



Facultad de Estudios Superiores

Acatlán

EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA. EL CASO DE AZCAPOTZALCO.

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA
P R E S E N T A
PABLO CASAS JAIME

ASESORA DE TESIS: MARIA TERESA FERNÁNDEZ LOZANO

NAUCALPAN, EDO DE MEX.

2010



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

Agradecimiento y dedicatoria

Al estar preparando la presentación de esta tesis, vino a mi memoria Alejandro Dumas, escritor de brillantes novelas como “Los Tres Mosqueteros” y, la continuación de ella, que conforma las tres obras sobre D'Artagnan: “Veinte Años Después” y El Vizconde de Bragelonne.

El concluir una carrera universitaria en la flor de la vida es placentero; investigar, analizar y escribir los resultados en un documento que sustente una tesis es más gratificante; pero escribirla varios años después, considerando las vivencias, el conocimiento de la vida y la misma práctica del ejercicio profesional, es una gran experiencia. Por lo mismo espero, que en el desarrollo de esta tesis, pueda verter algunos datos e información que propicien una amplia reflexión y discusión del tema.

Este trabajo ha sido posible gracias a que tuve la oportunidad de ser alumno de maestros con verdadera vocación; para ellos guardo una enorme gratitud. Otros me ayudaron a reencontrar el camino profesional, convenciéndome que debería cumplir, en su justo momento, con una tarea que había postergado. En especial mi más sincero agradecimiento a la querida profesora Maite Fernández Lozano, una extraordinaria persona y excelente maestra de varias generaciones. Lo mismo al maestro Héctor Horacio Campero Villalpando quien, con su amistad y sabiduría, logró persuadirme de que en la vida las tareas y las metas que uno se fija se deben alcanzar para que realmente la existencia sea fructífera. Les agradezco profundamente su insistencia, su paciencia y su calidad como maestros, amigos y seres humanos.

Hoy valoro en su verdadera magnitud el haber contado siempre con el apoyo de mi madre, Celia Jaime de Casas quien, con todas las limitantes económicas de una familia numerosa y modesta, me ayudó a concluir mis estudios universitarios, sacrificando lo poco que teníamos para que terminara mi carrera universitaria, porque estaba segura de que eso me cambiaría la vida. Tenía toda la razón. A mis hermanos mi gratitud, porque me brindaron su apoyo para que pudiera realizar una carrera universitaria; siendo el primero, de diez que éramos, en alcanzarlo.

Siendo estudiante conocí a la que hoy es mi esposa, Hilda Jovita Gómez Flores, a quien conocí cuando realizaba las prácticas de investigación del seminario de Economía Agrícola, en el ejido de Terán, del municipio de Valle de Santiago, Guanajuato. Al poco tiempo, después de haber concluido mis estudios, tuve la dicha de formar con ella una familia. Sin duda es la mejor causa que justifica mi decisión de preparar la tesis correspondiente y concluir mi carrera profesional. Reconozco y agradezco a mis hijos, por haber concluido sus estudios universitarios y empeñarse en elaborar sus respectivas tesis para obtener su título profesional; son ellos, después de muchos años -tal vez veinte- quienes me han impulsado a realizar esta tesis.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, le reconozco su nivel académico y capacidad para formar personas de bien. Gracias a ello he tenido la oportunidad de ocupar varias posiciones políticas y administrativas, lo que también influyó para seguir preparándome a fin de servir mejor a México. La falta que hoy estoy buscando enmendar, en algo ha de servir para compensar tanto de lo que me dio nuestra querida Institución.

Dedico este modesto trabajo a mis maestros y amigos. Espero sirva para la reflexión acerca de los muchos problemas que enfrenta el país, en especial el de la economía informal, que a pesar de ser un fenómeno que afecta el entorno ciudadano, coadyuva en la solución de algunos problemas de carácter social, como la falta de empleos. Sin duda, un problema social que requiere ser observado y atendido para que se busquen mecanismos que beneficien y ordenen nuestra menguada economía, para que se instrumenten políticas públicas que permitan integrar a las personas que se dedican a esta actividad a la formalidad económica y con ello aporten sus impuestos al erario nacional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO PRIMERO “El marco teórico del comercio en vía pública”

1.1 La economía formal e informal

1.2 El comercio en vía pública

1.2.1 Características del comercio en vía pública

1.2.2 Tipos de ambulante

1.3 El comercio en vía pública en México

CAPÍTULO SEGUNDO “Antecedentes del comercio en vía pública en México”.

2.1 La economía prehispánica

2.2 Los comerciantes en la Nueva España

2.3 La actividad productiva después de la independencia

2.4 El comercio en vía pública en el México contemporáneo

CAPÍTULO TERCERO “El programa de reordenamiento del comercio en vía pública en la delegación Azcapotzalco”

3.1 Marco de referencia

3.2 Marco jurídico

3.3 Situación delegacional

3.4 Programa de reordenamiento 1997

3.5 Concertación, una solución para el comercio en vía pública

CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN

El comercio en vía pública es un fenómeno económico, social y político que influye, de manera importante en el desarrollo cotidiano de las grandes y medianas ciudades y afecta considerablemente la actividad comercial por sus ventajas frente al comercio establecido¹. Así mismo, el comercio en vía pública es preocupación constante de los gobiernos federal, estatal y municipal, independientemente de la filiación política partidista que permea a las organizaciones de comerciantes en vía pública por los conflictos sociales y económicos que origina.

Por la complejidad y diversidad de su origen, conformación y desarrollo, el comercio en vía pública se presta a la manipulación de intereses contrapuestos que entran continuamente en conflicto con las autoridades y con las políticas gubernamentales que tratan de regularlo; toda vez que existen grupos políticos de todos los partidos que organizan a este tipo de comerciantes informales, y que a la vez mantienen luchas territoriales entre sí y presionan a las autoridades para mantener sus áreas “comerciales”. En el fondo de estas confrontaciones subyacen los fines económicos, de control, político y económico, como electorales y de corrupción.

Es indudable que se han dedicado considerables esfuerzos por regular el comercio informal en vía pública; sin embargo, en muchas ocasiones los planes del gobierno se ven desbordados dadas sus dimensiones, por lo que constituye un fenómeno difícil de regular, a pesar de que afecta social y económicamente el desarrollo de la colectividad.

Por la importancia que el comercio en vía pública ha adquirido en el ámbito político, económico y social, se hace necesario dedicar esfuerzos a su estudio e investigación, para que los gobiernos en sus diferentes niveles: federal, estatal,

¹ Debido a que este tipo de comercio tiene mayores gastos que cubrir como rentas, impuestos, nóminas y seguridad social

municipal, puedan planificar y concertar entre sí, y con los núcleos poblacionales involucrados, medidas que conduzcan al ordenamiento progresivo del comercio informal, y poder controlar el fenómeno.

El comercio en vía pública forma parte importante de la economía informal, es uno más de esas actividades que no están comprendidas en el concepto macro y contable de la economía nacional, por lo tanto, no participan en la aportación de recursos al erario nacional; por otra parte, es una actividad de subsistencia en su gran mayoría, con absorción de capital muy bajo y con una alta utilización de mano de obra familiar.

La economía informal, en su ámbito “permitido”, por el gobierno tiene como principal exponente al comercio en vía pública, conocido comúnmente como “ambulante”. El término que utilizaremos en el presente trabajo será el de comercio en vía pública.

En los países subdesarrollados este fenómeno de la economía se acentúa por la alta explosión demográfica, el bajo control de los gobiernos sobre el fenómeno, el creciente desempleo, la marginación y la falta de políticas económicas que creen alternativas de crecimiento y empleo. En su modalidad de comercio en vía pública, la economía informal ha ido creando una válvula de escape en donde la mano de obra desempleada y desplazada de los centros productivos tiene cabida y, en muchos de los casos, la población que se dedica a esta actividad, obtiene una mayor rentabilidad a la que proporciona un empleo fijo con salario mínimo.

La presente tesis tiene por objetivos demostrar que: el fenómeno del ambulante no podrá ser erradicado de las grandes ciudades, aunque se tuviera la capacidad para crear un gran número de empleos por parte del sector industrial, comercial y de servicios y del propio gobierno ya que esta actividad está muy arraigada en la propia sociedad. Por lo que es recomendable realizar, en todo caso, una ordenación progresiva y control del fenómeno, integrando a los miles de

ambulantes a un ordenamiento, en lugares que no afecten la vialidad, la seguridad y el comercio en general, así como integrarlos al padrón de contribuyentes, para ingresar recursos al fisco y poder definir zonas específicas de comercio en vía pública, ordenando y limitando las áreas que pueden ser usadas para esta actividad². Así como dotar de seguridad social y asistencial a este importante segmento de la población.

Ordenar y controlar el ambulante a través de una política de gobierno, buscando el consenso con los ambulantes, la ciudadanía y con el propio comercio formal, mediante el diálogo y la negociación en el marco de la ley, se puede llegar a un equilibrio y ordenamiento del comercio en vía pública.

Describir la experiencia concreta del comercio en vía pública que se desarrolló en la Delegación Azcapotzalco del D.F., en donde se aplicó el Programa de Reordenamiento del Comercio Popular en el año de 1997, bajo las premisas enunciadas anteriormente.

Para abordar el tema, en el capítulo primero se presenta un marco conceptual, haciendo referencia al surgimiento de la economía informal, sus características y, en particular, el comercio en vía pública como fenómeno social, así como la descripción de la diversidad de conceptos y especialidades de los vendedores de vía pública.

En el capítulo segundo se realizará una descripción general del comercio en vía pública en México; en la época prehispánica, durante la época colonial, el siglo XIX y XX, hasta llegar al México moderno con su creciente complejidad económica, social y política.

²“La solución ideal sería retirar obstáculos y convertir los estímulos políticos en facilidades legales para liberar y multiplicar las energías empresariales de los ambulantes, y para que dentro del proceso competitivo en que se encuentran inmersos puedan explotar al máximo sus habilidades y servir más eficazmente a la comunidad”.

En el capítulo tercero, se describirá el programa de reordenamiento en vía pública en la Delegación Azcapotzalco para el año de 1997, destacando la aplicación de los reglamentos para el ordenamiento y reubicación de ambulantes de las principales calles y avenidas de la Delegación; se destacará la diversidad de acuerdos y mecanismos para la aplicación de las normas jurídicas por el Departamento del Distrito Federal, así como las adecuaciones a las características específicas de la Delegación, y sobre todo las negociaciones con los grupos políticos de la zona.

Finalmente se desarrollarán las conclusiones y que en el caso del comercio en vía pública se consideran resultado de este trabajo, tratando de aportar algunos elementos para resolver el complejo problema del comercio informal.

CAPÍTULO PRIMERO

**“El marco teórico del
comercio en vía pública”**

CAPÍTULO PRIMERO “El marco teórico del comercio en vía pública”

1.1 La economía formal e informal.



El fenómeno de la economía informal (o también confundida con economía subterránea o irregular) ha tomado mucha relevancia en los últimos lustros de un gran número de países por el efecto que tiene la aplicación de la ley en la sociedad y en la estructura productiva. El debate se

encuentra tanto en la vida académica como en las políticas públicas, entonces se abre la pregunta de ¿Qué es la llamada economía informal? Al respecto, Soto comenta “Cuando se habla de economía informal se piensa inmediatamente en un problema. Esos empresarios y vendedores clandestinos cuyas industrias y negocios no están registrados, no pagan impuestos y no se rigen por las leyes, reglamentos y pactos vigentes”

3

En principio la economía informal se refiere a todas aquellas actividades productivas que se venden de manera legal pero que no están registradas ante la autoridad fiscal, por su parte, se entenderá como economía subterránea o irregular cuando se hace referencia a aquellos bienes y servicios que se transan de manera ilegal.



Los estudios a nivel internacional le han dado su significancia a la economía informal y dependerá de las condiciones internas de cada uno de los países, los criterios más comunes son los siguientes:

³ De Soto, Hernando.- El Otro Sendero, (La Revolución Informal) Editorial: Diana, México.- Mayo 1987.

a) Los permisos para dar de alta su actividad; b) El registro fiscal para el pago de impuestos; c) Tamaño de la empresa medido por el número de empleados; d) En apego al marco jurídico laboral; y e) Destino final de la producción.

Así entonces entenderemos por economía informal a aquellas actividades productivas en bienes y servicios que son hechas por los agentes económicos fuera del marco jurídico que regula la actividad formal pero que no son ilegales y que tienen como característica no estar registrada ante la Hacienda Pública. Por su parte la economía subterránea es aquella en la cual no solo los agentes económicos están fuera de toda reglamentación sino también el tipo de mercancías y actividades a las que se dedican, es decir, que comercializan con productos ilegales como las drogas y la trata de personas.

El cuadro 1, muestra las diferentes definiciones para algunos países seleccionados.

Cuadro 1. Definiciones nacionales del sector informal. Países Seleccionados		
País	Año	Descripción
Benin	1999	Incluye todas las unidades económicas que son móviles o que tienen una ubicación semi-fija, más aquellas unidades con una ubicación fija con una o más de las siguientes características: falta de cuentas formales, no inclusión en el registro de comercio o no registro en la oficina de seguridad social.
Brasil	1997	Empresas no incorporadas con 5 empleados o menos y que producen para la venta.
Ghana	1997	Personas que se definían a sí mismas como parte del sector informal a la hora de la encuesta.
Nigeria	1995	Empresas que pertenecen y son operadas por hogares o miembros del hogar que no llevan registros contables o que no reportan estos registros a ninguna administración (estadísticas, impuestos, etc.).

Fuente: OIT, Informal Sector (National Definition), Key Indicators of the Labour Market.

Cabe resaltar que la Organización Internacional del Trabajo (OTI) ha definido de distintas formas la economía formal e informal a lo largo de su existencia y elige como uno de sus parámetros principales las condiciones laborales de la población. Lo importante en este enfoque es que existe un déficit de trabajo decente, esto es, en condiciones aceptables que puede asemejarse a lo que se llama empleo protegido. Por su parte, el empleo no protegido es la condición en la que se

encuentran los trabajadores que no cuentan con seguridad social, servicios de salud y otras prestaciones.

En esta visión de la economía informal no importa si las personas están laborando para empresas formales, sino que las relaciones de empleo sean informales. Este tema es de importancia en la economía informal puesto que las relaciones de empleo que se generan son en su gran mayoría empleos no protegidos.⁴



Algunas de las actividades productivas que se podrían calificar dentro de la economía informal son los siguientes: Empleos no registrados remunerados en efectivo que evaden el pago de impuestos y/o las contribuciones a la seguridad social; las operaciones de trueque, préstamos en efectivo, sub o sobrefacturación de exportaciones, trabajo doméstico y comercio en vía pública. Mientras que nos encontramos con algunas actividades irregulares como son el tráfico de drogas, el trabajo de inmigrantes, juegos ilegales, prostitución y contrabando.

“Y salieron a las calles a vender lo que podían, montaron sus talleres de fortuna y armaron sus viviendas en los cerros y arenas. Como no había trabajo, lo inventaron, aprendiendo sobre la marcha lo mucho que no sabían y, haciendo del defecto virtud, administraron con sabiduría su ignorancia”.⁵

Estas actividades legales o ilegales, es decir, estas actividades económicas informales muchas veces son reconocidas y toleradas por la propia autoridad.

Entre los principales factores sociales que llevan a un gran número de personas a participar en la economía informal, destacan: la carencia de ingresos fijos por falta

⁴ Fuente: OIT, Informal Sector (National Definition), Key Indicators of the Labour Market. Sin embargo, existe una minoría de empresas informales que otorgan alguna forma de prestaciones y seguridad social a sus empleados.

⁵ De Soto, Hernando.- El Otro Sendero, (La Revolución Informal) Editorial: Diana, México.- Mayo 1987.

de empleos, que orilla a importantes núcleos de la población a incorporarse al trabajo desde temprana edad, ya que en esta actividad no se requiere de mayor destreza ni una capacitación mínima académica y, en muchos casos, la tradición familiar de quienes, por generaciones, se dedican a esta actividad. Sin duda las crisis económicas provocan caídas en el salario real, en el nivel de ingreso, lo cual lleva a que mucha gente se dedique a actividades dentro del comercio en vía pública para buscar satisfactores de subsistencia de mejoras en sus ingresos personales.

Es un hecho que el desempleo y subempleo de millones de personas, en los países en desarrollo hayan convertido el problema del comercio en vía pública en un asunto crítico para sus economías, pero a la vez, en los países en desarrollo posibilita la utilización de mano de obra -gran parte proviene de la migración del campo a la ciudad- que no puede ser absorbida en los procesos productivos, evitando así conflictos sociales.

Así, la economía subterránea o informal ha dejado de ser algo simplemente teórico o asociado exclusivamente a actividades ilícitas, para convertirse en una parte relevante de cualquier economía moderna e incluso, se buscan mecanismos que permitan integrarla a la base de recaudación fiscal.

1.2 El comercio en vía pública

El comercio en vía pública es, sin duda, una fuente de empleo, pero también una fuente de adquisición de mercancía a bajo costo, y una interacción entre vendedores y compradores que genera un incentivo para ambos. Sin embargo, en los últimos años, una parte de la sociedad rechaza al ambulante debido a las dificultades que surgen de esa práctica en la vía pública, tanto en áreas peatonales de banquetas y cruces de calles, como en estacionamientos,

estaciones del transporte público, centros hospitalarios, educativos y de esparcimiento, que afecta el uso de los espacios públicos urbanos.

Este tipo de comercio tiene arraigo entre la ciudadanía, ha penetrado en la preferencia de muchos compradores por lo que ha crecido desmesuradamente en los últimos años, a pesar de que representa un estorbo y molestias a los transeúntes crea problemas de vialidad, seguridad pública, salubridad y desarrollo urbano; afecta los jardines, los parques públicos y al turismo, entrando en conflicto con los derechos de la mayoría de la población.

Existen diversos e importantes factores que inciden en el crecimiento de estos fenómenos, como por ejemplo:

En la creación de una empresa o la instalación de un comercio bien establecido, se requiere de un capital que deberá aportar el dueño o los socios. En cambio en el comercio informal lo único que se necesita es empezar a vender cualquier mercancía para recobrar la inversión inicialmente aportada e, incluso, vender algunas mercancías prestadas, con la modalidad de venta a consignación u obtenidas de un gran distribuidor de saldos.

Mientras el comercio establecido necesita de insumos tecnológicos: equipo, maquinaria y capacitación de trabajadores, el comercio informal en cambio, con destreza y habilidad personal, evaden el alto costo que sufragan los comerciantes establecidos por estos conceptos.

La actividad del comercio informal permite, con mucha facilidad, que el ambulante cambie de giro según las preferencias del mercado y las necesidades de los consumidores en las diferentes épocas del año.



Otro factor importante es el diferencial de costos con el comercio establecido, con la evasión fiscal; el no pago de uso del suelo y el ahorro de servicios como agua, luz y drenaje, disminuyen considerablemente los costos de operación, elementos que actúan como motivadores de esta actividad.

Toda empresa que se constituye formalmente debe registrarse ante las autoridades e instituciones que regulan el pago de impuestos y derechos de protección social. El comercio informal, al eliminarlos, se vuelve más atractivo y accesible al perfil vendedor ambulante.

El ambulante a manera de conclusión, constituye una práctica comercial que se ejerce sin cumplir con requisitos mínimos de tipo legal y administrativo. Basta con tener alguna relación con empleados o funcionarios de gobierno, algún dirigente o inspector y empezar a vender en alguna calle que represente alguna posibilidad de comercio o, si ya están saturadas, buscar alternativas, seguro siempre habrá un espacio para la venta.

1.2.1 Características del comercio en vía pública

En esencia, el ambulante se rige por las condiciones de la calle, negocian su distancia en un determinado sitio con líderes y autoridades y eligen libremente horarios y mercancías que expenden, si bien forma conglomerados al coincidir con otros en determinados lugares, no constituyen esquemas estructurados que obedecen a reglas de operación, como es el caso de los mercados sobre ruedas. El término es simplemente genérico y comprende diferentes modalidades, como quienes trabajan de forma permanente o quienes lo hacen eventualmente.

El comerciante en vía pública va cambiando con el transcurso del tiempo; ya no es el que deambula por diversos lugares, sino más bien ahora los comerciantes conocidos como ambulantes son aquellos que cuentan con pequeños puestos, los cuales arman y desarman de acuerdo a las necesidades de cada uno.



Detrás de estos problemas está la dificultad de hacer compatibles el goce legítimo de ciertos derechos por parte de los demás sectores de la misma. Esta dificultad se debe, sobre todo, a la falta de una planeación de vida, económica y social de la ciudad a partir de consensos que den respuesta a las necesidades legítimas de numerosos núcleos de la población que hoy ven afectado su nivel de vida. Los conflictos derivados del comercio en vía pública, se encuentran también relacionados con la insuficiencia del gasto social, la corrupción y la ineficiencia en el ejercicio de los programas gubernamentales que se han venido operando en función de los intereses de sectores vinculados corporativamente al Estado.

Los comerciantes en vía pública, son ciudadanos que merecen la atención de las autoridades y de la protección de la ley, no para perpetuar sus condiciones de subempleo o marginación sino para la búsqueda de nuevas oportunidades a través de la capacitación, la organización social para el trabajo, la creación de alternativas laborales mediante el fomento de artes y oficios tradicionales, la formación de micro empresas que respondan a las necesidades de mercado o cualquier otra modalidad que permita su inserción en un nivel superior al de la economía de subsistencia.

La mayoría de las organizaciones en que se agrupan los comerciantes en vía pública responden a la salvaguarda de los intereses de sus agremiados y ajustan sus actos a la legalidad. Sin embargo, existen otras que extorsionan y manipulan a sus miembros por beneficios de unos cuantos.

Desde el punto de vista Social la proliferación de este tipo de subempleo se debe a la falta de creación de empleos formales y permanentes que permitan a la ciudadanía acceder recursos, para el sustento familiar.

1.2.2 Tipos de ambulante

El término “comercio ambulante” evoca dos actividades definidas: las del comerciante que deambula por la ciudad ofreciendo productos o servicios sin un lugar fijo donde establecerse, y la del comerciante que expende mercadería o presta servicios desde un puesto fijo en la vía pública.

Se debe tener presente que el comercio ambulante no solamente está constituido por aquellas personas que, como el término lo indica, deambulan por las calles ofreciendo artículos para comerciar sino también está constituido por aquellos que, de una u otra manera, han logrado (aún en contra de protestas por parte de comerciantes establecidos o vecinos) poner un puesto permanente en la vía pública. Esto nos lleva a la aceptación de que los comerciantes que cuentan con

un establecimiento semifijo en las calles, también forman parte del llamado comercio ambulante.

Cada tipo de vendedor en la calle tiene una distribución a lo largo del día principalmente con base a los productos que vende. Por ejemplo, los puestos de alimentos, frutas y bebidas aparecen desde temprana hora para el desayuno y vuelven a aumentar en número hacia la hora de la comida. Por su parte, los vendedores de ropa, y otros artículos como plumas, libretas, calculadoras o artículos varios, empiezan su venta un poco más tarde.

Una clasificación de los tipos de vendedores ambulantes la ofrece la Organización Internacional del Trabajo (OTI), como se muestra en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Tipología de vendedores en la calle	
Los vendedores en la calle no son un grupo homogéneo, pueden ser categorizados o agrupados de acuerdo a, por ejemplo, el tipo de bienes que venden, dónde venden y qué medio utilizan para vender, así como su estatus de empleo. También, para algunos vendedores en la calle éste es un trabajo primario de tiempo completo mientras que para otros es un trabajo secundario de tiempo parcial.	
Tipos de bienes: ¿Qué venden?	
Comida: frutas y vegetales	Cigarros y cerrillos
Alimentos cocinados	Periódicos y revistas
Dulces y golosinas	Bienes manufacturados
Helados y paletas	Bienes de segunda mano
Ubicación del trabajo: ¿Dónde venden?	
Sistema de mercados al aire libre en áreas designadas en días designados	Estaciones de tren, de metro, paradas de autobuses
Concentración de vendedores en áreas particulares: centro o áreas residenciales	Sitios en construcción
Esquinas y banquetas	Complejos deportivos
	En el hogar
Tipo de instrumentos: ¿En qué venden?	
Canastas o botes puestos en el piso o que se cargan en la cabeza o en el cuerpo	Bicicleta
Mantas u otro material esparcido en el suelo	Carrito que se empuja con ruedas
Bancos o mesas	Puesto con ruedas
	Pórtico o anuncio en la ventana
	Carpas fijas, puestos o kioscos
Estatus de empleo: ¿Son independientes o dependientes?	
Autoempleados independientes: con o sin empleados	Trabajadores semi-independientes: e.g. agentes por comisión
Empleados dependientes: asalariados para otros vendedores en la calle o comerciantes al mayoreo o al menudeo	

Fuente: OIT, Women and Men in the Informal Economy: A statistical picture, p. 50.

De forma general se pueden clasificar a los tipos de vendedores de la siguiente forma.

Puestos fijos.



Son aquellos puestos, metálicos o de cualquier otro material anclados al piso, que se ubican en la vía pública en forma permanente para expender mercancías generalmente alimentos, surgen debido a que las ventas en las zonas donde se establecen son buenas.

Esta clase de comercio supone que el comerciante previamente ha dejado de deambular, ha identificado un lugar y se ha instalado en él para desarrollar su actividad. Implica, por consiguiente, una invasión de las calles y de los espacios urbanos.

De la misma manera, el ambulante evalúa si es posible llegar a un arreglo que le permita complementar su actividad con las de otras personas que también desarrollan su actividad en las calles, especialmente con los transportistas, debido a que éstos producen grandes concentraciones de personas alrededor de las intersecciones del transporte público, sus rutas, así como en sus paraderos iniciales o terminales.

La venta de bienes o servicios en puestos fijos en vía pública, implica que estará en la calle pero siempre en el mismo lugar y tiene una clientela ganada, tienen luz, gas en tanques móviles o fijos, refrigeradores y diversos aparatos eléctricos como licuadoras, televisores y en algunos casos tienen teléfono.

En esta clasificación entrarían también las prolongaciones de locales y comercios establecidos, que amplían su negocio a la banqueta o a la calle, y se localizan afuera de comercios establecidos, viviendas, cocheras o bodegas.

Puestos semifijos.



Son aquellos puestos, construidos en su mayoría de tubos desarmables, aunque también los hay de madera, con lonas o paraguas, que se instalan y levantan todos los días para la venta de mercancía, durante una jornada de trabajo, no se especializan en un producto, por lo que cubren todos los giros de acuerdo a las

necesidades de las personas que transitan en la zona.

Puestos rodantes.



Son pequeños carros de dos o cuatro ruedas, construidos manualmente o en serie, que expenden por lo regular alimentos y golosinas, desplazándose a través de parques y calles.

Locales o mercados.



Son sitios públicos que bajo diversas modalidades de arrendamiento están destinados permanentemente o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios donde el conjunto de actividades son realizadas libremente por los agentes económicos.

Actualmente los mercados denominados

Corredores Comerciales son por lo general reubicación de comerciantes en vía pública.

Sin puesto.



Son vendedores que llevan consigo su mercancía, herramientas o instrumentos; los hay estacionarios, ambulantes en aceras y arroyos, o acuden a realizar sus servicios a los domicilios particulares, existen de muchos y diversos tipos tantos como oficios existen por ejemplo: billeteros, voceadores, boleros, mimos, cantantes, limpiaparabrisas, etc.

1.3 El comercio en vía pública en México

A medida que la ciudad de México fue llenándose de gente y su espacio urbano se fue informalizando, otras actividades económicas comenzaron a sufrir una evolución equivalente. Una de ellas fue el comercio, que empezó a ser realizado masivamente al margen de las normas establecidas y encargadas de regularlo. Surgió, así, el comercio informal que, en lo esencial, se desarrolla en las calles -

bajo la denominación común de comercio ambulatorio– y en mercados construidos específicamente para salir de las mismas.

En el caso del comercio ambulatorio, la gente comenzó a invadir la vía pública, cuyo uso es de todos, para realizar sobre ella operaciones comerciales sin tener licencias, ni dar facturas ni pagar impuestos, aunque en algunos casos ha estado favorecida por un régimen de excepción legal que contra el pago de un derecho le hizo gozar de la tolerancia gubernamental.

Las características de la economía mexicana, ha ido creando grandes grupos de sub-empleados, que encuentran la posibilidad de un ingreso a través del comercio en vía pública.

El problema se ha venido agudizado por diversos factores; por ejemplo, el cambio del gobierno empleador por la de un gobierno regulador, que ha privatizado o liquidado a más de 1,500 empresas paraestatales de los años 80's a principios de los 90's, implementando, además, una política que ha disminuido en gran medida la estructura burocrática.

Por otro lado, la alta tecnificación de los procesos productivos en la industria privada, así como en las actividades económicas de bienes y servicios, con una utilización de alta tecnología a través de sistemas informáticos en todos los procesos administrativos y productivos ha propiciado un alto índice de desempleo, que genera un número importante de personas desplazadas de sus empleos que buscan la manera de tener un ingreso que les permita subsistir y lo encuentran en el comercio en vía pública, generando puntos de conflicto y agudización de problemas políticos y sociales en las grandes y medianas ciudades.

Un aspecto importante es que en los países subdesarrollados, como México, la explosión demográfica, así como el creciente desempleo y la marginación, han ido creando en la economía informal una válvula de escape en donde la mano de obra

desempleada tiene cabida; el comercio en vía pública es de la mayor importancia en la economía.

El crecimiento acelerado del comercio en vía pública, específicamente en el D.F., fue a partir de los años cincuenta, cuando se expidieron autorizaciones administrativas para la venta en las calles, mismas que fueron emitidas con el propósito de cubrir deficiencias estructurales; entre las que destacan como principales: Proporcionar ocupación a individuos minusválidos -particularmente a los invidentes- y elevar los niveles de vida de ciertos sectores de la población así como subsanar la falta de una adecuada infraestructura de mercados públicos.



Aunque el ambulante siempre ha existido en la ciudad de México, a partir de 1985 se expande y se desarrolla en diversas delegaciones del Distrito Federal, principalmente en las delegaciones Cuauhtémoc, Venustiano Carranza en cuyo espacio se localiza el Centro Histórico, y en alguna medida en la Delegación de Azcapotzalco; con lo que se inicia un proceso de saturación de puestos para el comercio en vía pública.

Hay que resaltar como parte del fenómeno, que en nuestro país hay siempre un sector económico informal de trabajadores cuyas actividades no causan

impuestos, no están reglamentadas y, en un sentido legal, tampoco autorizadas. Y no cuentan con ninguna seguridad social por parte del gobierno.

Ambulantaje hay en todas las ciudades del mundo, sin embargo, en el caso de la ciudad de México, no se trata principalmente de la humildes “Marías” o comerciantes informales espontáneos, sino de aquellos que lo practican como un gran negocio para funcionarios y líderes corruptos y una bandera para partidos políticos.

A esos comerciantes, funcionarios y líderes les venden el derecho de instalarse en la vía pública. Un metro de banqueta en el primer cuadro de la ciudad de México cuesta miles de pesos y una cuota mensual. Esas ventas ilegales, en las cuales han estado enredadas autoridades, líderes y partidos políticos, reportan beneficios anuales por miles de millones de pesos.

Por otra parte, las propias autoridades, han dejado de aplicar la normatividad vigente, propiciando un incremento desmedido de la población dedicada a esta actividad la invasión de áreas en que la misma se encuentra prohibida por razones de seguridad pública e interés social, como los accesos a los hospitales, centros de salud, escuelas, estaciones del Metro y en general en calles y parques, en todo el Distrito Federal.”⁶

Recorriendo la ciudad de México es evidente que todavía hay muchas personas que deambulan ofreciendo sus mercancías a los transeúntes. Hay también los vendedores que cuentan solo con un manteado en el piso, en las banquetas de las calles y, por lo general, venden verduras, dulces, juguetes cd’s, dv’s y ropa tanto usada como nueva.

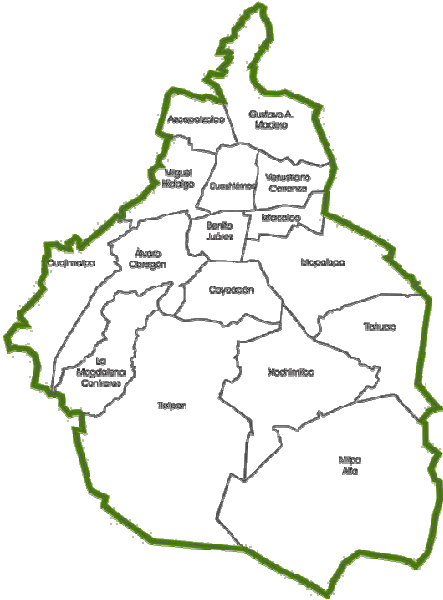
En México el comercio en vía pública se manifiesta en diversas formas, desde los mercados sobre ruedas, tianguis, bazares y concentraciones, que son los que de

6 Bando del Departamento del Distrito Federal de 1997: página 8.

alguna manera afectan menos la vía pública, ya que se instalan en algún lugar determinado una vez a la semana, y los vendedores ambulantes se instalan en vía pública, en puestos fijos y semifijos, de acuerdo a su criterio y la demanda del producto, pero también se construyeron los mercados con estructura fija.

Hasta antes del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular en el Distrito Federal, solo existían los mercados públicos, actualmente suman la cantidad de 315 mercados públicos distribuidos de la siguiente forma por Jefatura Delegacional:

Azcapotzalco	19
Coyoacán	21
Cuajimalpa	05
Gustavo A. Madero	50
Iztacalco	16
Iztapalapa	20
Magdalena Contreras	05
Milpa Alta	08
Álvaro Obregón	14
Tláhuac	18
Tlalpan	17
Xochimilco	11
Benito Juárez	16
Cuauhtémoc	37
Miguel Hidalgo	17
Venustiano Carranza	39



Mismos que en conjunto tienen un total de 64,558 locales comerciales.

Los mercados, corredores comerciales o plazas donde se han reubicado a los comerciantes en vía pública, tienen la característica de pertenecer al propio

comerciante debido a la aportación económica que proporcionó para la construcción del inmueble o bien ser locales arrendados por dichos propietarios o por el gobierno a concesión por un periodo de 10 años, los tipos de arrendamiento son:

En Propiedad, Plazas Comerciales.



Son edificaciones construidas con recursos crediticios otorgados a los comerciantes sobre vía pública y en explanadas del Metro, para el reordenamiento del comercio ambulante. Operan mediante la expedición de un Contrato de Compra Venta.

En condominio.

Construcciones que se realizan en inmuebles de propiedad particular y que para el efecto de convertirlos en mercados el gobierno de la ciudad les otorga a los beneficiarios un crédito para la compra del terreno y por ende para la construcción de sus locales comerciales en este tipo de mercados corre a cargo de los condóminos el mantenimiento de las instalaciones.

En renta.

Edificaciones que se realizaron en espacios de uso y/o tránsito propiedad del Sistema de Transporte Colectivo Metro ejemplo: arriba de la estación Pino Suárez en la que se otorgo a los particulares un Permiso Administrativo Temporal Revocable a Título oneroso por diez años.

Públicos.



Son inmuebles propiedad del Gobierno Distrito Federal y que se encuentran concesionados a particulares.⁷

Por su estructura fija, semifija o móvil –como vimos en el apartado 1.2.2.-, en México se definen de la siguiente forma

Tianguis.



Son mercados móviles que presentan características similares de operación a los mercados sobre ruedas, cuyas autorizaciones corresponden a las Órganos Políticos Administrativos del Distrito Federal aunque los permisos originales de operación fueron expedidos por Co abasto”.⁸

“La operación de estos asentamientos por lo regular hacen que se presenten conflictos viales y dificultades con los vecinos, entre otros por el bloqueo de cocheras y la no existencia de servicio de sanitarios.”⁹ Comercialmente presentan irregularidades en su operación y mantenimiento.

⁷ Idem, página 6

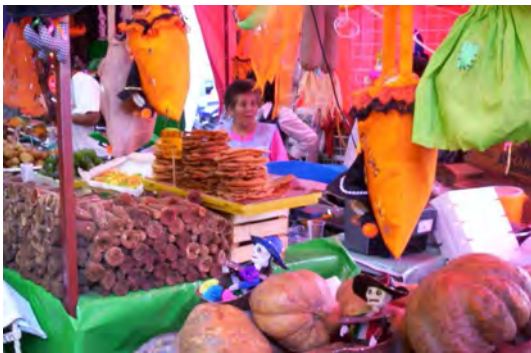
⁸ Idem, página 5.

⁹ Idem, página 5

Concentraciones.

Se ubican en zonas marginadas, la mayoría en inmuebles Propiedad del Gobierno del Distrito Federal, como son camellones, glorieta, jardines, banquetas y calles. Cuentan con una infraestructura diferente, son locales fijos construidos de lámina de cartón, metálico, de madera y algunos de mampostería; carecen en su mayoría de piso, techumbre y zonas de carga. Aunque están en vía pública presentan un menor problema que el ambulante, por su ubicación de abasto en zonas marginales.”¹⁰

Concentraciones populares asociadas a festividades populares.



Son aquellos vendedores que realizan sus actividades en festividades populares, son conglomerados de comerciantes que se instalan en determinadas zonas y fechas, para aprovechar la concurrencia de personas con motivo de festividades. Operan con permisos de la autoridad

Delegacional y generalmente con la anuencia de los vecinos.

El tipo de puestos es el mismo que en el caso anterior pero conviene separarlos por su temporalidad y por el tipo de productos que ofrecen, algunos están asociados a festividades de tipo religiosos, que se instalan temporalmente en diversas partes de la ciudad. Estas ferias cuando se trata sobre todo de juegos mecánicos, se regulan por la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal.”¹¹

¹⁰ Idem, página 5

¹¹ Idem, página 3

Mercados sobre ruedas.



Creados con la finalidad de expender productos básicos para la población mas necesitada. Son grupos móviles que se establecen en terrenos baldíos, banquetas o arroyos vehiculares, constituidos en su mayor parte por locales Semifijos que expenden productos básicos,

especialmente hortícola. Operan en rutas propuestas por la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal, con ubicaciones diferentes cada día. Se establecen en su mayoría en zonas populares y de alta concentración poblacional. “Realizan sus operaciones cumpliendo normas de ubicación y tamaño de los puestos, giros que manejan, utilizando básculas y medidas de higiene”.¹²

Finalmente, los vendedores ambulantes sin puesto tienen la particularidad de ser identificados por nombres con los que el común de la gente les asigna como los que se mencionan a continuación.

Tempraneros.

Vendedores ambulantes que expenden sus productos generalmente alimentos y exclusivamente por las mañanas, de 5:00 a 10:00 hrs.

Pajareros.

Vendedores ambulantes de pájaros o lectura de la suerte con canarios.

Merolicos.

¹² Idem, página 4

Vendedores ambulantes folclóricos, que para la venta de su mercancía hacen una rueda de gente a su alrededor, mediante discursos sui generis sobre sus productos.

Montoneros.

Vendedores ambulantes con escaso capital de trabajo y que se caracterizan por expender su mercancía en montones de 3 a 15 piezas.

Temporaleros.

Vendedores ambulantes que expenden mercancías características de cierta época del año y se instalan, incluso bloqueando el tránsito vehicular de las calles, en determinadas temporadas o festividades del mismo. También se establecen en las ferias o romerías.

Toreros.

Vendedor ambulante que se caracteriza por tender su mercancía en el piso, sobre cajas, tablas o mesas-tijera, sobre una manta o diablito y que al pasar la vigilancia o inspección de vía pública, levanta su mercancía y posteriormente la tiende de nueva cuenta.

Aguador.

Vendedor ambulante encargado de avisar a sus compañeros, mediante alguna señal, de la presencia de la autoridad de vía pública.

Chalán.

Ayudante o encargado de atender un puesto ambulante.

CAPÍTULO SEGUNDO

“Antecedentes del comercio en vía pública en México”.

CAPÍTULO SEGUNDO “Antecedentes del comercio en vía pública en México”.

Una tradición mexicana que por sus fuertes raíces culturales se encuentra arraigada en la memoria colectiva de nuestro pueblo, es la práctica del mercado y misma que data desde tiempos inmemoriales, sobre todo en el centro del país donde se concentraban muchas de las más importantes tribus prehispánicas.

La actividad comercial fue fundamental para la estructura del centro del país, pues daba la posibilidad de un gran dinamismo.



Las primeras culturas hacia el 1300 a.C. pasaron de una economía agrícola sedentaria a un patrón común donde las actividades principales tenían que ver con productos primarios y la alfarería. El surgimiento de ciudades como Cuicuilco un siglo después o Teotihuacan en el siglo I de nuestra era, contemplan organizaciones sociales, económicas y comerciales más estructuradas, lo que llevó a Teotihuacan a una hegemonía de más de cinco siglos.¹³

A la caída de Teotihuacan, prosperaron pueblos como Chalco, Xochimilco, Culhuacan e Iztapalapa debido al desarrollo de técnicas de agricultura, de riego, el cultivo sobre chinampas -cultivo por medio de la inserción de estacas en el agua o fango- y la facilidad de comunicación acuática, lo que hizo a esta región muy atractiva.

En esta zona destacaba una amplia actividad entre los distintos pueblos a la vez que al interior de cada uno de ellos se tenía grandes mercados. Esto era posible

¹³ Gamboa De Buen Jorge, “Ciudad de México”, México, FCE, 1994, pp.13,18.

por la compleja red de canales y ríos, con las trajineras surcaban el lago de Texcoco y Xochimilco, navegando desde Mixquic, Chalco y Tláhuac, ambas formas de abastecimiento proveían de productos de carácter artesanal, textil, artículos elaborados de hierro, o productos agrícolas como legumbres, frutas, flores y otros bienes de consumo a los habitantes.

2.1 La economía prehispánica

La cultura que más trascendió en el comercio de México en la época prehispánica y de la cual se tiene más conocimiento, fue la del pueblo Azteca que desarrollaron una actividad comercial importante, sin embargo, también destacan pueblos como los Caluas, Xochimilcas, Texcocanos y Tecpanecas que le antecedieron.



Los comerciantes tlatelolcas habían comenzado sus actividades desde principios del siglo XI, cuando reinaba en su ciudad el tlatoani Tlacatéotl, que había ascendido al trono en 1407. Fueron ellos quienes dieron a conocer a la gente todavía rústica de la ciudad lacustre las

hermosas telas de algodón.

Bajo el segundo soberano de Tlatelolco, Quauhtlatoa (1428-1467), importaron bezotes (adorno facial de oro que se colocaba en el labio inferior), adornos de plumas, pieles de animales salvajes. Bajo el último señor independiente, Moquíhuix, la lista de las mercancías que importaban de sus lejanos viajes se vio considerablemente ampliada; figura en ella especialmente el cacao, que llegó a convertirse en la bebida favorita de todas las familias distinguidas.

A la llegada de los aztecas, se transformó el equilibrio de la cuenca del Lago de Meztliapan como se le conocía al lago de Texcoco, perteneciente a Tezozomoc

Señor de Azcapotzalco, ahí fundaron la ciudad de Tenochtitlan en uno de los islotes centrales, el cual no proveía de los recursos principales para la sobrevivencia y su abastecimiento debía venir de las tierras firmes aledañas. La riqueza parecía estar centrada en las orillas de los lagos en las que se producía un cultivo intensivo mediante el sistema de chinampas.¹⁴

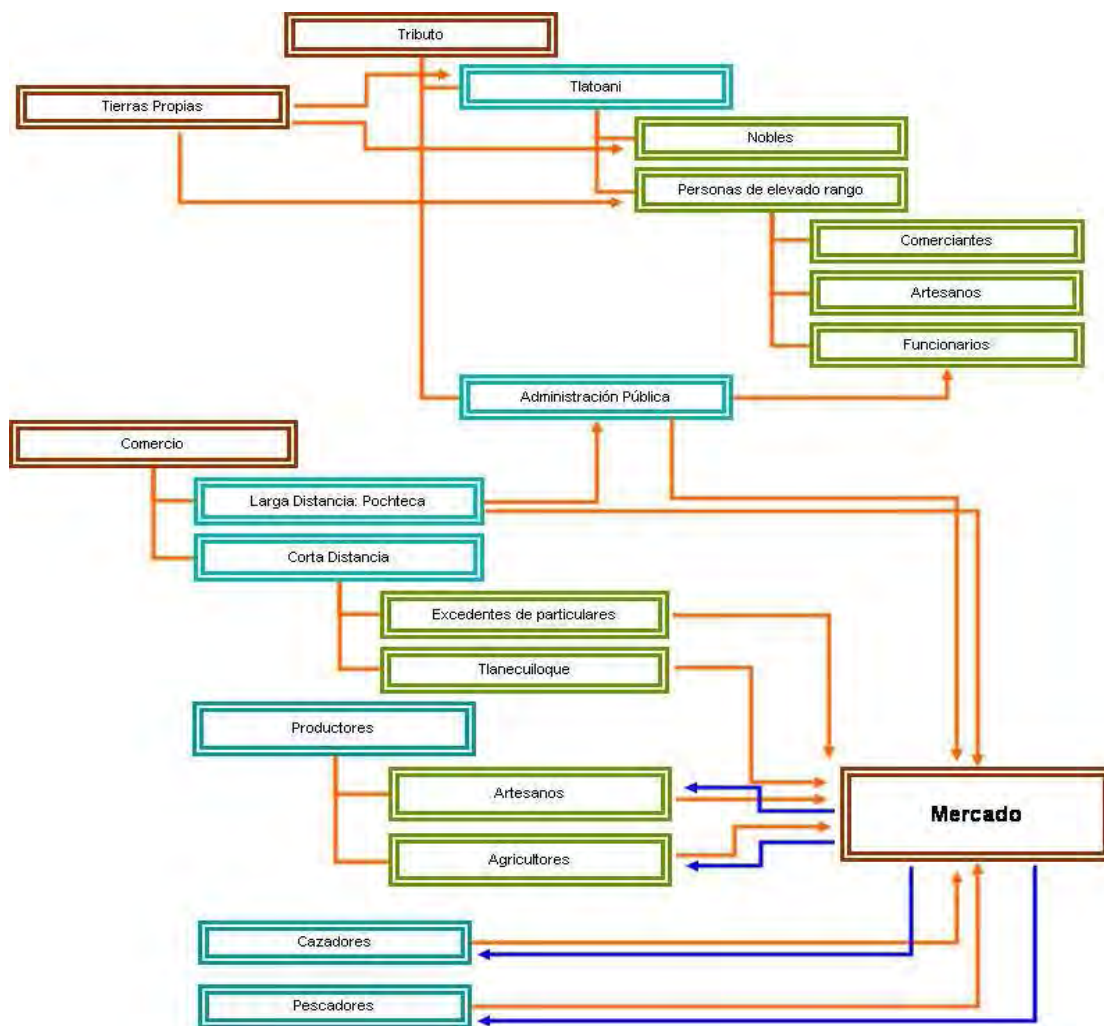
Al crear los aztecas la triple alianza con Tacuba y Texcoco, lograron vencer a Azcapotzalco y dominar Xochimilco y Coyoacan. En la tierra del Anahuac, el comercio comenzó en las riberas del lago, muchas de las mercancías estaban relacionadas con la actividad guerrera; su comercio estaba respaldado por el poder constantemente en expansión y por los pueblos con los que se relacionaban.

La estructura general del mercado prehispánico tuvo dos tipos de fuentes principales que cumplían con el abastecimiento de mercancías en la antigua Tenochtitlan: las listas de los tributos y las listas de productos vendidos en el mercado.

Por otra parte, el comercio estaba dividido en actividades de larga distancia realizadas por los pochtecas quienes entregaban parte a la Administración pública y otra parte la dirigían al mercado; las actividades de comercio de distancia corta se realizaba por medio de los excedentes de los particulares y los tlanequiloque, finalmente estos dos últimos junto con los artesanos, agricultores, cazadores y pescadores comercializaban sus productos en el mercado y es precisamente en este sitio donde se obtenían los productos que requerían para su subsistencia o que no producían, como se observa en el Cuadro 3 descrito a continuación.

¹⁴ Idem, pp.20-21.

Cuadro 3. Circulación de los bienes y su distribución en la época prehispánica.



Elaboración propia con base en el cuadro 13 en: De Rojas José Luis, "México Tenochtitlan, economía y sociedad en el siglo XVI", El Colegio de Michoacán, FCE, México, 1986.

Después de la conquista de Tlatelolco, los comerciantes de esta ciudad junto con los de Tenochtitlán se asociaron estrechamente en el intercambio de mercancías, aunque siguieron siendo dos grupos distintos con sus propias costumbres. La forma de organización era que los jefes, en número de tres o de cinco ancianos, ya no participaban en los viajes pues los peligros de las expediciones eran continuos, sino que confiaban sus mercancías a los pochtecas más jóvenes que debían venderlas por cuenta de ellos.

En el mercado figuraban los comerciantes de pequeña y mediana categoría quienes no formaban una clase específica de la población. El título de pochteca –

comerciante-, estaba reservado a los miembros de las poderosas organizaciones que tenían la carga y el monopolio del comercio exterior.



La diferencia entre los comerciantes estaba sujeta a los productos que vendían en el mercado, por una parte estaban los que vendían sus propios productos que se les conocía como comerciantes de tiempo completo y por otra, los que vendían mercancías solo de manera aislada y que se les denominaba comerciantes

ocasionales. También era común encontrar diferentes personajes por ejemplo los llamados regatones que adquirían mercancías para la reventa, los cuales podían ser comerciantes del mismo gremio con mercancía de sus compañeros sin pretensión de ganancia, o bien ser comerciantes que adquirían mercancías para obtener ganancias por medio de la reventa en otros sitios o ciudades.¹⁵

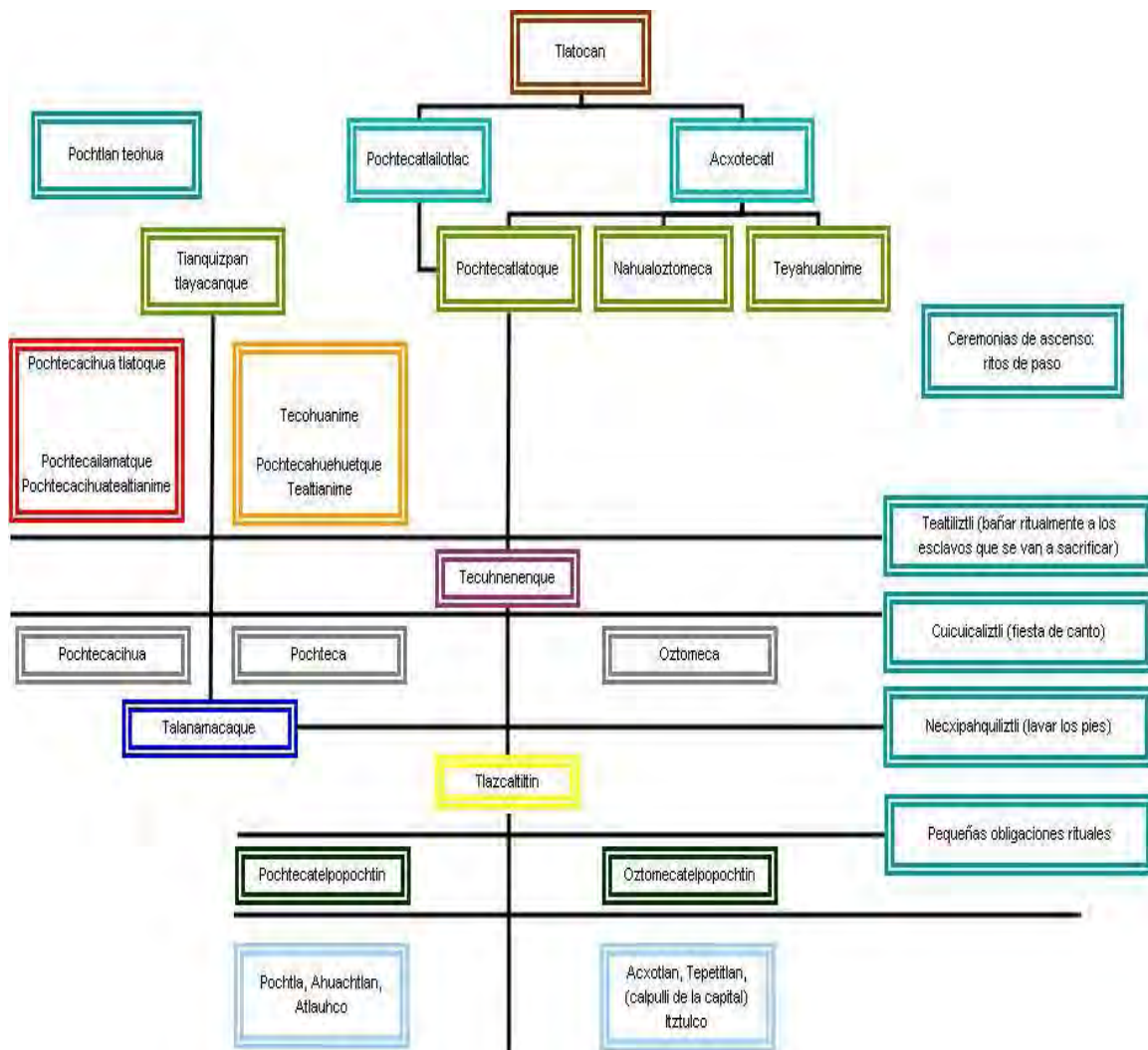
En el valle central existían diversas corporaciones de comerciantes en unas diez ciudades y aldeas: Texcoco, Azcapotzalco, Huitzilopochco, Huexotla, Cuauhtitlán, Coatlinchán, Chalco, Otumba y finalmente en Tenochtitlán y Tlatelolco. En Tenochtitlán, según Chimalpahin¹⁶, apenas en el año 12 tecpatl (cuchillo de piedra), 1504 de nuestro calendario, “inpeuh pochtecayotl Mexico”; “comenzó el comercio en México”¹⁷, Sin duda, hay que entender por ello, que en esta fecha la corporación de comerciantes se organizó oficialmente, a imitación y por el impulso de los pochteca de Tlatelolco, que habían pasado a ser aztecas treinta y un años antes.

¹⁵ De Rojas José Luis, “México Tenochtitlan, economía y sociedad en el siglo XVI”, El Colegio de Michoacán, FCE, México, 1986, pp.230-231

¹⁶ Domingo Francisco San Antón Muñón Chimalpahin Cuauhtlehuanitzin, cronista de fines de XVI, perteneció a la nobleza indígena, capturó los hechos más importantes en la ciudad de México de 1577 y 1615. tomado de: Gabriela Vallejo Cervantes, “Domingo Chimalpahin, Diario, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 2001, 440pp. (Colección Cien de México)

¹⁷ Los tributos proporcionaban a Tenochtitlan materias primas, alimentos y artículos manufacturados provenientes de los sitios conquistados, pero por medio del intercambio comercial, los mexicas adquirían productos de lujo y carácter exótico.

Cuadro 4. Esquema de la jerarquía de los mercaderes o comerciantes en la época prehispánica.



Elaboración propia con base en el cuadro 14 en: De Rojas José Luis, "México Tenochtitlan, economía y sociedad en el siglo XVI", El Colegio de Michoacán, FCE, México, 1986.

La jerarquía entre los comerciantes prehispánicos fue muy compleja debido a que sólo se lograba ser comerciante por linaje o estudiando en los calpulli y no por oficio, de esta forma, debían cumplir con ritos, ceremonias y obligaciones que les permitieran ascender en el orden de mando, existían cuatro grados el Pochtecatl (mercader), Tealtiani (vendedor y bañador de esclavos), Pochteca Tlailotlac y Acxotecatl (señores de los barrios) y Oztomecatl (tratante), también existían otras figuras importantes como eran el Tlaloque (mayor mercader), Pochtlan teohua (jefe religioso) y, los pochtecatelpopochtín y oztomecatelpopochtín (jóvenes educados para ser mercaderes) quienes al final de su educación se convertían en

tlazcaltitín lo que les daba la oportunidad de participar en otras ceremonias para obtener el grado de pochteca o de oztomeca, como se observa en el Cuadro 4.¹⁸

Las actividades comerciales estaban bien definidas en cuanto al tiempo en que se debían establecer, a su ubicación e importancia según la celebración del lugar. Los mercados podían ubicarse cada veinte días o también cada cinco días en aquellas ciudades de menor población o donde la demanda de productos no era muy fuerte, así como los mercados que se ponían de manera cotidiana y que se ubicaban en aquellas ciudades de gran importancia donde los productos eran altamente solicitados, como el caso de Tlatelolco. Por su parte existían mercados externos a la plaza que se autorizaban para vender sobretodo alimentos y constituían la única excepción a la venta en el tianquiz.¹⁹

El mercado de Tlatelolco y el comercio de los Aztecas, según el historiador Bernal Díaz del Castillo, cuenta que “había infinidad de gente y que cada comerciante tenía un lugar exclusivo para la venta de su mercancía. Es así que había un lugar para la venta del oro y la plata, otro para la ropa e hilados, otro para las comidas, otro para las tinajas, otro para los cueros de tigres y venados, otro para los tabacos; etc., nada estaba mezclado, todo se encontraba en un lugar específico. Se puede percibir el orden que se tenía en estos grandes comercios. Era tan grande el Mercado de Tlatelolco que no bastaban dos días para recorrerlo en su totalidad. Describía que en aquellos tiempos los españoles vieron los mercados de Tenochtitlán y Tlatelolco resaltando que el murmullo del mercado de Tenochtitlán se escuchaba a gran distancia. Durante esta época no sólo fue famoso el Mercado de Tlatelolco; hubo otros mercados especializados como el de Texcoco donde se vendía ropa y loza; el de Tlaxcala y Chololan donde se vendían joyas y piedras preciosas, el de Tepeyac dedicado exclusivamente a las aves y el de Azcapotzalco dedicado a la venta de esclavos”.²⁰

¹⁸ De Rojas José Luis, “México Tenochtitlán, economía y sociedad en el siglo XVI”, El Colegio de Michoacán, FCE, México, 1986, pp.227-229.

¹⁹ Idem, p223.

²⁰ Díaz del Castillo Bernal, “Historia verdadera de la Conquista de la Nueva España”, Barcelona, Circulo de Lectores, 1971.

Como se observa en los párrafos precedentes la estructura tan específica del mercado requería de un guardia, este consistía en los dirigentes y autoridades quienes eran las encargadas de preservaran la paz y la legalidad en la transacción diaria del mercado. Específicamente el “Señor que cuidaba el tianquez lo hacia en beneficio del pueblo y cobraba un impuesto o alcabala a todas las personas que llegaban a realizar su comercio; los jueces y alguaciles dependían de la autoridad central y estaban encargados de evitar riñas, fraudes en precios y medidas, así como para hacer cumplir la ley. Las penas que se imponían eran severas ya que se castigaba más la transgresión de la norma que la cuantía de la falta”.²¹

En esta época, los reglamentos y disposiciones existentes para regular el comercio contemplaban básicamente dos cosas, los aspectos sociales que incluían la actividad lucrativa y los aspectos divinos que incluía la actividad religiosa, con base a esto se consideraban las siguientes reglas:

Primero.- “El día de reunión era una especie de día festivo”

Segundo.- “Sólo era permitido comerciar dentro del mercado, fuera del él estaba prohibido por razones de tipo religioso y orden social”.

Tercero.- “Los diversos bienes eran vendidos en lugares fijos y determinados de acuerdo a las características del producto”.

Cuarto.- “La venta se realizaba por pieza y medida”.

Quinto.- “Había tribunales especiales presididos por un juez, que castigaba severamente el robo y otros delitos”²²

Los pueblos prehispánicos realizaban su comercialización sin una moneda específica –no al menos como hoy se entiende-, utilizaban una mercancía dinero, es decir, las transacciones debían llevarse a cabo por medio de un producto que pudiera intercambiarse por el conjunto de otras mercancías que en términos generales fuera su equivalente, esta unidad de cambio en el mercado sólo se

²¹ De Rojas José Luis, “México Tenochtitlan, economía y sociedad en el siglo XVI”, El Colegio de Michoacán, FCE, México, 1986,p 224.

²² El Comercio en el México Prehispánico, por Miguel León-Portilla, et al., México, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1975, 268p.

empleaba para las transacciones que ahí se realizaban. La unidad cambiaria de mayor importancia en el mundo prehispánico era el cacao, utilizando sólo el cacao de menor calidad que el empleado para preparar bebidas ya que éste era exclusivo de la nobleza y la gente de alto mando, en segundo término se utilizaban las mantas de algodón de diversos tipos, colores y con valor superior al cacao, de igual forma pero en menor cuantía se podía comercializar con plumajes, piezas de cobre en forma de hachuelas y piedras preciosas.²³

El comercio en el México Prehispánico se realizaba bajo los más estrictos lineamientos, con una organización administrativa y una jerarquía de mando, estructura que no pudo ser sustituida o eliminada con la conquista, sólo modificada en el sentido hacendario y distributivo de la actividad comercial y su consecuente riqueza.

2.2 Los comerciantes en la Nueva España

Con la llegada de los españoles en 1521 y la conquista de Tenochtitlan, los mercados prehispánicos tuvieron una radical transformación, una vez que paso el tiempo donde los españoles se apoderaron del valle central, los nuevos gobernantes normaron a las nuevas ciudades españolas.

La Cédula Real de Felipe II, que reglamentó la disposición de las comunidades españolas en el nuevo continente incluía una clara traza urbana en la que se contemplaba la creación de los edificios principales como la iglesia, el ayuntamiento y el mercado. La traza incluía que algunas calles contaran con acequías por donde debían circular gran número de canoas cargadas de víveres.²⁴

En 1592, tras medio siglo de la conquista española, se fundó el Consulado de Comercio de la ciudad de México, con el fin de controlar el comercio de la Nueva

²³ De Rojas José Luis, "México Tenochtitlan, economía y sociedad en el siglo XVI", El Colegio de Michoacán, FCE, México, 1986,p 241-245.

²⁴ Gamboa De Buen Jorge, "Ciudad de México",México,FCE,1994, pp.23,25.

España, el cual ejerció absoluto control sobre el comercio exterior, dominó la producción de los gremios artesanales y de obrajes, así también, posibilitó el surgimiento de la industria manufacturera.²⁵



Aún cuando los españoles se apoderaron del comercio, permitieron a los indígenas la venta de sus mercancías -por lo general al menudeo-, distribuyendo sus propios productos. Sin embargo, ese permiso no fue para realizar un comercio en forma libre, ya que los tianguis y mercados se sujetaron a reglamentos españoles. La

normatividad que los españoles establecieron fue para su propia conveniencia, dictando las bases para realizar cualquier operación mercantil, esta reglamentación que en realidad no fue innovadora consistió en asignar a cada uno de los pueblos de mediana importancia un día fijo en el que concurrían a ese pueblo todos los pequeños comerciantes con los efectos necesarios para satisfacer las necesidades de la población -situación que los aztecas ya habían puesto en práctica- y los compradores se abastecían de lo que juzgaran suficiente para toda una semana.

En estos tianguis se producía un gran movimiento comercial, porque no se limitaba a pequeñas ventas ni a productos sólo de primera necesidad, sino que son un día especial donde concurrían al pueblo los compradores que solicitaban grandes cantidades de maíz, trigo, frijol o cebada, y los agricultores que poseían esos productos. El comercio de ropa y otros artículos, era muy activo en los tianguis, y allí iban a proveerse todos los comerciantes que llevaban estos productos a zonas más lejanas. Así mismo, el papel que jugaron en la nueva España los mercados fue de gran auxilio para el comercio interior, con el paso del

²⁵ Idem, p.29.

tiempo se hizo la tradición que en estos sitios tuvieran lugar las grandes ferias de comercio.

En este periodo subsistió la figura de vendedores ambulantes llamados “regatones” que como recordamos vienen de la época prehispánica, su habilidad para negociar contratos y regatear precios les valió que perduraran en la Nueva España. Con el aumento natural en la población surgieron los denominados “mercaderes de cajón”, que consistía en aquellos comerciantes que se ubicaban en espacios de madera sobre la vía pública y que los grandes mercaderes no podían realizar este comercio ambulante.

Así mismo, relata el maestro Cué Canovas que durante esta época “el comercio fue muy importante, pero se dificultaba por ciertos obstáculos, entre ellos, la falta de vías de comunicación y el exceso de impuestos y restricciones por parte de la corona”²⁶.

Durante el gobierno del virrey Don Martín Enríquez, se estableció en México la Alhóndiga, con el objeto de impedir que los revendedores o regatones comprasen trigo, harina, cebada u otros granos necesarios para el abasto de la ciudad, haciendo encarecer esos productos que eran de primera necesidad.

La Alhóndiga era un gran almacén oficial que se estableció bajo la vigilancia de dos regidores o vendedores, declarando si las mercancías se habían adquirido por cosecha o compra. A este lugar debían concurrir los comerciantes y panaderos para surtir sus tiendas o amasijos. Nadie podía comprar ni vender fuera de la Alhóndiga ninguno de esos productos. Los arrieros y carreteros que condujesen alguna de las mercancías ya mencionadas, tenían la precisa obligación de ir directamente a depositar la carga a la Alhóndiga, y el dueño de la mercancía estaba obligado a pagar por contribución tres granos de oro común por fanega o

²⁶ Agustín Cue Novas, Historia social y económica de México (1521 – 1854), Trillas, México, 1976, pp. 182-251.

quintal²⁷, destinándose la cantidad que se reuniese para el pago de los gastos del establecimiento.

Esto, si bien equilibraba y mantenía estables los precios de las mercancías, constituía una de las mayores trabas para el comercio y la agricultura, porque les quitaba a los productores la libertad de negociar los contratos de compra, venta y distribución de sus mercancías. Estas prácticas que el gobierno español realizaba es lo que hoy conocemos como monopolio, en ciertos momentos la discrecionalidad del gobierno español dio lugar a cierta parálisis comercial.²⁸

El gobierno español tuvo una nueva tarea dentro de las actividades económicas la cual consistía en manejar el comercio con el derecho absoluto de controlar y fijar el precio de las mercancías estancadas que da todo poder monopólico. Asumió la dirección de la producción al no permitir la competencia y expropió las tierras más productivas a los campesinos que generaban la mayoría de las mercancías de primera necesidad e incluso los artículos más elaborados.

Los primeros productos estancados fueron el azogue, la sal, la pimienta, el solimán, la pólvora entre los más importantes (incluso el gobierno español monopolizó artículos tan sencillos como los naipes), el grado monopólico que se tenía en la Nueva España llegó a ser tan alto que trajo consigo dificultades tan graves como el contrabando, delito que se incrementó como forma de resistencia al sistema prohibitivo.

Los reyes de España dispusieron que el sistema de medición para las transacciones económicas de la Nueva España se homologaran, es decir, los pesos y medidas para el comercio en México se ajustaran a los de Castilla, a fin

²⁷ Fanega: Unidad de capacidad para áridos que se utiliza en España y numerosos países de Latinoamérica. Su valor depende de la región o el país, en México equivale a 90.8 litros, su valor también puede variar según la clase de grano.

Quintal: Unidad de masa que se utiliza en España y muchos países de Latinoamérica. Su valor varía según la región o el país, equivale a 46 Kg, el mismo valor tiene en la mayoría de los países latinoamericanos.

²⁸ El “estanco” como se le llamó al monopolio en la producción o venta de un bien determinado fue asumido por la Nueva España mediante ingresos al fisco, esto representó el menor de los males.

de unificar las unidades de cambio y evitar fraudes. A pesar de esto, la gente en la mayoría del interior de la Nueva España siguió utilizando las medidas acostumbradas, por ejemplo, en las ventas de leña la forma de intercambio era tomar el zontle como unidad de medición que representaba cien manos y cada mano a su vez eran cinco trozos de leña.

La introducción de la moneda fraccionaria en el comercio interior no impidió el uso de los trueques o intercambios, si recordamos el cacao era una de las mercancía-dinero más utilizada en la época prehispánica, sin embargo, en la Nueva España fue el maíz la medida de cambio más común para este tipo de operaciones entre los distintos pueblos indígenas, esto duró durante los siglos XVI y hasta finales del siglo XIX.



A finales del siglo XVIII, el propio desarrollo de la Nueva España hizo que las principales ciudades se urbanizaran, esto llevo a que el nivel de agua en lagos y canales disminuyera, consecuentemente en la ciudad de México se redujeron el número de calles con acequias desapareciendo el intercambio a través de los canales y lagos que realizaban los pochtecas y demás comerciantes de la época prehispánica dando lugar a caminos lodosos por los que comenzó a transitar el comercio de todo tipo de mercancías. La forma de intercambio se mantuvo en mercados instalados y administrados por el ayuntamiento o a través de los vendedores ambulantes que recorrían libremente la ciudad a través de sus calzadas, empedrados y terrenos anunciando sus productos mediante presiones, silbidos, cuentos o refranes. La nueva red de abasto de víveres y otros artículos se realizaba por tierra, en carretas, mulas, burros y cargadores.

El comercio se desarrolló ampliamente en la ciudad de México, tanto así que provocó que no se pudiera caminar por las calles y avenidas invadidas por el comercio en vía pública; el descontento, la falta de sanidad y el incremento en el número de robos a los comercios fueron motivos suficientes para que el Virrey de la Nueva España y segundo Conde de Revillagigedo, intentara la regulación de los vendedores y control a través de un bando que permitiera ordenar dicho comercio. En el año de 1791, cuando se expide el bando o reglamento para los mercados de esa época, el Virrey de Revillagigedo hace mención del mercado principal ubicado en la “Plaza del Volador” -actual Zócalo-, en el área junto a Catedral, que a la letra dice:

“Estando ya casi perfectamente concluidas las obras de la Plaza del Volador, y debiendo pasarse a ella cuanto antes el Mercado principal de esta Ciudad, formará V.S. un reglamento, contraído por ahora a sola esta plaza, que asigne los parajes en que deban colocarse los comestibles y géneros según sus clases: El precio de los puestos, y los salarios y funciones del administrador, alguaciles y guardas que fueren necesarios, con los demás que convenga establecer para la fácil recaudación de sus productos, mantener su buen orden y seguridad. Dios

guarde a V.S. muchos años. México y Octubre 4 de 1791 El Conde de Revillagigedo.

Enviando comunicado al Señor Intendente Corregidor de la Capital manifiesta:

“Exmo. Señor. Es adjunto el Reglamento que, cumpliendo con el Oficio de V.E. de 4 de este mes, he establecido en la Plaza del Volador; en cuya vista V.E. se servirá determinar lo que estimare conveniente y fuere de su superior agrado. Dios guarde a V.E. muchos años. México 26 de Octubre de 1791. Exmo. Señor. Bernardo Bonavia. Del Exmo. Señor Virrey de Nueva España.”²⁹.

La instrumentación de dicho bando se dio bajo los siguientes términos:

“Siendo consecuente con la buena política, que en las Ciudades grandes como esta Capital haya un mercado principal lo más en el centro que sea posible, y otros menores en parajes oportunos para el mejor y más cómodo surtimiento del público,

Sólo en ellos deberán venderse los comestibles para que se pueda velar sobre su calidad y precios, pesos y medidas, y evitar la regatonería: quedando desde luego prohibidos los puestos sueltos en otros parajes que los señalados, y que en adelante se destinaren para Mercados; y con mayor razón en las calles, donde además de ensuciarlas estorban el paso de la gente y se substraen de la inspección de los Jueces”³⁰.

El mercado de la Plaza del Volador, fue dispuesto del modo más conveniente para la comodidad de compradores, vendedores, para el aseo, para el orden y facilidad de la cobranza de los puestos y numerando todos los cajones.

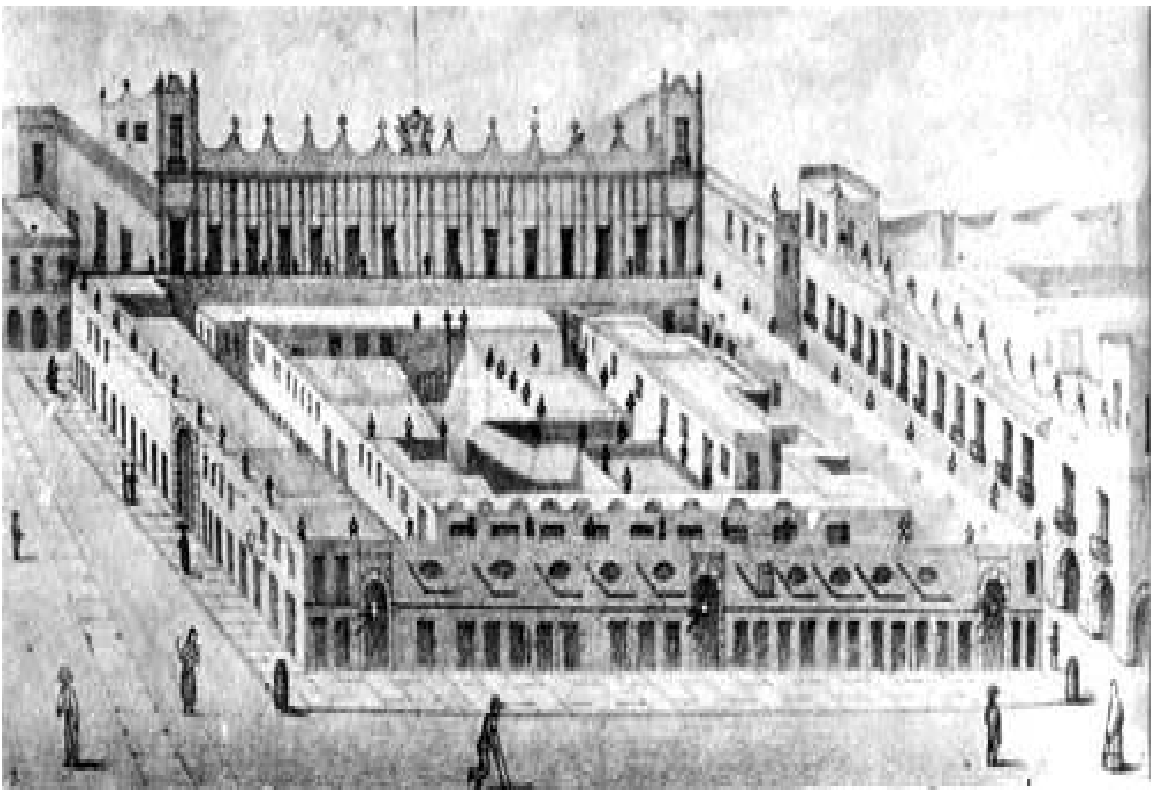
²⁹ AGN. Alhóndigas. Bandos de 21 de agosto de 1782 de Martín de Mayorga y de 28 de junio de 1783 de Matías de Gálvez, v.l. Mss.

³⁰ Idem

Como estaba previsto en el Reglamento del Señor Galvez, se ocuparon del modo siguiente:

“Absolutamente queda prohibido se ponga puesto alguno bajo de sombras en la Plaza ni en sus inmediaciones”.

“Con ningún pretexto se harán hogueras; y no habrá en la Plaza cocinas, fogones, ni lumbre; porque además de no haberlos en ningún Mercado de Ciudad de buena política, no es posible se consientan sin riesgo de un incendio, como la del Volador construido todo de madera: siendo también fácil se coloquen en las casas y accesorias inmediatas, de donde podrá proveerse cómodamente el gentío de la Plaza”.



“Aunque su asistencia debe ser principalmente en la Plaza mayor, sus facultades se extienden a todos los mercados, el desembarcadero, a los puestos interiores del Parían, y a los que, previo permiso del Corregidor, suelen establecerse con

ocasión de algunas fiestas bajo las mismas reglas dictadas para el mercado principal”.

“No permitirá que en las Plazuelas de Jesús y de la Pja haya otro surtimiento que el de piedra, ladrillo, cal, arena, losas, y tejamanil para las fábricas; así como paja, cebada y zacate para abasto de animales. Y conforme al artículo preliminar no consentirá haya de día ni de noche puestos de dulces, frutas y comestibles en otra parte de la Ciudad que los señalados; pero sí los permitirá en los zaguanes de las casas: prohibiéndose absolutamente se pongan en las calles, banquetas o enlosados con motivo alguno.”³¹

Los principales puntos de éste Reglamento son los siguientes:

Se buscará un lugar apropiado para ejercer el comercio.

Habrán orden y secciones para englobar los giros de los puestos.

Se maneja un horario y limpieza de dicho mercado.

Había un Juez de Plaza que era la persona que resolvía cualquier problema que afectara dicho mercado.

Había un Administrador, el cual recababa todos los impuestos.

Había dos Guarda-ministros para cuidar el orden y el buen desempeño del mercado.

Periódicamente se publicaban avisos los cuales estaban dirigidos a los ambulantes de aquella época.

El comercio en la época de la colonia virreynal en México no impulsó a los productores y comerciantes ya establecidos, por el contrario, esta época representa un claro abuso por parte del gobierno español quien se dio a la tarea de apropiarse y controlar toda actividad comercial lucrativa y no, sustituyendo figuras de autoridad en beneficio personal y no comunitario.

³¹ Idem.

El comercio dejó de ser una actividad religiosa, de participación mutua entre productores y gobernantes, para dar paso a la propiedad privada, al monopolio y a la explotación de tierras y de personas.

2.3. La actividad productiva después de la independencia

México tuvo que superar la inestabilidad política que imperaba en el país, problema que se concentró en diversos puntos geográficos, siendo obstáculo para el comercio (al igual que en la época Colonial) la gran cantidad de impuestos que se cobraban.

En este período los comerciantes estaban divididos en dos grupos: los grandes propietarios, formado en general por extranjeros que manejaban fuertes capitales y por los pequeños comerciantes quienes conformaban un grupo muy numeroso integrado por locatarios de los distintos mercados y propietarios de pequeñas tiendas, quienes al trabajar obtenían sólo lo indispensable para su sustento y el de su familia.

Iniciada la guerra de Independencia, la actividad comercial decayó a consecuencia del escaso monto de sus operaciones, los comerciantes de todo nivel, productores y campesinos se vieron despojados de sus mercancías, tierras y riquezas a causa de las revueltas.

Al concluir la guerra de Independencia de México en 1821 y habiéndose abolido la esclavitud se logró la libertad de mucha gente, a consecuencia de este hecho infinidad de personas al encontrarse libres y desocupadas tuvieron la necesidad de dedicarse a algo que les produjera un beneficio económico. Lo más fácil para ellas fue vender cosas variadas en la calle ya que no contaban con un establecimiento fijo. Con este tipo de actividades independientes el comercio se reactivó multiplicándose el número de vendedores en la calle, pasado el tiempo la

venta de artículos en la vía pública comenzó nuevamente a ser un problema por lo que las autoridades de esa época emitieron un comunicado que establecía la prohibición de la venta callejera, con el siguiente mensaje:

“Al público

Como el abuso de situarse las fruterías y demás vendedores a su arbitrio, ya en los portales, ya en las banquetas y otros puntos en que se impide el cómodo y libre tránsito al recomendable público de esta ciudad, no se ha podido remediar con las repetidas órdenes que se han dictado, para ello, ha resuelto el Excmo. Ayuntamiento manifestar a los interesados por medio de este rótulo, para que nadie alegue ignorancia, que dentro del tercer día se quiten de los lugares que en los esperados parajes ocupan, debiendo pasar a los puestos que a cada uno se señalen en las plazas. Conforme previene el artículo 21 del bando publicado el 7 de febrero de 1825, bajo la pena de doce reales que allí se indica; quedando encargados los señores capitulares a quienes toca celar el puntual lleno de esta providencia”.

“Secretaría del Excmo. Ayuntamiento Constitucional de México, 3 de octubre de 1828”.³²

Por otra parte, no solo el comercio en vía pública significaba un problema, de igual manera la propiedad fue un factor determinante en la evolución urbana de los mercados, la pertenencia de la tierra e inmuebles estaba tan concentrada que sólo “el 1.6% de 120 mil habitantes era propietario, es decir que a principios del siglo XIX no eran los particulares quienes definían el acceso a las áreas urbanas sino el clero quienes eran propietarios de más del 50% de las fincas de la ciudad sin contar que eran dueños también de todas las edificaciones destinadas a las actividades religiosas”.³³

³² Idem

³³ Moreno Toscazo Alejandra. Ciudad de México; ensayo de construcción de una historia, Colección Científica, num. 61 SEP-INAH, México 1978, p. 69.

El Ayuntamiento no contaba con propiedades que pudiera destinar como establecimientos para la actividad comercial, esta situación motivó al nuevo gobierno independiente a comenzar a expropiar y apoderarse de los terrenos donde había aunque de forma irregular un comercio importante y con ello iniciar el equipamiento urbano de la ciudad, en especial para mercados, ya que estas construcciones que no se llevaron a cabo por más de tres siglos en el periodo colonial.

A fin de comenzar a edificar y asignar áreas específicas para el comercio, en 1832 se ordenó el levantamiento de la plaza del volador para efectuar el avalúo de la propiedad y para 1837 “el gobierno acordó comprar la plaza al Marques del Valle, pagando por ella 33mil pesos; la plaza de Jesús fue adquirida según escritura del 26 de julio de 1850 en la que el Señor Lucas Alaman, apoderado del Duque de Terranova, la vendió al gobierno de la ciudad de México por la cantidad de 25mil pesos”³⁴

Debido a la falta de espacio en el interior de las plazuelas se registró un incremento de comercio ambulante en las calles, situación que representó para el ayuntamiento la necesidad de planear normas que aseguraran el incremento de las recaudaciones motivando la publicación de avisos en los que se señalaban como sitios de mercado “las plazuelas de San Juan de Dios, de la Concepción, del Carmen, de la Santísima, de San Pablo, de San Juan de Letran y Colegio de niñas, para que en ellas se situen las demas frutas y demás vendimias que se hayan esparcidas por la ciudad en los parajes prohibidos por los bandos de policia”³⁵

El presidente Antonio López de Santa Ana decretó la desaparición del mercado del Parián, quedando completamente derrumbado el 31 de agosto de 1843; en su lugar se construyó “El Volador” –actualmente la Merced-, en su construcción se sustituyó la madera por una edificación de mampostería. Una vez terminado, fue

³⁴ Archivo Histórico de la Ciudad de México, Fincas de los mercados. T. 1, vol. 1101, exp. 24 f.17.

³⁵ Archivo Histórico de la Ciudad de México, Mercados. Op.Cit. f.4.

utilizado por los pequeños comerciantes del “baratillo” a los cuales se les obligó “so pena de vida a trasladarse a la plaza del volador”³⁶, para que ahí comerciaran sus productos, es decir, de alguna manera quedaba prohibida la vendimia en las calles, sin un local.

En 1850 ya existían cinco plazas habilitadas para tianguis: el Volador, Santa Catarina, la Candelaria, Santa Ana y la Lagunilla y en 1870 el presidente Benito Juárez, ante algunos descontentos por los movimientos obrero-urbanos, otorgó a las agrupaciones proletarias el ex-templo de San Gregorio.³⁷

Años más tarde con la incorporación de las Leyes de Reforma a la Constitución de 1857 se impulsó el desarrollo nacional, con lo que el comercio en la ciudad de México se perfiló de dos formas: a) La vendimia en los tianguis, en los mercados y en las plazas fue comercio de escala, móvil y cíclico realizado por mestizos y b) El comercio de las tiendas y establecimientos en inmuebles con un concepto urbano, hacendario, fijo e inmobiliario. Los locales comerciales contaban con acceso desde la calle, un mostrador a mitad de la habitación y al fondo unos estantes para colocar la mercancía, en la parte trasera estaba la bodega y las habitaciones de la familia del comerciante propietario.



³⁶ Musacchio, Humberto. Diccionario Enciclopédico de la ciudad de México. Editorial Programa Educativo Visual. México 1997. Tomo II p. 1467.

³⁷ Idem, p.972

Las tiendas constituían una organización compleja dominada por extranjeros en su mayoría ingleses y alemanes a los que se les prohibió el comercio al menudeo y optaron por el comercio al mayoreo, quedando el comercio detallista en manos de los españoles y una pequeña porción de criollos y mestizos.

Al finalizar el siglo XIX la ciudad de México contaba con nueve mercados: Martínez de la Torre, Santa Catarina, Santa Ana, 2 de abril, Aguililla, Loreto, Candelaria de los patos y la Merced, construido en parte del espacio ocupado por el mercado del Volador, el cual por su dimensión y estructura fue denominándolo mercado de mercados con gran capacidad y distribución de productos.

El comercio en el México Independiente fue una actividad de importancia, ya fuera realizado por los pequeños comerciantes o por los grandes industriales, pero de forma simultánea el comercio en vía pública siguió siendo una actividad del pueblo, ocasionando que la ciudad se convirtiera nuevamente en el principal centro de intercambio y de consumo.

En los últimos 25 años de ese siglo comenzó el proceso de industrialización y urbanización del país, “de esta forma la ciudad de México se consolidaba como el nodo central de las comunicaciones, el desarrollo manufacturero, de negocios y comercio”³⁸

2.4 El comercio en vía pública en el México contemporáneo

Durante el Porfiriato y después de la Guerra de Revolución en 1910, México tuvo un gran crecimiento económico debido en amplia medida por el comercio exterior y el avance en el desarrollo de vías de comunicación, tal crecimiento no abarcó todos los sectores de la población y de la industria, no beneficiaba al pueblo ni a

³⁸ De Jarrea Dávalos Enrique Humberto. Centros comerciales e impactos urbanos. Tesis de Maestría en Urbanismo, UNAM. 2000, p.19.

sus comerciantes minoritarios quienes continuaban ejerciendo el comercio en vía pública.

En 1912 como parte del desarrollo comercial se inauguraron el mercado de San Juan, después el mercado Abelardo L. Rodríguez, considerado el más moderno de América Latina por su impresionante construcción metálica de tres niveles rodeada de portales decorados con murales de Diego Rivera, Pablo O'Higgins y Antonio Pujal. En la parte restante del antiguo mercado del volador se construyó la Suprema Corte de Justicia de la Nación, solo dejando un par de naves como mercado de la Merced.

Los comerciantes que se ubicaron en los locales de las plazas y mercados recién construidos comenzaron a extender sus locales hacia la calle y muchos reiniciaron la actividad en las calles, esta situación alertó nuevamente al gobierno de la ciudad de México y siendo Don Fernando Casas Alemán Jefe del Departamento del Distrito Federal, en la época del presidente Miguel Alemán Valdez, expidió el Reglamento de Mercados (vigente hasta la fecha) para regular el funcionamiento de éstos y no habiendo uno específico para el ambulante es éste el que se aplica.



En la década de los cincuentas se abren las primeras tiendas departamentales y se construyen los primeros mercados públicos como se conocen actualmente, pero no fue hasta mediados de esta misma década que se trató de resolver el problema de los comerciantes en vía pública, por lo que el gobierno se dio a la tarea de encontrar no sólo uno sino varios sitios adecuados para asignarles a la creciente población de comerciantes lugares o espacios donde vender sus productos, sin embargo, esta tarea no dio los resultados que se esperaban debido a que se construyeron diversos mercados públicos en zonas que no beneficiaban la actividad comercial.

El Regente Ernesto P. Uruchurtu, crea como parte de su programa de gobierno de la ciudad de México la reestructuración del sistema de mercados de la ciudad, con un arduo trabajo por encontrar sitios propicios para el comercio o bien utilizando los espacios de las plazas tradicionales para ocuparlas con construcciones, al cabo de cinco años el gobierno ordenó la creación de 563 mercados públicos en la ciudad de México, en los cuales se ubicaron a muchos de los comerciantes que realizaban su actividad en la vía pública, así mismo, autoriza a las agrupaciones organizadas de invidentes a comercializar en la vía pública a través de puestos metálicos, hecho que propicia el inicio del comercio en vía pública sin ser ambulante.

A pesar de los esfuerzos y la ubicación de los ambulantes en espacios fijos, el comercio en vía pública seguía teniendo las reglas de antaño, se seguía usando la calle, los gritos, ofertas de viva voz y el regateo para regular los precios. Debido a que las reglas se fueron convirtiendo en costumbres para la realización del comercio, poco duró la permanencia de los comerciantes en sus locales. El paisaje urbano combinaba viejas tradiciones y nuevas formas de comercio.

Al inicio del sexenio de Gustavo Díaz Ordaz, el mercado de la Merced era insuficiente ante las demandas de la población por lo que fue necesario edificar un

mercado con ventas al mayoreo, construyéndose así la Central de Abasto de la ciudad de México.

En la década de los setenta se abre paso a dos cambios relevantes, por un lado, se inicia la verdadera ocupación de las calles por vendedores de distintos tipos, es decir, se da la primera gran explosión contemporánea del comercio en vía pública y por otro lado, se observa la conversión del vendedor ambulante en vendedor fijo y semifijo en la calle.³⁹

Los comerciantes semifijos estaban debidamente autorizados gracias a la autorización de un comercio ocasional denominados “mercados sobre ruedas”, promovidos en el sexenio del presidente Luis Echeverría Álvarez, cuya función era llevar en un día asignado y en calles específicas de la ciudad, mercancías y productos primera necesidad, alimentos preparados, ropa, calzado y artículos varios.

Durante la presidencia del José López Portillo, éste decreta a la Ciudad de México como Zona de Monumentos Históricos dando origen a que en 1982 comenzaran las obras de remodelación del Centro Histórico, ordenándose la reubicación de todos los comerciantes ambulantes que ocupaban las principales calles aledañas a la Plaza de la Constitución, a la Catedral y al Palacio Nacional.

El crecimiento del comercio en la vía pública en la ciudad de México, particularmente en el Centro Histórico, se agudizó como resultado del severo crecimiento poblacional, el estancamiento en la construcción de mercados públicos y los efectos sociales de una crisis económica estimularon el desempleo y mermaron el poder adquisitivo de las familias. Consecuentemente a este proceso, el número de comerciantes en la vía pública aumentó hasta niveles extremos, resurgiendo los antiguos problemas de intereses con la ciudadanía y

³⁹ Poniatowska, E. Luz y Luna, Las Lunitas México, 1994.

con la autoridad, al afectar el derecho del comercio establecido y perjudicar a la sociedad con los también ya viejos problemas de inseguridad, vialidad y salud.



El número de micronegocios comerciales en vía pública para 1992-1993, en el Distrito Federal era de 71 mil puestos, pero más importante que las cifras absolutas, era que existía consenso en los medios oficiales y académicos sobre su notable crecimiento en los últimos años. Para 1997 existían alrededor de 100,000 ambulantes en la ciudad de México y con gran tendencia a crecer por las características de esa economía.

Actualmente, no debe aceptarse totalmente que el comerciante ambulante sea producto de una tradición mexicana, ya que la mayoría de estos hacen de un oficio con tradición una actividad de comercio problemática, al punto de considerar que el comerciante ambulante de hoy ya no es parte de la cultura de México, más bien es parte de la economía informal de los países subdesarrollados como el nuestro.

Es probable que la relación entre la disponibilidad de empleos formales y la oferta de autoempleo en el comercio ambulante no sea simétrica. Esto significa que si bien el debilitamiento de la demanda formal de trabajo puede inducir a los individuos a reorientar su oferta de trabajo hacia el comercio en vía pública, el

crecimiento posterior de dicha demanda no incentivará necesariamente a los vendedores a abandonar su ocupación para emplearse nuevamente en el sector formal.

Si bien el comercio en vía pública ha constituido una alternativa laboral para un creciente segmento de la oferta de trabajo, también ha generado costos sociales, y privados tales como obstrucción de tráfico de automóviles y peatones, acumulación de basura y problemas de higiene, evasión de impuestos por parte de sus proveedores, fenómenos de corrupción, y la denominada “competencia desleal” hacia los vendedores establecidos.

Es importante dejar asentado que en adelante ya no se hará mención al comercio ambulante, sino más bien al comercio en la vía pública; pues esta última denominación abarca tanto al comerciante ambulante como al comerciante semifijo, ya que ambos desarrollan su actividad en vía pública y que, a fin de cuentas, causan problemas similares.

En resumen, el fenómeno del comercio ambulante no es un concepto reciente, ni parece ser ajeno a nuestra idiosincrasia, al ser proclives a comprar en la vía pública a pesar de que no se cubran escrupulosamente las formas comerciales establecidas. Por tanto, el proceso de reubicación y reglamentación, con modalidades diferentes, se ha venido realizando a lo largo de la historia con mayor o menor frecuencia, hasta nuestros días.

CAPÍTULO TERCERO

“El programa de reordenamiento del comercio en vía pública en la Delegación Azcapotzalco”

CAPÍTULO TERCERO “El programa de reordenamiento del comercio en vía pública en la Delegación Azcapotzalco”

3.1 Marco de referencia

En un contexto general, es importante definir una política de desarrollo económico en la cual se considere el papel de las actividades económicas informales y las ubique como medios adecuados de provisión de empleos e ingresos, sin pretender su equiparación estricta con las actividades económicas formales. La definición de lineamientos para la administración del comercio en vía pública, debe partir de un esfuerzo serio e importante por conocer este sector e identificar las dimensiones de esta actividad, así como las características y modos de operación de sus participantes.

El comercio en vía pública requiere de un tratamiento específico sin que esto implique el fomento de las actividades abiertamente delictivas. El crecimiento de esta actividad debe ser modulado mediante políticas laborales y sociales de retención y atracción en los sectores formal, urbano y rural. Así mismo, es una actividad típica del subempleo que le ha permitido subsistir a millones de mexicanos golpeados por una crisis económica que se ha vuelto ya permanente y que no se les propone ninguna expectativa de desarrollo ocupacional o profesional a corto o mediano plazo.

El subempleo que surgió en México, afectó del 25 al 40% de la población, alcanzando niveles más altos en las áreas rurales, el mejor indicador de la declinante capacidad de la economía mexicana para proporcionar empleo, fue el crecimiento del sector informal. Entre 1982 y 1990 el número de mexicanos que trabajaron fuera de la economía formal, en gran medida como vendedores callejeros, se elevó drásticamente en más de un 80%.

Los efectos de la crisis económica no solo afectó a la población de escasos recursos de la sociedad sino que de igual forma a los comerciantes establecidos que tuvieron que ampliar su área de comercio hacia las calles cayendo en la informalidad, así en el extremo inferior de este sector se encuentran quienes salen a las calles para vender chicles y limpiar parabrisas, otros encontraron que pueden ganar fácilmente más del salario mínimo vendiendo baratijas y dulces. En el extremo superior se encuentran los empresarios que con más y mejores recursos se ven implicados en el contrabando y venta de equipos electrónicos, aparatos domésticos, ropa, perfumes y la piratería.

El incremento desmedido de vendedores en la vía pública dio origen a que los comerciantes establecidos del Centro Histórico se organizaran como grupo de presión para hacer frente común y presentar ante la autoridad del Departamento del Distrito Federal, su solicitud para desalojar al comercio en vía pública de esta zona, alegando una competencia injusta.

De ahí pues que el comercio en la vía pública, y su impacto sobre el equilibrio de la ciudad, lejos de ser un fenómeno conyuntural o transitorio, representa una situación de carácter más permanente y estructural.



Durante el periodo de regencia del Lic. Ramón Aguirre y hasta la actualidad, se ha manejado como gran solución a esta problemática, su reordenamiento, solución que no ha dado los resultados esperados a consecuencia de los intereses personales, partidistas y la renuencia de los propios comerciantes por dejar las calles, algunas razones por ejemplo son: Estando como regente el Lic. Manuel Camacho Solís, se construyeron decenas de plazas comerciales, que a la fecha y salvo excepciones, la mayoría están vacías porque se aprovecharon predios baldíos con escasa o

nula factibilidad comercial; o en el ejercicio del Lic. Oscar Espinosa Villarreal, se puso en operación un programa con objetivos y acciones muy concretas y factibles de lograrse, además de ser un programa que contó con el consenso de las organizaciones y las representaciones vecinales. Sin embargo, tuvo serias limitaciones debido a que su implementación se desarrolló en tiempos electorales en 1997 y como consecuencia de ello la vigencia del programa solo fue de 10 meses.

Consecuencia de esos fracasos, se hizo necesaria una revisión a fondo de la legislación del comercio interno en el Distrito Federal, a fin de darle reconocimiento formal al comercio en vía pública, permitir su operación debidamente regulada y que proporcione los lineamientos generales para su administración. (Tentativamente Programa de Regulación y Apoyo al Autoempleo en Vía Pública).

3.2 Marco Jurídico

En México, no se han elaborado leyes que regulen de forma integral el comercio en vía pública debido a que solo se han emitidos reglamentos o programas de forma particular, así también una de las causas principales y que limitan su normatividad es que este concepto no está contemplado en ningún documento de carácter legal y dentro del marco social solo está denominado como una actividad económica fuera de toda reglamentación que violenta las leyes y derechos de otros comerciantes.

El comercio en vía pública, su operación y crecimiento, ha sido anárquico y desordenado por la falta de un marco jurídico que lo regule, la falta de voluntad política, desinterés, corrupción y desconocimiento del problema de la autoridad competente; pero, sobre todo, porque el vendedor en vía pública se dio cuenta que esta actividad le permite obtener ingresos muy superiores a los de cualquier empleo formal.

Las leyes mexicanas consideran que todos los ciudadanos tienen garantías generales e individuales que no pueden ser omitidas debido a su carácter básico, por lo que a continuación se mencionarán las leyes que de alguna forma dan sustento al comercio en vía pública:

- En el Artículo 5 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.
- En el Reglamento de Mercados en su Artículo 17 del Estatuto de Gobierno del D.F. que señala que los habitantes de la ciudad tienen el derecho de utilizar los bienes de uso común, establece que solamente en las zonas de mercados podrán instalarse puestos permanentes o temporales, siempre y cuando no constituyan un estorbo para el tránsito de peatones y vehículos o para la prestación y uso de los servicios públicos, exceptuando los puestos de periódicos, revistas y libros con la única restricción de no constituir un estorbo para los efectos antes indicados
- La Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal establece en su artículo 34 fracciones I y XIII que son bienes del dominio público del Departamento del Distrito Federal los de uso común y las plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines y parques públicos
- El Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal, en sus Artículos 6 y 8, determina que vía pública es todo espacio de uso común que se encuentra destinado al libre tránsito y establece como característica propia de ésta, servir

para la aereación, iluminación y asoleamiento de los edificios que la limiten, para dar acceso a los predio colindantes, o para alojar cualquier instalación de una obra pública o de un servicio público

- En los Arts. 8,17, 105 al 108 de la Ley de Régimen Patrimonial y del Servicio Público del D.F.
- En el Reglamento para Trabajadores No Asalariados del D.F. en el que se contemplan todos los derechos del trabajador, requisitos para establecerse y obligaciones sanitarias, pero no menciona en ninguno de sus capítulos disposiciones en materia fiscal o hacendaria.
- En las Uniones de comerciantes ambulantes del mismo gremio con sustento en el Reglamento antes mencionado.

Por otra parte, las lagunas legales y la característica ambigüedad de quien interpreta la ley, conducen a que exista una normatividad que rechace o que simplemente no contemple el comercio en vía pública como actividad económica, por ejemplo:

- En el Artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, solo dicta las disposiciones para actividades formales, lícitas y establecidas bajo un régimen obrero-patronal, mediante un contrato y con derechos y obligaciones que ambas partes deben cumplir en términos de la misma Constitución y que posteriormente fundamenta la creación de la Ley del Trabajo.
- En la Ley del Desarrollo Urbano del Distrito Federal dispone en su artículo 15 que el Plan Director Urbano del Distrito Federal contendrá las determinaciones relativas a los espacios destinados a las vías públicas. Asimismo, preceptúa en su artículo 87 que la ordenación del desarrollo urbano del Distrito Federal,

tenderá a la conservación y acrecentamiento del patrimonio cultural de la Ciudad de México y que se consideran afectos al patrimonio cultural los edificios, monumentos, plazas públicas, parques, bosques y en general, todo aquello que corresponde a su acervo histórico y a lo que resulta propio de sus constantes culturales de sus tradiciones,

- En la Ley de Cultura Cívica del D.F. en sus Artículos 25 y 26.
- La Ley del Impuesto Sobre la Renta, considera a los comerciantes en vía pública como contribuyentes menores, por lo tanto, no es posible exigirles el pago de un impuesto basado en sus ingresos reales.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículos 26 y 27.
- Ley General de Asentamientos Humanos, artículos 12, 32, 45 y 47
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal, artículos 22 Frac. XVIII y 32 Frac. IV
- Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, artículo 2 Fracciones VIII, IX y X; y artículo 10 Fracc. VII.
- Reglamento Interior de la Administración Pública del D.F.
- Reglamento de Construcciones para el D.F. en:
Titulo Primero, Capítulo único, Disposiciones Generales Art. 6
Titulo Primero, Capítulo II, Uso de la Vía Pública, Arts. 11, 12, 13, 14, 16 y 17.
Titulo Décimo tercero, Capítulo II, Sanciones Art. 337 y 346.
- Código Financiero del D.F., Art. 263.

De igual forma se enumeran las Instituciones gubernamentales participantes en el control del comercio en vía pública en el Distrito Federal, en primera instancia se encuentran:

- Secretaría de Gobernación por medio de la Dirección General de Trabajo no Asalariado de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social.
- Secretaría de Desarrollo Económico por medio de la Dirección de Modernización de Mercados de la cual depende la Dirección General de Comercio y Abasto y el Fondo de Desarrollo Económico.
- Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda por medio de la Dirección del Programa de Desarrollo Urbano del D.F.
- Secretaría de Transportes y Vialidad a través de la Dirección de Planeación y Vialidad y de la Dirección de Centros de Transferencia de Transporte Modal o Multimodal (CETRAM)
- Dirección General de Patrimonio Inmobiliario y Servicios Metropolitanos (SERVIMET).

En los casos particulares y donde la delegación es la responsable local del comercio en vía pública que se efectúa en su demarcación se contará con las siguientes autoridades:

- Subdelegación Jurídica
- Subdelegación de Gobierno
- Subdelegación de Obras y Desarrollo Urbano

- Subdelegación de Administración.

De igual manera, al ser el comercio en vía pública una actividad altamente lucrativa y que no se puede omitir a simple vista, se han dictado resoluciones para regularlo como se muestra en el Cuadro 5.

Cuadro 5. Principales programas y acciones para ordenar el comercio en la vía pública		
Bandos o programas	Año	Disposiciones relevantes
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 para la primera fase de desarrollo del Programa de mejoramiento del comercio popular.	1993	Prohíbe el comercio en la vía pública salvo en periodos de festividades tradicionales.
Programa de mejoramiento del comercio popular.	1993	Prohíbe el comercio ambulante. Fomenta la construcción de plazas comerciales para reubicar a los ambulantes.
Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública.	1998	Busca mejorar el entorno urbano y la convivencia social. Comprende la elaboración de padrones delegacionales de los comerciantes en la vía pública, emisión de permisos de operación y cobro de cuotas por el uso de la vía pública.

Otras leyes y estatutos que determinan las acciones y atribuciones que deben ejercer los funcionarios públicos son las siguientes:

- En la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal de 1997, se menciona que el Jefe de Gobierno será el titular de la Administración Pública, y que a él le corresponde originalmente todas las facultades establecidas en la Ley. De la misma manera refiere que la Administración Pública Centralizada contará con órganos administrativos desconcentrados (Delegaciones).
- En el Estatuto de Gobierno del Distrito Federal se especifica que los órganos desconcentrados o delegaciones, estarán subordinados al Jefe de Gobierno, o bien, a la dependencia que éste determine. El mismo Estatuto dice que las delegaciones gozarán de autonomía funcional para realizar entre otras

actividades, el otorgamiento de permisos para el uso y aprovechamiento de la vía pública, sin que se afecte la naturaleza y destino de la misma.

- El Programa de Reordenamiento, señala que atendiendo a los principios de organización política y administrativa del D.F., “el Jefe de Gobierno tiene la atribución de emitir el ordenamiento para el uso de la vía pública, estableciendo las condiciones y modalidades a que deben sujetarse las Delegaciones en relación a los permisos correspondientes.
- El Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal (Gaceta Oficial del 15 de enero de 1998), indica como “Establecer los lineamientos y acordar con el Secretario de Gobierno la política de conducción de las relaciones con los trabajadores no asalariados y sus organizaciones, así como coordinar y ejecutar las que se establezcan para la protección mejoramiento de sus derechos”. En otra fracción dice que podrá “coordinar y supervisar el cumplimiento de las funciones desconcentradas en las delegaciones del Distrito Federal que correspondan al ámbito de su competencia”.

Finalmente otro punto no menos importante es el que se refiere a como y quienes intervienen en el funcionamiento del comercio de la vía pública, destacando principalmente cuatro aspectos:

1. La gente que acude a comprar mercancías en la vía pública, aún cuando no se les garantice su higiene o calidad,
2. Las fábricas o distribuidores que surten de mercancías a los comerciantes en vía pública; son los principales promotores de la economía informal,
3. La gente que propiamente se dedica al comercio en la vía pública, como su fuente de ingresos y,
4. Las autoridades que otorgan los permisos, o en su caso, promueven la corrupción.

Estos cuatro aspectos junto con sus cuatro protagonistas constituyen un círculo vicioso, debido a que a mayor demanda de las mercancías exigidas por el público consumidor, se incrementa su fabricación, distribución y al haber exceso de mercancía se necesitarán más personas que vendan dichas mercancías, representando que cada lugar adicional en el comercio en vía pública son mas ingresos para las autoridades que lo permiten.

3.3 Situación Delegacional



En un programa como el del reordenamiento del comercio popular, que fue diseñado para que los ambulantes y sus organizaciones fueran las principales protagonistas, se requirió de una continua y sistemática labor de negociación con sus líderes, en todas las fases del proceso, desde la concepción y diseño del programa, hasta la asignación de locales y organización de cursos de capacitación, sobre los aspectos comerciales y administrativos.

Para que este programa tuviera congruencia y posibilidades de éxito en su aplicación, fue implementado sobre una base de interacción de distintas instancias. Una de ellas fueron las Delegaciones Políticas del Distrito Federal, las cuales hubieron de realizar diversas acciones como: el diagnóstico, la zonificación, el estudio al interior, y su aplicación real.

En noviembre de 1996, el comercio ambulante en la Delegación Azcapotzalco presentaba al igual que en todo el Distrito Federal, signos de descomposición y problemas de organización que evidenciaban la falta de control de la autoridad sobre los líderes; el desorden y corrupción en la asignación de espacios; los

antagonismos corporativos; enfrentamientos físicos; invasión de espacios prohibidos; inadecuadas condiciones de seguridad, salud e higiene; así como, un crecimiento desmesurado y sin control.

Específicamente, en la Delegación Azcapotzalco se encontró a finales de 1996, el panorama siguiente:

De acuerdo a los registros de la Delegación se especificaba que existían más de mil ambulantes en todas sus modalidades. La primera decisión importante que se tomó fue que sobre este número se realizarían las negociaciones, sin permitir el crecimiento del padrón; obviamente se encontraron resistencias e intentos de inflarlo, quienes resultaban beneficiados del desorden existente en el comercio en vía pública presentaron una oposición a la idea de su reordenamiento; muchos líderes luchaban internamente por tener el control del comercio en la demarcación y defendiendo espacios. De tal manera, surgieron de repente varias “organizaciones” que buscaban politizar el problema.

El crecimiento desorganizado de esta actividad, provocó que se dejaran de expedir permisos, de cobrar derechos y de aplicar los reglamentos correspondientes, porque se consideraba más sencillo su manejo si se le mantenía en situación irregular.

La generación de situaciones anormales como la ocupación de espacios prohibidos, como es la vía principal y tradicional de esta Delegación, la Avenida Azcapotzalco, se encontraba prácticamente invadida de comerciantes habiéndose creado un ambiente de congestionamiento vehicular, peatonal y contaminación.

La estratificación de las delegaciones del D.F. de acuerdo al nivel de actividad comercial en vía pública dio como resultado que la delegación Azcapotzalco junto con las delegaciones Cuahutémoc, Gustavo A. Madero, Venustiano Carranza, Iztapalapa, Iztacalco, Miguel Hidalgo y Benito Juárez, formaran la zona

denominada de Alta Concentración Económica en la que se concentra el 80.4% de la actividad económica del Distrito Federal, cuyo sector comercio equivale al 68% según la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Distrito Federal.⁴⁰

En un estudio realizado por la Dirección General de Trabajo no Asalariado del gobierno del Distrito Federal a finales de los años noventa, eligió 98 puntos de venta del comercio en vía pública considerados como de mayor conflicto en cada delegación, en el caso particular de la delegación Azcapotzalco son ocho los puntos de venta como se muestra en el cuadro 6.

Cuadro 6. Puntos venta conflictivos de comercio en vía pública en la delegación Azcapotzalco.	
Punto de venta	Número de puestos
UAM- Azcapotzalco	70
Centro de la delegación	115
Hospital La Raza	73
Industrial Vallejo	354
Jardín Hidalgo	56
Metro Rosario	164
Metro Ferrería	126
Pro-Hogar	110
Total de puestos	1068

Elaboración propia con datos de la Dir. Gral. Trabajo no Asalariado del GDF, 1999.

Todo este panorama hizo que se considerara necesario que la autoridad delegacional, con base en las políticas generales definidas por el Gobierno de la Ciudad, enfrentara este fenómeno socio-económico y político.

La estrategia global acordada se fincó en el diálogo y la concertación; se realizaron sesiones de concientización del problema entre las partes afectadas líderes, comerciantes, vecinos, representantes vecinales y políticos, acordándose aplicar el Programa de Reordenamiento instrumentado para tal fin.

⁴⁰ Lau Damian Juan. El impacto urbano del comercio en vía pública en el Distrito Federal. Tesis de Maestría en Urbanismo, UNAM, 1998, pp. 30-32.

3.4 Programa de Reordenamiento

El Gobierno de la ciudad de México inició en 1991 una acción integral, denominada “Programa de Mejoramiento de Comercio Popular”, encaminada a promover la organización y reubicación de los vendedores de vía pública.



El Regente del Distrito Federal, Lic. Óscar Espinosa Villarreal, se avocó a la tarea de instrumentar un programa que diera el contexto adecuado al cumplimiento del Bando emitido por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal en el que se prohíben vendedores ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México; apoyar el regreso de comerciantes a las plazas comerciales abandonadas por la presión del comerciante en vía pública y para restablecer el orden en las calles.

El programa tuvo por objetivo que se llevara a cabo la construcción de 29 plazas, modernas y funcionales, donde pudieran ordenarse y reubicarse de manera permanente los 10,000 comerciantes del Centro Histórico, dividido para estos efectos en el perímetro A correspondiente a la Delegación Venustiano Carranza, también conocido como Merced-Centro Histórico.

Entre los aspectos relevantes del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, cobra especial importancia el que se haya reiniciando la construcción de nuevos mercados en la ciudad, acción que se había rezagado después de la década de los sesenta y, por otra parte, el que se hubiera planeado como un programa autofinanciable, en corresponsabilidad con los propios vendedores ambulantes, para convertirlos en propietarios de las instalaciones donde ahora ejercen su actividad.

De esta forma, en el término de dos años fue posible liberar las calles del Centro Histórico e iniciar el proceso de incorporación de este grupo de mexicanos a un esquema económico formal que les otorga calidad de comerciantes fijos en instalaciones de su propiedad. Para ello, en el territorio del perímetro B, ámbito que incluye la delegación Azcapotzalco, se construyeron 10 mercados en condominio y corredores comerciantes, en beneficio de 2 mil 174 ambulantes de dicha zona.

Los procesos de transformación económica, política y social que ha sufrido el país durante los últimos años y que han repercutido seriamente en la falta de fuentes de trabajo y bajos salarios, han obligado al gobierno de la ciudad a emprender acciones inmediatas que tiendan a regularizar el comercio en vía pública, entendiéndose esta acción como una introducción al marco legal de lo que estaba fuera de él

Con el propósito de proponer una solución factible estableciendo reglas y lineamientos normativos de operación para el comercio en la vía pública, se

elaboró el “Programa de Ordenamiento de Comercio en Vía Pública en la Modalidad de Ambulantes en el Distrito Federal”.

Este programa comprende los siguientes apartados:

- Regularización del comercio en vía pública en su modalidad de ambulantes.
- Mejoramiento del entorno urbano.
- Protección Civil
- Higiene y sanidad
- Adquisición y acondicionamiento de predios para la reubicación de ambulantes.

Los objetivos del programa contemplan concientizar al trinomio “comerciante-establecido vecino comerciante-ambulante” sobre la urgente necesidad de ordenar y regularizar el llamado comercio en vía pública, a través de una serie de normas y disposiciones que les permita:

- A los comerciantes establecidos, realizar sus actividades en mejores condiciones de justicia y equidad, respecto al comercio en vía pública.
- A los vecinos, mejorar sus condiciones de vida por la recuperación y regeneración de su hábitat.
- A los comerciantes en vía pública, dignificar y regularizar su actividad ocupacional.

Ordenar el comercio en vía pública a través de normas y disposiciones que:

- Coadyuven a cimentar las bases para que el comercio de vía pública se integre en un proceso que lo conduzca a formar parte de la economía formal.

- Ayuden a recomponer el deterioro del hábitat y del entorno ecológico de las colonias, pueblos y unidades habitacionales del Distrito Federal, provocado por las condiciones anárquicas y el desbordamiento en el que se ha venido desarrollando el comercio en vía pública.
- Contribuyan a la prevención de enfermedades, sobre todo las del tipo gastrointestinal, de los habitantes del Distrito Federal, que de manera cotidiana consumen alimentos contaminados y antihigiénicos en la vía pública.
- Contribuyan a la prevención de riesgos y accidentes, provocados por el indebido manejo y uso de gas L.P. y de las instalaciones eléctricas.

El Programa de Regularización del Comercio en Vía Pública en la Modalidad de Ambulantes se estructuró de la siguiente forma Incluyendo más de sesenta artículos:

- Del padrón delegacional de comerciantes ambulantes.
- De la cartografía
- De la integración de expedientes y del archivo
- Del pago por aprovechamiento
- De los requisitos para obtener un permiso.
- Del otorgamiento de permisos e identificaciones.
- Del mejoramiento del entorno urbano
- De los giros
- De las calles, arroyos y banquetas
- De la ecología y protección del ambiente.
- De la vialidad
- De los horarios y jornadas de trabajo
- De protección cívil
- De la aplicación de programas de integración de brigadas de protección civil.
- Del manejo y uso del gas L.P.

- De las instalaciones eléctricas
- De la higiene y sanidad de los comerciantes
- De los alimentos que se expenden
- De los utensilios

El comercio en vía pública es un fenómeno de la realidad económica que es expresión de la iniciativa de los agentes económicos más débiles del ambiente urbano del país, la cual, si bien genera costos sociales y privados, suple la insuficiencias del aparato productivo y de la política económica para satisfacer la oferta de mano de obra y proporcionar seguridad social a la población desempleada.

El comercio en vía pública requiere ser considerado por los gobiernos estatales, municipales y federal como una fuente lícita y legítima de empleos, ingresos y productos para la población urbana de menores recursos, y que por tanto requiere de apoyo y de un grado óptimo de regulación que le facilite sus operaciones a la vez que minimice los costos sociales y privados que genera. Lo anterior hace necesaria una revisión de la legislación del comercio interno en el país, sus estados, municipios y el Distrito Federal, a fin de darle reconocimiento formal al comercio en vía pública.

3.5 Concertación, una solución al comercio en vía pública.

Para lograr que el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública en la Delegación Azcapotzalco no presentara costos sociales significativos, se instrumentaron una serie de estrategias que posibilitaran el óptimo desarrollo del programa.

Una de estas estrategias fue buscar una dinámica de concertación entre las partes involucradas, comerciante establecido, vecino y comerciante ambulante, cuya

relación debe ser conciliada por la autoridad, ésta se convierte en el instrumento más importante para el logro de los objetivos del reordenamiento.



Ahora bien, ¿cuáles son los puntos fundamentales que deben tomarse en cuenta para lograr una concertación adecuada?

1. Los objetivos del programa; ya que estos incluyen un aspecto de concientización entre todas las partes respecto a que es urgente implantar normas que ayuden al mejoramiento de las condiciones de justicia y equidad entre los comerciantes en vía pública y los comerciantes establecidos; que permitan una regeneración del hábitat de los vecinos de las colonias inmersas en el problema; y que, hagan de la labor del ambulante una actividad regularizada, dignificada, que cuente con disposiciones que ordenen el comercio ambulante integrándolo a la economía formal y haciéndolo una actividad sanitaria, segura e higiénica.

2. El factor determinante para la concertación lo constituye la instrumentación de un procedimiento para el levantamiento de un censo de comerciantes en vía pública; es decir, la construcción del padrón delegacional de comerciantes en vía pública regularizado, perfectamente embonado en un marco de legalidad, tenacidad y transparencia.
3. Es importante contar con la información de cuántos comerciantes hay, su giro, su antigüedad, cuántos cuentan con permiso o son tolerados, de dónde son residentes, a qué organización pertenecen o si son independientes, dónde se ubican, si son fijos o semifijos, sus horarios, etc. Todo ello permite un mayor control para el reordenamiento y evita su crecimiento desmedido y desorganizado. Como consecuencia de ello, es necesaria la revisión y el depuramiento de los padrones de cada una de las organizaciones que representan a los comerciantes en vía pública.
4. Parte esencial de la concertación es revisar minuciosamente los criterios para determinar la ubicación de las zonas y poderlas dividir en: a) De alta afluencia comercial, b) De mediana afluencia comercial; c) De baja afluencia comercial; y d) Áreas prohibidas al comercio en vía pública y así poder realizar una reubicación justa y reglamentada.
5. Revisar los criterios para el establecimiento de la cuota a pagar, la cual no es un pago de derechos, ni es una venta, renta o concesión de la vía pública, sino que se constituya como una cuota por el aprovechamiento del uso de las vías y áreas públicas para el comercio. Esto acaba con el pago directo al líder y consecuentemente, con mecanismos de corrupción y cobro de canonjías.
6. Revisar y ajustar los requisitos para obtener el permiso de ocupación temporal, el cual debe ser entregado directamente al comerciante y tiene una vigencia temporal de dos meses.

7. En situaciones de conflicto con o entre las partes, la actitud de la autoridad es y debe ser conciliadora, pues la actitud de “suave en la forma, pero firme en el fondo”, siempre dará buenos resultados en el propósito de ordenar la vía pública.

8. Lograr que las distintas organizaciones de ambulantes manifiesten su adhesión al programa de reordenamiento, firmando una carta compromiso.

De esta forma y en cumplimiento cada punto antes mencionado, el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública en la Delegación Azcapotzalco, se aplicó a partir de 1997 eficientemente, dando paso a que en poco tiempo los comerciantes en vía pública se reubicaran en las plazas creadas para el desarrollo de su actividad, despejando las principales vías de comunicación de esta demarcación.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

No existe una manera más eficaz de solucionar un problema que reconociendo su existencia y enfrentándolo.

La primera condición para resolver el problema del comercio en vía pública es reconociendo su existencia, su complejidad y que hay que darle una solución que no puede ser aplazada.

La evolución del comercio en vía pública, ha complicado las acciones gubernamentales, se han realizado diversos esfuerzos a través de Programas de Formalización del Comercio en el Vía Pública. Esta política que ha implicado un aumento del control, ha sido criticada por los sectores que se ven afectados, y por quienes asumen su representación, así mismo, ha sido fuertemente apoyada, por el comercio establecido y por los ciudadanos.

Es conveniente revisar la Política Económica a fin de poder absorber mano de obra a procesos productivos que conducen a una ampliación del mercado interno y en una búsqueda real del mejoramiento económico de las familias. El gobierno federal deberá definir detalladamente una política integral para la administración, apoyo y regulación del comercio en vía pública, que proporcione los lineamientos generales para su administración en todo el país.

Otra solución posible, es dar mejores salarios a los trabajadores para evitar que estos busquen colocarse dentro de este tipo de comerciantes. O bien, al trabajador que se encuentre desempleado, tratar en lo más posible de volverlo a colocar en algún trabajo que le produzca bienestar económico.

Algunos grupos antagónicos al comercio en vía pública manifiestan que el remedio sería prohibirlo por completo. Nada de reubicaciones, nada de convenios no pactos, nada de nuevos mercados, no contemplan que el prohibir por completo el

comercio en la vía pública, se coartaría la libertad de trabajo consagrada en el artículo 5. Constitucional y se ocasionaría un problema social y político de grandes magnitudes.

La solución más acorde a la realidad será ordenarlo, acotarlo y no seguir permitiendo su crecimiento. No permitir que día con día se sigan acumulando más y más los comerciantes en vía pública.

Otra gran solución, es no permitir que los grandes distribuidores de mercancía (me refiero a los comercios establecidos en grande, como son las fábricas), se dediquen a distribuir sus mercancías entre las personas que se dedican al comercio en vía pública, lo cual hace que así violen leyes como las fiscales y laborales.

La negociación es la siguiente fase de la solución del problema, y estar dispuestos todos los actores a sacrificar algo de sus posiciones para poder frenar y controlar el comercio en vía pública, y no proponer los extremos de desaparecer o de dejar tal como se encuentra el comercio en vía pública.

El gobierno debe hacer conciencia como responsable del desarrollo y vigilancia de la convivencia social de estar dispuesto a enfrentar el problema sin titubear y demostrar a los actores que se está en la posibilidad de dar respuesta a la demanda de la mayoría. Este punto es vital para que todos los actores entiendan que hay decisión de gobierno de resolver el complejo problema de venta en la vía pública.

Para llegar a buenos resultados, es necesario dentro de la estrategia general, establecer las alternativas a negociar o a discutir con cada uno de los grupos involucrados en el problema.

Fijar zonas donde queda estrictamente prohibido la venta de mercancías en la vía pública.

Fijar los padrones a discutir.

Analizar vendedores y puestos por personas y partidos.

Fijar especificaciones de tipos de puesto y giros.

Calles que por sus características sean los menos afectados y ahí reubicar a vendedores de vía pública.

Evitar utilización de áreas verdes y centros históricos de la comunidad.

Búsqueda de predios para ubicar comerciantes de vía pública.

Integrar proyectos económicos viables para la construcción de plazas comerciales con recursos propios de los comerciantes de vía pública.

Establecer una aportación a la tesorería para que se tengan compromisos con la autoridad y se evite el soborno a los inspectores en vía pública.

Expedir reglamentación clara y muy difundida para la aplicación de la autoridad en su caso.

Hay que entender que los proyectos de reubicación son percibidos por los involucrados, en este caso los comerciantes en la vía pública, como una imposición por parte de la autoridad.

Las plazas techadas se deben levantar en una zona inmejorable para el desarrollo de la actividad, comercial, ya que se sitúan en un barrio reconocido por el público como de precios convenientes. Se debe promover que es un recinto seguro y atractivo para el público comprador, esto conviene a los propios vendedores.

En resumen, independientemente de las posiciones políticas, los oportunos partidistas y las presiones que hacen unos grupos a favor y en contra del ambulante la definición de lineamientos de política para la administración del comercio en vía pública debe partir de un esfuerzo serio del Gobierno Federal por controlar, regular y desarrollar este sector.

BIBLIOGRAFIA

- Archivo General de la Nación. Alhóndigas. Bandos de 21 de agosto de 1782 de Martín de Mayorga y de 28 de junio de 1783 de Matías de Gálvez, v.l. Mss.
- Archivo Histórico de la Ciudad de México, Fincas de los mercados. T. 1, vol. 1101, exp. 24 f.17.
- Archivo Histórico de la Ciudad de México, Mercados. Op.Cit. f.4.
- Cue Novas Agustín, Historia social y económica de México (1521 – 1854), Trillas, México, 1976.
- De Iarrea Dávalos Enrique Humberto. Centros comerciales e impactos urbanos. Tesis de Maestría en Urbanismo, UNAM. 2000.
- De Rojas José Luis, “México Tenochtitlan, economía y sociedad en el siglo XVI”, El Colegio de Michoacán, FCE, México, 1986.
- De Soto, Hernando.- El Otro Sendero, (La Revolución Informal) Editorial: Diana, México.- Mayo 1987.
- Díaz del Castillo Bernal, “Historia verdadera de la Conquista de la Nueva España”, Barcelona, Circulo de Lectores, 1971.
- León-Portilla Miguel, et al., El Comercio en el México Prehispánico, México, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, 1975.
- Gamboa De Buen Jorge, “Ciudad de México”, México, FCE, 1994.
- Moreno Toscazo Alejandra. Ciudad de México; ensayo de construcción de una historia, Colección Científica, num. 61 SEP-INAH, México 1978.

- Musacchio, Humberto. Diccionario Enciclopédico de la ciudad de México. Editorial Programa Educativo Visual. México 1997.
- Poniatowska, E. Luz y Luna, Las Lunitas México, 1994.
- Vallejo Cervantes Gabriela, “Domingo Chimalpahin, Diario, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 2001, (Colección Cien de México).
- OIT, Informal Sector (National Definition), Key Indicators of the Labour Market.
- OIT, Women and Men in the Informal Economy: A statistical picture.
- Bando del Departamento del Distrito Federal de 1997

DOCUMENTOS

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Reglamento de Mercados del Estatuto de Gobierno del D.F.
- Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal
- Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal
- Ley de Régimen Patrimonial y del Servicio Público del D.F.
- Reglamento para Trabajadores No Asalariados del D.F.
- Ley del Desarrollo Urbano del Distrito Federal
- Ley de Cultura Cívica del D.F.
- La Ley del Impuesto Sobre la Renta
- Ley General de Asentamientos Humanos
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal
- Reglamento Interior de la Administración Pública del D.F.
- Código Financiero del D.F.
- Dirección General de Trabajo no Asalariado de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social.
- Dirección de Modernización de Mercados
- Dirección General de Comercio y Abasto y el Fondo de Desarrollo Económico.
- Delegación Azcapotzalco