisito, y aunque existen pocos casos de quienes no son miembros de ninguna de estas organizaciones, prácticamente se le obliga a incluirse en una de ellas y que sea a través de los líderes con quien se tengan las negociaciones y los acuerdos.

Así que, en realidad, como dice la comerciante Elsa Morales, en Xochimilco se tiene que estar asociado con un líder, porque si no, no se puede estar ahí:

“E.- ¿Usted esta con un representante?

EM.- Lo que pasa es que en cada lugar se esta con distintos líderes, *en donde quiera que sea, en cualquier parte, siempre se maneja con líderes y si tu quieres asociarte de asocias con un líder* y si quieres ser independiente pues eres independiente.

E.- ¿Y usted es independiente o asociada?

EM.- No, pues nosotros estamos asociados, aquí quien está en Xochimilco *tiene que estar asociado con un líder.*

E.- ¿Usted con quién esta?

EM.- Con Cevallos”<sup>147</sup>

Y así también lo dijo a vendedora Miriam:

“E.- Y por ejemplo, si alguien quiere venir a poner un puesto, ¿puede?

M.- *No, porque tiene que sacar su permiso con un representante*”<sup>148</sup>

Incluso, una de las líderes de comerciantes, Guillermina Martínez, comentó claramente en la entrevista que para poner un puesto en la vía pública lo primero es integrarse a una asociación:

“E.- ¿Cuáles son los requisitos que se necesitan para poner un puesto?

---

<sup>147</sup> Entrevista 14, Elsa Morales

<sup>148</sup> Entrevista 19, Miriam

GM.- Pues aquí *primero que nada, para nosotros es el compromiso es ser representado*, aquí no tenemos a gente que no tenga el permiso o solamente a alguien que no tenga permiso y que tenga alguna excusa, solamente”<sup>149</sup>

Además, pertenecer a una asociación para los comerciantes no sólo les asegura un lugar, sino que las autoridades toleran o son más flexibles con aspectos como: la zona en donde se establecen los comerciantes, las dimensiones de los puestos, el retraso de los pagos trimestrales de los permisos, los cambios de giro, la limpieza del espacio, etc. Es decir, a los comerciantes que están dentro de una asociación se les permiten muchas más cosas que a los que están de manera independiente, pues para éstos las normas, reglamentos y sanciones se aplican al pie de la letra; sobre lo cual se ahonda en el capítulo V.

Consideramos, por lo tanto, que el tema de las asociaciones es imprescindible para esta investigación, por lo que el siguiente capítulo está dedicado al análisis de las mismas. Por el momento sólo es importante decir para este apartado que es a través de estas organizaciones como funciona el comercio en vía pública.

## **9. Consideraciones finales**

En este capítulo mostramos a través del trabajo de campo realizado con los comerciantes y con otros actores sociales ubicados alrededor del mercado 377 en el centro de Xochimilco, qué significa ser un vendedor en vía pública. Y vimos que el crecimiento de este comercio y la situación a la que se enfrentan se explica a través de varios factores:

El primero tiene que ver con los procesos económicos, sociales y políticos que de manera global y particularmente local han influido para el incremento del comercio en vía pública, entre ellos, la crisis global financiera y en la ciudad de México el aumento poblacional, las reformas económicas del Estado, una desestabilización económica, la transformación espacial y con esto la integración de zonas rurales a

---

<sup>149</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez

la dinámica urbana entre otras cosas, que han dejado como resultado una incapacidad del Estado por garantizar el derecho al empleo a sus habitantes.

Otro de los factores que contribuyó a ser más común el comercio en vía pública en el centro de Xochimilco fue que era ejercido ya en las plazas, mercados o tianguis desde muchos años antes como una actividad comercial propia de su cultura y tradiciones.

Uno de los aspectos más importantes que encontramos fue ver las diferentes causas de inserción a esta actividad y encontramos que en su mayoría lo hace por la necesidad de tener algún tipo de ingresos que les permita subsistir. Sin embargo hay otros casos: por seguir una tradición o herencia o bien, porque la venta en la vía pública les reditúa más que la venta dentro del mercado.

Encontramos también que no existe un arquetipo de comerciante en vía pública, por el contrario pudimos ver varios y aunque comparten un espacio, formas de llevar a cabo la venta, horarios y situaciones; las razones por las que permanecen ahí varían.

Pudimos ver además el tipo de relaciones que se establecen, y se estudió que después de la construcción de mercados se excluyeron a muchos del programa de reubicación, los cuales tuvieron que buscar como alternativa vender alrededor del mercado 377. Los entrevistados ven a este momento como un momento clave en la historia del comercio en vía pública alrededor del mercado.

Además, se estudia que el comercio en vía pública se acrecentó en la zona de manera exorbitante durante la crisis de 1995.

La permanencia del comercio en vía pública ha generando un conflicto permanente entre los comerciantes y los locatarios por motivos de competencia, que llegó a su máxima expresión cuando muchos de los locatarios decidieron abandonar sus locales y se integraran al comercio en vía pública. Lo cual fue otra de las causas para que este comercio creciera.

Hasta ahora el comercio en vía pública ha sido regulado a través la entrega de un permiso y de la incorporación al Programa de Reordenamiento. Sin embargo vimos que hay muchos comerciantes que conservan sus permisos aunque no respetan las normas que establece el programa; y que, sobretodo, la mayoría de los comerciantes venden en los espacios públicos sin ni siquiera tener el permiso; es decir, el número de comerciantes que están en una situación de informalidad sigue creciendo.

Por otro lado, expusimos muchos de los problemas que el crecimiento informe del comercio en vía pública ha acarreado a la ciudadanía en general, a los mismos locatarios del mercado, a los vecinos y a los establecimientos cercanos.

Finalmente dimos cuenta que es a través de las asociaciones la manera más fácil de acceder al comercio en vía pública. Del mismo modo, encontramos que es a partir de estas que funciona y se mantiene este comercio. Dichas asociaciones negocian con las autoridades a través de acuerdos, la permanencia de sus agremiados en las calles que rodean el mercado 377 aunque estos no cumplan con los reglamentos y normas establecidas.

## **Capítulo 4 – Asociaciones de comerciantes en vía pública**

### **Introducción**

Uno de los objetivos más importantes de esta investigación contempla identificar la estructura de las organizaciones que coexisten en el mercado 377 de Xochimilco y el espacio que lo circunda, en donde se establece el comercio en vía pública.

Por lo tanto, como se dijo en el capítulo anterior, el propósito de este capítulo es distinguir las formas en que se organiza el comercio en vía pública y las razones por las cuales ha sido así, lo que nos permite analizar las estructuras que se han construido y las formas de organización social que se han creado a partir del ejercicio de esta actividad económica, así como las jerarquías y roles que coexisten en torno a ella.

Para ello, presentamos primero un esbozo de las principales teorías que estudian a las distintos tipos de organizaciones sociales, rescatando de entre éstas a la figura de la asociación. Además, se hace una breve caracterización de lo que son las asociaciones civiles y sus normas, de acuerdo a lo que establece el Código Civil.

Posteriormente, tomando en cuenta las diferentes teorías que estudian el tema de las organizaciones y las asociaciones, damos paso a la definición de una metodología que permita el análisis de las asociaciones de los comerciantes a partir de una serie de elementos analíticos o características importantes de ser abordadas.

Finalmente, presentamos el análisis propiamente dicho de las asociaciones de comerciantes en vía pública haciendo uso de la información que se obtuvo a través de las entrevistas a los comerciantes, a los líderes de las asociaciones y a otros actores sociales cercanos a éstas, como los locatarios del mercado, los vecinos y los funcionarios delegacionales.



## 1. Teoría de las organizaciones

Las organizaciones como sistemas sociales tienen relevancia en la sociedad moderna pues permiten comprender al sujeto en interacción y colectivización con miras a un fin común y así reconocer los aspectos generales o universales que permiten entender los mecanismos que se desarrollan para lograr un mejor funcionamiento, una mayor socialización y alcance de los objetivos dentro de cualquiera de ellas.

Para hablar sobre las teorías organizacionales es imprescindible recuperar la definición de la organización. Para Mario Krieger una organización es “el conjunto interrelacionado de actividades entre dos o más personas que interactúan para procurar el logro de un objetivo común, a través de una estructura de roles y funciones, y en una división del trabajo”<sup>150</sup>.

Es decir, las organizaciones son organismos que generan relaciones sociales y procuran la interacción entre sus miembros. Comparten un mismo cuerpo, un eje central que se traduce en el interés común, en un objetivo que en sí mismo le da sentido a la acción a través de la relación entre las actividades y la distribución de roles según las labores que se desempeñen.

Las organizaciones están pues conformadas por un grupo de personas que se estructuran en base a normas, intereses, objetivos y fines particulares y que por lo general buscan dar respuesta a necesidades sociales grupales o colectivas.

Según W. Scott, las organizaciones se distinguen por tener “límites relativamente fijos, un orden normativo, rangos de autoridad, un sistema de comunicaciones y un sistema de incentivos donde diferentes integrantes se relacionarán para obtener el objetivo común”<sup>151</sup>

---

<sup>150</sup> Krieger, Mario, *Sociología de las organizaciones*, p. 3.

<sup>151</sup> *Ibíd.*, p. 5

Muchas disciplinas han abordado el estudio de este tema. Sin embargo es la administración la que ha generado mayores postulados, privilegiando su análisis a las organizaciones con fines lucrativos, las empresas.

Así pues, numerosas corrientes teóricas han abordado el tema de las organizaciones; creando estructuras teóricas que facilitan y desarrollan la función de las organizaciones, con miras también a la construcción de nuevas formas organizativas especialmente en el ámbito empresarial.

Así vemos que las teorías clásicas de la administración se centraron en la elaboración de modelos que pudieran solucionar los problemas de la organización, fundamentalmente que pudieran aumentar la eficiencia en la productividad de las empresas a través de su organización operacional, la división del trabajo y la racionalidad del mismo.

Existen también otros estudios interesados en otros tipos de organizaciones sociales, como en aquellas que tienen por objetivo llevar a cabo un cierto rol dentro de la sociedad y que no persiguen obtener una ganancia, como las iglesias, las organizaciones filantrópicas, o bien las organizaciones no gubernamentales.

A su vez, algunos de los grandes teóricos de la sociología se han visto interesados en estudiar a las organizaciones. En su momento Marx habló sobre el tema, y consideraba a la organización como una empresa dentro del sistema capitalista que manifestaba y reproducía la acumulación y la explotación del modo de producción. Durkheim por su parte, traducía como una “necesidad histórica” a la organización de trabajadores dentro de sociedades caracterizadas por la solidaridad orgánica. Y Weber manifiesta su interés por la estructura burocrática (como tipo ideal) en el estado moderno. Este autor afirma que en las organizaciones subyace la construcción del poder a partir de una racionalización de la vida social; es decir, se enfoca a ver cómo es que al interior de estas formas de agrupamiento, de las organizaciones, se construye el poder.

Por otro lado, hay teóricos como Renate Mayntz<sup>152</sup>, quien construye una tipología de las organizaciones según los objetivos que buscan:

1) Organizaciones voluntarias: “cuyos objetivos se limitan a la coexistencia de sus miembros, a su actuación común y a la interacción que ello exige”<sup>153</sup>, tales como los clubes y las organizaciones recreativas. Éstas se caracterizan por tener un sistema democrático, se elige al dirigente a través de acuerdos y votaciones.

2) Organizaciones estructuradas con el objetivo de actuar de una manera determinada sobre un grupo de personas, como: los centros educativos, hospitales, cárceles e iglesias. Este tipo de organizaciones se define por el modo de integración y el perfil de quienes pertenecen a ellas, pues se puede ingresar ya sea de forma voluntaria, o bien, de manera obligada; y sus miembros pueden ser permanentes o temporales.

3) Organizaciones que tienen por objetivo el logro de ciertos resultados

- Con fines de lucro: como es el caso de las empresas. Su organización se da en función del dueño. Sus miembros forman parte de la empresa para buscar el sustento.
- En orden al bien común: Sobre todo en ámbitos de ONG y administración pública.
- En orden al bien de sus afiliados: como los sindicatos, asociaciones y mutuales. “Suelen estar estructuradas democráticamente, es decir, que las decisiones son por acuerdo o por votación. Los dirigentes, en la mayoría de las ocasiones son elegidos por los miembros; en otras, son cooptados”<sup>154</sup>

Para efectos de esta investigación retomamos esta última clasificación, pues creemos que resulta de utilidad para distinguir a las organizaciones de los comerciantes en vía pública como un tipo específico de organización social, diferente de otras muchas posibles; la de organización que tiene como principal objetivo el bien de sus afiliados, donde sus miembros están unidos por una

---

<sup>152</sup> Mayntz, consultado en Krieger, Mario, *Sociología de las organizaciones*.

<sup>153</sup> Krieger, Mario, *Sociología de las organizaciones*, p. 7.

<sup>154</sup> *Idem*.

necesidad de representación, organización colectiva y movilización para la resolución de sus problemas.

La teoría de las organizaciones considera a las asociaciones “como una subclase dentro de la categoría más amplia de organizaciones a las que pertenecen la familia, la empresa e inclusive el Estado, y en donde la diferencia estaría dada por el principio de integración: el parentesco en el caso de la familia, la propiedad en el caso de la empresa, la ciudadanía en el caso del Estado y la membresía en el caso de la asociación”<sup>155</sup>.

Consideramos entonces que las organizaciones de comerciantes en vía pública tienen las características que corresponden a la figura de las asociaciones. Retomamos la definición de G.D.H. Cole de una asociación como "cualquier grupo de personas que persiguen un objetivo común o conjunto de efectos a través de la acción cooperativa, extendida más allá de un solo acto, y, para ello, acuerdan de manera conjunta ciertos métodos y procedimientos, y establecen, aunque de manera rudimentaria, normas para la acción común. Al menos dos cosas son necesarias para todas las asociaciones: un propósito común y, en cierta medida, las normas de acción común"<sup>156</sup>.

Retomando la idea de la membresía, como el principio de integración que diferencia a las asociaciones de otros tipos de organización social, habría que recalcar el carácter de voluntariedad que tiene. Es decir, un elemento fundamental de las asociaciones es que son formas de organización voluntaria. La membresía; es decir, la pertenencia o la incorporación a ellas es el resultado de una decisión del individuo y no forzada, ni obligada, ni adquirida por nacimiento. Se trata de un grupo de personas que deciden organizarse con el fin de alcanzar un interés que les es común o, como dice Mayntz, ciertos resultados en orden al bien de sus afiliados.

---

<sup>155</sup> Puga, Cristina, “Una doble mirada a las asociaciones: perspectivas teóricas y la experiencia mexicana”, en Ardite, Benjamín, *¿Democracia post-liberal? El espacio político de las asociaciones*, p. 75.

<sup>156</sup> Warren, Mark, *Democracy and Association*, p. 44 (traducción propia).

## 2. Asociaciones civiles

Uno de los aspectos más importantes en cuanto a las asociaciones de comerciantes en vía pública se refiere a la constitución de estas en Asociaciones Civiles, registradas ante las autoridades correspondientes y sujetas a los derechos y obligaciones del Código Civil.

Una asociación civil, de acuerdo a lo que disponen los artículos 25 y 2670 del Código Civil, es una persona moral creada “cuando varios individuos convinieren en reunirse, de manera que no sea enteramente transitoria, para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderadamente económico”<sup>157</sup>.

Para la constitución de una asociación la ley exige únicamente dos formalidades. Primero, puesto que el artículo 2671 lo considera un contrato, éste deberá constar por escrito. Y, segundo, establecido en el artículo 2672, que los estatutos que la rigen deberán inscribirse en el Registro Público, de manera que produzcan efectos contra tercero. El documento constitutivo, pues, y los estatutos, son los instrumentos que rigen la vida de la asociación.

De acuerdo al Siscovip (Sistema de Comercio en Vía Pública) alrededor del mercado 377 de Xochimilco, o en el centro de Xochimilco, existen siete asociaciones de comerciantes en vía pública que están registradas bajo los siguientes procedimientos. Estas asociaciones deben de funcionar de manera interna según sus propias reglas y estatutos:

Una asociación civil es una persona moral en el sentido de ser un ente jurídico distinto de los integrantes, con sus propios derechos y obligaciones. El Código Civil establece dos tipos de derechos y obligaciones de los miembros de una persona moral; los de carácter corporativo y los de carácter patrimonial. Los primeros se refieren a los asuntos relacionados con la vida de la sociedad, mientras que los segundos tienen un contenido económico. En una asociación pueden existir los

---

<sup>157</sup> *Código Civil Federal*, Título décimo primero, De las asociaciones y de las Sociedades, artículo 2670.

derechos de tipo patrimonial siempre y cuando no haya lucro pues ésta figura no tiene carácter preponderadamente económico.

Entre los derechos y obligaciones de carácter corporativo de los asociados se encuentra:

- a) Participar con voz y voto en las asambleas
- b) Participación en los órganos de dirección de la asociación
- c) Vigilar el cumplimiento de los fines de la asociación y la correcta aplicación de los recursos correspondientes, para lo cual pueden examinar los libros y papeles de la asociación

Respecto a los órganos de gobierno, el Código Civil señala la existencia de dos: la asamblea, que es el órgano de decisión de la misma, y los órganos de dirección cuya función es ejecutar las decisiones, además de la representación de la persona moral en sus relaciones con toda clase de terceros.

La asamblea general, de acuerdo con el artículo 2674, constituye el poder supremo de la asociación, y el artículo 2676 fija como sus competencias:

- a) La admisión y exclusión de los asociados
- b) La disolución anticipada de la asociación o sobre su prórroga por más tiempo del fijado en los estatutos
- c) El nombramiento de director o directores cuando no hayan sido nombrados en escritura constitutiva
- d) La revocación de los nombramientos hechos
- e) Los demás asuntos que le encomienden los estatutos

De acuerdo al artículo 2677 las decisiones de la asamblea serán tomadas por mayoría de votos de los miembros presentes, gozando cada uno de los asociados de un voto (artículo 2678). Esto quiere decir que las asociaciones, de acuerdo a la ley, deben de funcionar a partir de procesos democráticos.

Las reuniones de la asamblea general deberán realizarse en el momento que fijen los estatutos o cuando sea convocada por la dirección (artículo 2675). Y ésta se encuentra obligada a convocarla cuando el cinco por ciento de los asociados así lo

solicite.

En cuanto a los órganos de dirección, éstos pueden ser constituidos por un solo director o por un consejo de directores, cuyo número y facultades son determinados por los propios estatutos o por la asamblea de la asociación.

Por otro lado, el Código Civil aclara que los estatutos de la asociación pueden prever obligaciones de pago a cargo de los asociados, de carácter periódico (anual, semestral, mensual, etcétera.), cuyo monto se aplicará a la realización de los fines de la asociación. Y, “es particularmente importante mencionar que el establecimiento de las cuotas a cargo de los asociados, aún cuando sea en términos genéricos, en los propios estatutos, es condición indispensable para su validez. Sin ello, la entrega que hiciera el asociado de cualquier cantidad a favor de la asociación tendría una naturaleza jurídica distinta, pues podría tratarse de una donación o de la contraprestación por servicios y no de cuotas”<sup>158</sup>.

Ahora bien, regresando al caso específico que nos interesa, las asociaciones de comerciantes en vía pública, habría que señalar que todas ellas se encuentran constituidas y registradas como tales. Por lo tanto, es de nuestro interés estudiar el grado en el que estas asociaciones cumplen con las disposiciones señaladas por la ley.

Por otro lado, el *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal* señala en su artículo 77 que los comerciantes podrán organizarse en asociaciones, y que éstas deberán ser reconocidas por el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal cuando el número de asociados sea de mínimo cien personas. Así pues en el capítulo II cuando se habla de la construcción de los mercados que llevo a cabo el regente Uruchurtu, se hace hincapié en que como condición los comerciantes deberían pertenecer a alguna organización para incorporarse al mercado “sólo grupos reconocidos de por lo menos 100 vendedores ambulantes

---

<sup>158</sup> Domínguez Orozco, Jaime y Reséndiz Núñez Cuauhtemoc, *Sociedades y Asociaciones Civiles. Regimen Jurídico – Fiscal en ISR, IMPAC e IVA*, p. 42.

tendrían un mercado construido para ellos”<sup>159</sup>

Para la constitución de estas asociaciones se establecen dos condiciones. En primer lugar, que haya un notario público del Distrito Federal presente en la asamblea de constitución, de manera que pueda dar fe de que “en dicha asamblea se ha respetado la voluntad mayoritaria de los comerciantes y, en general, observado las disposiciones legales relativas”<sup>160</sup>. Y, en segundo lugar, que las asociaciones “deberán inscribirse en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio y en la Dirección de Gobernación del Departamento del Distrito Federal”<sup>161</sup>, como lo indica también el Código Civil en el artículo 2672.

### **3. Metodología para analizar asociaciones**

De acuerdo a los diferentes enfoques teóricos que hay para el análisis de las asociaciones desarrollamos un esquema en el que abordamos una serie de características que nos permitirán analizar a las asociaciones de manera detallada.

Habría que señalar que el aspecto fundamental de las reglas y normas establecidas por escrito en el acta constitutiva de las asociaciones, no se trata de manera independiente. Esto se debe a que el tema es demasiado amplio para ser abordado como un solo punto, pues incluye muchos otros aspectos, así que en lugar de enlistarlo por sí mismo, decidimos retomarlo en cada uno de los puntos, según fuera necesario.

A continuación presentamos la serie de aspectos que deben de estudiarse, así como una breve definición de cada uno. Cabe decir que no están en orden de importancia.

**A. El origen** de la asociación, en donde se aborda el surgimiento, la historia y los procesos que le han dado forma hasta llegar a ser como hoy en día.

---

<sup>159</sup> Cross C. John. “El desalojo de los vendedores ambulantes paralelismos históricos en la ciudad de México”, p. 105.

<sup>160</sup> *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal*, 1951, artículo 78.

<sup>161</sup> *Ibid.*, artículo 79.



- B.** Los **motivos** que llevan a la creación de la asociación, es decir, cuál es la motivación que tienen los individuos para unirse.
- C.** Los **objetivos** de la asociación, entendidos como sus propósitos o la misión que la hace existir. Siguiendo la definición que retomamos de Cole, la consecución de los objetivos la razón de ser de las asociaciones.
- D.** Los **recursos**, tanto de los asociados como de la propia asociación para llevar a cabo las acciones establecidas para alcanzar los objetivos. Estos recursos pueden ser económicos, simbólicos, políticos, intelectuales, etc.
- E.** Los mecanismos de **incorporación** a la asociación; es decir, los procedimientos y requisitos establecidos para el ingreso de un nuevo miembro a la asociación.
- F.** Los procesos de **toma de decisiones**; es decir, quiénes (los actores), cómo (los procedimientos), cuándo (los plazos) y dónde (el espacio) deciden sobre los temas importantes de la asociación, como los objetivos, medios y estrategias que se emprenden.
- G.** La **participación** dentro de la organización; es decir, el grado de compromiso que tienen los socios con la asociación. Tomando en cuenta quiénes y cómo son los que más participan y en qué tipo de cuestiones.
- H.** La **estructura** de la asociación; es decir, cómo está organizada de manera interna la asociación, qué tipo de roles hay, las facultades que tienen, las reglas de elección, selección, sucesión o reemplazo de representantes, etc.
- I.** La **identidad** asociativa y la **cohesión**, entendida como la solidaridad que hay entre los miembros que constituyen la asociación. La existencia y el grado en el que se da esta característica resulta muy ilustrativa para analizar la fuerza.

**J. El logro de los objetivos;** es decir, la efectividad de la asociación. Por efectividad entendemos la capacidad que tiene la asociación de traducir en resultados las acciones emprendidas.

#### **4. Las asociaciones de los comerciantes en vía pública**

En los alrededores del mercado 377 de Xochimilco se encuentran ubicadas siete asociaciones de comerciantes en vía pública. Sus agremiados ocupan las calles de la siguiente manera<sup>162</sup>:

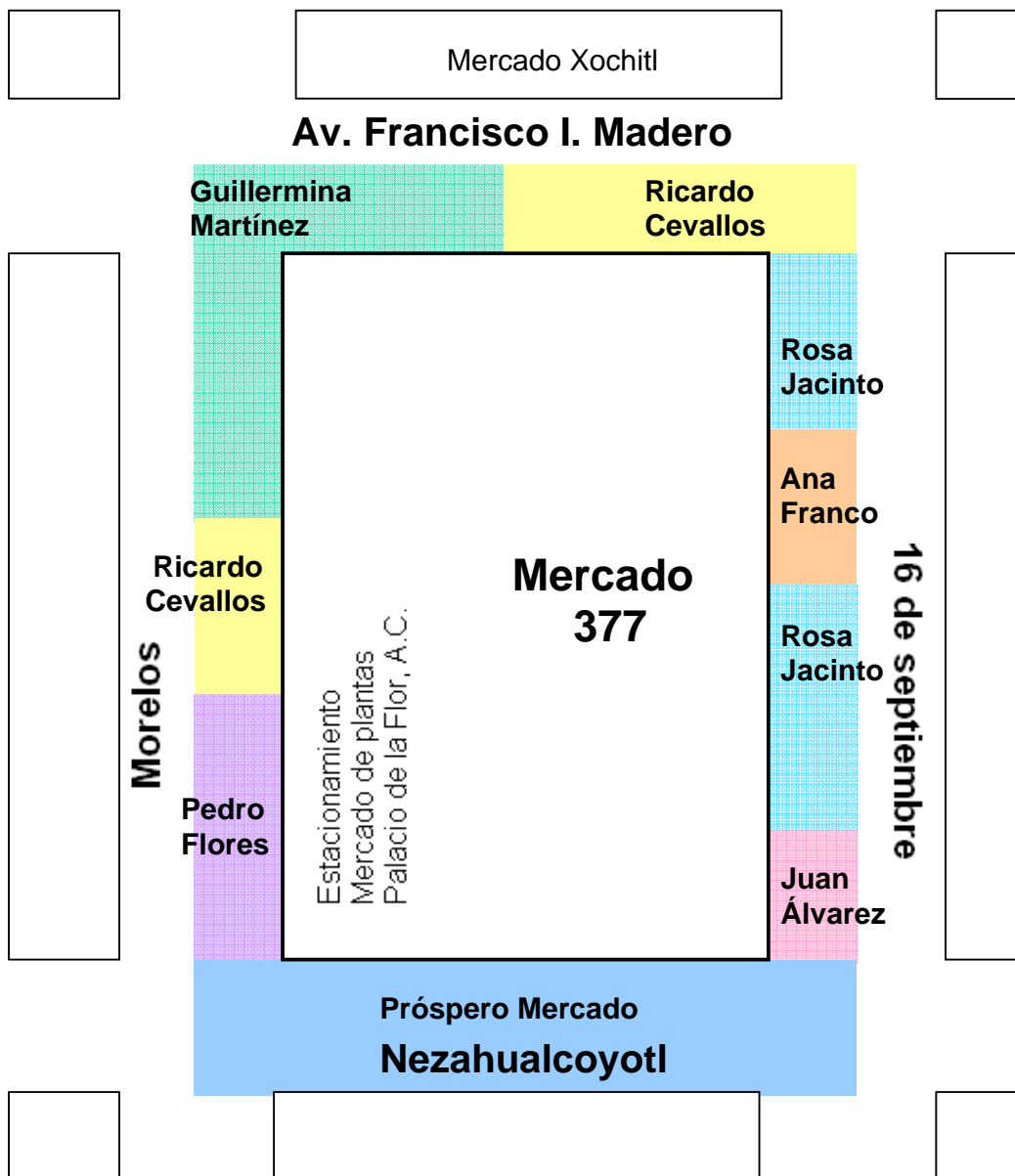
- En la calle Nezahualcoyotl se ubican los comerciantes de la “Organización Milenio A.C.” que tiene por líder a Próspero Mercado Vega; instalados en puestos permanentes.
- En la calle 16 de septiembre se encuentra la “Asociación Tiangislli”, de la líder Rosa Jacinto Rojas, la de Ana Franco (constituida por locatarios que decidieron salir a vender a la calle) y la “Agrupación de Comerciantes Semifijos Agricultores de Xochimilco y Milpa Alta A.C”. que tiene como dirigente a Juan Álvarez.
- En la Avenida Francisco I. Madero se colocan los puestos de la “Organización de comerciantes ambulantes y semifijos ‘Benito Juárez’, A.C.” del líder Ricardo Cevallos Noyola y la “Coalición de comerciantes del sureste del D.F.”, organización que tiene por dirigente a Guillermina Martínez Gutiérrez.
- En la calle Morelos hay también puestos de ésta dirigente junto a otros agremiados de la organización de Ricardo Cevallos y la asociación “Central de comerciantes del sureste del D.F.”, de Pedro Flores Rojas.

En la siguiente página se encuentra un mapa de localización de cada una de las organizaciones y del mercado.

---

<sup>162</sup> Los nombres de las asociaciones y sus representantes son reconocidos por el Siscovip. Oficio OIP / 3004 / 2009, emitido por la Oficina de Información Pública de la Delegación Xochimilco, el 23 de noviembre de 2009.

### Mapa de asociaciones alrededor del mercado 377



A continuación presentamos el análisis de estas asociaciones a partir de la metodología que se presentó en el apartado anterior.

La información que utilizamos es producto del análisis de las entrevistas realizadas a comerciantes en vía pública de cada una de las asociaciones y a los dirigentes de las mismas. Es necesario reconocer, sin embargo, que las entrevistas, nos permitieron únicamente un acercamiento a la realidad de estas asociaciones; y que,

por lo tanto, la evidencia que presentamos a continuación es solamente indicativa y, de ninguna manera determinante al respecto.

### **A. El origen de las asociaciones**

El primer aspecto que vamos a analizar de las organizaciones de comerciantes en vía pública, de acuerdo al esquema y metodología que presentamos, es la formación de las asociaciones. Nos interesa comprender cómo surgieron y por qué, así como los procesos más importantes por los que han atravesado.

Para esto utilizamos dos recursos: fuentes bibliográficas y entrevistas. Retomamos aquí las respuestas de los líderes de comerciantes en vía pública, las de los propios vendedores en vía pública, las de los locatarios que solían ser vendedores en vía pública y las de algunos funcionarios de la delegación de Xochimilco.

Como se dijo en el capítulo anterior, las primeras organizaciones de comerciantes en vía pública que existieron en la zona se crearon en la época del regente Uruchurtu, quien durante su periodo (1952 – 1966) llevó a cabo un programa que consistía en la construcción de mercados para reubicar a los comerciantes que ocupaban las calles de la ciudad.

Es importante tener claro que antes de que tomara el cargo Uruchurtu como regente del Distrito Federal ya existían en la Ciudad de México y en el centro de Xochimilco los comerciantes en vía pública. Sin embargo, fue hasta que se echó a andar el programa de reubicación que crearon sus organizaciones. Es decir, las organizaciones de comerciantes en vía pública se conformaron como parte del proceso de reubicación hacia los mercados.

Al ser reconocidos como parte de una organización integrada por un líder y más de cien comerciantes se adquiría el derecho de continuar vendiendo o, dicho de otra forma, se era “tolerado” (y no reprimido como en algunos otros casos), durante el tiempo que la construcción del mercado lo requiriera y terminado el proyecto se les reubicaba en los locales de los nuevos mercados.

Es posible afirmar entonces que las asociaciones de comerciantes de vía pública surgieron, en un principio, a partir de las políticas impulsadas por el regente Uruchurtu, pues los comerciantes se vieron en la necesidad de incorporarse o formar este tipo de organizaciones con la finalidad de ser contemplados en el proyecto de la construcción de mercados, y con ello evitar ser despojados de las zonas de venta en vía pública que ocupaban.

Sabemos por diversas fuentes que desde entonces se trataba ya de un grupo sumamente numeroso, formado en su mayoría por productores de la zona, con una larga tradición. Y, de acuerdo a los datos que encontramos, no todos pudieron ser incorporados al programa de reubicación en los mercados.

Actualmente, en los alrededores del mercado 377, no encontramos a comerciantes en vía pública que afirmaran encontrarse ahí desde entonces (antes de la construcción del mercado). Sólo encontramos locatarios que en las entrevistas afirmaron haber recibido sus locales como resultado del programa llevado a cabo por el regente. Y ellos mismos nos explicaron cómo fueron sorteados los locales, siendo sólo algunos comerciantes beneficiados, mientras que otros quedaron excluidos.

Las asociaciones de los comerciantes que existen hoy en día aparecen en fechas relativamente recientes, siendo la más antigua de hace aproximadamente quince años. Sin embargo sabemos, por las entrevistas realizadas, que todas las asociaciones que existen hoy en día tuvieron su origen a partir del rompimiento con una asociación previa. Es decir, los fundadores de éstas eran antes miembros de otras asociaciones, con cuyos dirigentes tuvieron problemas y por ello decidieron deslindarse de ellas y crear sus propias asociaciones, tema en el cual nos adentraremos en otros incisos.

## B. Los motivos para asociarse

Ahora bien, puesto que las asociaciones que estudiamos tienen el carácter de voluntarias, son “comunidades de elección”, un elemento fundamental que debemos estudiar es la motivación que lleva a los individuos a decidir unirse a los otros; es decir, el por qué se organizaron.

Desde el punto de vista de la teoría de las asociaciones, una de las razones más importantes para la conformación de toda asociación es la conciencia de que a partir del trabajo conjunto, la solidaridad y la cooperación en grupo, es más fácil alcanzar un objetivo.

Tocqueville argumentaba que las asociaciones secundarias sacan a las personas de sus asociaciones primarias, “educándolas acerca de su dependencia de los demás. (...) Además, las asociaciones cultivan la confianza y la reciprocidad entre los individuos, permitiéndoles realizar tareas en conjunto que no podrían realizar por sí solos”.<sup>163</sup>

Es decir, es una acción racional, desde el punto de vista de los asociados, el unirse para tener más fuerza y que sea más fácil lograr el fin deseado.

Sabemos que las primeras asociaciones de comerciantes, que datan de la época de Uruchurtu, nacieron porque era uno de los requisitos de los programas de reubicación en los mercados; es decir, no había una intención o un motivo para unirse más allá de cumplir con la normatividad que se imponía por parte de las autoridades. Sin embargo, en el caso de las asociaciones de comerciantes en vía pública que se encuentran hoy en día en esta zona, resulta evidente que no sólo están asociadas por cumplir con la normatividad sino que existen otros motivos que las hacen permanecer unidas, como la necesidad de construir un frente común para la defensa de sus intereses. Podemos ver claramente en las entrevistas cómo los comerciantes hacen énfasis en este punto. Rosa Jacinto, por ejemplo, líder de una

---

<sup>163</sup> Warren, Mark, *Democracy and Association*, p.30. (Traducción propia)

de las asociaciones, explica los beneficios que les significa el trabajar de forma conjunta:

“RJ.- Estamos tratando de trabajar todos juntos en equipo, porque yo creo que teniendo equipo es como podemos enfrentar a las autoridades, como que es más difícil golpear a diez que a uno, entre más fuerza tengas como que la delegación te da ese respeto o ese espacio”<sup>164</sup>

Muchos de los comerciantes, al ser interrogados respecto a los motivos que los llevaron a integrarse a la asociación hicieron referencia a esa “necesidad” de asociarse. Es decir, ellos plantean que necesitan trabajar en esos espacios y si, para seguir allí, requieren asociarse, para obtener mayor seguridad en el sentido de resguardar y mantener el medio por el que logran de una u otra manera conseguir un ingreso, los comerciantes estarán entonces dispuestos a hacerlo. Juan Álvarez, por ejemplo, dirigente de una de las organizaciones, rescata este aspecto al decir “es la gran necesidad la que nos ha hecho uniros porque a uno sólo no lo escuchan”.<sup>165</sup>

Cabe aquí mencionar que las acciones de las asociaciones están principalmente dirigidas hacia las autoridades delegacionales, tema fundamental del que se habla más adelante en el capítulo V.

### **C. Los objetivos de las asociaciones**

Otro de los aspectos más importantes en el estudio de una asociación se refiere a los objetivos de la misma. En opinión de G.D.H. Cole, el "propósito o propósitos del grupo es la base de la función de la organización que ha sido llamada a ser para su cumplimiento".<sup>166</sup> Es decir, la asociación es un medio creado con el propósito de alcanzar determinado objetivo o conjunto de objetivos. Y, por lo tanto, éstos son lo que le dan sentido a la asociación misma.

---

<sup>164</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto

<sup>165</sup> Entrevista 3, Juan Álvarez

<sup>166</sup> G.D.H. Cole citado en Warren, Mark, *Democracy and Association*, p.47. (Traducción propia)

Por ello, el guión de las entrevistas contemplaba una sección importante al respecto, en donde se preguntaba ¿para qué fue creada? y ¿qué objetivos o fines persigue?

Debemos tomar en cuenta que aunque realizamos entrevistas a un conjunto de vendedores en vía pública que pertenecen a distintas asociaciones, se encontró que el objetivo de todas ellas es el mismo: permanecer en el espacio público ejerciendo su actividad productiva.

Habría aquí que hacer notar la diferencia entre la primera “generación” de asociaciones de comerciantes, aquella que existió en la época de construcción de los mercados, que tenía como objetivo la reubicación hacia los mercados, y la segunda “generación” de asociaciones, las que actualmente se encuentran en la zona del centro de Xochimilco, que buscan la permanencia en el espacio público.

De acuerdo a lo propios vendedores de vía pública, las asociaciones tienen como finalidad primordial el evitar a toda costa el ser desalojados por las autoridades. Lo que más les importa a los comerciantes es tener la certeza de que podrán mantener su espacio de trabajo y su forma de vida frente a las autoridades, frente a otros comerciantes que lleguen y les quiten clientela y frente a los locatarios del mercado, con quienes tienen severos desencuentros. Así lo narra Javier Gutiérrez, vendedor de la calle Morelos:

“E.- ¿Y el fin común [de la organización] es el espacio para trabajar?

JG.- Así es, el área, es conservar nuestro espacio de trabajo. El ordenamiento, ordenarse para la basura, para la limpieza. Impedir la invasión de más comerciantes. El mercado, por ejemplo, que es otro bloque diferente, los locatarios quieren presionar”<sup>167</sup>

#### **D. Los recursos para lograr los objetivos**

El siguiente aspecto que debemos analizar de las asociaciones son los recursos con los que cuentan las asociaciones para alcanzar los fines que se proponen.

---

<sup>167</sup> Entrevista 22, Javier Gutiérrez.



Mark Warren afirma en *Democracy and Association*, que hay recursos que son más coherentes con la figura de la asociación, y recursos que son propios de otras formas de organización social. Por ejemplo, la violencia sería un recurso propio del Estado, pues, siguiendo a Weber, éste posee el monopolio de la violencia legítima. Las asociaciones, pues, poseen otros recursos, siendo los más importantes los recursos sociales; es decir, el capital social<sup>168</sup> que significa la reunión de un grupo de individuos con un fin común.

Todas las asociaciones poseen recursos, sin embargo es evidente que no todas tienen los mismos ni en la misma medida. Ahora bien, entre los tipos de recursos con los que pueden contar las asociaciones están: los económicos, siempre necesarios; los simbólicos, como la presencia de héroes o mártires dentro del grupo; los políticos, como la relación con políticos, la presencia o simpatía de militantes de partidos políticos entre los asociados, que alguno sea un funcionario público, etc.; los intelectuales, como el diseño de una estrategia; los legales; los identitarios, en el caso de que exista una fuerte noción de pertenencia al grupo, etc.

Entre los recursos más importantes con los que cuentan las asociaciones de comerciantes en vía pública, están los recursos políticos. Resulta fundamental el dialogo, la negociación y los acuerdos con las autoridades delegacionales, por lo que cualquier tipo de conexión con funcionarios públicos o con militantes de algún partido político es aprovechada para obtener beneficios, de lo cual se habla en el próximo capítulo más detenidamente.

También, las asociaciones hacen uso de recursos legales como los amparos y, especialmente, de los “permisos” de trabajo en vía pública, que se otorgan bajo el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública y que autorizan a los comerciantes a realizar su actividad productiva de manera legal, a cambio del pago de una tarifa, los cuales se analizan en el capítulo II en el apartado sobre la regulación del comercio en vía pública.

---

<sup>168</sup> Se retoma aquí brevemente la definición del concepto que hace Alejandro Portes: “El capital social en el nivel de comunidades específicas puede definirse como los recursos colectivos de los que pueden disponer éstas en virtud de la existencia de redes y estructuras sociales mayores, de las cuales los miembros forman parte”, en su artículo “La sociología en el continente: convergencias pretéritas y una nueva agenda de alcance medio”, *Revista Mexicana de Sociología*, p. 465.

En cuanto a los recursos económicos, habría que destacar que es un tema del que no hablaron cómodamente los entrevistados. Sin embargo, sabemos que el sistema común dentro de las asociaciones es el pago de una “cuota” o “tarifa” que es entregada de manera periódica (diaria o semanal) a los líderes o dirigentes por parte de los agremiados. Desconocemos específicamente qué cantidades son las que se han fijado porque la mayoría de los entrevistados se negaron a proporcionar dicha información, pero por lo poco que nos dijeron calculamos que la cifra es de entre \$30 y \$50 pesos semanales por puesto, dependiendo de cada asociación.

Sabemos sin embargo, por parte de otros actores, que los representantes de las asociaciones tienen fama de tener mucho dinero.

El Lic. Ruperto Uriel Jiménez, Director de Gobierno de la administración anterior de Xochimilco, por ejemplo, comentó en la entrevista:

“UJ.- No, *los líderes tienen mucho dinero... no, los líderes tienen mucho dinero*. Te digo, pues son cotos de poder que han tenido de toda su vida”<sup>169</sup>

Y la propia líder Guillermina Martínez, acusa a otros de incurrir en esas acciones, aunque ella se dice diferente:

“GM.- Realmente *nuestra organización no es para robar*, por lo menos yo estoy en contra de eso, *hay muchas gentes que se han dedicado a esto para robar y para hacerse millonarios, nosotros no*”<sup>170</sup>

Cabe decir que, en caso de que las asociaciones sean lucrativas, como algunos afirmaron, es una infracción a su carácter de asociaciones civiles, pues como el artículo 2670 dice “no deben tener carácter preponderadamente económico”.

---

<sup>169</sup> Entrevista 70, con el Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

<sup>170</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez.

## **E. Los mecanismos de incorporación a la organización**

Como establecimos en un principio, una de las características propias de la figura asociativa es la membresía. A diferencia de otras formas de organización social como los movimientos sociales, en las asociaciones hay una clara diferencia entre quiénes son parte y quiénes no. Así pues, encontramos que en las asociaciones hay criterios de selección, requisitos de ingreso, mecanismos y procedimientos de incorporación.

Para conocer cómo se da esto en el caso de las asociaciones de comerciantes en vía pública, se abordó el tema en las entrevistas realizadas a los mismos. Se les preguntaba cómo fue que ellos se incorporaron a la asociación y cómo era posible que alguien más lo hiciera.

Habría que recordar que, como se analiza en el capítulo III, para poder dedicarse al comercio en vía pública; es decir, sin que permanentemente los estén desalojando las autoridades, sólo hay dos posibilidades: gestionar el permiso en la delegación, o incorporarse a una organización para que el líder les tramite el permiso o negocie algún tipo de tolerancia con las autoridades.

Ahora bien, es importante recalcar que se supone que para constituirse como una asociación civil es necesario que se inscriban los estatutos de la misma en el Registro Público, además de que el artículo 2674 del Código Civil se establece que es competencia de la asamblea general la admisión y la exclusión de los asociados. Sin embargo, entre los comerciantes en vía pública esto parece quedar en el plano de lo “formal” y no tener relevancia en el actuar real de la vida asociativa. Los comerciantes, al ser interrogados respecto a los criterios de selección, requisitos de ingreso, mecanismos y procedimientos de incorporación a sus asociaciones, en ningún momento hicieron referencia a un reglamento, a normas, o estatutos que los determinaran.

En vez de ello, respondieron de diferentes maneras pero siempre con un discurso que giraba en torno a los siguientes aspectos, con dicho orden de importancia:

1. La necesidad de hablar con el líder de la asociación.

2. La necesidad de la autorización del líder de la asociación.
3. La necesidad del pago de una cuota al líder de la asociación.
4. Tramitar el permiso para vender en la vía pública.

Así pues, el discurso de los comerciantes con respecto a su ingreso a la asociación se centró de manera rotunda en la figura del líder. Resulta evidente que éste es quien toma la decisión de si alguien ingresa o no, así como los requisitos que se le piden para ello. Es notable, además, que en ningún momento se hace alusión a las razones por las cuales se podría permitir o negar la entrada de nuevos miembros a la asociación.

Jaime, por ejemplo, quien trabaja en un puesto en vía pública, al hablar sobre cómo se hace para poder vender en la vía pública, reconoce lo importante que es que el líder esté dispuesto a permitirlo y a apoyarlos, pues todo depende de su voluntad:

“E.- ¿Y qué se necesita para poner un puesto?

J.- Pues todo lo arregla Próspero, y él te dice si hay lugar, *si quiere o no*, se le da una cuota. ¿Sabes de cuánto es? No pues más bien si quiero poner un puesto voy a hablar con Próspero y él me dice cuanto me pide, y si hay lugar”<sup>171</sup>

Esto nos lleva a pensar que, en caso de que efectivamente existan, los “estatutos” o “reglamentos” de las asociaciones son completamente inoperantes en la práctica. No existe, en realidad, un reglamento claro, se desconocen los requisitos necesarios para ingresar y los procedimientos que se deben llevar a cabo, o, en todo caso, es irrelevante conocerlos, pues todo depende de la voluntad y humor del dirigente.

La versión de los líderes de los comerciantes, sin embargo, es muy diferente. Ellos se dicen ajenos al proceso de incorporación a la asociación, pues se tratan de proyectar en la forma de simples consejeros, guías o mediadores entre las autoridades delegacionales y los comerciantes, como si no tuvieran ellos el poder de decidir por su propia cuenta al respecto.

---

<sup>171</sup> Entrevista 28, Jaime.

Esto lo vemos claramente, por ejemplo, en el caso del representante Juan Álvarez, que al ser interrogado sobre qué se necesita para que una persona se instale con él, responde:

“JA.- En primer lugar yo no puedo decirle que se instale, si va a solicitar con un diálogo ‘necesito un permiso, necesito esto’, bueno haga usted un escrito dirigido a la delegación, esa es mi primera orientación, haga usted una carta dirigiéndose al delegado y ya en la respuesta le dirán si sí o si no”<sup>172</sup>

Cabe mencionar que cuando se interrogó sobre este asunto a los funcionarios delegacionales entrevistados, éstos respondieron que es el dirigente quien toma las decisiones, de quien depende completamente si se le acepta o no dentro de las asociaciones; y, además, que ser parte de una asociación es sumamente importante para poder, en efecto, dedicarse al comercio, como se analizó en el capítulo anterior.

Carlos Bravo Vázquez, director de gobierno de Xochmilco del 2003 al 2006, comentó al respecto:

“CB: *La mayor parte de las personas que se dedican al comercio en vía pública lo hacen acercándose en primera instancia a un líder, él es el que les va a negociar la ocupación de la calle.* Muchos acuden por su propia cuenta a la Delegación, pero, pero... ahí entra la cuestión de cómo actúan los funcionarios, ¿no? Por la misma imagen que se tiene del comercio en vía pública como algo que afea el entorno, que genera problemas, en muchas ocasiones en automático se les niega el permiso, entonces el comerciante en vía pública dice, bueno, pues la autoridad me lo esta negando y tengo un primo que conoce al líder, entonces me voy con mi primo a trabajar o a lo mejor él me da un espacio ahí junto y me la paso con mi primo, o *me conecta directamente con el líder y el líder me tramita el espacio*, por estas relaciones políticas, que comentábamos hace un momento, que se dan ya de manera directa con el jefe delegacional”<sup>173</sup>

Respecto al tema de si es o no necesario incorporarse en el Programa de Reordenamiento y tramitar el permiso para vender en la vía pública, sabemos que, como se menciona en el capítulo III, muchos de los comerciantes de los alrededores

---

<sup>172</sup> Entrevista 3, Juan Álvarez.

<sup>173</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

del mercado 377 no cuentan con dicha autorización; por lo tanto, la cuestión de contar o no con ésta es irrelevante para la incorporación a las asociaciones.

Lo fundamental, en cualquier caso, es la aprobación y el apoyo del dirigente de la asociación. Estos representantes son quienes presionan a las autoridades delegacionales para conseguir más permisos para sus agremiados, o si no los obtienen, por lo menos consiguen la tolerancia y permanencia de los mismos. En todo caso, de ser necesario un permiso, es el líder quien se encarga de los trámites, requisitos y negociación necesaria con los funcionarios delegacionales. O, como afirma Carlos Bravo, directamente con el jefe delegacional.

Sabemos, además, por el ex director de gobierno, el Lic. Uriel Jiménez, que en varias ocasiones han llegado comerciantes que solicitan su registro en el Programa de Reordenamiento, con la finalidad de obtener el permiso para poder vender en la vía pública, pero resulta que ese registro ya está hecho; es decir, hay comerciantes que desconocen que ya están inscritos en el programa:

*“UJ.- Sí, muchos de ellos ni siquiera saben que tienen un permiso, y muchos de ellos le pagan cada mes o cada 15 días al líder pensando que él está haciendo sus pagos en algún lugar, porque tienen una tolerancia, o no sé lo que puedan pensar, ¿no?, y resulta que cuando pasas y le dices "oiga usted no paga desde el 2000", "no, pues cómo, si yo les doy a mi líder", pues será a él, pero no, estos otra cosa. Así están, y muchos ni siquiera saben que tienen un permiso. Muchos vienen aquí y te piden que los incorpores al programa y tú tienes obviamente que aceptar la solicitud de ellos están haciendo... bueno, tienes que atenderla, checas en el sistema y ya están dados de alta. Sí, y no lo saben. Otra realidad, que muchos ni siquiera saben que tienen un permiso, que están incorporados”<sup>174</sup>*

Consideramos que el hecho de que se de esta situación refleja la poca relevancia que tiene para los comerciantes el contar o no con un permiso, pues muchos ni siquiera saben que lo tienen.

---

<sup>174</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

## F. Sobre los procesos de toma de decisiones

Otro elemento que es necesario analizar de las asociaciones es en relación a su organización interna. Si retomamos la definición que hace Cole de las asociaciones, en donde dice que “al menos dos cosas son necesarias para todas las asociaciones: un propósito común y, en cierta medida, las normas de acción común”<sup>175</sup>, vemos que “los acuerdos” para llevar a cabo la “acción común” son fundamentales.

En ese sentido, resulta relevante estudiar cómo es que los asociados se ponen de acuerdo y sobre qué aspectos, por lo que en las entrevistas a los comerciantes en vía pública se incluyeron estas preguntas.

Hay que recordar, de nuevo, que de acuerdo al Código Civil las asociaciones civiles deben inscribir sus estatutos en el Registro Público para constituirse. En teoría, los procedimientos de toma de decisiones deben estipularse ahí. Además, de acuerdo al artículo 2677, las decisiones se deben tomar en la Asamblea General por mayoría de votos de los miembros de la asociación.

A partir de las respuestas de los entrevistados podemos observar que aunque se trata de distintas asociaciones de comerciantes todas funcionan a través de mecanismos muy similares.

Al igual que cuando se preguntó sobre los procedimientos y requisitos de incorporación, se manifiesta una situación de ignorancia. Se desconocen muchos aspectos relativos a cómo y qué decisiones se toman. Cuando mucho, se alegó la existencia de reuniones o juntas que son convocadas por los líderes de cada organización en las que “se deciden” algunos aspectos. No mencionan en ningún momento un sistema de votación ni la forma en la cual se toman esos acuerdos.

En las entrevistas los comerciantes decían que en esas reuniones los temas que se discuten son las cuestiones básicas inherentes al funcionamiento cotidiano de su actividad económica, como son el cobro de cuotas, el tipo de giros que hay, la

---

<sup>175</sup> Warren, Mark, *Democracy and Association*, p. 44. (Traducción propia).

recolección de basura y, sobretodo, lo relativo a los problemas que se tengan con las autoridades delegacionales, los permisos, el programa de reubicación y demás.

Sin embargo, se percibió que esto no era del todo real. Según las respuestas de los entrevistados, la mayoría de las decisiones se toman en asambleas, pero, en realidad, no hay un calendario de reuniones ni un sistema de votación. Además, los únicos que convocan a las reuniones son los líderes. De acuerdo al artículo 2675 del Código Civil, dichas reuniones deberían estar fijadas en los estatutos de las asociaciones, además de que debería de existir la posibilidad de que los agremiados convocaran a asamblea, si así lo desearan.

Resulta claro que, en caso de estar fijadas las reuniones de las asambleas de las asociaciones, no se respetan; puesto que, de lo contrario, los comerciantes sabrían perfectamente cada cuándo hay una. Además, el hecho de que no se conozca cuándo se realizarán, refleja que, en realidad, esto no es importante para los comerciantes. Si, en efecto, los comerciantes decidieran sobre cuestiones importantes en las asambleas, como algunos afirmaron, debería ser relevante entonces el conocer cuándo y cómo se decide. Sin embargo, puesto que no es así, sólo nos queda pensar que en realidad los comerciantes no forman parte de la toma de decisiones importantes.

Y, una vez más, queda claro que los estatutos de las asociaciones de comerciantes permanecen en el plano de lo “formal” y no tienen relevancia en el proceder real de la vida asociativa.

Como dice la líder Guillermina Martínez, al ser interrogada sobre qué obligaciones tienen los agremiados, en lugar de apelar a los estatutos o a las reglas, afirma que es “lo que ellos marcan”, sus indicaciones, sus órdenes:

“E.- ¿Y cuáles son las obligaciones que podrían tener ellos con ustedes?

GM.- Pues *lo que marcamos nosotros*, asistir a las asambleas, pagar sus cuotas, hacer sus pagos a tesorería, cuando se les llame a una asamblea extraordinaria hacerse presentes, pero son así, no somos tan rígidos”<sup>176</sup>

---

<sup>176</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez



Por lo tanto, la pregunta es ¿quién o quiénes son los que sí toman las decisiones? Como los propios entrevistados reconocieron, son los líderes o representantes quienes convocan a las reuniones. Además, como se ha dicho ya, en dichas reuniones no hay procesos de toma de decisiones, lo que nos lleva a pensar que las decisiones son tomadas antes o después de las asambleas por los propios líderes. Son éstos quienes tienen el poder “efectivo” de decidir sobre las cuestiones relativas a la asociación.

Consideramos entonces que en realidad las reuniones o asambleas de los miembros de las asociaciones son meramente informativas. El líder o dirigente se presenta frente a los comerciantes a informarles de las resoluciones o acuerdos que se han tomado con las autoridades delegacionales o con otros actores.

El hecho concreto en el que se refleja esto es en que son los líderes quienes se presentan y quienes discuten y negocian con las autoridades delegacionales sobre los aspectos más importantes de las asociaciones, que son: conservar el espacio y asegurar el ejercicio de la actividad de venta en la vía pública.

En las mesas de diálogo que se han entablado durante muchos años entre los representantes de las asociaciones y los funcionarios de la delegación de Xochimilco es en donde se realizan los acuerdos y se decide sobre el futuro de su actividad.

Al tener una relación tan cercana, consideramos de utilidad el interrogar a los funcionarios delegacionales sobre las asociaciones y sus líderes. En este caso, analizamos lo que ellos dijeron respecto a la participación dentro de las asociaciones.

En la entrevista que se realizó al ex Director de Gobierno de Xochimilco (periodo 2003 – 2006), el Lic. Carlos Bravo Vázquez, él habló respecto a las asociaciones de comerciantes de la siguiente manera:

*“CB.- Todas las agrupaciones de comerciantes son autoritarias, la democracia no priva ahí. Citan a reuniones con sus agremiados pero para decirles van a hacer esto, van a pagar cuotas, van a pagar al programa de reordenamiento, pero también para ir a apoyar a fulano de tal de un partido político, o me van a dar para una comida para tal político. No hay procedimientos de elección, hay procedimientos de imposición”<sup>177</sup>*

Las expresiones del entrevistado son bastante explícitas con relación a la falta de mecanismos democráticos para la toma de decisiones. Es más, él afirma que no existen tales, sino que, por el contrario, son los dirigentes quienes deciden todo y solamente comunican las decisiones a los agremiados.

Sus palabras refuerzan lo que nosotros concluimos a partir de las entrevistas a los comerciantes en vía pública; es decir, que las “asambleas” no son tales, no son reuniones para discutir y acordar de manera conjunta sobre las cuestiones importantes, sino que son juntas en las que se “informa” a los agremiados sobre los siguientes pasos a seguir, sobre lo que se ha decidido ya, y sobre lo que tienen que hacer. Además, las decisiones de los líderes son irrefutables, son “impuestas” a los agremiados. En pocas palabras, son órdenes.

En ese segmento de la entrevista, además, el funcionario habla sobre que los líderes también imponen a los agremiados cuestiones de índole político, como apoyar a un candidato de un partido político. Este tema es fundamental para esta investigación y se aborda en el siguiente capítulo.

Por otro lado, el siguiente director de gobierno, el Lic. Uriel Jiménez, confirmó en la entrevista que los líderes son quienes negocian, realizan los acuerdos, toman las decisiones y después simplemente comunican a los comerciantes lo que consideren o deseen:

*“E.- Y por ejemplo, cuando tienen reuniones, me imagino, usted, como delegación, con las asociaciones o con los líderes de estas asociaciones, ¿vienen también ellos [los agremiados]?”*

*UJ.- No, no, no, no, pues es parte de lo que decíamos hace rato... pues ellos manejan la información, ellos bajan la información, ellos monopolizan toda la información que el*

---

<sup>177</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

gobierno les puede proporcionar, ¿no?, y ellos acuerdan sin necesidad de consultarlos. No, o sea, vienen ellos, vienen ellos como representantes y con ellos se acuerda, ¿no?. No, con los agremiados no, ellos no. Si tu haces el acuerdo con el líder pues ya la hiciste, ¿no?”<sup>178</sup>

Incluso, el entrevistado asegura que lo que hacen los dirigentes en “monopolizar a información”, y que no necesitan en ningún momento consultar a los agremiados.

## **G. La participación dentro de las asociaciones**

Muy ligado al tema de los procesos de toma de decisiones, se encuentra el de la participación en las asociaciones.

Puesto que las asociaciones se mantienen vivas a través de la acción colectiva, resulta vital analizar cómo y en qué grados se da la participación de los miembros de una asociación.

Como mencionamos en el inciso anterior, el Código Civil, donde se establecen las reglas para el funcionamiento de una asociación civil, señala que la participación de los agremiados debe darse a través del voto (artículo 2677). Además, entre los derechos y obligaciones de los asociados se encuentra la participación con voz y voto en las asambleas, la participación en los órganos de dirección de la asociación y la vigilancia del cumplimiento de los fines de la asociación y el uso correcto de los recursos de la misma. Sin embargo, en las asociaciones de los comerciantes en vía pública no se da esto.

Sabemos por las entrevistas que la única forma en la que se participa en estas asociaciones es por medio de las asambleas o reuniones antes mencionadas. Sin embargo resultó evidente que hay una “participación de baja intensidad”<sup>179</sup>, ya que para empezar los comerciantes desconocen cada cuándo hay una, y de acuerdo a

---

<sup>178</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

<sup>179</sup> Usamos este término para describir la baja o casi nula participación que tienen los comerciantes en vía pública dentro de las asociaciones que han creado; tanto en términos cuantitativos, en cuanto a asistencia a reuniones y juntas, número de asociados que toman parte en los órganos directivos, etc.; como en términos cualitativos, respecto a la incidencia de los asociados en la toma de decisiones.

ellos mismos, la asistencia a esas juntas es realmente escasa. Fueron muchos los entrevistados que dijeron no ir, o ir sólo de vez en cuando a las reuniones; además de que, como ya se dijo, no sabían cada cuánto tiempo se reúnen; es decir que no existe un acuerdo previamente estipulado que indique eso.

El hecho de que no haya calendario de reuniones significa que no hay una participación constante y activa por parte de los agremiados. Una de las comerciantes, Elsa Morales, comentó que para empezar no sabe cuántos miembros tiene su asociación y que no se ponen bien de acuerdo cuando hay juntas, por lo que la asistencia a éstas es muy escasa:

“E.- ¿Y cómo es, cómo cuántos [agremiados] son?

EM.- La verdad yo no sabría decirte, porque cuando luego hay juntas y eso, hay *gente que luego acude y pues otra que no va, unos que si cumplimos y otros que no cumplen*, es como todo, la gente *luego decimos a una hora y luego decimos a otra y lógico nunca estamos completos*, algunos que si cumplen y otros que no”<sup>180</sup>

En cuanto a la participación de los socios a través del voto se observó en las entrevistas que tal procedimiento no se lleva a cabo. Las reuniones o asambleas, como se analiza en el inciso anterior, son meramente informativas. El líder es quien toma las decisiones y sólo reúne a los agremiados cuando es necesario para comunicarles la dirección que éstas han tomado; para, como se dijo anteriormente, ordenar qué se hará, como dice el comerciante Enrique Marín:

“EM.- (...) mas que nada ella [la líder Rosa Jacinto] cuestiona con la delegación y pues como ya es representante tiene su protocolización, está todo en regla pues ahora si que *estamos a lo que diga ella*”<sup>181</sup>

Los dos ex directores de gobierno, confirmaron en las entrevistas que así es como sucede: “las agrupaciones de comerciantes son autoritarias, la democracia no priva ahí. Citan a reuniones con sus agremiados pero para decirles van a hacer esto (...). No hay procedimientos de elección, hay procedimientos de imposición”,<sup>182</sup> los

---

<sup>180</sup> Entrevista 14, Elsa Morales.

<sup>181</sup> Entrevista 6, Enrique Marín

<sup>182</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

líderes “acuerdan [con las autoridades] sin necesidad de consultarlos [a los agremiados]”.<sup>183</sup>

Además, aunque se supone que dentro de los derechos de los asociados se encuentra la participación en los órganos de dirección de la asociación, observamos que en realidad no es así, pues, como se analiza en el siguiente inciso, en donde se estudia la estructura de las asociaciones, no hay rotación de liderazgo.

Por otro lado, hay que considerar otro aspecto relacionado con la participación, que es el espacio que se le da a ésta y el grado en el que se permite la expresión del desacuerdo o la inconformidad.

Warren expone que “cuando las asociaciones son de carácter voluntario, la represión de la disidencia induce la salida - una dinámica que puede generar incentivos para que las asociaciones utilicen la persuasión y no la fuerza”<sup>184</sup>.

Es importante retomar aquí un tema que se abordó al principio del apartado, sobre el surgimiento de las asociaciones de comerciantes. Vimos que los fundadores de las asociaciones eran antes miembros de otras, con cuyos dirigentes tuvieron problemas y por ello decidieron deslindarse de ellas y crear sus propias asociaciones. Es decir, la disidencia sólo tiene una manera de expresarse: la salida de la organización.

Asimismo, en las asociaciones que crearon estos líderes, podemos observar cómo se repite la misma situación de “represión” de la disidencia dentro de las asociaciones, y cómo es llevada a cabo con la mayor naturalidad por los líderes.

La dirigente Rosa Jacinto, por ejemplo, explica cómo están llevando a cabo un proceso de “limpia” de disidentes, de aquellos que no se alinean, o de aquellos que se atreven a aspirar a la dirigencia de la organización.

---

<sup>183</sup> Entrevista 70 con el Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

<sup>184</sup> Warren, Mark, *Democracy and Association*, p. 46. (Traducción propia)

“RJ.- De un año para acá [somos] 114, miembros, pero mira, efectivamente *estamos haciendo una limpieza* de enero para acá, *una limpieza en donde no faltan las envidias o un agremiado que quiera llevar ese papel como representante*, entonces empezaron a dividirme a la gente, yo siempre he tratado de que todo venga al 100%, prefiero tener 10 buenos que 100 malos. Entonces estamos haciendo *una limpia en la que la gente que no se quiera alinear* o no quiera trabajar, definitivamente no se puede contar con ellos”<sup>185</sup>

Consideramos que las palabras de la líder reflejan claramente su visión de cómo funciona la asociación. Especialmente, nos parece relevante la manera en que se refiere a aquellos agremiados que desean ejercer su derecho de ser partícipes en el órgano directivo de la asociación. Evidentemente, a ella le parece que esto constituye una falta que amerita la expulsión, en lugar de un derecho establecido claramente por el Código Civil.

#### **H. La estructura de las asociaciones**

Uno de los mayores retos a los que se enfrentó esta investigación fue el superar el hermetismo de los comerciantes en vía pública para hablar acerca del funcionamiento y estructura de sus organizaciones.

De acuerdo al Código Civil, la estructura de las asociaciones está compuesta por la asamblea general, que constituye el poder supremo de la asociación según el artículo 2674, y los órganos de dirección, cuyas facultades se encuentran establecidas en los estatutos de cada asociación pero que dependen últimamente de la voluntad de la asamblea general.

Cuando se realizaron las entrevistas resultó claro que a los comerciantes en vía pública les era incómodo o hasta molesto el describir las formas por medio de las cuales se habían integrado a la organización, los requerimientos que se les exigen para permanecer dentro de ella, los mecanismos de toma de decisiones, etc. La mayoría de los entrevistados respondían con monosílabos o decían no conocer el tema. Hubo, sin embargo, comerciantes con los que sí se logró entablar un diálogo más profundo.

---

<sup>185</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto.

A partir del análisis de las entrevistas encontramos que las asociaciones de comerciantes en vía pública pretenden ser estructuras democráticas que funcionan a través de la participación libre y activa de los agremiados, sin embargo, por lo que los propios comerciantes dijeron, resulta evidente que no es así. Existe una estructura claramente vertical, de jerarquías perfectamente establecidas en donde los líderes o “representantes” son los que la encabezan.

Sabemos que el rol de representante dentro de estas asociaciones no tiene vencimiento. No hay rotación de la dirigencia; es decir, el líder de la asociación ha sido el mismo desde que ésta comenzó, pese a que en el Código Civil se establece como un derecho de los asociados el participar en los órganos de dirección de la asociación.

Además, no hay lugar para la discrepancia. Como se analizó en el inciso anterior, la participación de los agremiados se limita a la aceptación de las decisiones que toman sus dirigentes. Y, en caso de que haya desacuerdos al respecto, lo único que se puede hacer es salir de la asociación.

Mario Krieger, en *Sociología de las organizaciones*, realiza la siguiente tipología de los liderazgos que pueden darse en una organización:

- a) El líder autocrático ordena y espera obediencia, es dogmático y positivo y dirige mediante la capacidad de retener o conceder recompensas y castigos.
- b) El líder democrático o participativo consulta con los subordinados sobre las acciones y decisiones propuestas y fomenta la participación de los mismos.
- c) El líder liberal o de “rienda suelta” utiliza muy poco su deber, ya que otorga a los subordinados un alto grado de independencia operativa.

De acuerdo a esta tipología diríamos que el tipo de liderazgo que se da en las asociaciones de comerciantes en vía pública es del tipo autocrático.

Resulta ilustrativa, por ejemplo, la manera en que la dirigente Rosa Jacinto se refiere a la asociación y a las decisiones, pues lo hace siempre en primera persona:

“RJ.- *Me decido* a tomar este cargo porque a raíz de ello el representante que me gestionaba a mí se había quedado con mi documentación, cosa que era valiosa para nosotros, para poder trabajar en la vía pública, es por eso que *tomo esta responsabilidad*”.<sup>186</sup>

“RJ.- Empiezo a gestionar y meto mi documentación como una representante, aproximadamente hace un año es cuando *yo me organizo* y formamos la mesa directiva y *mi organización*”.<sup>187</sup>

Consideramos que la manera en la que se expresa esta dirigente refleja claramente la visión que ella tiene de su papel en la asociación. De acuerdo a ella, la asociación es *su* asociación, la que se organiza es *ella*, la que decide formarla es *ella*. Esto da a entender dos puntos: primero, una visión egocéntrica de la asociación, que muestra una concepción centralista del poder “directivo” y segundo, la falta de participación de los otros agremiados, que la dejan hacer y deshacer a su antojo.

Esto resulta aún más notable al compararlo con la concepción que tienen los miembros de la asociación de su posición. Al respecto es sumamente ilustrativa la frase de una señora comerciante de nopales (que prefirió permanecer en el anonimato):

“E.- ¿Cual es su papel en esas juntas?

V.- Pues nada mas somos agremiados, o sea *no tenemos ningún papel*”<sup>188</sup>

Es decir, de acuerdo a ella los miembros de la asociación en realidad no cuentan en lo más mínimo, son insignificantes. Esto significa que aquello de la “participación con voz y voto”, así como que la “asamblea es el poder supremo de la asociación”, cuestiones que señala el Código Civil, se quedan completamente en el plano de lo “formal” y no tienen relevancia alguna en el actuar real de la vida asociativa.

---

<sup>186</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto.

<sup>187</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto.

<sup>188</sup> Entrevista 8, Anónima.



Consideramos necesario recalcar el hecho de que las funciones que cumplen los líderes de la organización son de vital importancia, pues éstos son los que toman las decisiones que afectan a todos los agremiados. Son ellos los que van a la delegación a arreglar los problemas que se presentan, los que hablan con las autoridades, los que llevan a cabo los trámites. Ellos tienen el poder de decidir sobre la suerte de los comerciantes, por lo que no es sencillo que se encuentren con alguien que esté dispuesto a arriesgarse a hacerles frente.

Ahora bien, al ser los líderes las figuras más importantes de las asociaciones, una parte importante de la investigación fue estudiar cuál es la percepción que tienen los asociados de ellos. Al analizar las entrevistas encontramos que el caso más regular que se presentó fue de indiferencia, contestaban con monosílabos o de forma breve que sí estaban asociados y que los representantes eran los encargados de ver por sus intereses; es decir, ni los criticaban ni agradecían su trabajo.

Aunque era notorio que los comerciantes preferían no hablar del tema, es más, en cuanto les era posible trataban de evadirlo, sí se encontró a algunos que se expresaron con desenvolvimiento. Las respuestas de los comerciantes que hablaron cómodamente del asunto giraron en torno a dos polos opuestos: los que estaban completamente satisfechos con los líderes y halagaban continuamente su desempeño, y los que se manifestaban en total desacuerdo con los líderes y los criticaban severamente.

Los pocos comerciantes que se mostraron agradecidos con sus representantes dijeron estar plenamente satisfechos en cuanto al compromiso de éstos pues siempre trabajan y están disponibles, además de que cumplen con sus responsabilidades. Tal es el caso de la comerciante Maximinia Galicia, que comentó:

“MG.- Ellos son los que nos han apoyado aquí, por eso estamos acá por que si no nomás anduviéramos caminando y pues ya con eso, él nos apoyo para que nos dieran un lugarcito”<sup>189</sup>

---

<sup>189</sup> Entrevista 11, Maximina Galicia.

Por otro lado, los comerciantes que cuestionan totalmente la necesidad de la existencia de líderes argumentan que éstos no hacen sino aprovecharse de la posición privilegiada que tienen, que cobran cuotas excesivamente altas sin necesidad y que solamente son mantenidos por la organización sin que ni siquiera trabajen o hagan algo por ayudar a los agremiados.

Los únicos comerciantes que opinaron así, de manera directa, fueron los que se dicen “independientes”, que no son parte de ninguna asociación, y que son una minoría absoluta alrededor del mercado, como el vendedor llamado Solin:

“E.- ¿Nos comentabas que no tienes ningún representante...?”

S.- Ah, no, pues no, el representante, pues se puede decir así, pero nada más es para mantenerlo tu mismo, porque, aparte de que pagas tu lugar en la delegación, el permiso que tienes, *a ellos los tienes que estar manteniendo*, diario les tienes que estar dando entre 30 y 50 pesos diarios, y a ellos se les queda eso, por eso yo estoy solo, de manera independiente, y yo nomás pago lo que es reglamentariamente en la delegación, tu permiso, y ya no tengo que mantener a otra persona. Son raros los que están como yo, independientes, porque te presionan para que después te apoyen en algo, pero pues, así como estamos, no creo”<sup>190</sup>

“S.- Cuando hay broncas no han estado presentes [los líderes], nunca están, se esconden, y eso es lo que no me late, que nunca te van a defender, y eso que se supone que los líderes son tu defensa, para eso son los líderes, ahí está el representante del líder, se acaba entonces vas con el sindicato y si no tienes que echarte la bronca ya no tienes quién te defienda y tienes que defender tu mercancía”<sup>191</sup>

Como se vio en el capítulo III, para poder ejercer el comercio en vía pública se necesita forzosamente tener el permiso y estar incorporado al Programa de Reordenamiento o ser parte de una asociación. Los comerciantes independientes se pueden permitir el no formar parte de ninguna agrupación pues ya tienen el permiso de la delegación. Sin embargo, esto no excluye que los dirigentes presionen a estos comerciantes para que se asocien, como dice Solin, lo cual se analizó en el capítulo anterior y se retomará más adelante en el capítulo V.

---

<sup>190</sup> Entrevista 18, Solín.

<sup>191</sup> Entrevista 18, Solín.

Otro de los aspectos importantes respecto a los representantes es el origen de éstos como tales. Sin embargo, cuando se les preguntó a los comerciantes acerca de cómo es que los líderes llegaron a posicionarse como tales, se hacía evidente su desconocimiento. Nosotros consideramos que esto refleja dos puntos. Primero, que los mecanismos de ascenso dentro de la propia organización son arbitrarios y sombríos. Y, segundo, que no es relevante para los comerciantes el conocer cómo es que el dirigente ha llegado a esa posición. Esto último nos parece que demuestra la poca injerencia que tienen los agremiados en su propia asociación, lo cual refuerza el punto de que los comerciantes no están involucrados en la toma de decisiones (como se ha visto ya en el análisis de otros aspectos de la vida asociativa).

Lo poco que los comerciantes conocían acerca de los representantes era que en algún momento éstos habían sido también vendedores en vía pública, que provienen de familias que a su vez se dedicaban a dicha actividad, y que han pasado una larga parte de sus vidas en ese mercado; muchos, incluso desde que eran niños.

Rosa Jacinto, una de las líderes de comerciantes, narró la historia de cómo se convirtió en líder a partir de que tuvo severos problemas con el representante de la organización de la que era miembro:

“RJ.- Mira, esto se llevó a cabo porque hace algunos años teníamos otro representante, esta persona más que nada lucraba con nuestras necesidades, y por eso determiné que era mucho lucro y represalia social, y en su momento no apoyaba o no aportaba ciertas cantidades. *Me decido a tomar este cargo* porque a raíz de ello el representante que me gestionaba a mí se había quedado con mi documentación, cosa que era valiosa para nosotros, para poder trabajar en la vía pública, es por eso que *tomo esta responsabilidad*”<sup>192</sup>

Sin embargo, dicha historia no contempla los mecanismos mediante los cuales otros comerciantes la aceptaron a ella como representante. No se sabe si fue elegida, si alguien la designó, si había otras personas que aspiraban al cargo. Incluso, ella

---

<sup>192</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto.

misma dice que “se decidió a tomar el cargo”, lo cual implica que nadie la escogió como representante.

Guillermina Martínez, otra de las líderes de comerciantes en vía pública, narró en la entrevista que el puesto de dirigente en realidad le fue “heredado”, pues al parecer son puestos vitalicios:

“GM.- Yo en lo personal saqué a una persona de representante llamado Rubén Gómez Ferrero y ya de ahí empezamos a trabajar en lo que fuera, yo era su segunda y todo eso, y *al morir él yo quedé al frente.*”<sup>193</sup>

En pocas palabras el ascenso a los órganos de dirección de la organización son mecanismos oscuros que no pudieron ser rebelados completamente, y que se puede decir que esto se debe a su grado altamente autoritario y arbitrario y a que los comerciantes se encuentran en una posición vulnerable, de riesgo, por la cual no se atreven a criticar la estructura de poder que necesitan para continuar ejerciendo su trabajo.

Las posiciones de los dirigentes son, además, por lo tanto, incuestionables. Los agremiados deben asumir como un hecho el liderazgo ya establecido. En aquellos casos en los que se presentan luchas de poder lo que resulta es una secesión de un grupo de la organización que decide abandonar esa estructura y crea una nueva.

Para ahondar más en el tema de la estructura de las asociaciones se preguntó en entrevistas a los funcionarios delegacionales de Xochimilco sobre los líderes de las mismas. Consideramos relevante retomar aquí la perspectiva que ellos tienen pues ellos hablaron de manera mucho más directa del tema.

Con respecto al origen de los líderes de las organizaciones de vendedores en vía pública, el ex Director de Gobierno, Carlos Bravo, comentó que todos ellos fueron primero simples agremiados de otra organización, de la cual se separaron cuando hubo inconformidad con su líder:

---

<sup>193</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez

“CB.- En Xochimilco [serán unos] 2 o 3 mil, los comerciantes acudían al líder eh, como sigues acudiendo si el comercio en vía pública crece, *no falta alguien que aunque ayudó a un líder, cargaba el portafolios o ayudaba cobrando algunas cuotas, que se dio cuenta cómo funciona este negocio, y pues él convenció a otros tres, cuatro comerciantes de trabajar con él y formó su propia agrupación. Es la historia de todos.*”<sup>194</sup>

Se analizó anteriormente, en el inciso sobre el origen de las asociaciones, cómo en realidad todas ellas han ido surgiendo a partir de que uno o varios comerciantes se salen de la asociación en donde eran simples agremiados para crear una propia, en donde uno asumirá el papel del dirigente. De hecho, resulta interesante que las razones por las que los comerciantes deciden salir de las asociaciones son reproducidas en las que ellos crean. Es decir, la falta de mecanismos de participación, la estructura poco flexible, la posición incuestionable del líder, son características de todas las asociaciones, y al crear las nuevas, los comerciantes están buscando que sean así, con la diferencia de que ahora ellos serán los dirigentes.

Por otro lado, el funcionario Bravo afirmó en la entrevista que en las asociaciones no hay elección de dirigentes, que no son democráticas sino autoritarias. De acuerdo a sus palabras, que se retomaron anteriormente, en el inciso sobre los procesos de toma de decisiones, los líderes no consultan a sus agremiados en ningún momento, ni hay votaciones para decidir, solamente les informan sobre lo ya decidido.

“E.- ¿Pero no hubo algún proceso en el que fueran elegidos por los propios comerciantes?

CB.- No, *ninguno fue electo, ninguno fue electo.* Aquí lo que concierne es la capacidad de una persona, que después de haber sido comerciante y haberle ayudado a un representante, vio cómo funciona el *negocio*, para salir, para convencer a otros comerciantes de que se salgan de esa agrupación, e iniciar otra. *Todas las agrupaciones de comerciantes son autoritarias, la democracia no priva ahí.* Citan a reuniones con sus agremiados pero para decirles van a hacer esto, van a pagar cuotas, van a pagar al programa de reordenamiento, pero también para ir a apoyar a fulano de tal de un partido político, o me van a dar para una comida para tal político. *No hay procedimientos de elección, hay procedimientos de imposición*”<sup>195</sup>.

---

<sup>194</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>195</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

Quisiéramos también resaltar el uso del término de “negocio” que utiliza el entrevistado en los dos segmentos de la entrevista que rescatamos, pues refleja la concepción que tienen algunos actores sociales respecto a que ser líder o dirigente de una asociación es muy redituable. Como se menciona en el inciso sobre los recursos, se percibe la idea de que las asociaciones son negocios exitosos que funcionan a través del cobro de cuotas muy altas a los comerciantes, que van directamente a los bolsillos de los líderes de las asociaciones. Es decir, hay una concepción de que los líderes han logrado acumular mucho dinero, de que son “ricos”, a expensas de los agremiados.

El Lic. Jiménez, Director de Gobierno de Xochimilco durante la administración anterior, también comentó sobre varios aspectos de las asociaciones. Por ejemplo, de acuerdo a él, ninguna de las asociaciones sigue en realidad sus estatutos, en ninguna hay rotación de liderazgo ni asambleas. En realidad, los líderes establecen las reglas conforme les parece.

E.- ¿Y cómo son por dentro estas organizaciones, cómo se organizan?

UJ.- Pues están constituidas en asociaciones civiles, ya están constituidas así. Pues tienen, por lo menos en el papel, pues tienen sus reglas. Cada una tiene sus estatutos, procedimientos internos para la elección de sus dirigentes, etc., etc. Pues así es como yo entiendo que funcionan.

E.- ¿Pero en realidad sí funcionan así?

UJ.- No, no creo.

E.- ¿Pero hay rotación de liderazgo...?

UJ.- No, no...

E.- ¿Ni asambleas...?

UJ.- No, no hay. Eso es lo que dicen sus estatutos, lo que dice el papel. Pero Guillermina, por ejemplo, ha sido líder toda su vida... Pedro Flores, Ana Franco, Próspero Mercado, o sea, ellos *han sido líderes toda la vida...* entonces, digo, *una cosa es lo que dice el papel y otra es su actuación real. Pues son grupos de poder que ejercen la hegemonía al interior de su organización.*<sup>196</sup>

---

<sup>196</sup> Entrevista 70, con el Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

## I. Cohesión e identidad asociativa

En la literatura sobre asociaciones se considera que es vital que éstas desarrollen un cierto tipo de solidaridad entre sus miembros, además de un sentido de pertenencia y de identidad. Por ello, consideramos relevante analizar este aspecto de las asociaciones de comerciantes en vía pública.,

La virtud cívica que Robert Putnam denomina "reciprocidad generalizada"<sup>197</sup> significa que los miembros de la asociación están dispuestos a actuar bajo la influencia de una solidaridad que emerge de manera voluntaria y es fomentada por la propia dinámica asociativa, según la cual se actúa por el bien de otro (s) sin que esto suponga necesariamente que se tendrá algún tipo de recompensa a corto o largo plazo y con la confianza de que eventualmente, llegado el caso, el favor le será devuelto.

"Voy a hacer por ti ahora, sin esperar nada a cambio de inmediato y tal vez incluso sin conocerte, confiando en que más adelante tú o alguien más devolverá el favor"<sup>198</sup>.

En cuanto a las asociaciones de comercio en vía pública podemos afirmar, con base en el análisis de las entrevistas de los propios comerciantes, que sí existe un principio de solidaridad, aunque no funciona en estas asociaciones como Putnam señala.

De acuerdo a los propios comerciantes, lo que hace que las organizaciones funcionen de forma efectiva es que existe un fuerte sentimiento de que se refleja constantemente en los discursos de los comerciantes en vía pública, como en el caso de Luis Enrique que la describe de una manera muy expresiva:

"'Sabén, pasó esto: vamos a echarle la mano' y todos apoyamos y nos ponemos a disposición de lo que nos corresponde"<sup>199</sup>

---

<sup>197</sup> Putnam, Robert, *Making Democracy Work*, Princeton University Press, 1993.

<sup>198</sup> Putnam, citado en Warren, Mark, *Democracy and Association*, p. 30. (Traducción propia).

<sup>199</sup> Entrevista 21, Luis Enrique.

O la líder Rosa Jacinto, que dice: “el trabajo es en equipo y si el beneficio es para todos, todos tenemos que apoyar y ayudar y demás, entonces sería todos en conjunto”.<sup>200</sup>

De acuerdo a la literatura sobre asociaciones, esa noción de conjunto es fundamental, ya que es la que alberga el sentido de unión y de comunidad dentro de la organización, y que a su vez fomenta la idea de compañerismo y protección dentro de un mismo espacio. Repitiendo la frase de Tocqueville, “las asociaciones cultivan la confianza y la reciprocidad entre los individuos, permitiéndoles realizar tareas en conjunto que no podrían realizar por sí solos”<sup>201</sup>

En el caso de las asociaciones de comerciantes en vía pública resulta muy claro que es necesario que exista la noción de grupo, pues es a partir de estar juntos que les ha sido posible mantenerse en la vía pública y desarrollar su actividad económica. Sin embargo, esto no significa que exista un sentimiento altruista o filantrópico por parte de los comerciantes. No se ayudan unos a otros gratuitamente, sino con la finalidad de hacer un frente común para continuar defendiendo un privilegio.

En ese sentido, defender la permanencia de otros comerciantes en sus espacios, que parecería ser una acción altruista y generosa, en realidad tiene como propósito el asegurar que a ellos mismos tampoco los puedan desalojar.

Resulta radicalmente opuesta la situación que se vive dentro del mercado, entre los locatarios, pues ellos no tienen ningún tipo de sentimiento de solidaridad o empatía entre ellos mismos. Así lo confirmaron Victoria Sierra Sánchez, dueña de un local desde la construcción del mercado, y Guadalupe Ruíz, empleada en un local de productos esotéricos:

“Aquí prácticamente ya todos están solos, aquí ya no hay quien ayude a quien, nada”<sup>202</sup>

“Pues, en lo que respecta aquí, a nosotros, no hay unión, cada quien viene por venir y ya”<sup>203</sup>

---

<sup>200</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto.

<sup>201</sup> Tocqueville, citado en Warren, Mark, *Democracy and Association*, p. 30. (Traducción propia).

<sup>202</sup> Entrevista 27, Victoria Sierra Sánchez.



Esto podría explicar el hecho de que no logren ponerse de acuerdo para realizar acciones conjuntas para exigirles a las autoridades la reubicación de los comerciantes informales que rodean el mercado. La imposibilidad de organizarse y la falta de participación de los locatarios resulta en una debilidad considerable frente a la capacidad de movilización que tienen las organizaciones de comerciantes de vía pública.

## **J. Logro de los objetivos**

Para la continuación de una asociación es imprescindible que haya algún tipo de resultados visibles pues los asociados requieren la seguridad de que su esfuerzo colectivo no ha sido inútil, sino que ha sido efectivo. Entendemos aquí el concepto de efectividad como la capacidad que tiene la asociación de traducir en resultados las acciones emprendidas. Es decir, demostrar que, en efecto, la asociación ha servido o está sirviendo como medio para lograr la consecución de los fines deseados.

En el caso específico de las asociaciones de comerciantes en vía pública vemos que su objetivo principal: la permanencia en el espacio público, se ha cumplido casi de manera absoluta. Y, como dice el Lic. Jiménez, ex director de gobierno de Xochimilco, esto se refleja en la continuidad de las asociaciones y en la permanencia de los líderes en sus posiciones:

*“Obviamente pues tienen cierta legitimidad, ¿no?, que es lo que les permite también el mantenerse como líderes, ¿no?, cierta legitimidad porque *mientras ellos sigan conservando los espacios que tienen pues no tienen mayor problema con sus agremiados*”<sup>204</sup>*

Incluso observamos que, a partir de la creación de las asociaciones, los comerciantes han visto mejorar su situación drásticamente, pues, mientras que antes se encontraban a merced de la voluntad de los políticos en turno y de que

---

<sup>203</sup> Entrevista 30, Guadalupe Ruíz.

<sup>204</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

éstos decidieran o no emprender acciones para desalojarlos, ahora poseen instrumentos legales (como el permiso) que les autorizan el ejercicio de su actividad y les aseguran la continuación de su modo de vida.

## **5. Consideraciones finales**

En este capítulo analizamos las asociaciones de los comerciantes en vía pública que se encuentran en los alrededores del mercado 377 de Xochimilco, y damos cuenta de sus estructuras y funcionamiento interno a partir de una serie de características o elementos señalados como aspectos analíticos clave de cualquier organización social.

Encontramos que las asociaciones de comerciantes en vía pública remiten su origen a las políticas impulsadas para la construcción de los mercados de la Ciudad de México, cuando se pedía a los comerciantes el organizarse como un requisito para que se les otorgara un mercado. Sin embargo, muchos comerciantes no lograron formar parte de ese programa por lo que permanecieron en las vías públicas.

Ahora bien, las asociaciones que existen hoy en día, han ido resultado de procesos de secesión de otras asociaciones; es decir, todos los líderes fueron inicialmente agremiados de alguna asociación pero debido a ciertas diferencias con sus dirigentes, abandonaron esas organizaciones y formaron las suyas.

El objetivo fundamental de las asociaciones es asegurar la permanencia de sus agremiados en el espacio público. Para ello, los comerciantes hacen uso de recursos legales, como el permiso para vender en la vía pública que otorga el Programa de Reordenamiento, y, sobretodo, hacen uso de recursos políticos, pues la mayoría de sus logros han sido a partir de negociar y realizar acuerdos con autoridades delegacionales y con políticos de distintos partidos. Tema que se trata más a fondo en el siguiente capítulo.

Si bien la mayoría de las organizaciones de comerciantes se encuentran constituidas legalmente en asociaciones civiles, al analizar su funcionamiento se

encontró que en general no siguen ninguna de las normas que establece el Código Civil. Pues, aunque por escrito tienen ciertos estatutos y reglas, nada de eso se respeta. En efecto, esas formalidades no tienen relevancia para la vida asociativa.

En cuanto a su estructura, las asociaciones se caracterizan por tener un corte notoriamente piramidal, en donde los roles son completamente fijos, con jerarquías afianzadas en una lógica de permanencia vitalicia, en donde no hay rotación de liderazgo ni elección de dirigentes.

En el escaño más elevado de las jerarquías se encuentra la figura principal e indiscutible que es el líder, pues éste ejerce el rol de autoridad "suprema". Como se dijo anteriormente, aunque existen estatutos y reglamentos, en realidad, el líder no se encuentra limitado en sus facultades sino que puede extender su poder a su antojo.

La autoridad incuestionable del líder se refleja en que él es quien:

- Decide quién, cómo y cuándo puede integrarse como un nuevo miembro a la asociación,
- Decide el monto y la periodicidad del pago de las cuotas de los agremiados,
- Se reúne con las autoridades delegacionales para realizar los acuerdos necesarios,
- Toma las decisiones durante las juntas con las autoridades,
- Decide cuándo hay reuniones de los asociados,
- Decide qué temas deben ser tratados durante las reuniones,
- Decide qué información proporcionar a los agremiados,
- Decide cómo y cuándo han de actuar los afiliados

Debido a su estructura autoritaria, las asociaciones de comerciantes en vía pública limitan la participación de sus agremiados. Como puede observarse, ésta se reduce a pagar las cuotas establecidas, presentarse a las reuniones (en caso de que sean convocadas por los líderes) y seguir las instrucciones de los dirigentes.

Dentro de las asociaciones no hay una consulta sobre las acciones y decisiones que se toman, no hay consensos. Y no hay noción entre los asociados de reglamentos que establezcan los procedimientos o métodos de la participación. No hay espacio para la participación activa de los asociados, y mucho menos para el disenso. La única manera que hay para expresar el desacuerdo es la salida de la asociación, pues no hay mecanismos que permitan el intercambio de puntos de vista y la mediación de las partes en condiciones de igualdad.

Ahora bien, pese a la estructura poco flexible y autoritaria de estas asociaciones de comerciantes, éstas permanecen como formas “exitosas” de organización social entre los comerciantes en vía pública. Esto se ve reflejado en que, aunque haya desacuerdos, los comerciantes permanecen dentro de las mismas.

Encontramos que esto se debe a dos razones. La primera es que las asociaciones han tenido un buen desempeño en el sentido de que han sido efectivas para cumplir con los objetivos propuestos; es decir, los comerciantes han logrado permanecer en la vía pública y, más aún, se han reducido los problemas y contratiempos que existían, como los riesgos de los operativos y los desalojos, pues ahora tienen “permisos” que les autorizan a realizar su actividad con mayor confianza.

La segunda razón por la que consideramos que los comerciantes permanecen en esas asociaciones tiene que ver con que la salida de las mismas no es tan sencilla como se aparenta. Es decir que, aunque es factible “salir”, esto puede llegar a ser extremadamente costoso para los comerciantes, pues no es sencillo enfrentarse a las autoridades delegacionales y a los propios líderes. Este tema, por su importancia, se aborda con mayor profundidad en el siguiente capítulo.

En resumen, consideramos que es necesario estudiar y tener muy presente este análisis para posteriormente investigar las formas en las que los comerciantes en vía pública ejercen su ciudadanía.

## **Capítulo 5 – Comerciantes en vía pública y autoridades**

### **Introducción**

En este capítulo se estudian las formas y mecanismos a través de los cuales los comerciantes en vía pública se relacionan con las autoridades. Para ello, se analiza el discurso de los diferentes actores entrevistados entorno a cómo es y cómo funciona la relación entre las asociaciones de comerciantes, o más específicamente, los líderes de dichas organizaciones, y los funcionarios delegacionales de Xochimilco.

A partir del análisis de las entrevistas, se destacaron ocho elementos constitutivos de la relación, los cuales se exponen a continuación:

### **1. Intermediarismo**

La primera característica de la relación entre los comerciantes en vía pública y las autoridades delegacionales es que ésta se establece básicamente a través de las asociaciones que los comerciantes han creado y, por lo tanto, de los líderes que los representan.

Con excepción de los comerciantes “independientes”, que como se mencionó anteriormente son quienes no forman parte de ninguna asociación y son poquísimos, verdaderas excepciones, el resto de los comerciantes no tiene casi ningún vínculo o relación con las autoridades delegacionales.

Ahora bien, consideramos relevante retomar algunos de los puntos que se trataron en el capítulo anterior respecto a las asociaciones de comerciantes en vía pública.

Lo primero sería que estas asociaciones tienen estructuras verticales, piramidales, en donde los roles son completamente fijos, con una lógica de permanencia vitalicia,

en donde no hay rotación de liderazgo ni elección de dirigentes. Y en el escaño más elevado de las jerarquías se encuentra la figura incuestionable del líder.

Además, se analizó que dentro de las asociaciones no hay una consulta sobre las acciones y decisiones que se toman; no hay noción entre los asociados de reglamentos que establezcan los procedimientos o formas de la participación. No hay espacios para la participación activa de los asociados, y mucho menos para el disenso. La única manera que hay para expresar el desacuerdo es la salida de la asociación, pues no hay mecanismos que permitan el intercambio de puntos de vista y la mediación de las partes en condiciones de igualdad.

Las asociaciones tienen, pues, estructuras autoritarias, en donde la participación de los agremiados se limita al seguimiento de las órdenes de los dirigentes y en donde éstos acumulan todo el poder.

Tomando todo esto en cuenta, no resultó tan sorprendente el grado de desconocimiento en el que se mantienen los agremiados de las organizaciones de comerciantes de vía pública respecto a los mecanismos y las formas de negociación que se han establecido entre sus representantes y las autoridades correspondientes.

Cuando se les preguntaba en las entrevistas a los vendedores cómo es que se resuelven los problemas, cómo se adquieren los permisos, cómo se renuevan, qué es lo que se hace cuando hay un operativo, cómo se recupera la mercancía, qué tipo de trámites se deben llevar a cabo, etc., éstos decían que quien se encarga de solucionar y arreglar todo es el líder de la organización, que ellos nunca se involucran en esas actividades pues esa es la tarea del representante.

Debe considerarse también que la mayoría de los comerciantes no están incorporados al Programa de Reordenamiento, por lo que el líder de la asociación a la que pertenecen es quien se encarga de negociar la ocupación de la vía pública. Y aquellos comerciantes que sí se encuentran incorporados sólo van al banco o a Tesorería a hacer sus pagos, o no, en caso de ser irregulares, y hasta ahí se limita

su relación con las autoridades. Como dijo el ex funcionario delegacional de Xochimilco, Carlos Bravo:

“E.- Y digamos ¿todas las cuestiones que tienen que hacer los comerciantes son a través del líder?

CB.- Generalmente

E.- Es decir, nos dijiste que la mayoría son agremiados y son muy pocos los independientes, pero además casi todos los tramites los realizan a través de él..

CB.- Del líder, sí, casi todos”<sup>205</sup>

Además, como se analizó en el capítulo anterior, los únicos que se reúnen con los funcionarios delegacionales son los líderes de las asociaciones. Ni los comerciantes independientes ni los comerciantes que están integrados en asociaciones asisten a las reuniones y mesas de trabajo con las autoridades; pues ni siquiera se les invita.

Vemos entonces que las asociaciones de comerciantes en vía pública, y especialmente, los líderes, se articulan como mediadoras entre el conjunto de agremiados y las autoridades. Los vendedores sostienen una relación distante, por no decir, inexistente, con las autoridades, ya que son los líderes de las organizaciones quienes realmente establecen un dialogo permanente con ellas. De tal forma que es una sola voz que supuestamente representa a los agremiados, pero que como se ha visto no es realmente representativa ya que la asistencia a las reuniones es mínima, los representados no contribuyen a la toma de decisiones y además no hay siquiera la posibilidad de desacuerdo. Los líderes, por lo tanto, negocian y realizan los acuerdos necesarios con las autoridades sin necesidad de consultar a los agremiados. Únicamente “informan” a los comerciantes sobre lo ya decidido.

En cuanto a los pocos vendedores “independientes” que existen, habría que recalcar que en esos casos no existe la figura del líder como “intermediario”, y ellos, por lo tanto, tienen la necesidad de establecer una relación más directa con la autoridad que los comerciantes organizados.

---

<sup>205</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

En esta situación encontramos, por ejemplo, a Solín, un comerciante de la calle Morelos que dice estar orgulloso de ser independiente. Según comentó en la entrevista, él directamente mantiene una relación con las autoridades, sin que nadie intervenga. Él acude a hacer su pago a Tesorería cada tres meses y si tiene algún inconveniente busca el modo de dirigirse a una autoridad para solucionarlo. Considera que no tiene ningún sentido integrarse a una asociación, porque éstas no sirven de nada. Él cree que no se necesita de “intermediarios” que vean por sus intereses, porque por sí sólo ha logrado establecerse.

Sin embargo, sabemos por los propios comerciantes independientes lo difícil que es lograr obtener el permiso y mantener un puesto bajo la situación de “independiente”; lo cual enfatiza la característica de “intervencionismo” de la relación entre los comerciantes y las autoridades.

Para empezar, como se aborda en el tercer capítulo, es muy complicado conseguir un permiso como comerciante y ser incorporado al Programa de Reordenamiento. Incluso, se ha establecido que ya no se otorgan permisos para comercio en el Centro Histórico de Xochimilco, debido a las mismas problemáticas que éste ha generado, por lo que los únicos comerciantes que pueden establecerse ahí son quienes ya tienen permiso o quienes de alguna manera son “amparados” por alguna organización ya establecida. Es decir, para obtener un espacio en la vía pública y ejercer el comercio es fundamental entablar una relación con los líderes, y “pedirles permiso” a ellos para instalarse; lo cual significa integrarse a la asociación y comenzar a pagar cuotas al dirigente pues si no éstos tienen los contactos y medios necesarios para hacer que los desalojen (lo cual se analiza más adelante).

Uriel Jiménez, director de gobierno en la administración anterior, comentó en la entrevista que si los comerciantes son independientes y no tienen permiso, no tienen cómo presionar a las autoridades y por lo tanto las autoridades deben aprovecharse de ello y no otorgárselos:



“LJ.- Y de esas personas que son independientes y que no tienen permisos, pues ni por equivocación darles permiso, ¿no?”<sup>206</sup>

En los remotos casos de comerciantes independientes que sí consiguieron su permiso y lograron instalar sus puestos, fueron después presionados por los líderes para integrarse a las asociaciones a través de amenazas en el sentido de que deben formar parte de una asociación o sino se tienen que ir. Y, cabe repetir, esos dirigentes tienen la capacidad de cumplir con dichas amenazas.

Por otro lado, para las propias autoridades de la delegación también resulta “más fácil” que existan organizaciones y líderes que lleven a cabo el papel de intermediarios. Aunque existe la conciencia por parte de los funcionarios de lo autoritarias que son esas asociaciones y los problemas que tienen los comerciantes con los dirigentes, no les importa en realidad. Como dice Carlos Bravo, quien fuera director de gobierno de Xochimilco en la administración antepasada:

“CB: Mira, uno de los objetivos, supuestos objetivos, del Programa de Reordenamiento, era el de acabar con la manipulación de la que generalmente son objeto los comerciantes en vía pública por parte de sus líderes. En términos reales *esto no se pudo porque para todos los gobiernos es más fácil negociar con un representante que con un comerciante.*”<sup>207</sup>

## 2. Lo encubierto

Una vez establecido que la relación entre los comerciantes y las autoridades de la delegación se da a través de las asociaciones y, básicamente, los líderes de las mismas, es importante señalar lo difícil que resultó estudiar cómo se ha construido esa relación, pues en general ninguno de los actores involucrados –ni los líderes de los comerciantes ni los funcionarios delegacionales– se sienten cómodos hablando al respecto.

---

<sup>206</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León

<sup>207</sup> Entrevista 67, con el Lic. Carlos Bravo Vázquez

Sabemos, por las entrevistas con ambos, que las reuniones entre los funcionarios de la delegación y los líderes se realizan a puerta cerrada. Y, como ya se mencionó en el cuarto capítulo, no se invita a ellas ni a los agremiados de las organizaciones ni a los comerciantes independientes.

También sabemos que no hay mecanismos de rendimiento de cuentas en las asociaciones y que los líderes comunican a sus agremiados sólo lo que les interesa que ellos conozcan.

Y, además, tampoco hay verdaderos mecanismos de transparencia por parte de la delegación de Xochimilco.

Por ejemplo, aunque los ciudadanos tienen derecho a esa información y se supone que para ello existe la Oficina de Información Pública del Gobierno del Distrito Federal, cuando se intentó recabar información para esta investigación resultó claro que no había la disposición abierta y transparente que debería haber por parte de las autoridades. Para conseguir tan solo algunos datos correspondientes al Sistema de Comercio en Vía Pública (Siscovip) y a las asociaciones de comerciantes registradas en Xochimilco fue necesario realizar más de siete oficios, un pago en el banco, dos visitas a la Oficina de Información Pública de la delegación y más de cuatro llamadas telefónicas. Y aún así, finalmente se declaró que los datos eran considerados “información confidencial”.<sup>208</sup>

Evidentemente hay cuestiones burocráticas que siempre afectan la rapidez de ese tipo de trámites, sin embargo, al comparar con la tramitación de la solicitud de otro tipo de información, fue claro que específicamente estos temas incomodan a las autoridades. De hecho, el propio Lic. Israel Gerardo Elizondo, titular de la oficina de información pública de la delegación de Xochimilco, comentó en una plática cómo él gestiona los trámites de “ese tipo”: la información se entrega siempre físicamente, no por medio electrónico, aunque ya esté digitalizada y aunque así sea solicitada, por lo que los ciudadanos forzosamente tienen que presentarse ahí. Y, además, puesto que se requiere imprimir o fotocopiar la información para entregarla

---

<sup>208</sup> Oficio DGJG / DG / 913 / 2009, emitido el 15 de julio de 2009 por la Dirección General de Jurídica y de Gobierno de la delegación de Xochimilco.

físicamente, los ciudadanos requieren ir al banco a pagar, aunque se trate sólo de un peso. Entonces, como dijo orgullosamente el propio Elizondo, “*obviamente* la gente ya no viene”, pues nunca completan el ridículo proceso.

En resumen, consideramos relevante resaltar que una característica importante de la relación entre las asociaciones de comerciantes y las autoridades es que se encuentra intencionalmente encubierta, pues es claro que no hay apertura ni transparencia para tratar el tema.

Y por lo tanto, esto debe ser tomado en cuenta en los siguientes apartados, pues aunque en principio se hace referencia a las entrevistas realizadas a los líderes de los comerciantes y a los funcionarios de la delegación, es principalmente a través de las entrevistas que se realizaron a otros actores sociales, como a los locatarios, los vecinos y los dueños de establecimientos cercanos al mercado, que se pudo reconstruir los patrones de prácticas y mecanismos que han configurado esa relación, por lo que también se hará referencia a ellas.

Los tres líderes de comerciantes que aceptaron ser entrevistados fueron: Rosa Jacinto, líder de la “Asociación Tiangislli”; Juan Álvarez, dirigente de la “Agrupación de Comerciantes Semifijos Agricultores de Xochimilco y Milpa Alta A.C.”; y Guillermina Martínez, representante de la “Coalición de comerciantes del sureste del D.F.”.

Y los funcionarios delegacionales que se entrevistaron fueron: la Lic. Patricia Esther Iglesias Treja, anterior Directora de Jurídico y Gobierno y en el momento de la entrevista asesora particular del Jefe Delegacional Adolfo Uriel González; el Lic. Ruperto Uriel Jiménez León, Director de Gobierno de Xochimilco; y el Lic. Marcos Torres Bahena, Jefe del Departamento de Vía Pública.

Es importante resaltar que puesto que los tres estaban aún en funciones en el momento de la entrevista (actualmente ya cambió la administración), era de

esperarse que articularan el discurso oficial sobre el comercio en vía pública y las acciones que sigue el gobierno para “regularlo”.<sup>209</sup>

Ahora bien, también se entrevistó al Lic. Carlos Bravo Vázquez, quien fuera Director de Gobierno en la administración anterior a la entrevistada, y fue él quien más abiertamente habló del tema en cuestión, debido, evidentemente, a que ya no estaba en funciones y, de acuerdo a él mismo, porque “valdría la pena exponerlo, es una cuestión ética”<sup>210</sup>.

### 3. La negociación

En una primera impresión, podría pensarse que el tipo de relación que se da entre los comerciantes y la delegación es tensa y de constantes enfrentamientos, ya que muchos vendedores dicen sentirse perseguidos y presionados por las autoridades. Sin embargo, sabemos por las entrevistas con los funcionarios de la delegación y por los líderes de las asociaciones, que en realidad éstos mantienen una relación estrecha y permanente con las autoridades, la cual en general se mantiene en buenos términos.

Como dijo Carlos Bravo, director de gobierno de la delegación durante la administración 2003 - 2006, se realizan juntas periódicas entre las autoridades y los dirigentes, pero además generalmente se reúnen todos los días aunque sea sólo con el Jefe del Departamento de Vía Pública.

“E.- Sobre cuestiones más específicas de la relación entre las autoridades y los representantes ¿tienen, digamos, juntas periódicas, acordadas o según se presentan...?”

CB.- En nuestro caso teníamos juntas periódicas, desde que entramos, desde noviembre del 2003 empezamos a tener *reuniones periódicas con todos los representantes del centro histórico de Xochimilco en general y con representantes en*

---

<sup>209</sup> Y en general así lo hicieron, especialmente la Lic. Iglesias. Sin embargo, en algunos momentos, tanto Jiménez y Bahena, al ser interrogados sobre puntos específicos, como el por qué no ha tomado medidas el gobierno frente a los comerciantes en los casos en los que más notablemente están infringiendo la normatividad, ambos tuvieron que defender al gobierno, generalmente a partir de culpar a gobiernos anteriores de ciertas prácticas incorrectas o, en los casos en que no pudieron hacer esto, hicieron responsables a otros funcionarios.

<sup>210</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

*particular. No hay un representante que no tenga negociaciones diariamente mínimo con el jefe del área departamental de vía pública, los pagos de sus agremiados les permiten instaurar a otro comerciante, las dimensiones de su puesto, el cambio de giro, cualquier cosa, pero siempre está negociando.”<sup>211</sup>*

En esas reuniones es en donde se negocian y acuerdan básicamente todas las cuestiones relacionadas con el ejercicio de sus actividades y algunos de los privilegios de ciertas agrupaciones; es decir, se negocia la ocupación de las vías públicas, revisando todo tipo de aspectos que van desde el tamaño de los puestos y el tipo de giro que tengan, hasta la cantidad de permisos que se le otorgan a cada organización, el pago de las cuotas de los comerciantes, etcétera, etcétera.

Por ello, aún cuando existe el Programa de Reordenamiento y otros instrumentos jurídicos que tienen como propósito la regulación del comercio en vía pública, en realidad, como se vio en capítulos anteriores, éste rebasa y transgrede impunemente toda normatividad en el centro de Xochimilco. Lo que rige y le da forma a esta actividad no son las leyes y las normas. En la práctica, lo que verdaderamente importa y en donde efectivamente se decide es en las mesas de negociación que se hacen a puerta cerrada entre los líderes de las asociaciones de comerciantes y los funcionarios delegacionales.

Por ello, como se analizó en el tercer capítulo, para los comerciantes y los líderes es fundamental la negociación. La dirigente Guillermina Martínez, por ejemplo, respondió así cuando se le preguntó sobre cuál es su función más importante como dirigente:

*“GM.- Ahorita en la actualidad es *saber negociar con la autoridad*”<sup>212</sup>*

Ya sea un acuerdo entre un dirigente y el jefe departamental de vía pública, o un acuerdo entre algún líder y el propio jefe delegacional, en Xochimilco la aplicación de las leyes se negocia constantemente. Y, por ello, en general, la relación entre los comerciantes y las autoridades delegacionales se mantiene en “buenos términos”. Solamente cuando éstas han llegado a tomar medidas más enérgicas frente a los

---

<sup>211</sup> Entrevista 67, con el Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>212</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez

comerciantes; como fue el caso de los operativos de desalojo que se llevaron a cabo en el 2005 a los comerciantes de las agrupaciones de Próspero Mercado y Rosa Jacinto; ha habido violencia y enfrentamientos. Aunque, finalmente, se volvieron a realizar acuerdos entre ambas partes que significaron el regreso de los comerciantes a sus puntos de venta en la vía pública.

Carlos Bravo, quien fuera director de gobierno cuando se realizaron esos operativos, hizo referencia a que en México la aplicación de las leyes siempre se negocia para explicar que se haya disparado la violencia:

*“CB.- Hubo una ocasión en que nos quemaron varias camionetas, evidentemente que en una ciudad en la que la aplicación de las normas siempre se ha negociado, cuando alguien la aplica, la primera respuesta que encuentra es una respuesta violenta”<sup>213</sup>*

La líder Rosa Jacinto, por ejemplo, también aludió en la entrevista a la importancia que toma la negociación de las leyes como forma de relación con las autoridades al recordar los operativos del 2005.

*“Hubieron varios operativos muy fuertes, desgraciadamente yo no me coordinaba bien con la delegación, porque no me llamaban sino que me imponían reglas, reglas que en su momento yo no quise tomar y pues eran constantemente las agresiones en donde nos aventaban los operativos constantemente y era por eso que teníamos esa clase de problemas, pero yo creo que hasta ahora he tratado de aprender que tenemos que coordinarnos con la delegación”<sup>214</sup>.*

Queda claro en sus expresiones, cuando dice que “no la llamaban”, sino que le “imponían reglas”, que la dirigente está acostumbrada a que se negocie la aplicación de la ley, porque ella no estaba de acuerdo con ellas y “no quiso” aceptarlas (tómese en cuenta que existe esa alternativa), y entonces fue cuando se dieron los problemas. Actualmente, explica orgullosamente, ya han aprendido que es importante que se “coordinen” bien con las autoridades; es decir, ahora hay negociación, hay acuerdos.

---

<sup>213</sup> Entrevista 67, con el Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>214</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto, con la líder Rosa Jacinto.

Durante toda la administración anterior (2006-2009), con el delegado Adolfo Uriel González, ya no se han realizado operativos de desalojo de comerciantes. El director de gobierno durante ese periodo, Uriel Jiménez, comentó en la entrevista que ellos prefieren no tener enfrentamientos, sino que tienen reuniones diariamente con los líderes y mantienen mesas de diálogo y negociación.<sup>215</sup>

Ahora bien, es importante señalar que de acuerdo a los líderes la relación con las autoridades no es como aquí se señala, sino que es completamente abierta, transparente y, sobretodo, está regida a partir del Estado de derecho. Ellos apelan continuamente a los “derechos” de los comerciantes, a las leyes y a los programas que regulan la actividad. Específicamente, los dirigentes hacen hincapié en que lo único que exigen es el respeto a sus permisos para comerciar, otorgados por el Programa de Reordenamiento. El líder Juan Álvarez, por ejemplo, describe su situación así:

“JA.- Mi mayor interés es que mis autoridades correspondientes, delegacional, gobierno del Distrito Federal, federal, respeten nuestros humildes permisos autorizados por el Programa de Reordenamiento”<sup>216</sup>

Cuando en las entrevistas se les preguntaba a los líderes sobre los casos en los que los comerciantes están notoriamente infringiendo la normatividad, los líderes articulan un discurso entorno al derecho al trabajo y a la pobreza de los comerciantes. Es decir, los dirigentes de las asociaciones en ningún momento aceptan que ellos o los comerciantes a los que representan “negocian la ley”, ni que están gozando de ciertos privilegios por encima de ésta.

#### **4. La unión entre las asociaciones**

Por otro lado, las asociaciones cuentan con una serie de recursos de los cuales se sirven para lograr que se dé dicha negociación de la ley. Hasta ahora, ellos han logrado conformarse, efectivamente, como un grupo que las autoridades se han visto obligadas a tomar en cuenta.

---

<sup>215</sup> Referencia a la entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

<sup>216</sup> Entrevista 3, Juan Álvarez

Los mismos motivos que llevaron a los comerciantes a conformarse como asociaciones; es decir, crear una organización que representara cierta “fuerza”, ha llevado también a los líderes de las asociaciones a crear una especie de “alianza” entre las diferentes organizaciones que hay en el centro de Xochimilco.

Las asociaciones de comerciantes o, más bien, los líderes de éstas, han realizado una unión estratégica que ha resultado fundamental para presentar un frente común frente a la delegación y presionar a las autoridades para negociar la aplicación –o la no aplicación– de la ley.

La líder Rosa Jacinto, por ejemplo, explicó muy claramente cómo funciona esto:

*“R.J.- Mira sobre los otros líderes hemos tenido buena participación últimamente de un año para acá, y ya hicimos o tratamos más bien de hacer una alianza, estamos tratando de trabajar todos juntos en equipo, porque yo creo que teniendo equipo es como podemos enfrentar a las autoridades, como que es más difícil golpear a 10 que a uno, entre más fuerza tengas como que la delegación te da ese respeto o ese espacio. Como representantes hemos estado llevando las cosas bien, y hacia la autoridad sí tenemos que llegar en conjunto hacia ellos y así nos toman más en cuenta.”<sup>217</sup>*

Los dos ex directores de gobierno de la delegación que fueron entrevistados también hicieron referencia a esa estrategia que han emprendido las organizaciones para frenar a las autoridades, al confrontarlas como un solo grupo.

En el periodo de Carlos Bravo, cuando se comenzaron a realizar operativos de desalojo y los comerciantes vieron amenazada su situación, se unieron los dirigentes de varias asociaciones y organizaron a sus representados para amenazar a las autoridades con el cierre de una avenida y del edificio delegacional. Y, en efecto, lograron su objetivo.

*“CB.- Generalmente los mismos líderes tienen mecanismos de relación que ya no sólo es una agrupación, llegan cuatro o cinco o más agrupaciones cada una de entre veinte o*

---

<sup>217</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto, con la líder Rosa Jacinto.



cincuenta comerciantes en el que vienen más de doscientos o trescientos comerciantes o más comerciantes a cerrar la delegación o a cerrar una vialidad".<sup>218</sup>.

Uriel Jiménez, por su parte, también apeló a la capacidad de acción que tiene la unión de varias organizaciones para explicar las razones por las cuales el gobierno no actúa conforme a la normatividad y retira a aquellos que la infraccionan.

"UJ.- ¿Quiénes son los líderes que van a venir?, las asociaciones, imagínate si a Guillermina le quitas 50, les quitas el permiso ahorita en el centro histórico, que le digas les voy a revocar su permiso... no, pues imagínate... y no nada más a ella, a los demás, no, pues *aquí los tienes, aquí los tienes presionando y pues causando un problema social.*"<sup>219</sup>

También, es importante señalar aquí que lo que las autoridades tratan de evitar al negociar con las organizaciones de comerciantes es, precisamente, un "problema social", un "conflicto de gobernabilidad". Carlos Bravo explicaba en la entrevista esa necesidad del gobierno así:

"CB.- *Como gobierno tienes que buscar los mecanismos que se permiten, que se aplique la normatividad pero que también no te genere conflictos de gobernabilidad cerrándote la delegación*"<sup>220</sup>

Y Uriel Jiménez se refería también a ello para explicar que las autoridades no actúan de manera más firme y no retiran a los comerciantes que no tienen permiso ni a los que no cumplen con las normas del mismo:

"UJ.- Pero *no lo hacemos, no lo hacemos porque se nos viene una bronca ¿no?*, porque vas a tener aquí 200 cuates que no pagan desde el 2000 a exigirte que por qué les estás cancelando el permiso, ¿no?

E.- Claro, pero además de cancelarlo habría que quitarlos, ¿no?

UJ.- Sí, claro, además de quitarles el permiso habría que quitarlos, si no qué caso tiene que se los quites... y *te genera un problema social*, lo que pasa es que pues luego *el gobierno como que le teme mucho a este tipo de problemas que se pueden generar.*"<sup>221</sup>

---

<sup>218</sup> Entrevista 67, con el Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>219</sup> Entrevista 70 con el Lic. Uriel Jiménez León.

<sup>220</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>221</sup> Entrevista 70 con el Lic. Uriel Jiménez León

## 5. Las influencias

En el cuarto capítulo, al estudiar los recursos de que disponen las asociaciones de comerciantes en vía pública, se expuso que entre los más importantes están los recursos políticos, entre los que se nombraban la relación con políticos, la presencia o simpatía de militantes de partidos políticos entre los asociados, que alguno sea un funcionario público, etcétera.

Para las asociaciones, se expuso en los incisos anteriores, es fundamental el dialogo, la negociación y los acuerdos con las autoridades delegacionales, por lo que aprovechan cualquier tipo de conexión con funcionarios públicos o con militantes de algún partido político para obtener beneficios.

Prácticamente en todas las entrevistas realizadas a los diferentes actores sociales se percibe un discurso en torno a la necesidad de tener influencias, “contactos” y utilizar “palancas” con las autoridades.

Cabe recalcar que el uso de este tipo de mecanismos entre los comerciantes y la delegación es especialmente señalada por los locatarios del mercado 377, quienes explican que aquellos que no cuentan con ese tipo de ventajas no son tomados en cuenta.

La locataria Guadalupe Ruiz, por ejemplo, explica la pasividad de las autoridades frente a las quejas que han ido presentando varios locatarios del mercado por los problemas que ha generado el comercio en vía pública en esa zona por la falta de “contactos” de los mismos:

*“GR.- Con la delegación tienes que tener muchas palanquitas para que te ayuden si no no”.*<sup>222</sup>

El propio Carlos Bravo, ex funcionario delegacional, comentó en la entrevista:

*“CB: Todos [los líderes] tienen contactos políticos.”*<sup>223</sup>

---

<sup>222</sup> Entrevista 30, Guadalupe Ruíz, locataria.

Y la líder Guillermina Martínez, por ejemplo, explicó en la entrevista lo importante que es que cada vez que hay cambio de administración se reúna ella con el nuevo delegado para presentarse como líder de la organización, posicionarse y evidentemente comenzar un nuevo proceso de negociación y nuevos acuerdos.

*“GM.- Bueno nosotros... cada cambio de administración, se puede decir que...cada delegado, se puede decir, vamos y nosotros nos presentamos, nosotros llevamos nuestro protocolo, lo tenemos al día, en orden y todo eso y demostramos como estamos constituidos y como tal exigimos respeto para toda nuestra gente que pertenece ésta organización, exigimos respeto, y todo lo llevamos en orden.”<sup>224</sup>*

## **6. La corrupción**

Otro mecanismo importante que debe considerarse al analizar la relación entre los comerciantes y las autoridades es la corrupción.

Debido a la naturaleza del tema no se pudo investigar hasta qué grado este tipo de prácticas efectivamente se llevan a cabo, pues casi ninguno de los comerciantes ni de los funcionarios delegacionales están dispuestos a aceptarlo. Sin embargo, como sucedió al tratar otros aspectos de la relación entre las autoridades y los comerciantes en vía pública, otros actores sociales entrevistados como los locatarios y los vecinos del mercado sí hicieron referencia constantemente a ello.

Como se dijo anteriormente, los locatarios del mercado y los comerciantes de establecimientos formales argumentan que la presencia de los vendedores de vía pública ha crecido a tales proporciones que ellos ya no pueden vender sus productos y sus negocios ya no funcionan, están quebrando, y por lo tanto es imperativo que las autoridades desalojen las calles, quiten a los vendedores de ahí, y les permitan seguir trabajando como antes lo hacían.

---

<sup>223</sup> Entrevista 67, con el Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>224</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez

Sin embargo, por más que se han quejado, se han organizado y han ido a exigir a la delegación de Xochimilco que resuelvan el problema, las autoridades aún no han llevado a cabo ninguna acción para contener el crecimiento del comercio ni aminorar los problemas que genera en los alrededores del mercado 377.

Para esos locatarios y para los comerciantes de los establecimientos es muy claro, y permanentemente aludían a ello en las entrevistas, que eso se debe a que hay un arreglo económico entre los líderes de los comerciantes y los funcionarios de la delegación, y por lo tanto no les conviene a éstos tomar acciones en contra de los comerciantes.

Ismael Bautista, por ejemplo, un locatario, comentó:

“E.- ¿No se han organizado para exigirle a las autoridades hagan algo?

IB.- Sí, les hemos dicho, *nos hemos cansado de decirles pero como ellos reciben también, pues les pagan por los puestos de afuera*, no los pueden quitar”<sup>225</sup>

Silvia García y Virginia Velázquez, locatarias del mercado, afirmaron que además de negociar, los comerciantes sobornan a las autoridades:

“SG.- Son muchísimos los que están afuera y se meten cuando vienen los granaderos y al segundo día hacen su junta, *sueltan dinero van a la delegación a hablar con ellos y ya están afuera otra vez*. Eso es *lo que necesitamos es que ya no los sobornen, que las autoridades no se dejen sobornar*, eso es lo que necesitamos (...). *Aquí realmente estamos en Xochimilco sin ley porque no se nota la presencia de la autoridad para nada* (...) *Las autoridades no hacen nada*, nosotros no sabemos a qué se deba, si haya chantajes, fricciones, complot o yo no sé qué o *a la mejor las mismas autoridades están siendo sobornadas*, no sabemos qué está pasando, no lo sabemos no le puedo decir exactamente que está sucediendo esto porque no me consta, lo único que me consta es que los locales están abandonados y la gente está allá afuera teniendo 2 o 3 o 4 puestos”<sup>226</sup>

“VV.- No cumplen, *nos juegan chueco*, nos dicen un caso y luego *reciben dinero y se hacen bolita* y ya nada para nosotros”<sup>227</sup>

---

<sup>225</sup> Entrevista 24, Ismael Bautista, locatario

<sup>226</sup> Entrevista 4, Silvia García

<sup>227</sup> Entrevista 12, Virginia Velázquez

Carlos, quien trabaja en un establecimiento junto al mercado, también aseguró de que las autoridades no actúan por esa misma razón:

“E.- ¿Entonces las autoridades no están haciendo nada?

C.- No, *no hacen nada porque de entrada también ¿tú crees que no les va a dejar los vendedores ambulantes?, por supuesto que les va a dejar dinero a los delegados, a las administraciones locales pues les conviene ¿Por qué? Pues porque deja dinero y tu sabes que el uso discrecional de los recursos siempre va a estar por encima de muchas cosas ¿no?*”<sup>228</sup>

Y Domitila Mendoza, otra locataria, acusó directamente a los inspectores de vía pública de recibir “mordidas”:

“E.- ¿Y no han tenido problemas con los ambulantes?

-Pues no, porque por ejemplo nosotros no nos metemos, ahí ellos andan haciendo sus bolas con el delegado con el... he escuchado comentarios que *les dan sus mordidas para que los dejen, porque ahí ya no es asunto de la administración sino de vía pública, ya ve esos policías de negro.*”<sup>229</sup>

Uno de los pocos comerciantes en vía pública que abordó el tema, Enrique Marín, se quejó de los locatarios que se han salido del mercado para vender en la vía pública porque gozan del privilegio de tener dos puestos: uno dentro y otro fuera. Además, dijo que muchos rentaban sus locales como bodegas o a otros locatarios; y afirmó que lograban hacer esto porque las autoridades delegacionales se “venden”:

“E.- ¿Y la delegación si les permite que lo renten?

EM.- Pues lo que pasa es *que ves a los que a lo mejor lo están haciendo bajo el agua, porque haz de cuenta hay muchas cosas, la delegación se puede vender ¿no?, con dinero cualquiera*”<sup>230</sup>

Ahora bien, el ex director de gobierno de la delegación, Uriel Jiménez, al ser interrogado en la entrevista sobre por qué hay tantos comerciantes no regulados que siguen vendiendo en las calles, también tuvo que aceptar que en efecto hay

---

<sup>228</sup> Entrevista 16, Carlos, con el dueño de un establecimiento comercial.

<sup>229</sup> Entrevista 23, Domitila Mendoza

<sup>230</sup> Entrevista 6, Enrique Marín

corrupción entre las autoridades, aunque de acuerdo a él esto se da especialmente en los niveles más bajos de la estructura de la delegación; específicamente entre los inspectores de vía pública:

*“LJ.- Y otro aspecto en ese respecto es la corrupción... sobretodo con la gente de vía pública...”*

E.- ¿Los inspectores de vía pública?

LJ.- *Sí, sí, ahí la corrupción está terrible, está grave...”*<sup>231</sup>

Y el director de gobierno anterior a Jiménez, Carlos Bravo, también aseguró que la corrupción es una práctica tan común entre los inspectores de vía pública que incluso son sobornados con tacos; y ellos son quienes supuestamente se encargan de revisar que los comerciantes estén incorporados en el Programa de Reordenamiento, sigan las normas indicadas y que sus papeles estén en orden.

*“CB.- (...) En la actualidad hay controladores de vía pública que pasan a cobrar a los que andan en carritos, en tacos de birria les cobran su cuota semanal para permitirles vender y aún no están incorporados al programa”*<sup>232</sup>

La propia Guillermina Martínez, líder de la “Coalición de comerciantes del sureste del D.F.”, comentó en la entrevista que los salarios de los inspectores de vía pública de la delegación de Xochimilco son muy bajos, lo cual de acuerdo a ella explica el que “haya tanta corrupción”, y se presta a que los comerciantes que no tienen permiso sean “explotados” por los inspectores.

*“GM.- Ahorita un inspector de la vía pública está ganando un salario de \$1000 a la quincena y eso lo consideramos, por eso hay tanta corrupción y por eso hay tanta explotación de los comerciantes que no tienen permiso”*<sup>233</sup>

Es decir, la dirigente está muy conciente de que los comerciantes que no cumplen con la normatividad efectivamente pagan a los inspectores para que éstos no los retiren.

---

<sup>231</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

<sup>232</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>233</sup> Entrevista 31, Guillermina Martínez

En general, por lo tanto, aunque no querían decir nombres, varios de los entrevistados aseguran que los comerciantes pagan una cierta cantidad de dinero a las autoridades y que por eso siguen ahí. Y, además, cabe señalar en este inciso que la corrupción es una práctica sumamente extendida entre los comerciantes para otro tipo de cuestiones y con otros tipos de actores, no solamente las autoridades delegacionales.

Sabemos, por ejemplo, que estos comerciantes usan la luz pública con instalaciones irregulares y que de vez en cuando alguien de la extinta compañía de Luz y Fuerza se presentaba a “cobrarles” informalmente, aunque “se la roben”.

“E.- En cuanto a los servicios, el agua, la luz y demás, ¿cómo le hacen?

HL.- Sinceramente nosotros nos la agarramos y te lo digo sinceramente por que no te voy a decir cosas que no. Mira *nosotros la agarramos del poste, pero viene el de la luz y nos cobra, pero viene cada vez que se acuerda* y no creas que viene cada mes, sino cada dos o tres meses y de lo que nos cobra son como \$30.00 nada a comparación.

E.- ¿Pero quién de la luz? ¿El de la compañía de Luz y Fuerza?

HL.- Sí, *el de Luz y Fuerza y sabe que nos la robamos y nada más le das una feria y te la ponen ahí.*”<sup>234</sup>

Y en la guardería, por ejemplo, también se arreglan las cosas con dinero por debajo de la mesa; de manera que no solamente los locatarios y los trabajadores del gobierno la usan, sino cualquiera que pague:

“E.- ¿La guardería es para todos?

-Es para trabajadores del gobierno y para locatarios pero no se ve eso, por ejemplo ahorita te puedes dar cuenta ahorita ya no tardan en salir los niños de la guardería, del otro lado salen, van muchas personas que tienen puestos ambulantes o sea *les dan preferencia a las personas que llegan y les dan un billete o son ambulantes*. Hay personas aquí que yo conozco que son locatarios que quieren meter a sus hijos y no les dan y por ejemplo a otras personas como los ambulantes si les dan cabida.”<sup>235</sup>

---

<sup>234</sup> Entrevista 15, Herbert López

<sup>235</sup> Entrevista 21, Luis Enrique

## 7. El intercambio de favores

Ahora bien, regresando al tema de la negociación entre los dirigentes de las asociaciones de comerciantes y las autoridades, en este inciso se analizan las cuestiones que les interesa acordar a los líderes; es decir, qué favores consiguen por parte de la autoridad. Y, quisiéramos remarcar que, en efecto, se trata de favores y privilegios, no derechos.

Como se planteó en los capítulos anteriores, el propósito fundamental de las asociaciones es asegurar a los vendedores el espacio en el que desempeñan su actividad. Por lo tanto, la prioridad para los dirigentes de los comerciantes es negociar la ocupación de la vía pública.

De hecho, como se analizó en capítulos anteriores, pertenecer a una asociación es prácticamente un requisito para poder dedicarse al comercio. Esto hace que la pertenencia a las organizaciones sea en los hechos obligatoria.

En la entrevista realizada a Bravo, el ex funcionario de la delegación explicó cómo tienen que proceder los comerciantes para lograr instalarse en la vía pública, haciendo hincapié en que el líder es generalmente quien tiene la capacidad de tramitar la ocupación del espacio, pues él es quien cuenta con las “relaciones políticas” que son necesarias para ello:

“CB.- Muchos acuden por su propia cuenta a la delegación, pero, pero... ahí entra la *cuestión de cómo actúan los funcionarios, ¿no?* Por la misma imagen que se tiene del comercio en vía pública como algo que afea el entorno, que genera problemas, en muchas ocasiones en automático se les niega el permiso, entonces el comerciante en vía pública dice, bueno, pues la autoridad me lo está negando y tengo un primo que conoce al líder, entonces me voy con mi primo a trabajar o a lo mejor él me da un espacio ahí junto y me la paso con mi primo, o *me conecta directamente con el líder y el líder me tramita el espacio, por estas relaciones políticas, que comentábamos hace un momento, que se dan ya de manera directa con el jefe delegacional*”<sup>236</sup>.

---

<sup>236</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez



Los dirigentes, además de negociar la ocupación de la vía pública, también logran obtener otro tipo de “acuerdos”, que les son muy convenientes. Por ejemplo, como vimos anteriormente, los comerciantes integrados en las asociaciones tienen una tolerancia especial. Existe una flexibilidad por parte de las autoridades frente al incumplimiento de la normatividad vigente; gozan de impunidad.

En el mercado 377 resulta muy claro que aunque los comerciantes no respetan casi ninguna de las normas que establece el Programa de Reordenamiento, como:

- a) Deben estar registrados en el Siscovip,
- b) Deben contar con el permiso que les autoriza vender en la calle,
- c) Deben estar al corriente en los pagos trimestrales de dicho permiso,
- d) El puesto no debe obstaculizar mayormente el tránsito de personas o de automóviles,
- e) Se debe respetar el tamaño del puesto y mantener aseado el espacio.

La mayoría de los comerciantes no tienen permiso, y los que sí no respetan las disposiciones que se indican e instalan sus puestos donde quieren y del tamaño que pueden, además de que están atrasados en los pagos de los permisos o, simplemente, nunca pagan.

También, los líderes han negociado una tolerancia respecto a la utilización ilegal o irregular de los servicios públicos, como luz y agua, por parte de los comerciantes que representan.

Otro de los privilegios que pueden lograr los líderes en esas mesas de negociación es el incremento del padrón de su organización. O, más bien, la incorporación al Siscovip y el otorgamiento de permisos para comerciantes en vía pública que pertenezcan a sus organizaciones; es decir, negocian que les tramiten un cierto número de “incorporaciones” y permisos para que puedan tener más representados. Al respecto Carlos Bravo comentó en la entrevista:

*“CB.- El líder acuerda, puede acordar con el jefe delegacional, el incremento del padrón en cualquier lugar de Xochimilco que él quiera. Hay líderes que tienen prácticamente en toda la delegación, desde Tulyehualco, Tepepan, Periférico, el centro, en toda la*

delegación representados, y es muy fácil, mira, con que digan, solicitamos a diez personas más para ser ingresadas al padrón, o mira aquí hay veinte, cincuenta, las que quieran, para ser inscritas. Y si hay un acuerdo político, ya hay relación política, entre el jefe delegacional y el representante, lo más seguro es de que se los acepten”<sup>237</sup>.

Como se dijo anteriormente, los dirigentes han logrado consolidar su poder a través de acuerdos políticos con las autoridades.

Por ello, cuando algún comerciante tiene desacuerdos o problemas con el dirigente de la asociación a la que pertenece y considera la opción de ser independiente, el líder puede hacer uso de las conexiones políticas y los “arreglos” que ha establecido para ejercer presión en el comerciante y hacer que se vuelva a “alinearse”.

Carlos Bravo describió en la entrevista cómo los líderes acuerdan con funcionarios delegacionales que sean éstos quienes presionen a los comerciantes al exigirles un cumplimiento mucho más estricto de la normatividad, lo cual, finalmente, lleva a los comerciantes a regresar a la asociación con el objetivo de volver a gozar de la flexibilidad y tolerancia que el dirigente negocia.

“CB.- Parte del acuerdo político, de las formas de gobierno, de la intermediación entre el gobierno y el ciudadano, es cuando un comerciante se le está saliendo del guacal al líder, pues el líder también puede acordar con el jefe departamental que le pegue al comerciante, presionándolo para que pague. Tampoco va a llegar a decirle que se le está saliendo del guacal a su líder, ¿verdad? ¿Cómo lo presionas? Obligándolo a pagar las cuotas con mayor velocidad, que no se actualice en sus pagos, que no, que limpie su puesto, que no ate la lona con la que lo cubre al poste, al árbol, que no deje basura, son muchas cosas, y él queda bien con el comerciante, queda bien con la autoridad. Son intermediarios que negocian la aplicación de la ley con el gobierno.”<sup>238</sup>

Los líderes, así como tienen la capacidad de presionar a los comerciantes para impedir que salgan de las asociaciones, también pueden generar presión para que los independientes se vean en la necesidad de ingresar a una asociación. Como dice Bravo hay una enorme cantidad de normas cuyo incumplimiento se le puede reclamar a los comerciantes y puede ser motivo para retirarlos, de manera que si un

---

<sup>237</sup> Entrevista 67, con el Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>238</sup> Entrevista 67, con el Lic. Carlos Bravo Vázquez

dirigente quiere hacer uso de sus influencias para someter a algún comerciante, éste podría fácilmente perder su espacio y verse obligado a incorporarse a una asociación:

“CB.- Es que, *tu necesitas un espacio para vender en vía pública, o te aplacas o como me llevo bien con el jefe delegacional y él puede instruir al jefe de vía pública para que... hay mil motivos para retirar a un comerciante, salvo que sea un comerciante muy, muy, muy cumplido con lo que establece el Programa de Reordenamiento. Entonces, efectivamente, si es semi fijo, lo instala en la mañana y se retira en la tarde, que mida dos metros, no ate lonas o mantas al inmobiliario urbano, no genere ruido ni basura... Que sí los hay, pero son muy pocos. Es decir, puede permanecer como independiente, digo, como comentaba hace un momento, sí hay comerciantes independientes, pero son muy raros*”.<sup>239</sup>

Uriel Jiménez, quien al momento de la entrevista ejercía el puesto de director de gobierno en la delegación, también habló sobre lo difícil que es para un comerciante el mantenerse como independiente, pues las organizaciones los presionan para que se incorporen a alguna y, además, como tienen que cumplir más estrictamente con las normas pues generalmente tienen problemas y, entonces es cuando los líderes aprovechan para acercarse y convencerlos de que ellos pueden negociar la aplicación de la ley:

“E.- ¿Pero ellos no tienen problemas por ser independientes? ¿No los presionan las organizaciones?

LJ.- Pues... pues fíjate que sí, sobre todo ellos *cuando tienen algún problema tratan luego de buscar cobijo con alguna de las organizaciones. Por ejemplo, cuando van atrasados en sus pagos y van, se le hace un levantamiento, se le hace una notificación, etc., etc., por lo regular van y buscan a alguien que los arrope.*

(...)

E.- En el caso de aquellos que no están, digamos, en una organización, ¿cómo le hacen?

LJ.- Ah, no, *si ellos no han pagado desde hace mucho tiempo, si están en un problema, ¿cómo lo van a pagar? Aunque ellos son abusados, son abusados los líderes, eh... se les acercan, sí, y órale, yo te ayudo, yo voy para que no te cobren... ¿no?...*”<sup>240</sup>.

---

<sup>239</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>240</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

## 8. Participación política de las asociaciones

Finalmente, habría que analizar qué es lo que las autoridades obtienen a través de la negociación y los acuerdos con los líderes de las asociaciones de comerciantes.

Si bien las asociaciones tienen la capacidad de movilización suficiente como para generar un “problema social”, como se comentó anteriormente, su fuerza en realidad no consiste en ello sino en que representan un capital político importante para los grupos que buscan el poder.

En este inciso, por lo tanto, se analiza la participación política de los comerciantes y los arreglos políticos que se han ido estableciendo entre los dirigentes de las asociaciones y las autoridades.

Primero, sin embargo, cabe indicar que al igual que cuando se les preguntó a los comerciantes en vía pública sobre cómo funcionan sus asociaciones, que no querían contestar, en general, los comerciantes tampoco hablan de las relaciones políticas que hay entre sus asociaciones, o sus líderes, y los partidos políticos.

Aunque durante las entrevistas se intentaba no señalar específicamente a ninguna persona y dejar las preguntas abiertas, especialmente respecto a los líderes, la mayoría de los comerciantes negó saber algo al respecto. La respuesta típica a la pregunta que les hacíamos, era algo similar a la siguiente:

“E.- Ahorita que dijo usted lo del PRD, ¿sabe si los lideres tienen alguna inclinación política?

CR.- Pues *la verdad no sé, no sé nada de eso, o sea yo me dedico a lo que es mi negocio, yo no sé nada de eso la verdad, nada nada de eso*”<sup>241</sup>

Sin embargo, sí hubo comerciantes que durante la entrevista, aunque no respondiendo directamente a las preguntas respecto a la participación política de las asociaciones, sino en otros momentos, dejaron claro que sí hay una exigencia

---

<sup>241</sup> Entrevista 9, Camelia Rodríguez

por parte de las asociaciones y, específicamente, de los líderes por apoyar a ciertos partidos políticos.

Herbert López, por ejemplo, que pertenece a la “Coalición de comerciantes del sureste del D.F.”, que tiene como dirigente a Guillermina Martínez, comentó:

*“HL.- Doña Guillermina andaba con el partido del PRI, y se le tiene que apoyar al PRI y todo eso. Dice mira nosotros apoyamos al PRI y así ha sido y pues para no meterte en broncas y por quedar bien y eso”<sup>242</sup>*

Nos parece relevante el hecho de que use la frase “se le tiene que”, lo cual muestra que hay una exigencia porque así sea, o si no hay “broncas”. Y, además, explica que lo importante es “quedar bien”, de manera que se entiende que hay una retribución a cambio de esos apoyos. Esa retribución, se analizó ya, tiene la forma de privilegio y tolerancia.

Javier Gutiérrez, otro comerciante de la asociación de Martínez, habló también respecto a la tradición que hay en nuestro país de este tipo de mecanismos:

*“E.- ¿Y hay representantes así?*

*JG.- Pues sí muchos, porque si te das cuenta tenemos 72 años de haber vivido en un priísmo donde *había corrupción y que todo lo que hacíamos lo conseguíamos mediante ella o mediante la conveniencia del PRI y eso era determinante*”<sup>243</sup>*

Aunque habla en tiempo pasado, queda clara la idea de un pacto político “determinante” de “conveniencia” entre el PRI y la asociación, que junto con la corrupción del régimen permitía que consiguieran “todo”.

Rosa Jacinto, líder de la “Asociación Tiangislli”, no aceptó ni habló directamente en la entrevista sobre los acuerdos que hay entre las organizaciones y ciertos partidos políticos o con las autoridades locales, pero, en su discurso se deja ver claramente que sí existen esas prácticas:

---

<sup>242</sup> Entrevista 15, Herbert López

<sup>243</sup> Entrevista 22, Javier Gutiérrez

“E.- ¿La delegación la ha ayudado en los requerimientos que usted ha necesitado?

RJ.- Mira no, definitivamente yo cuando voy a hacer un trámite, te vuelvo a repetir que *allá adentro nos ponen trabas, más cuando tú o alguno de tus agremiados no se quieren alinear*, y cuando tú haces un trámite siempre te ponen una traba, nunca hay solución, tendrías que estar constantemente sin quitar el dedo del renglón para que te puedan dar el apoyo. En este año más o menos como que *estoy limando asperezas y estamos tratando de entrarle con la delegación y que la delegación diga, bueno nosotros también te pedimos el apoyo, hay gente que no se quiere inclinar*, que no quiere... más que nada queremos que todo vaya bien como lo marca el programa delegacional, pero que si también ellos como autoridad nos apoyen, porque a veces nos dejan y quieren que hagamos el trabajo de ellos y definitivamente no queremos conflictos ni con nuestros agremiados ni con los otros compañeros de la calle”<sup>244</sup>

La dirigente hace referencia a la necesidad de “alinearse” con la delegación, para no tener problemas; y que es necesario “entrarle” con ellos, a lo ellos digan, porque hay que “apoyar” e “inclinarse”.

Por otro lado, algunos locatarios del mercado explican en las entrevistas que la falta de acciones por parte de las autoridades frente al problema del comercio en vía pública se da por una situación de intereses políticos.

La locataria Victoria Sierra Sánchez, por ejemplo, considera que a la gente de la delegación, cuando hay campañas o al estar próximas las elecciones, no le conviene tener problemas con las asociaciones de comerciantes en vía pública, con quienes en esos momentos, de acuerdo a esta entrevistada, negocian la tolerancia a cambio de votos.

“E.- ¿Y cómo es que [las autoridades] ayudan a los de allá afuera [los comerciantes en vía pública que se han establecido alrededor del mercado]?

VS.- Pues... *como andan en lo de ahorita de la campaña, y todo eso, entonces sobre de lo que es el sistema ahí de la campaña, en que van y te piden ayuda, y que los dejen, pues yo me imagino que para el voto, ¿no?*, entonces por eso los ayudan”<sup>245</sup>

También algunos vecinos al mercado se han dado cuenta de cómo funcionan los arreglos políticos entre los partidos políticos y las asociaciones de comerciantes.

---

<sup>244</sup> Entrevista 2, Rosa Jacinto

<sup>245</sup> Entrevista 27, Victoria Sierra Sánchez, locataria.

Enrique Vázquez Trujillo, dueño de una veterinaria sobre la calle Nezahualcoyotl, habló en la entrevista de cómo él ha observado que las asociaciones mueven políticamente a los comerciantes:

*“EV.- A toda esta gente la manipulan, toda esta gente les dicen ‘vámonos a una marcha’, y se van a la marcha. Y tienen que estar, el que no vaya, vámonos,”<sup>246</sup>*

Carlos Bravo, ex Director de Gobierno de la delegación en el periodo 2003 - 2006, fue quien más claramente habló respecto a la relación política que establecen las asociaciones de comerciantes y los funcionarios delegacionales. Específicamente, Bravo atribuye este tipo de arreglos a negociaciones entre los funcionarios más importantes, especialmente al jefe delegacional, y los líderes de los comerciantes.

Bravo afirmó en la entrevista que en el marco de las campañas electorales, cuando resulta necesario para los políticos conseguir apoyo, se realizan los acuerdos entre los líderes de comerciantes y el jefe delegacional para que éstos den votos y apoyo político a un candidato a cambio de la no aplicación de la ley:

*“CB.- Si en una campaña electoral, el jefe delegacional decide que eso pasa a segundo término y que requiere del apoyo de esos comerciantes para el apoyo de la campaña política de un X, de un alguien, y acuerda la no aplicación de la ley, o que se detenga la aplicación de la ley, y todos los acuerdos previos que hubiera tenido el líder de comerciantes en vía pública con el jefe de manera departamental, subdirector, director general, pasan por medio de él”<sup>247</sup>*

Uriel Jiménez, Director de Gobierno de la delegación en el periodo siguiente, también aseguró en la entrevista que en los momentos en que hay campaña electoral es cuando más arreglos se consolidan, pues los políticos no quieren que se “generen problemas”:

*“Está en campaña y lo que menos quiere es generar problemas, ¿no?, entonces hay un vacío... un vacío y una transición (...) Y ellos [los líderes] lo saben, ellos saben cuál es el momento que la administración está pasando. Ellos lo saben perfectamente”.<sup>248</sup>*

---

<sup>246</sup> Entrevista 29, Enrique Vázquez Trujillo

<sup>247</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez

<sup>248</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

Bravo recordó también en la entrevista el caso de Próspero Mercado, líder de la “Organización Milenio A.C.”, una agrupación de comerciantes que fueron retirados por incumplimiento de la normatividad (recordemos aquí que esos comerciantes son los que han invadido completamente la calle Nezahualcoyotl) mediante un operativo en el 2005 y que, poco tiempo después, lograron reinstalarse a través de un acuerdo político entre Próspero y el entonces jefe delegacional, Faustino Soto Ramos. Desde esa negociación, asegura Bravo, Próspero y los comerciantes de su organización, se presentaron a apoyar al delegado en todos los actos políticos:

“CB.- En el caso muy particular de Próspero, a Próspero se le va a levantar sabiendo que no cumple con la modalidad del puesto, del permiso, perdón, y es la negociación desgraciadamente para que se le permita instalar.

E.- Re-instalarse...

CB.- O reinstalarse. *Se le devuelven sus puestos, su mercancía, y se reinstala. Pero también él va con el jefe delegacional y negocia no sólo que se reinstale sino que se quede otra vez de manera permanente. Y en todos los actos políticos del jefe delegacional ves, a partir de ese momento a Próspero como un actor. Todas las manifestaciones, que si el jefe delegacional va a hacer un informe en la Asamblea Legislativa, ves a Próspero y a un grupo de sus comerciantes apoyando al jefe delegacional. ¿Y porqué lo esta apoyando? Bueno, pues porque ya hubo un acuerdo político, ya hubo un acuerdo político para la no aplicación de la ley. Y eso es con todos.*

E.- ¿Con todos los líderes?

CB.- *Con todos, valdría la pena exponerlo, es una cuestión ética*<sup>249</sup>.

Bravo afirma que también Guillermina Martínez, otra líder de comerciantes, tenía acuerdos de cooperación política con el entonces jefe delegacional y organizaba eventos de apoyo a éste a cambio de la no aplicación de la ley:

“E.- ¿Porque también me parece que Guillermina Martínez estaba en una alianza con el PRI, no?

CB.- Guillermina Martínez siempre ha manifestado su pertenencia al PRI, pero el hecho de que pertenezca al PRI, como representante de comerciantes es la que más comerciantes en vía pública en Xochimilco tiene, pues *tiene acuerdos con el jefe delegacional. Guillermina Martínez perteneciendo al PRI, en plena campaña le organizó una comida con más de 500 comerciantes al jefe delegacional actual y muchos de los*

---

<sup>249</sup> Entrevista 32, Lic. Carlos Bravo Vázquez



*eventos del delegado actual dieron a conocer que Guillermina Martínez lo apoyaba, yo me atrevo a decirlo”.*<sup>250</sup>

Uriel Jiménez, por su parte, también atribuye a ese tipo de acuerdos la tolerancia que obtuvieron los locatarios que decidieron dejar sus locales e instalarse en puestos en la vía pública:

*“LJ.- Los locatarios que se salieron del mercado, igual, fue otra de las razones, porque se llegaron a algunos acuerdos políticos con quien en su momento gobernó, y ahí los dejaron ¿no?”.*<sup>251</sup>

De hecho, Jiménez afirma que todas las asociaciones de comerciantes tienen “afiliación política” y que en uno u otro momento han realizado este tipo de negociaciones con las autoridades en turno, en donde otorgan apoyo político a cambio de tolerancia, o de “ser apapachadas”, pues todas se han manifestado políticamente.

*“E.- Sí, y estas organizaciones que tienen [los comerciantes] son bastante poderosas, ¿no?”*

*LJ.- Sí, son fuertes, son fuertes. Aunque yo creo que siempre han estado bastante apapachadas, no solamente con estos gobiernos sino con los anteriores. Entonces si tú revisas, casi todas tienen una afiliación política. Por lo menos en el pasado. Ahora ya dicen que son del PRD, etc., pero tu checas sus logotipos que tienen como asociaciones, etc., y son pues de corte priísta, de corte priísta.”*<sup>252</sup>

Especialmente, dice, en tiempos de campañas electorales es cuando más importante son estos arreglos. Porque asegura que las agrupaciones de comerciantes exigen a sus integrantes que se manifiesten y, efectivamente, otorguen su apoyo político a los candidatos del partido en el poder.

*E.- Y en esa medida, ¿les exigen participación política a sus agremiados?”*

*LJ.- Sí, ellos lo hacen, sobre todo en este momento, en estos momentos político - electorales. Pues obviamente como grupos de poder pues ofrecen lo que tienen, ¿no?, y*

---

<sup>250</sup> *Idem.*

<sup>251</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León

<sup>252</sup> *Idem.*

*se los ofrecen a los candidatos y es una forma de irse ganando favores.*<sup>253</sup>

*“LJ.- Entonces pues te digo, sobre todo en estos momentos, pues obligan a los agremiados a que se manifiesten en algún sentido durante los procesos electorales. Y hay organizaciones más fuertes eh, que tienen un control todavía muy férreo de sus agremiados. Hay algunas que no tanto, pero hay algunas que tienen un control muy férreo. Sí, sí, es lo que digan ellos. Y la gran mayoría de esas asociaciones tienen pues el corte priísta. Otras no, otros son de corte de izquierda. Pero fundamentalmente yo creo que las más fuertes son las que tienen precisamente ese corte priísta. Y tú lo sabes, ¿no? ya les han dicho, Teresa Alquicira, que ha sido incluso candidata del PRI delegacional, etc., etc., ha tenido varios cargos que tienen su origen en el partido... Guillermina Martínez, o sea, son de corte priísta... Pedro Flores, son priístas. Que ahora, bueno, digo, ya están en otra posición según ellos. Pero de todas maneras se acomodan con quien llega, y siempre se van a acomodar con quien llegue”*<sup>254</sup>.

## **9. Clientelismo político**

A partir de esto podemos concluir que existe una relación de tipo clientelar entre las asociaciones de comerciantes en vía pública y las autoridades delegacionales de Xochimilco. Las relaciones clientelares son aquellas relaciones políticas que tienen la apariencia de relaciones comerciales, de un intercambio, en donde uno toma el papel del patrón que otorga protección, favores, servicios, bienes, etc., a cambio de que quien juega el papel del cliente le proporcione apoyo político, lealtad, servicios, etc.

“Tipo de relación social entre un representante de un partido político o de un sindicato o de otra formación política, y un cierto número de individuos, casi siempre residentes en la zona de donde proceden los votos necesarios para elegir al mismo representante, a través de la cual el primero obtiene de los segundos un apoyo político o, más en general un apoyo público para sus acciones y programas como, en muchos casos, una acción de propaganda y proselitismo – especialmente en periodo electoral - en favor personal suyo o de su formación política; esto a cambio de favores personales que él ofrece o se compromete a ofrecer a los individuos en particular o a los grupos, utilizando tal vez recursos propios, pero por lo común recursos extraídos de las organizaciones públicas o

---

<sup>253</sup> *Idem.*

<sup>254</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

privadas en las que él ya se ocupa, o bien ocupará, una posición de poder gracias al apoyo recibido.”<sup>255</sup>.

Se ha denominado clientelismo al “sistema de padrinazgo en el que determinados individuos disponen de ciertos servicios en virtud de su poder, o, influencia. Estos, los "padrinos", consiguen que otras personas se vinculen a ellos, a cambio de recompensas controladas. Los partidos políticos modernos tienden a consolidar un estilo clientelar, a través de los políticos profesionales, estos ofrecen a cambio de su legitimación y sostén, toda clase de recursos públicos de los que pueden disponer (cargos, empleos públicos, financiamiento, licencias, etc.) Es importante señalar que esta forma de clientelismo no tiene como resultado, una forma de consensus institucionalizado, sino más bien, una red de fidelidades personales a través de un uso personal por parte de la clase política de los recursos estatales”.<sup>256</sup>

En ese sentido, el tipo de relaciones que se dan en el lugar estudiado con las asociaciones de comerciantes en vía pública y las autoridades, tienen su origen en este término, en el sistema de padrinazgo, el intercambio, la influencia y el uso del poder.

Desde las primeras asociaciones de comerciantes en vía pública, que se crearon durante el gobierno de Uruchurtu, bajo el régimen priísta y apadrinadas por su proyecto de “construcción de mercados”, las autoridades negociaban solamente con las organizaciones ya estructuradas que representaban a los vendedores, las cuales fueron incorporadas a los proyectos de los mercados a cambio de afiliarse al PRI y apoyar las acciones políticas de este partido.

Según John C. Cross, quien revisó las fechas en que se inauguraban los mercados, éstas coincidían con los dos periodos presidenciales, de los cuales formó parte el regente Uruchurtu, de tal forma que estas fechas fueron realmente escogidas con la finalidad de “captar buena voluntad y apoyo inmediato para él y el PRI”<sup>257</sup>.

---

<sup>255</sup> Gallino, Luciano, *Diccionario de sociología*, p. 164.

<sup>256</sup> Uña Juárez Octavio, Hernández Sánchez Alfredo. *Diccionario de sociología* p. 232

<sup>257</sup> Cross C. John. “El desalojo de los vendedores ambulantes paralelismos históricos en la ciudad de México”.

Hasta la fecha, las asociaciones de comerciantes y los mecanismos a través de los cuales funcionan, hasta cierto punto, han sido fomentadas por las autoridades y partidos políticos.

Uriel Jiménez, ex funcionario de Xochimilco, atribuye el poder actual de estas asociaciones a que el propio sistema impulsó su crecimiento, pues los mecanismos clientelares bajo los cuales opera les han resultado convenientes:

*“LJ.- Pero ellos pues empezaron tal vez con algunos puestos, con algunos tianguis, se fueron fortaleciendo, los fueron apapachando, los fueron dejando crecer. Incluso, crecieron a la sombra de un nuevo poder. Esa puede ser una explicación, ¿no?, o sea, crecieron a la sombra de poder. El mismo poder los impulsó, ¿no?, pues todos sabemos para qué, y de esa manera pues se fueron fortaleciendo”<sup>258</sup>*

*“LJ.- Yo creo que principalmente crecieron a la sombra de poder, es decir, el mismo poder fomentó este tipo de liderazgos, ¿no?, y los fortaleció. Y digo, ustedes son muy jovencitas, ¿no?, pero por ejemplo, el PRI, tenía mecanismos pero súper efectivos de cooptación, ¿no?, y por medio de prebendas, de privilegios, digo, pues así fue como los hicieron.”<sup>259</sup>*

Cross analiza además que a partir del nuevo proceso de democratización que ha comenzado en México los diferentes grupos políticos tratan de aparentar eficiencia en la resolución de problemas frente a las clases medias, pero lo único que han logrado es acrecentar el problema, pues la disputa entre los partidos políticos, especialmente entre el PRD y el PRI, por el apoyo de los dirigentes de las asociaciones de comerciantes en vía pública ha resultado en un incremento del poder de negociación de éstas.

*“La apertura democrática no ha cerrado y quizás ha abierto aún más, el papel político y económico del dirigente a nivel local”<sup>260</sup>.*

---

<sup>258</sup> Entrevista 35, Lic. Ruperto Uriel Jiménez León.

<sup>259</sup> *Idem.*

<sup>260</sup> Cross, John, “La política informal del ambulante y la democratización del Distrito Federal”, p. 14.

Antes, cuando el PRI era el único partido real, las organizaciones de comerciantes tenían que conformarse con lo que éste les ofrecía pues no había otras fuerzas políticas con las cuales presionar para obtener lo que deseaban. En la actualidad, sin embargo, los partidos políticos están en medio de una lucha constante, tratando de generar simpatía y buscando el apoyo de organizaciones poderosas y masivas, como son las de los comerciantes en vía pública. Ahora éstas pueden cambiar de partido en partido según les convenga y según quién les ofrezca más. Así pues, esto ha traído como resultado que las organizaciones gocen de un poder mayor para negociar y logren mayores privilegios.

El Partido de la Revolución Democrática (PRD) es el único partido que ha gobernado Xochimilco desde el año 2000<sup>261</sup> y lo que se encontró en esta investigación sugiere fuertemente que durante todo este periodo las relaciones que se han entablado entre los funcionarios públicos y los comerciantes en vía pública, a través de sus asociaciones, corresponden más a un sistema clientelista que a uno democrático.

## **10. Consideraciones finales**

En este capítulo se analizaron las nueve características o mecanismos que describen la relación entre las autoridades de la delegación de Xochimilco y los comerciantes en vía pública.

Se encontró que las asociaciones y específicamente los líderes de éstas toman el papel de intermediarios entre los comerciantes y las autoridades. Intermediarios que, se debe destacar, tienen un poder cuasi totalitario sobre los agremiados, pues dentro de las asociaciones no hay prácticas democráticas; se trata de estructuras verticales donde no hay rotación de liderazgo, se ejerce el control unipersonal y hay poca o nula participación de los agremiados en la toma de decisiones.

---

<sup>261</sup> Juan González Romero (2000 - 2003), Faustino Soto Ramos (2003 - 2006), Manuel González González (2006), Adolfo Uriel González Monzón (2006 - 2009), Jorge Luis González Espinoza (2009), Manuel González González, 2009 - hasta la fecha.

Se señaló también que la relación entre las autoridades y los líderes de las asociaciones se encuentra intencionalmente encubierta; pues dentro de las asociaciones no hay mecanismos de rendimiento de cuentas y por parte del gobierno no hay verdaderos mecanismos de transparencia.

Al revisar las leyes y normas que regulan el ejercicio del comercio en la vía pública se observó que éstas dejan un margen muy amplio a la interpretación, por lo que su aplicación – o no aplicación – depende en última instancia de lo que en su momento los funcionarios públicos consideren. Y si es necesario, ordenan que las leyes y reglamentos no se apliquen.

Se encontró que la corrupción es una práctica extendida y cotidiana entre los funcionarios de menor rango de la delegación y los comerciantes, especialmente en el caso de los inspectores de vía pública, dado que ellos son quienes deben reportar a los comerciantes establecidos que no cuentan con un permiso y a los que no respetan los términos del mismo.

Sin embargo, en general, el mecanismo fundamental de la relación es la negociación, la cual se lleva a cabo entre los representantes de las asociaciones y los funcionarios delegacionales a puerta cerrada; en reuniones a las que, cabe indicar, no se invita ni a los agremiados de las organizaciones ni a los comerciantes independientes, y en las que se deciden los asuntos más importantes del ejercicio del comercio en la vía pública.

Se analizó que en los momentos de mayor conflicto las asociaciones de comerciantes se han mostrado capaces de superar sus diferencias y unirse para presentarse como un bloque frente a las autoridades delegacionales; lo cual les ha ayudado a frenar algunas de las acciones más enérgicas (específicamente de desalojo) que en su momento trataron de realizar otras administraciones. Pero, en general, cada una de las agrupaciones, o más específicamente, cada uno de los líderes, está buscando permanentemente conseguir mejores arreglos y “privilegios” que los otros.

Por ello, se hace énfasis en el papel que tienen el tráfico de influencias y el intercambio de favores como mecanismos de negociación entre los funcionarios de mayor rango de la estructura de la delegación, incluyendo al jefe delegacional, y los líderes de las asociaciones.

A los líderes, por su parte, les interesa negociar:

- Que sus representados permanezcan ocupando espacios en la vía pública.
- Tolerancia para los comerciantes que no cuentan con el permiso para el uso de la misma.
- En el caso de quienes sí cuentan con permiso, flexibilidad frente al incumplimiento de la normatividad vigente.
- Tolerancia y respeto a la utilización ilegal o irregular de los servicios públicos, como luz y agua.
- Aumentar el número de “incorporaciones” en el Siscovip y, por lo tanto, la autorización de más permisos para los comerciantes que representan.
- La capacidad de ejercer presión sobre los comerciantes que deseen salir o no deseen integrarse a las organizaciones

Ahora bien, se subraya que para las autoridades de la delegación los comerciantes en vía pública, organizados en forma de asociaciones, representan un capital político importante.

Así pues, mediante la extendida práctica del clientelismo, o “intercambio de favores”, a las autoridades y grupos que buscan el poder, les interesa realizar acuerdos con los líderes de comerciantes para conseguir votos y apoyo político a cambio de tolerancia, interpretaciones y tergiversaciones benignas de la normatividad, o hasta la no aplicación de la ley.

Esto se da especialmente durante las campañas electorales, los cambios de administración y los periodos de reajuste interno de los partidos políticos, cuando resulta necesario para los políticos conseguir o demostrar que tienen apoyo.

En ese sentido, se señala que todas las asociaciones de comerciantes tienen “afiliación política”, pues en uno u otro momento han realizado negociaciones y acuerdos de cooperación política con las autoridades en turno. Las asociaciones - como se mostró, son estructuras sumamente autoritarias- exigen a los comerciantes que se manifiesten y otorguen ese apoyo político.

Se encontró, pues, que la relación entre las autoridades y los comerciantes está plagada de prácticas que no corresponden a las que formalmente se señalan en las leyes y que harían referencia a un Estado de derecho. En vez de normas y reglamentos existe una aplicación negociada de la ley, en donde privan los acuerdos políticos y las lealtades personales en lugar de los derechos, lo cual reproduce privilegios.

Consideramos que todas las prácticas que caracterizan la relación entre las autoridades de la delegación y las asociaciones de comerciantes en vía pública fortalecen e incluso fomentan las prácticas autoritarias que hay dentro de las asociaciones.

En resumen, el comercio en vía pública se lleva a cabo a través de asociaciones que en realidad funcionan a modo de corporaciones, puesto que la pertenencia es forzada, se privilegia el monopolio de las formas de representación e intermediación para conseguir los intereses del grupo que dirige y se impone una férrea disciplina a los miembros, con apoyo del gobierno si es necesario.



## **Conclusiones finales**

### **Los comerciantes en vía pública como ciudadanos**

Para concluir la investigación consideramos necesario recuperar los hallazgos más importantes que se obtuvieron en relación con las ideas que se formularon en el marco teórico y en las hipótesis al inicio de la misma.

El primer planteamiento de este trabajo fue conocer las causas por las cuales surge, se reproduce y se mantiene el comercio en vía pública, y conocer también la situación en la cual viven estos comerciantes, así como indagar los motivos por los cuales se habían integrado a dicha actividad. Para responder a ello, se analizaron diversos enfoques teóricos, así como algunos estudios que se han realizado sobre los procesos sociales tanto globales como nacionales que explican el crecimiento del comercio en vía pública, además se revisaron datos estadísticos que nos permitieron responder a nuestro planteamiento de manera más concisa.

Se detectó que en las últimas décadas en América Latina que el sector no estructurado de la economía empleaba a más de la mitad de la población. Particularmente en México vimos que la ocupación laboral en el sector informal se elevó sobretodo en las actividades comerciales. Asimismo se reveló que estas cifras se acentuaban durante los periodos de crisis financieras. Ambos resultados advierten frente a diversos factores, el incremento del sector informal y por tanto del comercio en vía pública.

Se analizó que en México la existencia y constante crecimiento de la informalidad, en general, y del comercio en vía pública en particular, se deben a diferentes motivos. Por un lado, a los diferentes procesos sociales, económicos y políticos que fueron determinantes para el desarrollo del sector informal de manera permanente, entre ellos: la fractura de un estado benefactor, seguido de los procesos de desindustrialización, un agotamiento económico, la desregularización del empleo, el aumento poblacional, la desigual distribución de los ingresos y como consecuencia de ello, el aumento de la pobreza. Y por otro lado, la exclusión de una parte de la población de un sistema de oportunidades; es decir, la incapacidad del Estado para

garantizar a sus ciudadanos los derechos más fundamentales como el derecho al trabajo, impidiendo el acceso a un nivel de vida decente.

Consideramos que la fractura del ejercicio de la ciudadanía se da en la ausencia del acceso a bienes y servicios, al trabajo, a créditos, al entretenimiento, a la cultura, a la instrucción, el analfabetismo, a la pobreza, etc. La desigualdad del sistema económico impide a los comerciantes en vía pública una igualdad de sus derechos, pues en realidad no se puede gozar plenamente de ningún derecho otorgado por el estatus de ciudadanía si no se posee lo más básico, no existe pues un verdadero Estado de derecho.

En ese sentido afirmamos que los comerciantes en vía pública son actores que viven en una situación de vulnerabilidad y precariedad y adquieren entonces una categoría de exclusión social. Es decir, son producto de un proceso estructural de exclusión del sistema de oportunidades.

Se encontró que la subsistencia y crecimiento del comercio en vía pública corresponden a una doble problemática: en primer lugar, la exclusión de cierto sector de la población del desarrollo de actividades productivas dentro del marco de la legalidad y en segundo lugar, la constante fractura de la ley en distintos ámbitos, a través de una serie de prácticas que se han ido generado con el propósito de solucionar, de alguna manera, el problema del desempleo o los empleos precarios.

Posteriormente, la investigación abordó las prácticas que constituyen la vida cotidiana de los comerciantes. Ahí se señala cómo la exclusión que pareciera originarse desde el sistema económico ha permeado muchas otras esferas de la vida de estos individuos. En general, la informalidad posiciona a los comerciantes en un alto grado de incertidumbre; especialmente económicamente, lo cual hace que se encuentren en una condición de vulnerabilidad. El comerciante en vía pública se ve desprovisto de un sueldo regular y seguro, así como de prestaciones laborales como aguinaldos, primas vacacionales, licencia de maternidad; no cuenta con un contrato o algún documento que le permita demostrar la obtención de ingresos, lo cual imposibilita el otorgamiento de algún tipo de crédito o préstamo bancario. Además, no tienen acceso al sistema de seguridad social, por lo que no tienen

membresía en las instituciones de salud o guarderías públicas. Así, la informalidad del empleo los excluye del ejercicio de otros derechos.

Ahora bien, específicamente había un interés por conocer cómo se estructura el comercio en vía pública, los actores involucrados y las prácticas que lo caracterizan.

Así pues, encontramos que desde una situación de exclusión social, los comerciantes se han organizado y constituido asociaciones formalmente.

El objetivo fundamental de esas asociaciones es asegurar la permanencia de sus agremiados en el espacio público. Como se señaló en las hipótesis, los comerciantes exigen que se respete su actividad como una fuente de trabajo legítima y reclaman, también como legítima, la apropiación del espacio en cuestión.

En cuanto a su funcionamiento, se mostró que aunque las organizaciones de comerciantes se encuentran constituidas legalmente en asociaciones civiles, en general no siguen ninguna de las normas que establece el Código Civil. Y aunque por escrito tienen ciertos estatutos y reglas, en los hechos esas formalidades no tienen relevancia para la vida asociativa.

A través del análisis de las entrevistas y el discurso de los comerciantes, dimos cuenta de cómo estas asociaciones pretenden ser organizaciones democráticas que funcionan a través de la participación libre y activa de los agremiados, pero que en la práctica son autoritarias.

El autoritarismo dentro las asociaciones se refleja en prácticamente todos los aspectos de la organización. Tienen estructuras verticales con jerarquías incuestionables, se ejerce el control unipersonal, no hay rotación de liderazgo, hay poca o nula participación de los agremiados en la toma de decisiones y sin posibilidad de divergencia.

Ahora bien, al analizar cómo se relacionan los comerciantes en vía pública de la zona del Mercado 377, y las autoridades delegacionales de Xochimilco,

encontramos que las asociaciones y específicamente los líderes de éstas toman el papel de intermediarios entre los comerciantes y las autoridades.

En cuanto a las prácticas que caracterizan la relación entre los dirigentes de las asociaciones y las autoridades delegacionales, se mostró que todas ellas hacen uso de mecanismos clientelares de negociación, así como mecanismos basados en sistemas de tolerancia, privilegios, corrupción y tráfico de influencias. Hay una aplicación negociada de la ley, que se encuentra fuera del Estado de derecho, y que es gracias a la cual los comerciantes siguen haciendo uso de los espacios alrededor del mercado impunemente.

Se destaca entre los hallazgos de esta investigación que los dirigentes de las asociaciones han logrado constituir un poder cuasi totalitario sobre los agremiados. En el análisis se expone como esto se debe fundamentalmente a los mecanismos y prácticas autoritarios que hay dentro de las asociaciones, pero también se señalan otros aspectos. Entre ellos, que este tipo de liderazgos se han visto fortalecidos debido a que la pertenencia a las asociaciones, que se supone voluntaria, en la práctica es un requisito para conservar un espacio en la vía pública, lo que hace que en los hechos sea obligatoria.

También, porque son los dirigentes quienes negocian y establecen los acuerdos con las autoridades; a través de mecanismos que están muy lejos de ser transparentes, como el intercambio de favores y las lealtades personales. Es decir, se considera que todas las prácticas que caracterizan la relación entre las autoridades de la delegación y las asociaciones de comerciantes en vía pública fortalecen e incluso fomentan las prácticas autoritarias que hay dentro de las asociaciones.

Con esto en mente, resulta fundamental reflexionar sobre la validez y relevancia de algunas de las ideas que se exponen en el primer capítulo, respecto a la literatura que rescata el papel de las asociaciones civiles como creadoras de derechos, que fortalecen valores y prácticas democráticos.

En efecto, en la literatura sobre asociaciones hay quienes consideran que es a través de las asociaciones que se pueden reforzar lazos para la constitución de la

democracia, ya que éstas representarían el espacio ideal para generar voluntad de pertenencia, integración, solidaridad, intercambio de ideas, participación plural, distribución de roles y representatividad de quienes pertenecen a ella.

En el caso de las asociaciones de comerciantes en vía pública, sin embargo, consideramos que no se reflejan estas potencialidades. En general, se fomentan prácticas clientelares y autoritarias, el control unipersonal, no hay rendimiento de cuentas, no hay participación en la toma de decisiones y no se permite la disidencia.

Consideramos que esas prácticas son contrarias a la lógica misma de la ciudadanía y de la democracia, que está basada en un sistema de derechos. La relación que fomentan las asociaciones de comerciantes en vía pública no es una de ciudadano – autoridad, sino de cliente – autoridad. Y, por lo tanto, no son asociaciones que contribuyan a construir ciudadanía ni a generar una cultura democrática sino que reproducen un sistema autoritario y fortalecen relaciones que impiden el desarrollo de una ciudadanía plena.

Por ello, se señala que las asociaciones de los comerciantes en vía pública en realidad funcionan a modo de corporaciones, puesto que la pertenencia es forzada, se privilegia el monopolio de las formas de representación e intermediación para conseguir los intereses del grupo que dirige y se impone una férrea disciplina a los miembros, con apoyo del gobierno si es necesario.

En efecto, como se expresaba al inicio de la investigación, en las hipótesis de investigación, la exclusión laboral manifestada en el comercio en vía pública reproduce la exclusión a otros ámbitos de la vida social y política de los comerciantes.

Específicamente, lo que se encontró en el caso de los comerciantes del mercado 377, es que la exclusión del sistema de oportunidades, ha propiciado la fractura del ejercicio de los derechos ciudadanos.

Los comerciantes en vía pública no están en condiciones de igualdad frente a otros ciudadanos y no han logrado un verdadero ejercicio de sus derechos ciudadanos.

La exclusión social en la que aún se encuentran, la precariedad de condiciones dentro de un sistema “democrático”, las carencias materiales y de acceso a un mínimo de bienestar, los ha hecho estar en condiciones menos favorables para la ejecución de sus derechos políticos, civiles y sociales.

Existen pues para estos actores sociales un panorama acotado de oportunidades de participación de manera democrática, las viejas prácticas corporativistas y clientelares no permiten que se influya de manera real en la toma de decisiones; es decir, no hay aún un verdadero ejercicio de los derechos ni un cumplimiento de las obligaciones de manera efectiva.

Los comerciantes tienen que buscar intermediarios, como estas asociaciones y los líderes que las controlan, para que de manera mínima ejerzan sus derechos más fundamentales, como el derecho a un trabajo, y en este caso, el espacio para desarrollarlo, a cambio de un favor. Venden su lealtad política a cambio de pequeños beneficios que son esenciales para su supervivencia.

Así, la condición de exclusión social en la que se encuentran los comerciantes en vía pública, se traduce en limitante para el ejercicio pleno de la ciudadanía, lo que resulta en una “ciudadanía de baja intensidad”.

Además, la situación en la que se encuentran los comerciantes en vía pública da lugar a una serie de relaciones que no corresponden a las establecidas por el Estado de derecho y la legalidad.

Consideramos que paralelamente a las prácticas antidemocráticas que permean las relaciones que tienen que ver con el ejercicio del comercio en vía pública, se ha ido generando también una cultura de ilegalidad, misma que ha hecho difusa la concepción de lo que es permisible y no. Las leyes y la normatividad aprobada ha sido pasada por alto, tanto para quienes deben respetarla como para quienes deben hacerla cumplir.

La negociación de la ley ahora es la manera más práctica y cotidiana de relación entre las autoridades y los ciudadanos. La ilegalidad es tolerada, se tiene claro que antes del cumplimiento de las leyes, es más fácil establecer acuerdos que logren para ambas partes beneficios, digamos, se buscan medios “extralegales” para lograr un fin donde las dos partes resulten “beneficiadas”.

Consideramos que las leyes, la normatividad y el cumplimiento de un Estado de derecho son componentes básicos para la constitución de la democracia. Sin embargo, la ilegalidad es una práctica cotidiana en nuestro país.

Por ello, consideramos fundamental subrayar que estas evidentes desigualdades dentro del sistema repercuten en la búsqueda y edificación de la vida democrática. Queda un largo camino en la construcción de una ciudadanía plena y un sistema democrático.

# Anexos

## 1. Guión de entrevista para vendedores en vía pública

Fecha y lugar

Duración de la entrevista

Entrevistador

Sesiones

1. Datos socioeconómicos: Nombre, edad, sexo, ocupación, escolaridad, dirección (barrio, colonia o delegación), estado civil, estructura familiar (número de hijos, jefatura etc.)
2. Historia: calle en la que se coloca el puesto, productos que se venden (obtención, movimiento y resguardo), antigüedad en el mercado y en la forma de comercialización, antecedentes laborales y motivo de inserción en el comercio en vía pública (negocio familiar, circunstancial, última alternativa, etc.). ¿Cuántos trabajadores laboran en el puesto?( familiares o empleados)
3. Ingresos: ¿En promedio cuanto percibe por semana? ¿A cuantas personas mantiene ese ingreso? ¿Única fuente de ingresos?(secundaria o primaria) ¿Tiene otros puestos? (adentro o afuera), ¿Cuál vende mejor? ¿El total es suficiente para el sustento de la familia?
4. Organización: requisitos para obtener un puesto. Formas de organización (por grupo, calle, líder, o por producto). Cuotas por pertenecer a un grupo. Determinación de precios. Líderes: quienes y como, acción y movimientos de la organización. Participación en acciones. Relación de la organización y los líderes con las autoridades. Enfrentamientos, Inter. o intra- grupales, con autoridades, vecinos o locatarios. Consecuencias. Represalias y acuerdos.
5. Ciudadanía: Derechos y obligaciones. Seguridad social (médica, escuelas, guarderías, prestaciones o apoyos, preferencias y favoritismos). Inserción al programa de reubicación. Cuotas. Acceso a servicios (basura, agua luz, seguridad pública). Confianza en autoridades (deleg. y líderes)
6. Soluciones y expectativas (personales, re- organización, laborales)

## 2. Guión de entrevista para autoridades

1. Datos personales del entrevistado

- a) Nombre completo
- b) Edad
- c) Escolaridad y trayectoria (cómo es que llegó a su puesto actual)
- d) Dirección y origen xochimilca

2. Ocupación

- a) Desde la institución
  - ¿Cuál es la institución?
  - ¿Qué hace, a qué se dedica la institución, para qué sirve?
  - ¿Qué clase de problemas resuelve?
  - ¿Cómo los resuelve?



- b) Desde su propio cargo / puesto
  - Descripción
  - ¿Qué actividades desempeña, qué problemas resuelve?
  - ¿Cómo los resuelve?
- c) Relación con otras instituciones

### 3. Vendedores ambulantes, comerciantes en vía pública, comerciantes informales

- a) ¿Quiénes son? ¿A quién se considera como tal? ¿Qué término se usa?
- b) ¿Qué es la formalidad y la informalidad?
- c) ¿Qué es la legalidad y la ilegalidad?
- d) ¿Cuál es la relación formalidad – legalidad, informalidad – ilegalidad?

Retomar:

(Seguridad social (médica, escuelas, guarderías, prestaciones o apoyos).

NOTA: Recordar nuestra propia caracterización de formalidad (contrato, salario fijo, prestaciones laborales, etc). Recordar que la informalidad comprende un aspecto mucho más amplio que el de los comerciantes ambulantes.

### 4. Historia de los comerciantes en vía pública y su situación

- a) ¿Cómo surgieron?
- b) ¿Por qué cree que surgieron?
- c) Origen – ¿eran o no de Xochimilco?
- d) Productores o no
- e) ¿Quiénes eran? - Caracterizar

NOTA: Recordar la larga historia de comercio en Xochimilco como una tradición.

### 5. Situación actual de los comerciantes en vía pública

- a) ¿Han cambiado los comerciantes en vía público con el tiempo?
- b) ¿Por qué? ¿En qué sentido?
- c) ¿Quiénes son ahora?
- d) ¿Ha cambiado la concepción de la delegación de ellos?

NOTA: En este sentido, nos interesa conocer cuál es su concepción de la situación de informalidad que viven los comerciantes en vía pública.

### 6. Situación de la creación de mercados en el D.F. – específicamente enfocándonos al mercado 377

- a) ¿Cuándo se crearon los mercados?
- b) ¿Por qué fue que se crearon?
- c) ¿Cómo fue que se crearon?
- d) ¿Cómo se repartieron los locales – cómo se decidió quién estaría dentro y quién fuera?
- e) ¿Hubo suficiente capacidad para absorber a todos?
- f) Consecuencias que trajo
- g) Opinión al respecto – estuvo bien, mal y ¿por qué?

### 7. Las organizaciones de comerciantes en vía pública

- a) ¿Qué es una organización de comerciantes en vía pública para la delegación?
- b) ¿Se necesita algún tipo de registro?
- c) ¿Son legales todas?
  - NOTA: Relación legalidad – legitimidad para delegación de organizaciones.

- d) Origen
  - ¿Cuándo se comenzaron a unir los comerciantes, cuándo se crean?
  - ¿Por qué / para qué se crean? ¿por autogestión o hubo fomento de autoridades?
- e) Agremiados (hacia dentro de la organización)
  - Canales de inclusión, requisitos de ingreso
  - Requisitos para mantenerse dentro (cuotas)
- f) Estructura o composición
  - Jerarquías dentro organización
  - Canales de participación
  - El papel del líder o representante
    - o ¿La delegación los reconoce a todos? - ¿Qué se necesita para que los reconozcan como representantes?
    - o ¿Quiénes son esos líderes, de dónde vienen?
    - o ¿Desde cuándo existen? ¿desde la creación de las organizaciones?
    - o ¿Cómo se convirtieron en líderes?
  - ¿Qué función tiene el líder? NOTA: específicamente, interesa saber sus funciones en relación a la delegación.

#### 8. Recuento histórico de la relación entre los vendedores en vía pública y las autoridades delegacionales.

NOTA: Tratar de que se haga la distinción entre el comerciante individual, particular, el ciudadano, y la asociación, organización, de comerciantes.

- a) Relación entre comerciantes ambulantes y delegación a través de la organización.
- b) ¿Qué pasa con los comerciantes que no pertenecen a ninguna organización?
- c) Beneficios para comerciantes que pertenecen a las organizaciones.
- d) Relación entre autoridades y líderes:
  - ¿La delegación tiene reuniones / juntas con ellos?
  - ¿De qué se habla, qué se discute?
  - ¿Cuáles son los problemas?
  - ¿Se ha logrado resolver algo?
  - Evaluación de la relación – buena, mala, positiva, conflictiva, por qué. ¿Cómo ha cambiado?

#### 9. La legalidad

- a) ¿Se basan en algún reglamento, ley, documento legal que determine su relación con los comerciantes en vía pública?
- b) ¿Cuáles?
- c) ¿Qué implica cada uno de estos? ¿Qué efectos tuvieron?
  - El Reglamento de Mercados del Distrito Federal (1951)
  - Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (1993)
  - Programa del Reordenamiento del Comercio en Vía Pública (1998)
  - Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2000-2006 (2001)
  - Ley de Cultura Cívica del Distrito Federal (2004)

#### 10. Permisos

- a) ¿Qué programa / ley los introdujo?
- b) ¿Desde cuándo existen?
- c) ¿Han cambiado con el tiempo?

- d) ¿En qué consiste el permiso? En términos de derechos y obligaciones.
- e) Requisitos para obtenerlo
- f) Requisitos para mantenerlo
- g) ¿Qué pasa con los que no lo tienen y con los que no lo cumplen
- h) ¿Cuánto tiempo dura? Y, en ese sentido, ¿es una medida contingente / temporal?
- i) Evaluación – en su opinión estuvo bien, mal, y porqué, y si lo considera una verdadera solución

#### 11. Reubicación

NOTA: Recordar que se reubicó a los planteros por construcción del estacionamiento y segundo piso.

- a) ¿Existe algún programa / proyecto de reubicación en este momento?
- b) Reacciones al respecto.
- c) Evaluación – en su opinión esta bien, mal y porqué, y si lo considera una verdadera solución

#### 12. Desalojos

- a) ¿Ha habido recientemente?
- b) ¿Cuándo fue el último?
- c) ¿Quién daba la orden de realizarlos?
- d) ¿Quién los realizaba?
- e) ¿Cómo se llevaban acabo? – reglas procedimentales vs realidad
- f) Reacciones – violencia, arrestos, decomisos.
- g) Consecuencias
- h) Evaluación – en su opinión estaba bien, mal y porqué, y si lo considera una verdadera solución

#### 13. Amparos

- a) ¿Quiénes los tienen?
- b) ¿Por qué?
- c) ¿Qué significa que los tengan?

#### 14. Problemas que causan los comerciantes en vía pública del mdo. 377

NOTA: recordar temas como la seguridad (tema 19), la basura, el ruido, el tráfico, etc.

- a) A los comerciantes del mercado / locatarios
  - Cuestión de las ventas
  - NOTA: hablar de los locatarios que se salieron del mercado y son ahora vendedores en vía pública y de los que conservan dos puestos, uno dentro y uno fuera. Es posible que se toque el tema 15.
- b) A los vecinos de la zona
  - Invasión de sus espacios privados (entradas coches)
  - Cambio de zona residencial a comercial.
  - NOTA: es posible que se toque el tema 16.
- c) A la ciudadanía en general

#### 15. Relación entre la delegación y los locatarios del mdo. 377

- a) ¿Cómo es?
- b) ¿Ha cambiado?

- c) ¿De qué se quejan?
- d) ¿Qué se ha resuelto?
- e) Evaluación – en su opinión es positiva, negativa, conflictiva, etc.

16. Relación entre la delegación y los vecinos de la zona del mdo. 377

- a) ¿Cómo es?
- b) ¿Ha cambiado?
- c) ¿De qué se quejan?
- d) ¿Qué se ha resuelto?
- e) Evaluación – en su opinión es positiva, negativa, conflictiva, etc.

17. La distancia / brecha entre las leyes o la legalidad, y la realidad.

Se refiere a la aplicación de la ley VS la situación de tolerancia

NOTA: retomar aspecto de informalidad – ilegalidad y formalidad – legalidad.

18. Enfrentamientos

NOTA: Categoría analítica, sólo útil en caso de necesitar incorporar temas 14, 15 y 16 de diferente manera.

19. Seguridad

NOTA: Recordar concepto de zonas marrones, en el sentido de la conformación de una zona de ilegalidad a partir de la informalidad que significa el comercio en vía pública.

NOTA: Es posible que se le abarque junto a temas 14, 15 y 16.

- a) Delincuencia (cadeneros específicamente)
- b) Accidentes (atropellados en las calles, incendio mercado)
- c) Venta de droga

20. Participación política de las organizaciones

NOTA: Es posible que no sepa nada al respecto, o diga no saberlo.

- a) Relación entre comerciantes en vía pública y partidos políticos
- b) Relación entre organizaciones de comerciantes en vía pública y partidos políticos
- c) ¿Hay líderes / representantes de organizaciones de comerciantes en vía pública que militen en partidos políticos?
- d) ¿Esto se traduce en algún beneficio para ellos?
- e) ¿Invitan los partidos políticos a los comerciantes o líderes a sus eventos?
- f) Si van, ¿obtienen algo? (cosas o promesas)
- g) ¿Se sabe algo de compra de votos?

### 3. Relación entrevistados:

Entrevista 1. Policía Seguridad Pública,  
 Entrevista 2. Rosa Jacinto,  
 Entrevista 3. Juan Álvarez,  
 Entrevista 4. Silvia García,  
 Entrevista 5. Concepción Urbina,  
 Entrevista 6. Enrique Marín  
 Entrevista 7. Andaba En Solares  
 Entrevista 8. Anónima

Entrevista 9. Camelia Rodríguez  
Entrevista 10. Policía Seguridad Privada  
Entrevista 11. Maximina Galicia  
Entrevista 12. Virginia Velázquez  
Entrevista 13. Juana Castillo  
Entrevista 14. Elsa Morales  
Entrevista 15. Herbert López  
Entrevista 16. Carlos  
Entrevista 17. Jazmín  
Entrevista 18. Solín  
Entrevista 19. Miriam  
Entrevista 20. Ernesto  
Entrevista 21. Luis Enrique  
Entrevista 22. Javier Gutiérrez  
Entrevista 23. Domitila Mendoza  
Entrevista 24. Ismael Bautista  
Entrevista 25. Jesús  
Entrevista 26. Alfredo  
Entrevista 27. Victoria Sierra Sánchez  
Entrevista 28. Jaime  
Entrevista 29. Enrique Vázquez Trujillo  
Entrevista 30. Guadalupe Ruiz  
Entrevista 31. Guillermina Martínez  
Entrevista 32. Lic. Carlos Bravo Vázquez  
Entrevista 33. Lic. Marcos Torres Bahena  
Entrevista 34. Lic. Patricia Esther Iglesias Trejo  
Entrevista 35. Lic. Ruperto Uriel Jiménez León

Las entrevistas 1 – 5 fueron realizadas por Adíram Salmerón y Francisco Galicia.  
Las entrevistas 6 – 10 fueron realizadas por Eréndira Cabrera.  
Las entrevistas 16 – 20 fueron realizadas por Marisol.

#### **4. Tesauro para *N-Vivo***

Datos Socioeconómicos (1)

Historia (2)

Historia del mercado-puesto (2 1)

Historia de vida-laboral (2 2)

Causas de inserción en el mercado (2 3)

Referente al puesto, local, establecimiento (3)

Mercancía (3 1)

Funcionamiento (3 2)

Ingreso (4)

Fuentes de ingreso e ingreso percibido (4 1)

Bienestar familiar (4 2)

Pobreza (4 3)

Vulnerabilidad (4 4)

Organización (5)

Historia de la organización (5 1)

Integración a la organización (5 2) – *¿Cómo entró?*

Formas en las que se mantiene (5 3) - *¿Cómo mantiene su puesto / lugar en la organización?*

Causas de participación (5 4) - *¿Para qué se integró a la organización?*

Organización, aspectos (5 5) - *¿Sobre qué temas / aspectos se organizan?*

Participación en la organización (5 6) – *Participación o no y ¿cómo?*

Relación de los ambulantes con el líder (5 7)

Relación de locatarios con líderes (5 8)

Relación de locatarios con mesa directiva (5 9)

Relación del líder con los que representa (5 10)

Funciones del líder (5 11)

Surgimiento como líder (5 12) – *¿Cómo se convirtió en líder?*

Enfrentamientos y relaciones cordiales (6)

Vendedores ambulantes y locatarios (6 1)

Vecinos, establecimientos y vendedores ambulantes (6 2)

Vecinos, establecimientos y locatarios (6 3)

Violencia (7)

Ciudadanía (8)

Relación autoridades delegacionales (8 1)

Relación autoridades DF (8 2)

Relación autoridades federales (8 3)

Relación con partidos políticos (8 4)

Acceso a seguridad social (8 5)

Acceso a servicios (8 6)

Derechos y obligaciones (8 7)

Participación política (8 8)

Seguridad (8 9)

Eficacia ciudadana (8 10)

Operativos (8 11)

Permisos (9)

Programas de reubicación (10)

Categorías (11)

Adentro – afuera (11 1)

Legalidad - ilegalidad (11 2)

Legitimidad (11 3)

Cultura (12)

Identidad Xochimilca (12 1)

Tradiciones (12 2)

Soluciones y expectativas (13)  
Respecto al problema (13 1)  
Personales (13 2)

Participación en otras actividades (14)  
Festividades religiosas (14 1)  
Fiesta del Día del Niño (14 2)  
Fiesta de Aniversario del Mercado (14 3)

Valores (15)  
Justicia - injusticia (15 1)  
Igualdad - desigualdad (15 2)  
Honestidad - deshonestidad (15 3)  
Tolerancia - intolerancia (15 4)  
Solidaridad (15 5)  
Respeto (15 6)

Incertidumbre (16)

### 5. Anexos estadísticos. Cuadro 1 – Sector informal y formal, México y América Latina

País Año y sexo	Sector Informal								Sector Formal						
	Total	Trabajadores independientes			Servicios domésticos	Micro empresas			Total	Sector público	Peq., med. y gr. empresas			Cuenta propia	
		Total	Cuenta propia	No rem.		Total	Empl.	Asal.			Total	Empleadores	Asal.		
<b>México</b>															
<b>1990</b>	<b>Total</b>	38.8	19.4	14.7	4.7	4.5	14.9	3.5	11.5	61.2	19.2	42.0	1.0	39.3	1.6
	<b>Hombres</b>	38.1	19.6	16.5	3.1	0.6	17.9	4.6	13.3	61.9	17.3	44.5	1.4	41.2	2.0
	<b>Mujeres</b>	40.0	18.8	11.1	7.7	12.0	9.2	1.2	8.0	60.0	23.0	37.0	0.3	35.8	1.0
<b>1995</b>	<b>Total</b>	43.4	21.1	15.3	5.8	5.2	17.1	3.6	13.5	56.6	16.1	40.5	1.2	37.3	2.0
	<b>Hombres</b>	42.4	20.1	16.5	3.6	1.0	21.2	4.9	16.3	57.6	13.9	43.7	1.7	39.3	2.4
	<b>Mujeres</b>	45.2	22.7	13.0	9.7	12.6	9.9	1.4	8.5	54.8	20.1	34.7	0.3	33.1	1.4
<b>2000</b>	<b>Total</b>	39.4	39.4	18.6	14.7	3.6	17.2	3.6	13.6	60.6	14.5	46.1	1.2	43.0	1.9
	<b>Hombres</b>	38.7	17.9	15.8	2.1	0.2	20.6	4.8	15.9	61.3	12.5	48.7	1.6	44.9	2.3
	<b>Mujeres</b>	40.5	19.7	12.9	6.8	9.6	11.3	1.7	9.7	59.5	17.9	41.5	0.5	39.9	1.2
<b>2004</b>	<b>Total</b>	42.8	20.4	15.9	4.5	4.3	18.2	3.8	14.3	57.2	13.7	43.5	1.0	40.3	2.2
	<b>Hombres</b>	42.3	19.3	16.8	2.5	1.0	22.1	5.0	17.1	57.7	22.7	46.0	1.3	42.1	2.6
	<b>Mujeres</b>	43.7	22.1	14.5	7.7	9.9	11.7	1.9	9.8	56.3	17.0	39.3	0.3	37.4	1.6
<b>2005</b>	<b>Total</b>	42.6	20.0	16.1	3.9	4.6	18.1	4.1	14.0	57.4	14.6	42.8	1.0	39.6	2.2
	<b>Hombres</b>	40.9	18.1	15.9	2.2	0.7	22.2	5.6	16.5	59.1	12.7	46.0	1.4	42.4	2.6
	<b>Mujeres</b>	45.1	22.9	16.4	6.4	10.4	11.9	1.8	10.1	54.9	17.6	37.3	0.4	35.4	1.5
<b>América Latina</b>															
<b>1995</b>	<b>Total</b>	50.1	26.2	22.2	4.0	6.5	17.4	3.6	13.8	49.9	13.2	34.7	1.3	33.3	2.0
	<b>Hombres</b>	47.9	25.8	23.1	2.8	0.7	21.3	4.8	16.5	52.1	11.4	38.7	1.8	36.9	2.1
	<b>Mujeres</b>	53.5	26.6	26.6	5.8	15.4	11.4	1.9	9.6	46.5	16.2	28.4	0.6	27.8	1.9
<b>2000</b>	<b>Total</b>	48.6	25.4	22.1	3.3	6.3	17.0	3.5	13.5	51.4	12.8	36.4	1.3	35.1	2.2
	<b>Hombres</b>	46.6	25.6	23.4	2.2	0.5	20.5	4.5	16.0	54.4	10.6	40.5	1.7	38.8	2.3
	<b>Mujeres</b>	51.5	25.0	20.1	4.9	14.7	11.9	2.0	9.9	48.5	16.2	30.2	0.6	29.6	2.0
<b>2004</b>	<b>Total</b>	49.2	25.7	22.3	3.4	6.4	17.2	3.6	13.6	50.8	12.8	35.8	1.2	34.6	2.2
	<b>Hombres</b>	47.3	25.8	23.6	2.2	0.6	20.8	4.6	16.2	52.7	10.5	39.9	1.6	38.4	2.3
	<b>Mujeres</b>	51.9	25.4	20.4	5.0	14.3	12.1	2.1	10.0	47.9	16.0	29.8	0.6	29.2	2.1
<b>2005</b>	<b>Total</b>	48.5	25.1	22.0	3.1	6.3	17.0	3.6	13.4	51.5	12.8	36.5	1.3	35.2	2.3
	<b>Hombres</b>	46.3	25.0	23.1	2.0	0.6	20.7	4.7	15.9	53.7	10.4	41.0	1.7	39.5	2.3
	<b>Mujeres</b>	51.4	25.1	20.4	4.7	14.2	12.1	2.2	9.9	48.4	16.0	30.2	0.7	29.5	2.2



Fuente: OIT, *Panorama Laboral 2006. América Latina y el Caribe*, cuadros varios.

**Cuadro 2 – Cobertura salud y/o pensiones en México y América Latina.**

País, año, sexo Cobertura de salud y/o pensiones	Sector Informal				Sector Formal	Total ocupados
	Trabajadores independientes	Microempresas	Servicio doméstico	Total		
<b>México</b>						
1995 Total	0.0	5.0	1.9	6.9	75.4	45.6
Hombres	0.1	5.1	0.6	5.7	73.0	44.5
Mujeres	0.0	4.8	4.1	8.9	79.7	47.7
2000 Total	0.1	5.1	1.1	6.3	78.0	49.7
Hombres	0.0	5.1	0.1	5.2	76.5	48.9
Mujeres	0.1	5.2	2.7	8.0	80.8	51.3
2005 Total	1.3	7.0	0.9	9.2	78.3	49.1
Hombres	1.7	7.4	0.4	9.5	77.0	49.6
Mujeres	0.9	6.4	1.5	8.8	80.6	48.3
<b>América Latina</b>						
1995 Total	9.8	12.1	3.8	25.7	80.0	53.0
Hombres	11.0	14.2	0.7	26.0	78.4	53.7
Mujeres	8.2	9.2	8.0	25.5	82.6	52.1
2000 Total	9.1	11.9	4.4	25.3	79.4	53.6
Hombres	10.1	13.4	0.5	24.0	77.8	53.3
Mujeres	7.8	9.9	9.4	27.0	81.9	54.2
2005 Total	14.2	14.3	5.0	33.4	81.9	58.9
Hombres	14.8	16.1	0.6	31.4	80.6	58.5
Mujeres	13.7	12.0	10.3	36.0	83.6	59.6

Fuente: OIT, *Panorama Laboral 2006. América Latina y el Caribe*, cuadros varios.

**Cuadro 5:****Población ocupada en el sector no estructurado por sexo y grupos de edad  
1995-2003**

Sexo y grupos de edad	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>Total</b>	<b>8 639 755</b>	<b>8 851 383</b>	<b>9 257 477</b>	<b>9 960 929</b>	<b>9 873 832</b>	<b>9 920 512</b>	<b>10 032 151</b>	<b>10 535 378</b>	<b>10 787 601</b>
12 a 19 años	1 543 937	1 676 176	1 710 190	1 874 679	1 792 815	1 713 595	1 714 173	1 671 306	1 623 143
20 a 29 años	2 229 550	2 307 510	2 347 691	2 387 420	2 400 957	2 344 065	2 306 009	2 485 097	2 471 753
30 a 39 años	1 957 566	1 955 646	2 042 998	2 191 949	2 126 780	2 168 511	2 254 429	2 435 073	2 434 500
40 a 49 años	1 397 222	1 386 660	1 489 384	1 664 120	1 645 597	1 773 824	1 805 627	1 904 077	2 020 651
50 a 59 años	851 561	862 889	902 777	1 039 312	1 103 397	1 103 920	1 121 873	1 181 354	1 313 022
60 años y más	658 119	661 296	763 769	803 286	803 607	816 055	829 557	857 724	924 147
No especificado	1 800	1 206	668	163	679	542	483	747	385
<b>Hombres</b>	<b>5 490 996</b>	<b>5 978 177</b>	<b>5 857 999</b>	<b>6 516 542</b>	<b>6 493 520</b>	<b>6 533 349</b>	<b>6 520 456</b>	<b>6 881 893</b>	<b>7 124 350</b>
12 a 19 años	1 019 955	1 200 355	1 134 893	1 259 498	1 208 197	1 164 427	1 148 658	1 135 375	1 105 109
20 a 29 años	1 503 550	1 636 747	1 583 088	1 667 558	1 670 515	1 620 253	1 576 612	1 697 695	1 720 405
30 a 39 años	1 219 081	1 291 328	1 282 586	1 404 307	1 354 471	1 445 476	1 466 782	1 566 532	1 595 968
40 a 49 años	875 059	887 155	882 497	1 029 670	1 073 950	1 112 717	1 116 137	1 212 462	1 327 791
50 a 59 años	519 343	553 768	554 568	668 008	709 563	689 711	705 081	753 707	818 027
60 años y más	352 290	408 547	420 165	487 338	476 145	500 385	506 974	515 375	556 737
No especificado	1 718	277	202	163	679	380	212	747	313
<b>Mujeres</b>	<b>3 148 759</b>	<b>2 873 206</b>	<b>3 399 478</b>	<b>3 444 387</b>	<b>3 380 312</b>	<b>3 387 163</b>	<b>3 511 695</b>	<b>3 653 485</b>	<b>3 663 251</b>
12 a 19 años	523 982	475 821	575 297	615 181	584 618	549 168	565 515	535 931	518 034
20 a 29 años	726 000	670 763	764 603	719 862	730 442	723 812	729 397	787 402	751 348
30 a 39 años	738 485	664 318	760 412	787 642	772 309	723 035	787 647	868 541	838 532
40 a 49 años	522 163	499 505	606 887	634 450	571 647	661 107	689 490	691 615	692 860
50 a 59 años	332 218	309 121	348 209	371 304	393 834	414 209	416 792	427 647	494 995
60 años y más	305 829	252 749	343 604	315 948	327 462	315 670	322 583	342 349	367 410
No especificado	82	929	466	0	0	162	271	0	72

Fuente: INEGI, "La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003".

**Cuadro 6:****Tasa de ocupación en el sector no estructurado por sexo y nivel de instrucción  
1995-2003**

Sexo y nivel de instrucción	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>Total</b>	<b>25.7</b>	<b>25.3</b>	<b>25.0</b>	<b>25.9</b>	<b>25.4</b>	<b>25.2</b>	<b>25.6</b>	<b>26.3</b>	<b>26.7</b>
Sin instrucción	27.9	25.8	23.6	28.0	27.8	31.2	29.8	29.0	31.3
Primaria incompleta	28.4	28.0	25.6	29.9	29.9	30.9	31.5	31.4	31.8
Primaria completa y secundaria incompleta	31.3	30.6	31.8	32.3	31.9	31.3	32.2	33.2	34.4
Secundaria completa	27.6	28.7	28.2	24.6	23.7	23.6	24.3	25.8	26.7
Media superior y superior	15.8	16.4	16.9	15.8	15.2	14.4	14.7	15.8	15.0
<b>Hombres</b>	<b>24.1</b>	<b>25.3</b>	<b>23.8</b>	<b>25.6</b>	<b>25.2</b>	<b>25.2</b>	<b>25.2</b>	<b>26.2</b>	<b>26.8</b>
Sin instrucción	19.8	22.0	18.3	23.1	23.0	25.8	23.4	23.5	25.1
Primaria incompleta	24.7	25.9	22.8	27.7	27.9	29.1	28.7	29.5	29.8
Primaria completa y secundaria incompleta	29.7	30.6	30.3	32.2	31.7	31.4	32.0	32.9	34.8
Secundaria completa	26.4	28.7	26.6	25.8	24.8	25.0	25.6	27.8	28.2
Media superior y superior	17.0	18.1	17.6	16.6	16.2	15.6	15.7	16.6	16.2
<b>Mujeres</b>	<b>29.3</b>	<b>25.2</b>	<b>27.4</b>	<b>26.6</b>	<b>26.0</b>	<b>25.2</b>	<b>26.3</b>	<b>26.4</b>	<b>26.4</b>
Sin instrucción	42.8	33.3	33.1	36.7	37.0	41.1	42.1	39.2	42.0
Primaria incompleta	38.8	33.2	32.3	35.2	34.9	35.3	38.3	35.9	36.7
Primaria completa y secundaria incompleta	35.2	30.6	35.2	32.6	32.1	31.0	32.6	33.9	33.6
Secundaria completa	30.8	28.6	31.9	22.8	22.0	21.4	22.3	22.8	24.4
Media superior y superior	14.0	13.7	15.9	14.0	13.3	12.2	12.9	14.5	12.9

Fuente: INEGI, "La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003".

**Cuadro 7: Población ocupada en el sector informal por división de actividad económica**

Población ocupada en el sector no estructurado por división de actividad económica	Año													
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Industria manufacturera</b>	17.29	23.86	25.45	23.68	25.27	24.78	24.33	23.19	22.48	17.14	16.28	16.17	16.36	15.57
<b>Construcción</b>	11.34	11.36	13.50	38.83	37.04	15.82	15.20	15.63	16.79	20.71	21.69	22.16	21.55	20.97
<b>Comercio</b>	37.79	32.70	33.26	33.06	30.69	30.42	30.21	30.61	30.11	30.35	30.61	30.81	30.83	31.64
<b>Transporte, almacenamiento y comunicaciones</b>	5.47	5.05	5.15	5.57	5.49	5.34	5.63	5.89	5.83	7.11	7.62	7.08	6.67	7.41
<b>Servicios comunales, sociales y personales</b>	20.92	19.48	19.01	19.25	18.78	16.68	17.30	17.45	16.90	20.36	19.55	18.77	19.26	19.22

Fuente: Elaboración propia, datos de INEGI, *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, cuadros varios, para años 1995 – 2003; datos de INEGI, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, cuadros varios, para años 2005 – 2009 (información corresponde al segundo trimestre). No hay datos disponibles para el año 2004, debido al cambio de encuestas. Nótese que sólo en los años 1995, 2003 – 2009, fue posible desagregar la información para el “comercio”, en los otros aparece agrupada junto con restaurantes y hoteles.

**Cuadro 8:****Población ocupada en el sector no estructurado por sector de actividad económica  
1995-2003**

Sector de actividad económica	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>Total</b>	<b>8 639 755</b>	<b>8 851 383</b>	<b>9 257 477</b>	<b>9 960 929</b>	<b>9 873 832</b>	<b>9 920 512</b>	<b>10 032 151</b>	<b>10 535 378</b>	<b>10 787 601</b>
Molienda de trigo	109 686	215 505	252 148	256 835	206 204	213 978	217 927	244 533	206 892
Molienda de nixtamal	137 006	214 257	281 314	206 519	250 629	278 436	317 146	342 702	381 980
Otros productos alimenticios	71 141	116 097	131 295	129 248	127 623	101 484	99 384	125 689	118 397
Prendas de vestir	213 979	386 859	413 731	520 980	417 869	463 609	454 955	388 125	391 989
Cuero y calzado	65 485	98 565	149 825	106 927	159 162	104 900	121 209	81 821	62 869
Otros productos de madera	256 751	267 131	234 021	291 954	396 456	352 477	298 769	348 917	393 543
Productos a base de minerales no metálicos	135 281	157 552	183 036	194 003	214 240	200 992	205 582	209 762	178 472
Productos metálicos estructurales	127 768	145 353	141 249	151 745	160 695	188 860	182 597	191 566	207 249
Construcción	979 877	1 077 934	1 005 710	1 249 617	1 312 757	1 569 644	1 525 117	1 646 991	1 811 748
Comercio	3 371 026	2 951 169	3 128 519	3 301 254	3 075 358	3 118 195	3 150 286	3 361 163	3 415 194
Restaurantes y hoteles	501 513	523 813	520 664	566 313	581 794	576 266	606 699	613 423	677 616
Transportes	471 526	446 677	476 936	548 479	540 429	528 533	562 952	619 009	625 821
Servicios profesionales y técnicos	50 167	63 103	80 739	68 369	65 591	64 740	58 196	62 802	57 657
Servicios de esparcimiento	50 558	68 758	69 083	69 378	73 798	71 399	62 797	63 953	85 500
Servicios de aseo, limpieza y reparación	1 679 016	1 540 107	1 549 000	1 720 136	1 668 479	1 476 835	1 566 831	1 665 987	1 636 481
Resto de las ramas de actividad económica	418 975	578 503	640 207	579 172	622 748	610 164	601 704	568 935	536 193

Fuente: INEGI, "La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003".

**Cuadro 9:****Población ocupada en el sector no estructurado por grupos de ocupación principal  
1995-2003**

Grupos de ocupación principal	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>Total</b>	<b>8 639 755</b>	<b>8 851 383</b>	<b>9 257 477</b>	<b>9 960 929</b>	<b>9 873 832</b>	<b>9 920 512</b>	<b>10 032 151</b>	<b>10 535 378</b>	<b>10 787 601</b>
Técnicos y personal especializado	139 500	126 229	151 642	160 791	124 766	151 091	131 307	142 213	144 072
Trabajadores del arte	53 807	65 311	71 949	57 246	60 175	67 990	58 493	56 611	76 336
Administradores del sector privado	62 273	94 855	81 762	100 436	82 581	92 760	107 226	90 138	61 371
Oficinistas	117 813	99 648	129 209	129 704	125 282	90 595	119 169	118 028	111 578
Vendedores y dependientes	2 436 063	1 938 951	2 285 909	2 355 990	2 178 841	2 155 228	2 091 947	2 226 015	2 158 722
Vendedores ambulantes	1 071 302	1 212 206	1 082 141	1 159 045	1 152 585	1 171 274	1 316 476	1 471 659	1 634 843
Empleados en servicios	494 291	487 778	583 845	577 624	597 743	567 233	487 359	501 159	500 208
Operadores de transporte	468 849	434 907	473 386	525 613	532 854	532 354	546 353	598 538	622 059
Supervisores y capataces industriales	32 989	59 664	77 385	82 437	56 020	81 468	83 499	75 709	66 381
Artesanos y obreros	2 544 568	2 970 099	3 127 834	3 427 919	3 430 784	3 501 474	3 510 676	3 463 623	3 561 113
Ayudantes de obreros	891 367	1 264 606	1 108 354	1 285 745	1 431 319	1 432 039	1 489 880	1 699 398	1 796 564
Resto de los grupos de ocupación	326 933	97 129	84 061	98 379	100 882	77 006	89 766	92 287	54 354

Fuente: INEGI, "La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003".

## Bibliografía

- “Acuerdo número 11/98 mediante el cual se emite el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública y los criterios para la aplicación de las cuotas por concepto de aprovechamientos por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles”, *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, 16 de febrero de 1998.
- *Acuerdo mediante el cual se crea la Comisión de Reordenamiento y Regulación del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México*, 2003.
- Asamblea de Representantes del Distrito Federal, *Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el departamento del Distrito Federal*, 1993.
- Barrios Licea, Mariana, *Eficacia ciudadana de los mexicanos ante el sistema político 1993 -2001*, Tesis para obtener el grado de licenciado en Sociología, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, 2006.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción*, Editorial Taurus, Madrid, 1988.
- Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, *La arquitectura del comercio en la Ciudad de México*, México, 1982.
- Castillo García Moisés, Sergio Reyes Luján, “Realidad y futuro del comercio en la vía pública en la Ciudad de México” en *Problemas emergentes de la Zona Metropolitana de la ciudad de México*, UNAM, Consejo Mexicano de Ciencias Sociales. México, 1997. pp. 15 -35.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, *Segundo Reporte Temático Núm 2. Comercio Ambulante*, Cámara de Diputados, 2005.
- *Código Civil Federal*, México, publicado en 1928.
- Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Gestión de programas sociales en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL-ONU, 1998.

- Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Panorama Social 2008*, consultado en la página web de CEPAL.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), *Reporta Coneval Cifras de pobreza por ingreso 2008*, consultado en la página web [www.coneval.gob.mx](http://www.coneval.gob.mx).
- Coordinadora Nacional del Comercio en Pequeño, Artesanos y Trabajadores no Asalariados, *Propuestas para el Ordenamiento de los Mercados Móviles en la Ciudad de México*,
- Cross C. John. “El desalojo de los vendedores ambulantes paralelismos históricos en la ciudad de México”, *Revista Mexicana de Sociología*. Num. LVIII / no. 2. pp. 95 – 115.
- Cross, John, *Las organizaciones. La política informal del ambulante y la democratización del Distrito Federal*. En Memoria del Seminario El ambulante en la ciudad de México: investigaciones recientes. PUEC-UNAM, Coordinación de Humanidades, Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos. 2005.
- De Rojas, José Luis, *México Tenochtitlan Economía y Sociedad en el siglo XVI*, Fondo de Cultura Económica, El Colegio de Michoacán, México, 1986.
- Díaz del Castillo, *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*, Tomo I, Miguel Ángel Porrúa, México, 1983.
- Domínguez Orozco, Jaime y Reséndiz Núñez Cuauhtemoc, *Sociedades y Asociaciones Civiles. Regimen Jurídico – Fiscal en ISR, IMPAC e IVA*, México, 2006.
- Duhau, Emilio, “Las megaciudades del siglo XXI. De la modernidad inconclusa a la crisis del espacio público”, en Patricia Ramírez (coord.), *Espacio Público y Reconstrucción de Ciudadanía*, México, FLACSO/Porrúa, 2003.
- Fung, Archon, “Associations and democracy: Between theories, hopes and realities”, *Annual Review of Sociology*, 2003.
- Gallino, Luciano, *Diccionario de sociología*, Siglo Veintiuno Editores, México, 1995.



- García Guzmán, Jorge, *Los Vendedores Ambulantes en la Ciudad de México. Planteamiento para un Modelo Econométrico*, Tesis para obtener el grado de licenciatura en Economía. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Economía, 2001.
- Garzón Lozano, Luis Eduardo, *Xochimilco Hoy*, Delegación Xochimilco, Gobierno del Distrito Federal, Instituto de Investigaciones Doctor José María Luis Mora, México, 2002.
- Giménez Gilberto; "Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural"; en *Globalización y regiones en México*; Rosales Ortega, Rocío (coord.); México, PUEC / FCPyS - UNAM, 2000; pp. 19-52.
- Giménez, Gilberto, "Cultura, identidad y metropolitano global", *Revista mexicana de sociología*, Año 67, N°. 3 (jul-sept), 2005 , pags. 483-512 en: [http://www.sjsocial.org/crt/articulos/757\\_gilberto\\_gimenez.html](http://www.sjsocial.org/crt/articulos/757_gilberto_gimenez.html).
- Giner, Salvador, *Diccionario de Sociología*, Alianza Editorial, Madrid, 2001.
- Francisco Javier Cepeda Flores, "Coahuila", en Pablo González Casanova y Jorge Cadena Roa (coordinadores), *La República Mexicana. Modernización y democracia de Aguascalientes a Zacatecas*, La Jornada Ediciones y Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades de la UNAM, México, 1994.
- González Ibarra, Miguel Rodrigo, *Reforma del Estado en México*.
- González Ibarra, Miguel Rodrigo, *Análisis de la política pública hacia el comercio informal del centro histórico de la ciudad de México en 1990-1993*. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Tesis de licenciatura en ciencias políticas y administración pública. 1996.
- Gordon, Sara, "Política Social", en *Léxico de la Política*, Bóxer Judith, Et. Al, FCE, 2000.
- Krieger, Mario, *Sociología de las organizaciones*, Buenos Aires, Pearson Education, 2001.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *La ocupación en el sector no estructurado en México, 1995 – 2003*, 2004, consultada en la página web [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx).

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *Encuesta Nacional de Empleo*, años 1995 – 2004, consultada en Infolaboral, en la página web [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx).
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, años 2005 – 2009, consultada en Infolaboral, en la página web [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx).
- Katzman, Rubén, “Convergencias y divergencias: exploración sobre los efectos de las nuevas modalidades de crecimiento sobre la estructura social de cuatro áreas metropolitanas en América Latina”, en Katzman y Worlmal, *Trabajo y ciudadanía. Los cambiantes rostros de la integración y exclusión social en cuatro áreas metropolitanas de América Latina*, Editor Fernando Erradota, Montevideo, 2002.
- Lezama, José Luís, *Teoría social, espacio y ciudad*, el Colegio de México, primera reimpresión, México, 1998.
- Luna Guerrero, Carla, *Diagnóstico del comercio informal en la vía pública de la Ciudad de México (1970-2004)*, Tesis para obtener el título de licenciada en Economía, UNAM, Facultad de Estudios Superiores Aragón, México, 2006.
- Manzanos, Cesar, *Métodos y técnicas de investigación cualitativas en ciencias sociales*, Universidad del País Vasco, México, 2004.
- Marshall, T.H. y Bottomore, Tom, *Ciudadanía y Clase Social*, Alianza Editorial, Madrid, 1998.
- Masías Núñez, Rodolfo, 2003, “Mercado de trabajo” en Baca Laura et. Al. *Léxico de la política*, Ed. FCE. México.
- Mardones, J. M. y N. Ursua, *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*, Ed. Coyoacán, México, 2001.
- O'Donnell, Guillermo, “Notas sobre la democracia en América Latina”, en *La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos*, Nueva York, PNUD.
- O'Donnell, Guillermo conferencia “Algunas reflexiones acerca de la democracia, el Estado y sus múltiples caras” presentada en el VIII

- Congreso del CLAD, Buenos Aires, 4-7 de nov. 2008; disponible en la página web: [www.clad.org/documentos/congreso/odonnell](http://www.clad.org/documentos/congreso/odonnell).
- Ochoa, León Sara, *Economía Informal: evolución reciente y perspectivas*, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, [www.diputados.gob.mx/cesop](http://www.diputados.gob.mx/cesop).
  - Organización Internacional del Trabajo, *Informe de la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (noviembre – diciembre de 2003)*, 2004. Disponible en la página web de la OIT: [http://www.ilo.org/global/What\\_we\\_do/Statistics/events/icls/lang--es/docName--WCMS\\_087587/index.htm](http://www.ilo.org/global/What_we_do/Statistics/events/icls/lang--es/docName--WCMS_087587/index.htm), 2004.
  - Organización Internacional del Trabajo, *Economía Informal en las Américas: situación actual, prioridades de políticas y buenas prácticas*, Oficina Internacional del Trabajo, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Lima, marzo de 2005.
  - Organización Internacional del Trabajo, *Panorama Laboral 2006. América Latina y el Caribe*, Oficina Internacional del Trabajo, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Perú, 2006.
  - Ortega Riquelme, Juan Manuel, “Una evaluación del uso de la teoría del neocorporativismo en México”, en *Revista Mexicana de Sociología*, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, 59(3):37-54; 1997.
  - Pazos, Ma Luisa J, *El Ayuntamiento de la ciudad de México en el Siglo XVII, continuidad institucional y cambio social*, Diputación de Sevilla, Serie Nuestra América, España, 1999.
  - Portes, Alejandro, “La sociología en el continente: convergencias pretéritas y una nueva agenda de alcance medio”, *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 66, Núm. 3, México, 2004.
  - Pérez Cevallos, Juan Manuel, *Xochimilco Ayer II*, Delegación Xochimilco, Gobierno del Distrito Federal, Instituto de Investigaciones Doctor José María Luis Mora, México, 2003.

- Pérez Fernández del Castillo, Germán, “La reforma del estado en México. Una revisión crítica”, en Camou, Antonio, *Los Desafíos de la Gobernabilidad*, México, IIS – FLACSO - UNAM, Plaza y Valdés, 2001
- Petras, James y Morley, Morris, “Los ciclos políticos neoliberales: América Latina ‘se ajusta’ a la pobreza y a la riqueza en la era de los mercados libres”, en Saxe Fernández, John (Coord.), *Globalización: crítica a un paradigma*, Universidad Nacional Autónoma de México, Plaza Janés, México, 1999.
- “Programa Nacional de Desarrollo del Distrito Federal 2000-2006”, publicado en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal* el 4 de diciembre de 2001.
- Puga, Cristina, “Una doble mirada a las asociaciones: perspectivas teóricas y la experiencia mexicana”, en Ardití, Benjamín, *¿Democracia post-liberal? El espacio político de las asociaciones*, Anthropos, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2005.
- Putnam, Robert, *Making Democracy Work*, Princeton University Press, 1993.
- *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal*, 1951.
- Sánchez, Joan-Eugeni; “La articulación del espacio”, en *Espacio, economía y sociedad*; Madrid, S. XXI, 1991.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social, *El sector informal en México*, Cuadernos de trabajo tomo II, Subsecretaría “B”, México, 1993.
- Stephan-Otto, Edwin,... *Y siempre seguí sembrando*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, 2002.
- Terrones López, María Eugenia (Coordinadora), *A la Orilla del Agua. Política, urbanización y medio ambiente. Historia de Xochimilco en el siglo XX*, Gobierno del Distrito Federal, Instituto de Investigaciones Doctor José María Luis Mora, México, 2004.
- Uña Juárez Octavio, Hernández Sánchez Alfredo. *Diccionario de sociología*, ESIC editorial. Madrid. 2004.

- Warren, Mark, *Democracy and Association*, Princeton University Press, 2000.
- Yoma, Medina Ma Rebeca, *Dos mercados en la historia de la ciudad de México: El Volador y la Merced*, Colección Divulgación, INAH-DDF, México, 1990.

Fuentes hemerográficas:

- *El Universal*, 7 de julio de 2007, consultado en la página web:  
<http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/85263.html>
- *La Jornada*, 13 de octubre de 2007,  
<http://www.jornada.unam.mx/2007/10/13/index.php?section=capital&article=031n2cap>

Oficios :

- Oficio DGJG / DG / 913 / 2009, emitido por la Dirección General Jurídica y de Gobierno de la Delegación Xochimilco, el 15 de julio de 2009.
- Oficio OIP / 3004 / 2009, emitido por la Oficina de Información Pública de la Delegación Xochimilco, el 23 de noviembre de 2009