



**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

**Una mirada de género al comercio ambulante.  
El caso de las comerciantes de Neza**

Trabajo Terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

**LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

presenta

Rocío Elvira Valeriano Vázquez

**Comité de Investigación**

Directora: Dra. Ángela Giglia Ciotta

Asesores: Dr. Eduardo Nipón Bolán

Dra. Mariana Portal Ariosa

México, D.F.

Matrícula: 9932982

Diciembre, 2006

A mis padres a quienes amo y respeto profundamente  
pues sin su apoyo, comprensión y, sobre todo, paciencia,  
yo no hubiera podido dar este paso.

A José por entenderme y no renunciar.

## ÍNDICE

---

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>ESPACIO PÚBLICO: TESTIGO DE LA EXPERIENCIA URBANA .....</b>	<b>13</b>
DEFINICIÓN Y FUNCIONES .....	13
ESPACIO PÚBLICO Y COMERCIO AMBULANTE .....	14
GÉNERO Y ESPACIO PÚBLICO .....	17
<b>¿QUÉ ES EL COMERCIO AMBULANTE? .....</b>	<b>22</b>
BREVE HISTORIA .....	22
ASPECTOS GENERALES DEL COMERCIO AMBULANTE .....	28
LAS MUJERES EN EL COMERCIO AMBULANTE .....	39
<b>CIUDAD NEZAHUALCOYOTL: UN LUGAR PARA ESTUDIAR.....</b>	<b>44</b>
UBICACIÓN GEOGRÁFICA. ....	44
ESBOZO HISTÓRICO.....	46
SITUACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA.....	49
FISONOMÍA OCUPACIONAL .....	49
SITUACIÓN LABORAL DEL LAS MUJERES.....	52
EL AMBULANTAJE EN NEZA .....	55
<b>¿QUIÉNES SON LAS COMERCIANTES DE NEZA?.....</b>	<b>60</b>
EL ESPACIO BARRIAL DE LA COLONIA RAÚL ROMERO.....	61
LAS COMERCIANTES DE LA AVENIDA MÉXICO .....	64
<b>LAS VOCES DE LAS COMERCIANTES AMBULANTES.....</b>	<b>71</b>
UN DÍA DE JORNADA LABORAL.....	71
CUANDO HABLAN LAS MUJERES .....	73
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>86</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>90</b>

## INTRODUCCIÓN

El estudio de las distintas temáticas contenidas en la antropología urbana ha ido ganando terreno en las últimas décadas desde que se consagró a comienzos del siglo XX con la Escuela de Chicago. A partir de entonces, la labor antropológica no se limita al análisis de los temas tradicionales de la disciplina tales como indigenismo, religión, rituales, sistemas de parentesco, sino que ha incorporado los temas urbanos a su agenda de investigación.

Las diferentes transformaciones ocurridas sobre el terreno urbano tanto en sus usos, funciones y representaciones simbólicas, comprometen al antropólogo a ofrecer una visión conjunta sobre el significado de la vida en la ciudad por parte de los habitantes, transeúntes, usuarios o ciudadanos que participan de diversas formas en la conformación y significación de la “experiencia urbana”. Debido a su relevancia en el mundo actual, los temas urbanos se han ganado un lugar por derecho propio en los análisis antropológicos. Uno de dichos temas que suscita mayor interés entre los antropólogos urbanos, dada su complejidad, es el estudio del espacio público. No hay que olvidar que la calle es el espacio público por excelencia que, por su propia esencia, constituye también un espacio disputado (Duhau y Giglia, 2004), provisto de una pluralidad de funciones, significados e interacciones. Una modalidad de la ocupación del espacio público urbano es el llamado comercio ambulante. Para el caso particular de esta investigación nos ocuparemos del fenómeno del uso del espacio público urbano bajo la modalidad del comercio en la vía pública a través de la perspectiva de género, en otras palabras, la participación femenina en el comercio ambulante en el municipio de Nezahualcoyotl, Estado de México.

Como es bien sabido, la cuestión del género abarca todas y cada una de las actividades humanas, lo que resulta de particular importancia aquí es el hecho de que las mujeres -que secularmente han estado confinadas a la esfera privada-, se dediquen a una actividad que implica “invadir” un espacio considerado como masculino, esto es, la calle.

La elección del tema de las mujeres trabajadoras dedicadas al comercio ambulante estuvo motivada por el interés personal en las relaciones de poder entre los géneros y el papel que ocupan las mujeres en la estructura social, el cual ha sido asignado mediante la construcción social del género y su socialización, y su reforzamiento promovido por la ideología patriarcal dominante en nuestra sociedad. Sin embargo, resulta de peculiar interés el señalar que inicialmente se realizó el trabajo de campo con un tema preconcebido; no obstante, a medida que se avanzaba en el trabajo de campo – especialmente en la primera etapa-, descubrí cuestiones muy distintas a las que estaba buscando, razón por la cual hubo necesidad de reformular el proyecto de investigación y adaptarlo a las evidencias con que contaba.

Investigar la ocupación laboral de las mujeres en un tianguis ubicado en una colonia popular, aparecía como una opción plausible si lo que se pretendía era indagar el significado que las mujeres en condiciones de pobreza le otorgan a su actividad y la manera en que cambian individualmente con el trabajo productivo y reproductivo dentro y fuera del hogar.

De esta manera, se realizaron tres etapas de trabajo de campo. En los meses de abril a julio de 2005 se llevó a cabo la primera fase de trabajo etnográfico que consistió en realizar un trabajo de observación, con esporádicos y breves acercamientos a algunas comerciantes; en este lapso se recogieron datos referentes al lugar de estudio tales como ubicación geográfica, espacial y temporal, ubicación de las vendedoras a lo largo del tianguis, lo que permitió realizar una tipología de éstas a fin de seleccionar a las que resultaran más interesantes para formar la muestra; observación de las rutinas cotidianas de las comerciantes en sus espacios de trabajo, es decir, sus puestos, etcétera.

La segunda fase comprendida entre enero y principios de abril de 2006 estuvo enfocada a la realización de entrevistas a las vendedoras que fueron seleccionadas previamente. Se trató de entrevistas a profundidad tocando temas de gran relevancia para los fines de la investigación, y en las cuales el énfasis se puso en lo que las vendedoras tenían que decir a cerca de su sentir en cuanto a su doble posición: como madres de familia y como mujeres trabajadoras fuera del hogar.

Por último, en el período de finales de abril a finales de julio de 2006 se regresó a la zona de estudio para llenar espacios en cuanto a la información faltante: se completaron entrevistas y datos cuantitativos y cualitativos referentes al espacio estudiado.

El presente estudio se divide en dos grandes secciones: una parte teórica y otra parte empírica respaldada por los datos presentados en la primera sección. La primera parte está dedicada a exponer la información concerniente a la actividad del comercio ambulante, el espacio público, la situación de las comerciantes ambulantes en cuanto a su situación estructural y económica, además de presentar un bosquejo contextual del municipio de Nezahualcoyotl.

En la segunda parte se presentan los aspectos etnográficos de la investigación, además del análisis de las entrevistas realizadas a las comerciantes ambulantes para indagar el significado individual y las repercusiones de la participación femenina en el comercio ambulante de una zona urbana marginada tan representativa como es Ciudad Nezahualcoyotl. Se abordará la manera en que las vendedoras conciben la dicotomía espacial público-privado; la forma a través de la cual sus actividades tanto dentro del hogar (trabajo reproductivo), como fuera de él (trabajo reproductivo) configura y transforma la representación que realiza referente a su condición de mujer.

El objeto de estudio de la investigación de campo es el comercio callejero femenino en Nezahualcoyotl, por lo tanto reviste gran importancia hablar acerca de las comerciantes ambulantes y de los elementos implicados en su actividad laboral pero es aún más importante oír lo que estas mujeres tienen que decir, dejar hablar a la ciudad, afirma García Canclini (2005: 23). Ponerse un momento en su lugar y tratar de entender que, contrariamente a la idea que se nos ha vendido acerca del comercio ambulante, el dedicarse a esta actividad les ha permitido construir opciones independientes de trabajo y modos de vida particulares dentro de un ambiente impregnado por grandes carencias económicas, es uno de los objetivos de esta investigación.

Esta investigación pretende, con base en varios casos representativos, demostrar de qué manera el hecho de desempeñar un trabajo fuera del hogar, directamente en el espacio público a cambio de una remuneración económica, transforma la representación que las comerciantes ambulantes de una zona urbana marginalizada construyen en torno a su

condición en tanto pertenecientes al género femenino. Asimismo, la hipótesis de este trabajo es que para las mujeres que se dedican al comercio ambulante, los límites que separan al espacio público del espacio privado son constantemente rebasados, pues al ser las encargadas de la producción y reproducción de las actividades del hogar así como de la crianza y educación de los hijos, utilizan la calle como una extensión del hogar ya que es ahí donde permanecen la mayor parte del día.

De este modo, la construcción simbólica de estos dos ámbitos espaciales, así como los significados que les atribuyen son diferentes a los tradicionalmente asignados. Por tanto, el trabajar en el espacio público desempeñando al mismo tiempo dos actividades –para ellas indisociables-: trabajo productivo y trabajo reproductivo juega un papel fundamental en la manera de concebir y organizar el mundo y la experiencia urbana.

Evidentemente, esta doble jornada de trabajo y esfuerzo las coloca en una situación desigual frente a los hombres que se dedican a lo mismo.

Este trabajo pertenece a la tradición de la antropología urbana en México la cual tiene diversos ejes de interés, entre los que se encuentran los procesos de cambio social y la integración social de los pobres a las metrópolis; la visión conjunta sobre el significado de la vida en la ciudad (García Canclini, 2005: 12); políticas culturales y consumo cultural urbano; la diada ciudad-medios de comunicación; la ciudad industrial y la cultura obrera, etcétera.

Dentro de esta tradición antropológica se identifican tres grandes enfoques en el análisis de lo urbano, a saber, una antropología del urbanismo, una de la urbanización y otra de la pobreza. Esta última presenta una perspectiva más tradicional en la que se busca al “otro” urbano poniendo el énfasis en la división y estratificación económica en las ciudades. En este enfoque se trabajan a profundidad los casos específicos teniendo como actores sociales y políticos centrales a los pobres, con la finalidad de extraer sus experiencias en cuanto a lo urbano; los grupos estudiados, entre otros, son: obreros, trabajadores petroleros, albañiles, comerciantes ambulantes y costureras.

Un representante importante de este enfoque es Oscar Lewis con su propuesta de “cultura de la pobreza”, la cual se refiere al hecho de que la pobreza constituye el factor

dinámico que afecta la participación en la esfera de la cultura nacional creando así una subcultura por sí misma. “Uno puede hablar de la cultura de la pobreza, ya que tiene sus propias modalidades y consecuencias distintivas sociales y psicológicas para sus miembros” (Lewis, 1985:17). Según Lewis las características de este enfoque son numerosas e incluyen rasgos económicos, políticos, sociales, culturales y psicológicos tales como uniones libres o matrimonios de consentimiento, alta incidencia en el abandono de esposas e hijos, tendencia a las familias centradas en la mujer o madre, con bajos niveles de organización social que no se extienden más allá del núcleo familiar, pasividad política y carencia total de conocimiento de las figuras políticas nacionales.

El aspecto crucial del patrón total, sin embargo, es que dichos rasgos son aprendidos como parte de sistemas de pensamiento y conocimiento y son reforzados por las condiciones económicas y ambientales existentes (Vélez, 1991:52). De cualquier manera, la clave es que esas poblaciones se “adaptan” a la pobreza y se comportan de acuerdo con el patrón parcialmente descrito. Esta propuesta que hoy en día conserva su parte de veracidad, no obstante, será puesta a discusión pues las evidencias con que contamos demuestran que las personas que habitan Ciudad Neza expresan valores sociales y culturales que difieren en poco de los de otras poblaciones; ellos valoran altamente el vínculo del rito tradicional del matrimonio, las familias centradas en el padre, el tener casa propia y el deseo de superación y así conseguir una mejora en sus condiciones existenciales.

Las comerciantes ambulantes de Nezahualcoyotl pertenecen a un sector de la población descrito como *marginal* por las características particulares que presenta su ambiente social. Ahora bien, los grupos calificados como marginales se valen de diversos mecanismos para subsistir, el más importante de estos son las redes de ayuda recíproca. Sin duda, se torna necesario enmarcar la investigación dentro de un cuerpo teórico que dé cuenta de las condiciones de pobreza en las que se encuentran inmersas las comerciantes ambulantes y, al mismo tiempo, nos muestre cómo funciona el mecanismo de subsistencia utilizado por estas mujeres. Evidentemente el tema de la marginalidad se ajusta a los fines del estudio.

La marginalidad ha sido abordada por múltiples autores que centraron su interés en estudiar a este sector de la población así como sus estrategias de supervivencia;



encontramos a Larissa Lomnitz, José Antonio Alonso y Carlos Vélez entre los más importantes; los presupuestos teóricos de estos autores aparecerán subyacentes a lo largo del trabajo con el propósito de no presentarlo demasiado denso para el lector.

Para comenzar, es de suma importancia hacer patente la diferencia cualitativa entre los términos *marginalidad* y *marginalización*. El término *marginalidad* se refiere a una situación social que presenta una existencia independiente de los individuos que la portan y aparece fundada en las tendencias más recientes de las relaciones de producción en los países capitalistas. En un país como México que cuenta con un tipo de economía mixta, es decir, coexisten el crecimiento económico mantenido durante varias décadas con el incremento de la dependencia orgánica y estructural con

respecto a los países industrializados (Alonso, 1981:76), la marginalidad estructural presenta dos vertientes: como *situación* que se caracteriza por la presencia de una parte de la fuerza de trabajo en actividades no relevantes al funcionamiento del sistema; como *proceso* implica la progresiva internación de un modo de producción capitalista cuya consecuencia inexorable es el aceleramiento de la marginalidad en nuestras sociedades (*Ibíd.*).

Ahora bien, el sistema laboral urbano se encuentra dividido en formal e informal o marginado. El primero responde a tres elementos indisociables que constituyen la base de este sector: poder, capital y trabajo, encarnados en los funcionarios burocráticos, la burguesía y los trabajadores, respectivamente. Mientras que el sector marginado se caracteriza por “una economía a pequeña escala que utiliza mano de obra intensiva de tipo familiar, que se cuela por los resquicios económicos o legales de la economía formal. Este sector está marginado del sistema de producción industrial dominante y del aparato estatal, pero cumple con funciones en términos de la economía nacional” (Lomnitz, 1994:100).

Por otro lado, tenemos que los habitantes de Ciudad Nezahualcoyotl –y por ende, las comerciantes ambulantes de estas colonias populares- no son, sin embargo, sujetos marginales *per se*, más bien forman parte de sectores que sufren un proceso de *marginalización*, esto es, son constantemente explotados y reprimidos; no son social y culturalmente marginales, sino estigmatizados y excluidos por un sistema social cerrado.

En este contexto Perlman argumenta que “en términos de sus actitudes culturales, tales poblaciones no deberían ser consideradas como pasivamente marginales, aunque sí deberían ser descritas como activamente *marginalizadas*” (citado en Vélez, 1991:37). Efectivamente, estos sectores sociales manifiestan comportamientos, pensamientos y actitudes que refuerzan sus redes sociales y reproducen formas de vida tradicionales que nada tienen que ver con la inadaptabilidad, anomia social, pesimismo, etcétera.

[...] La marginalidad se define estructuralmente por la ausencia de un rol económico articulado con el sistema de producción industrial. Pero ello no quiere decir que los marginales se encuentran al margen del sistema: su inserción en la economía urbana se da a través de los servicios que prestan a las clases medias (que en parte explica el nivel de vida que éstas disfrutaban en Latinoamérica) y en su participación en la economía informal (Feixa, citado en Portal y Safa, 2005:34).

La marginalización de una gran parte de la población de Ciudad Nezahualcoyotl, esto es, su exclusión de los beneficios económicos del sistema económico, sólo puede explicarse a través de las condiciones histórico-sociales bajo las cuales se conformó dicho municipio; condiciones que incluyen la industrialización de capital intensivo, acompañada de una inversión intensiva en la infraestructura urbana, tal como sucedió en la capital del país. Cuando tales procesos se combinan con una estructura social jerárquica, ello genera un gran número de seres humanos a los que se niega el acceso a los beneficios que se obtienen de dicho proceso; un gran número de tales poblaciones emigra entonces a zonas como Ciudad Nezahualcoyotl con el fin de sobrevivir en su exclusión.

Dicha condición de marginalización puede ser cuantitativamente identificada a partir de características económicas y ocupacionales. Como se expondrá más adelante, la situación económica predominante en Neza es de escasos recursos económicos. Lomnitz (1998) describe las ocupaciones marginales como consistentes en un trabajo manual no asociado, trabajo familiar no retribuido y pequeñas actividades de autoempleo. Estas últimas incluyen ocupaciones tales como trabajo de construcción, servidumbre, reparación de casas, meseros, peluqueros, jardineros, intendentes, vendedores ambulantes y aquellos involucrados en artesanía obsoleta y en oficios. Otro rasgo característico del mercado de trabajo informal es que carecen de los elementos básicos de cualquier mercado de trabajo formal, el cual incluye características tales como un ingreso superior

al mínimo, protección laboral y seguridad ocupacional a través de la asociación o el contrato. Los dos elementos claves en todas estas ocupaciones, de acuerdo con Lomnitz, es que ellos no forman parte del proceso urbano industrial formal de producción, y que la totalidad de dichas ocupaciones padecen de inestabilidad crónica (1998:16).

Carlos Vélez, en un trabajo extraordinario acerca de Nezahualcoyotl sostiene que la fuerza de trabajo de este municipio encuentra empleo en estas ocupaciones no por falta de mejores aspiraciones ni por apatía ante su situación económica, si no que se encuentran inmersos en un ambiente particularmente ríspido en el que se dificulta el acceso a opciones mejores de empleo.

El punto no es el parroquialismo económico, la carencia de motivación o la ausencia de una ética del trabajo sino que las poblaciones económicamente marginalizadas, como la de Neza, participan en una estructura con oportunidades muy limitadas creada por las tecnologías industriales de capital intensivo (Vélez, 1991:70).

Estando inmersas en las circunstancias ya descritas, las mujeres que participan en el comercio ambulante han adoptado estrategias de supervivencia para adaptarse al ambiente hostil en el que están inmersas. Las redes sociales juegan un papel fundamental en este proceso ya que, incluso, les abren la posibilidad de aspirar a condiciones más favorables para mejorar sus experiencias personales y familiares. Dichas redes sociales –introducidas por algunos británicos como Radcliffe-Brown y retomada por Larissa Lomnitz, entre otros- consisten en un sistema de intercambio recíproco, “una modalidad de intercambio entre iguales, incrustada en una urdimbre de relaciones sociales que persiste en el tiempo y no es pasajera y casual como en el intercambio de mercado” (Lomnitz, 1994:92). Los elementos intercambiables en este circuito se refieren principalmente a información, entrenamiento y ayuda para empleo, préstamos, bienes compartidos en común, servicios y apoyo emocional y moral.

En el apartado donde se analizarán las entrevistas se desvelarán estos mecanismos de ayuda y la manera en que benefician a los participantes de dichas redes, situación que posibilita que las mujeres resignifiquen su experiencia urbana y personal.

A lo largo de la investigación hubo la necesidad de hacer una extensa revisión bibliográfica con material que fue conseguido de diversas maneras; la gran mayoría fueron préstamos, ya sea de amistades o a través de diferentes bibliotecas públicas, otros resultó necesario comprarlos debido a la gran importancia que revestían para el estudio pues era materia primaria de información y se tornaba necesario regresar a sus páginas constantemente. Otro tipo de fuente fue proporcionado por diversos profesores que colaboraron en la realización de este trabajo. También se presentó la necesidad de revisar algunos periódicos atrasados ya que contenía información particularmente importante para la realización de un capítulo.

Una herramienta de gran ayuda fue la Internet pues, debido a la gama extensa de temas que se puede encontrar en los “portales”, resultó indispensable hacer uso de esta tecnología en más de una ocasión. Las fichas bibliográficas –con las cuales corrió gran cantidad de tinta- no podían faltar para la realización del presente estudio ya que constituyen la base de la parte teórica. En cuanto a la metodología de la investigación para la parte empírica, ésta estuvo integrada por la imponderable observación participante, etnografía de la zona de estudio y entrevistas a profundidad con las protagonistas de la investigación, las cuales fueron grabadas y posteriormente transcritas en su totalidad.

## ESPACIO PÚBLICO: TESTIGO DE LA EXPERIENCIA URBANA

### *Definición y Funciones*

El espacio público entendido como “aquel espacio que no es privado [...] y que constituye el medio físico que permite poner en relación a los diferentes espacio privados... [Es] donde se encuentran los servicios y vialidades disponibles para todos los habitantes” (Duhau y Giglia, 2002:4), es un escenario en el cual se gesta una multiplicidad de usos, significados e interacciones por parte de los diferentes actores sociales que habitan en los alrededores, circulan y permanecen en él. Es también el laboratorio donde confluye lo diferente, la diversidad cultural y, al mismo tiempo, la posibilidad de la co-presencia con los otros, a condición de poner en práctica lo que Monnet llama “urbanidad” es decir, el “arte de vivir juntos mediado por la ciudad” (en Duhau y Giglia, 2002:6), esto es, el reconocimiento pacífico del otro.

Lo que debe tenerse en cuenta es que el espacio público está socialmente construido, por lo tanto son las personas que de alguna forma utilizan estos lugares las que confieren significado existencial a un universo urbano, mismo que incide en su experiencia de vida. Efectivamente, en esta experiencia el espacio público se revela en las prácticas sociales y en las formas de comunicación, como el lugar donde convergen la heterogeneidad social y la diversidad cultural (Ramírez, 2006). En este marco las relaciones sociales y las representaciones que de ellas se desprenden, van a responder a las variables particulares que intervengan en cada situación.

El valor positivo que se le confiere al espacio público urbano debido a la sociabilidad que en él se desarrolla, como espacio de una vida pública cotidiana, no es su única cualidad; en efecto, el espacio público se presenta ante nosotros provisto de una amplia gama de funciones, significados e interacciones. Al respecto se ha señalado que

El espacio local no solamente es escenario de una multiplicidad de prácticas cotidianas, sino que es organizado y significado según temporalidades y ritmos colectivos que permiten experimentarlo de modos diferentes de acuerdo con acontecimientos que se reiteran periódicamente pero que no son cotidianos (Duhau y Giglia, 2002:21)

Y continúan:

Se establece así una doble dimensión: la de los usos y significados de la vida diaria [...] y la de los usos y significados periódicos o excepcionales que hacen posible una gama amplia de encuentros con “el otro” desconocido” (*Ibíd.*).

El espacio público urbano es testigo de al menos dos diferentes tipos de espacialidades, a saber, una espacialidad del “estar”, de apropiarse de las calles –como en el caso de los mercados sobre ruedas o de las fiestas vecinales; por otro lado, funciona como una espacialidad de circulación necesaria. Por ejemplo, cuando asistimos a la ocupación y apropiación de las calles bajo la forma de tianguis, no nos referimos a ésta como un espacio público de tránsito, sino como un espacio público “en el cual se instala un escenario que permanece, al menos más de lo que permanece un transeúnte en el lugar” (Lindón 2006: 16).

### *Espacio público y comercio ambulante*

Como se mencionó líneas arriba, una de las prácticas que se llevan a cabo en el espacio público –específicamente en las calles- es el establecimiento de los llamados tianguis o mercados sobre ruedas. Tal modalidad de comercio informal se refiere a un fenómeno que cada vez más, sobre todo en las colonias populares, ha ido ganando terreno en el paisaje urbano; efectivamente, esta modalidad de comercio informal paulatinamente se ha ido apropiando de las calles, situación que ha detonado que las personas involucradas – las que viven en los alrededores de estas centralidades periódicas, las que transitan por estos espacios y los mismos comerciantes del tianguis- utilicen y signifiquen el espacio público urbano de manera diferente, incluso en posiciones de antagonismo.

Los comúnmente llamados tianguis son conglomerados de puestos semifijos que se instalan en las mañanas y se retiran al atardecer. Ocupan generalmente todo lo ancho de una calle, además de las banquetas y su extensión es variada pues, de hecho, existen tianguis que abarcan cuatro o cinco colonias. Primordialmente, los productos que se encuentran en esta centralidad periódica se refieren a los alimentos: fruta, verdura, comida preparada, carnes rojas, pollo, pescado, etcétera; sin embargo, su oferta se extiende a mercancías para el equipamiento del hogar (utensilios de cocina,

toallas, adornos, blancos), equipamiento personal (ropa, zapatos, artículos de belleza), esparcimiento (discos “piratas” de música y video), etcétera.

El comercio en la vía pública se presenta bajo diversas modalidades dependiendo de los productos que ofrecen pero sobretodo de los lugares ocupados por estos vendedores. Una de estas formas son los llamados tianguis o mercados sobre ruedas; esta modalidad de comercio en la vía pública presenta una forma diferente y específica de apropiación del espacio público pues, a diferencia de los otros ambulantes, éstos presentan una forma de organización más consolidada, un orden más sólido al contar con líderes que velan por sus intereses y, en general, una valorización más fuerte por parte de los usuarios de los tianguis. Efectivamente, la expresión por excelencia del comercio ambulante son los tianguis, lugares donde los residentes de las colonias donde se instalan –y aún más, de lugares distantes- acuden a satisfacer sus necesidades de consumo, especialmente de alimentos.

El fenómeno del tianguis es la expresión más convencional de la economía informal. Su notoriedad radica en que, como ya se ha hecho patente, su centro de operación fundamental es la vía pública, área destinada a servir para el libre tránsito, tanto de personas como de vehículos, y lugar para la recreación y el esparcimiento. De tal suerte que esta circunstancia, si bien le garantiza al vendedor la cercanía directa con su potencial consumidor, también lo hace propenso a tener que enfrentar diversos problemas sobre intereses de terceros dado que se efectúa sobre algo que, en definitiva, es del dominio común, como pueden ser las calles, aceras peatonales, camellones, accesos al Metro, paraderos de autobuses, etcétera.

La actividad del comercio ambulante, vía tianguis, es una de las representaciones de lo público en un territorio de uso colectivo, “[...] en particular el tianguis, por su periodicidad fija y semanal, genera una de las más importantes situaciones públicas en las colonias populares por el hecho de permitir entre los concurrentes aquellas relaciones anónimas, efímeras, transitorias y parciales (o segmentarias) que constituyen el meollo de la dimensión de lo público moderno” (Duhau y Giglia, 2002:15).

Aunque en los últimos años la presencia de este tipo de centralidad se ha ido expandiendo a colonias de clase media, se pueden rastrear sus inicios en las colonias populares, las cuales presentan características que le confieren su peculiaridad y lo que explica que sea un espacio fértil para la proliferación del comercio ambulante.

Las colonias populares se ubican dentro del denominado urbanismo popular el cual opera basado en la irregularidad jurídica en cuanto a la propiedad del suelo, así como la autoconstrucción paulatina de la vivienda.

El urbanismo popular [está basado] en la producción de lotes baratos destinados a la vivienda unifamiliar auto construida y, en gran parte de los casos, en condiciones de irregularidad jurídica. Se trata de espacios urbanos cuya estructura responde a la búsqueda de un aprovechamiento máximo del suelo para la producción de lotes habitacionales. Es obvio que con el paso del tiempo se van incorporando otros usos, lo que tiende a transformar en alguna medida estos espacios en áreas donde coexisten los usos habitacionales con los comerciales y de servicios (Duhau y Giglia, 2004: 262).

Una característica sobresaliente de esta modalidad de contexto urbano es que los usos del espacio público responden a la lógica de los usos y costumbres legitimados por el consenso público y los cuales “incluyen la aceptación pragmática de múltiples formas de apropiación y usufructo del espacio público para fines privados” (*Ibíd.*: 282)

Asimismo, las condiciones económicas predominantes en este tipo de colonias promueven la proliferación del comercio callejero ya que los vecinos prefieren consumir en los tianguis porque los precios son más accesibles que en las tiendas de autoservicio y aún más en los mismos mercados establecidos; de esta manera, al comprar en los puestos callejeros economizan dinero que pueden ocupar en otras cosas.

Aún cuando se perciben a los tianguis como lugares donde predomina el desorden debido a la obstrucción de los espacios para el libre tránsito tanto vehicular como peatonal, los distintos sujetos involucrados en este fenómeno observan un “orden urbano” en el sentido que Duhau y Giglia lo entienden, esto es “el conjunto de normas y reglas tanto formales [...] como convencionales a las que recurren explícita o tácitamente los habitantes de la ciudad en su interacción cotidiana en el espacio público, por medio de las cuales establecen sus expectativas y organizan las prácticas relacionadas con los usos, la apropiación y los significados atribuidos a los espacios y a los artefactos urbanos” (2004:262-3)



El comercio en la vía pública se presenta bajo diversas modalidades dependiendo de los productos que ofrecen pero sobretodo de los lugares ocupados por estos vendedores.

Una de estas formas son los llamados tianguis o mercados sobre ruedas; esta modalidad de comercio en la vía pública presenta una forma diferente y específica de apropiación del espacio público pues, a diferencia de los otros ambulantes, estos presentan una forma de organización más consolidada, un orden más sólido al contar con líderes que velan por sus intereses, y, en general, una valorización más fuerte por parte de los usuarios de los tianguis. Efectivamente, la expresión por excelencia del comercio ambulante son los tianguis, lugares donde los residentes de las colonias donde se instalan –y aún más, de lugares distantes-, acuden a satisfacer sus necesidades de consumo, especialmente de alimentos.

En este ambiente la actividad del comercio en la vía pública es tolerada por unos y aceptada por otros quienes ven en este oficio la manera idónea de satisfacer sus demandas de consumo, principalmente por sus bajos costos y por la cercanía con sus viviendas. En efecto, en las colonias populares se da un uso intensivo peatonal de las calles<sup>1</sup> a través de las cuales se accede a una serie de equipamientos como escuelas, tiendas, clínicas, lecherías, tortillas, mercados sobre ruedas (*Ibíd: 7*).

Por otro lado, el espacio público en las colonias populares, más que en otros sitios, constituye la experiencia de lo heterogéneo y de lo otro; así pues, las prácticas que se llevan a cabo ahí tales como las posadas, ferias y tianguis sirven como escenario de una diversidad de funciones, significados e interacciones sociales que, evidentemente, enriquecen la experiencia urbana.

### *Género y espacio público*

Ya hemos dicho que el espacio público, específicamente la calle, tiene como una de sus funciones la sociabilidad entre los usuarios y a partir de estas relaciones sociales se establecen vínculos afectivos, significados, relaciones de poder, etcétera.

---

<sup>1</sup> Duhau y Giglia (2002) denominan como espacio de proximidad o espacio local, a los espacios públicos accesibles a pie desde la vivienda como son las calles, banquetas, plazas y otras infraestructuras comunes en las colonias populares.

No obstante, estas experiencias son diferentes en hombres y mujeres, es decir, a partir de la condición de género se vive una experiencia espacial distinta. En efecto, en base a los constructores sociales desiguales en cuanto a los géneros, las mujeres viven una experiencia distinta a la de los hombres en su relación con el espacio: la manera en que lo perciben, lo sienten y lo conceptualizan.

Por citar un ejemplo, los espacios públicos casi nunca son experimentados por cualquier sujeto como espacios proclives a la inseguridad, sino que se asocia con las situaciones en las que se encuentran determinados actores sociales, especialmente mujeres (Lindón, 2006). Por tanto, para éstas representa un grado mayor de peligrosidad el transitar por calles oscuras y solitarias ya que son más vulnerables de experimentar un acto de violencia en su contra. En este ambiente existe una serie de reglas tácitas (como transitar por una calle particular en un cierto momento del día) que las mujeres deben seguir si no desean vivir experiencias desagradables.

En el caso de las mujeres que se dedican al comercio ambulante existe una doble diferencia en la forma de experimentar el espacio público: por un lado, con las mujeres que no se desempeñan laboralmente en la calle y, por el otro, es distinta su concepción en comparación con la del hombre. Veamos. Tradicionalmente el hogar es el espacio dominado por la mujer pues es ella quien pasa la mayor parte del tiempo supervisando que las cosas marchen bien dentro de la vivienda y aún fuera de ella ya que además son las responsables de atender los asuntos escolares de los hijos (juntas, reuniones, festivales, citatorios) y los financieros y de pagos inherentes a la casa (pagos por los servicios, gestión de los mismos, compras para la comida, etc.).

Así, “quizás el espacio femenino ‘por definición’ sea el hogar. El espacio doméstico adquiere connotaciones y simbolismos –seguridad, calor, afecto- que superan mucho a las del mero alojamiento” (Sabaté y Rodríguez, 1995:296). No obstante, la situación que enfrentan en la vía pública es distinta. Al verse en la necesidad de dejar el espacio doméstico para trabajar en un puesto en la calle, no se deslindan de sus tareas como esposas y madres, antes bien, trasladan parte de sus actividades domésticas a su lugar de trabajo; así, encontramos tianguistas que tienen consigo a sus hijos mientras los atienden, supervisan sus tareas escolares, les dan de comer, al mismo tiempo que atienden sus puestos. Por tanto, ya no se puede aceptar la concepción que dicta que las

mujeres sean adscritas al espacio privado de la reproducción y relegadas del espacio público de la producción, pues las evidencias demuestran que estas mujeres adoptan diversas estrategias de adaptación con el fin de poder compatibilizar las dos actividades de subsistencia, es decir, producción y reproducción. A este respecto se ha escrito que:

El aporte teórico feminista ha llamado la atención sobre la interrelación entre proceso productivo y reproductivo en la estructuración de las relaciones de género, y sobre la importancia de utilizar el concepto de reproducción teniendo en cuenta y vinculando sus tres niveles de reproducción: biológica o humana, de la fuerza de trabajo y de las relaciones sociales (Massolo, 1992:70).

No obstante, las experiencias de las ambulantes no se reducen a sus actividades referentes a su papel como madre-esposas, también experimentan el espacio público en cuanto personas individuales, como transeúntes, usuarias, vendedoras, etcétera. Dichas experiencias tienen dos vertientes: en relación con los sujetos con los que interactúan, por un lado, y por el otro las relaciones tejidas por ellas con su entorno y en las cuales crean vínculos, muchos de ellos de carácter emocional. Este supuesto será retomado más adelante cuando se desarrolle el análisis empírico.

Entonces, el espacio público no tiene un significado *a priori*, sino más bien, son las mujeres quienes les confieren significados a la luz de sus propias experiencias en una circunstancia concreta. En el caso de las vendedoras callejeras, deben encarar el miedo al peligro que se puede presentar en el espacio público pues es en la calle donde llevan a cabo su actividad laboral. Descubren que aún frente a las adversidades que cotidianamente se les presentan, logran superar las dificultades en aras del bienestar de su familia y del propio. Es ante las adversidades que las ambulantes logran superarse e imponerse a las circunstancias desfavorables para ellas que son inherentes a su actividad; “en este escenario, la fuerza y la seguridad de la mujer se constituye precisamente en el espacio público, y particularmente en la calle” (Lindón, 2006:30).

Las comerciantes ambulantes –más que las mujeres que no trabajan en la calle “son los agentes primordiales de la articulación entre las unidades domésticas y la estructura urbana” (Borja y Castells, 1987:91 en Massolo, 2004:16) al ser quienes utilizan las dos esferas espaciales.

Cabe destacar que en la perspectiva de género en los estudios urbanos la mujer no se presenta como la víctima, pues se ha demostrado que pueden enfrentar situaciones difíciles en cuanto a su uso de la ciudad y salir adelante de dichas situaciones; más bien lo que se pretende es poner en evidencia la falta de igualdad en su posición frente a los hombres, cuestionar que la ciudad sea organizada a la medida del hombre y, en definitiva, proponer cambios que permitan una buena vida de las mujeres, en una mejor ciudad y sociedad (Massolo, 2004:14).

El comercio en la vía pública se puede resumir como un mecanismo de respuesta frente a una situación vulnerable. Para las autoras Brígida García y Orlandina de Oliveira (1998), la actividad económica de las mujeres de los sectores populares surge cuando se presenta una situación difícil, por lo que las familias recurren a mecanismos de reproducción. La concepción tradicional aún hoy concibe como negativo que las mujeres trabajen en las calles calificándolas como ofrecidas y callejeras y se espera de ellas que permanezcan en el hogar; sin embargo, al ser el comercio en la vía pública una ocupación familiar, rompe con estas ideas y les facilita a las mujeres realizar un trabajo digno que provee de ingresos a sus familias y lo que es más, muchas veces no es mal visto por los hombres que trabajan en sus mismas condiciones.

Las mujeres han ampliado su presencia en el espacio público respondiendo a las condiciones socioeconómicas actuales; lo que no significa que los hombres, quienes detentan el poder en la toma de decisiones, hayan cedido mayores espacios de poder a las mujeres ni que la adscripción cultural de las mujeres a la esfera doméstica se haya erradicado de los esquemas mentales y expectativas sociales. Además, otra variable que influye en contra de las condiciones de la mujer en la ciudad es que las transformaciones que han ocurrido en cuanto a su incorporación al mundo laboral no han tenido su contraparte en relación a la vivienda ni en la esfera pública con el fin de favorecer el reparto de papeles debido a que la misma sociedad han perpetuado los estereotipos sobre los roles de la mujer y a su vez los estereotipos de género del hombre, presionándolos a cumplir el “ideal masculino”, así como la mujer debe responder al “ideal femenino” (Massolo, 1992).

No obstante, al incorporarse las mujeres al ámbito del trabajo remunerado, los estereotipos en relación a los roles de los dos géneros en la dinámica social han tenido que modificarse. Las mujeres que encuentran su fuente de ingresos en la calle se enfrentan a obstáculos –físicos e ideológicos- que dificultan su actividad ya que asumen roles no aceptados socialmente como el tener que tomar la palabra y negociar su ocupación del espacio público. Este hecho representa una revolución en ambas esferas puesto que se rompe con la ideología que sostiene que el lugar que les pertenece a las mujeres es el hogar y que deben aceptar las decisiones de los hombres.

Por otro lado, con la incursión de la mujer al trabajo remunerado desafortunadamente no se ha presentado una aproximación entre el mundo laboral y el doméstico y, por ende, la mujer se ha visto en la necesidad de partirse en dos. Por tanto, una de las funciones de la perspectiva de género en los estudios urbanos es detectar las diferencias sociales y culturales entre los géneros a fin de planear estrategias que coadyuven a eliminar o, al menos, disminuir las distintas formas de desigualdad y subordinación de las mujeres que se desprenden de las relaciones de poder entre los géneros.

La perspectiva de género implica ir más allá del estudio de las mujeres y de la incorporación de la variable sexo en los análisis. Requiere de la utilización de un concepto relacional de género que englobe las desigualdades económicas, socioculturales y de poder, entre hombres y mujeres, por un lado, y entre las propias mujeres y los propios hombres ubicados en diferentes clases, grupos étnicos, etapas de su ciclo de vida y posición en los sistemas de parentesco. Como se trata, además, de un concepto multidimensional que articula aspectos socio-estructurales y socio-simbólicos, las desigualdades de género se manifiestan tanto en el acceso y control diferencial de recursos (físicos, socioeconómicos, socioculturales y políticos), como en las concepciones del mundo, el proceso de individuación y la construcción de identidades (De Oliveira y Ariza, citadas en Massolo, 2004: 12).

Dado que el tema que nos ocupa es el comercio ambulante femenino, se torna necesario ahondar en ello. El capítulo siguiente, pues, muestra los aspectos relevantes de la actividad comercial ambulante.

## ¿QUÉ ES EL COMERCIO AMBULANTE?

### *Breve historia*

El comercio ambulante en México es un fenómeno que tiene sus orígenes en la época precolombina cuando los habitantes de los poblados más pequeños acudían a las grandes ciudades, en especial a la gran Tenochtitlán, para intercambiar sus productos y servicios, en un proceso mercantil denominado trueque<sup>2</sup>.

A causa de la especialización de ciertos *calpullis*<sup>3</sup> que se dedicaban a determinados oficios, en Tenochtitlán se desarrolló una clase de artesanos cuyos miembros vendían sus productos en los grandes mercados junto con los productos agrícolas y con las mercancías provenientes de las regiones tropicales. Hubo muchos mercados en el Valle de México; cada uno se especializaba en ciertos productos: por ejemplo, en el de Cholula se vendían productos de la industria joyera y de plumas de adorno, mientras que en el de Texcoco se vendían vestidos de cerámica fina. El mercado de Tlatelolco era el más grande y se efectuaba a intervalos regulares, a él acudía un gran número de compradores y vendedores y la oferta de productos era enorme. La plaza de mercado o *tranquiztli* medía el doble de la del mercado de Salamanca; estaba rodeada por portales y vigilada estrictamente por una policía de mercado establecida por los comerciantes y encargada de juzgar todos los casos de abuso, robo, etcétera (Cortés, 1993). Había 60 variedades de comerciantes; un 75 por ciento, aproximadamente, vendía bienes de consumo mientras que el resto se dedicaba a la venta de productos manufacturados tales como textiles de fibra de maguey o de algodón, talabartería, jícaras pintadas y barnizadas, objetos de madera, alfarería, cestería, petates, cuchillos de piedra, joyas, espejos de pirita y placas de obsidiana, instrumentos de cobre y escobas de zacatón, como mercancía original se menciona también el excremento humano, que servía para curtir las pieles (Krickeberg, 1961).

---

<sup>2</sup> Llámese así al primitivo sistema comercial anterior al uso de la moneda; consistente en el intercambio de mercancías.

<sup>3</sup> Calpulli significa “casa grande”. Se trataba de grupos locales ligados por un antepasado común.

Además de este tipo de comerciantes había los que no acudían a un mercado sino que iban de casa en casa vendiendo chiles, sal, hierbas y en general mercancías baratas y de fácil transportación, “a los cuales podemos identificar como comerciantes ambulantes” (López, 1972:26). Los puestos de estos comerciantes estaban contruidos con otates y morillos, los cuales funcionaban como protección ante las inclemencias del tiempo, también ocupaban petates para colocar su mercancía. Mientras que los comerciantes que deambulaban por las calles ofreciendo sus productos ocupaban lo que conocemos como huacales, en ellos podían transportar fácilmente las mercancías (Gutiérrez, 1997).

Durante la época colonial la situación del comercio ambulante en esencia fue la misma, si es que existieron cambios sólo fue en lo concerniente a los reglamentos para ejercer esta actividad pues ahora estaba prohibido deambular por las calles ofreciendo las diversas mercancías; por lo que se establecieron lugares y horarios para ejercer el oficio, los cuales fueron ignorados casi por completo pues los comerciantes ocuparon las calles, plazas y cualquier espacio estratégico que pudieran servir para tal efecto. Eran puestos semifijos pues los vendedores instalaban la infraestructura para la venta al principio de la jornada y lo desmantelaban al concluir. Generalmente el puesto consistía en cajones y canastas donde transportaban y exhibían la mercancía —en el caso de frutas y verduras— o bien, una mesa con mantel, platos y ollas para el caso de venta de comida preparada. En sus puestos ofrecían desde alimentos (tamales, salsas) hasta herramientas (Gutiérrez, 1997).

En esta época el comercio ambulante estaba estrechamente vinculado a la clase indígena y a la población económicamente desfavorecida. La venta ambulante era una actividad que se desempeñaba en familia, es decir, cada integrante tenía una función asignada. Por otra parte, “es interesante notar que la participación de las mujeres, como trabajadoras, en el ejercicio del ambulante ha sido frecuente desde la época colonial” (De Alba, *et al*, 2005:13). Los comerciantes estrictamente ambulantes volvieron a aparecer, ofertando diversas mercancías como pudo haber sido aguas frescas o dulces.

La situación del comercio ambulante cambió en el siglo XIX; ahora las autoridades dirigían sus esfuerzos a la regulación de este tipo de actividad. Para este efecto construyeron varios mercados con el fin de que desapareciera el ambulante; algunos de estos inmuebles fueron El Parián, ubicado en la plaza mayor, y El Volador.

Sin embargo, la capacidad de aquéllos para albergar a los comerciantes era rebasada ampliamente por el número de vendedores quienes volvieron a invadir las calles.

Algunos de los tianguis de la época eran el de Jesús, La Cal, La Paja, Candelaria de los Patos, Santa Ana, Carbonero, Burros o Mixcalco y otros (Gutiérrez, 1997).

En pocos años la invasión del espacio público se consolidó en la capital; así, estos personajes hicieron de las calles, plazas, jardines y esquinas de la Ciudad de México, sus escenarios de venta. Prieto (1994) retrata con claridad el ambiente de los tianguis:

Los concurrentes y consumidores se sentaban en el quicio de las puertas, o en petates tendidos en el suelo; allí engullían, carcajeaban y tenían solaces de banquete, no sólo la gente humilde y de baja clase, sino el medio pelo presuntuoso, los payos pudientes y los ricachos no envanecidos con una caprichosa fortuna (Prieto citado en Gutiérrez, 1997:40).

Hacia finales del siglo XIX y principios del XX la ciudad entró en una fase de expansión y crecimiento tanto en el ámbito demográfico como en el tecnológico. De este modo el comercio callejero se expandió a la par del crecimiento de la ciudad; al mismo tiempo las autoridades capitalinas, preocupadas por el reordenamiento público, comenzaron con la construcción de una gran cantidad de mercados cerrados que albergarían a un sinnúmero de ambulantes, claro está que esto no significaba la desaparición de este tipo de comerciantes. Los principales mercados de la época fueron; el mercado de la Merced –el cual contenía una oferta muy vasta principalmente de comestibles-, el mercado de Flores, La Viga, Santa Ana, Guerrero, Dos de Abril, Martínez de la Torre, Tepito, San Cosme, Loreto, La Candelaria de los Patos, San Antonio Tomatlán, Lagunilla, Aguilita, San Juan y Santa Ana, Mixcoac y San Ángel (Gutiérrez, 1997). También en Monterrey, Guadalajara, Durango y Jalapa, entre otros estados, comenzó la construcción de mercados.

Mientras tanto, en la capital los comerciantes ambulantes continuaban con sus actividades colocándose en ambas aceras de las calles los días de tianguis y festivos; sus productos oscilaban entre chiles, pulque, enseres para el aseo personal y para el hogar, hasta herramientas o piezas prehispánicas. Pero los vendedores semifijos no eran los únicos, también estaban los ambulantes, es decir, los que deambulaban por las calles ofreciendo sus productos, el más representativo era el *aguador*<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Persona que transportaba el agua de los pozos a las casas.



Otro personaje de esta categoría lo representaba el *abonero*<sup>5</sup>, quienes predominantemente eran de origen judío y árabe; en la cultura popular estaban representados por “Nagulás”, personaje que en 1928 apareció por primera vez en el suplemento dominical del periódico *El Universal*. “Nagulás” era un “abonero turco que operaba en el mercado de La Lagunilla, su esposa “Tina” y su empelado, Liborio, a quienes sus patrones llamaban “Laburio”” (De Alba, 2005:18).

A estas alturas del siglo, los problemas relacionados al comercio ambulante se intensificaron cualitativa y cuantitativamente; en efecto, los lugares públicos que antes no eran ocupados por el comercio callejero ahora se veían invadidos por los vendedores, además de ocupar los lugares que por tradición “les pertenecían”; el número de comerciantes callejeros ascendía a más de 3 mil (López, 1972:189). Al mismo tiempo, pese a sus esfuerzos por reordenar jurídicamente esta actividad, las autoridades no lograron incluir a los comerciantes a un régimen fiscal el cual garantizaría la recaudación de las actividades mercantiles que se desarrollaban al aire libre.

Fue una época de transición en cuanto al ambulante pues de ser una actividad realizada casi exclusivamente por las clases desfavorecidas pasó a formar parte de las actividades de actores “con una mentalidad mercantilista” (De Alba, *et al*, 2005:19). En efecto, el personaje popular típico de la urbe se transforma en agente protagonista de un fenómeno asociado a problemáticas políticas, económicas, sociales y urbanas propias de una sociedad en plena expansión (*Ibíd.*).

Si bien es cierto que para algunos sectores de la población, tales como las autoridades correspondientes y los comerciantes establecidos -quienes alegaban una “competencia desleal” por el hecho de que los ambulantes no pagaban impuestos y, además atraían con mayor facilidad a los clientes-, el comercio al aire libre representaba un enorme problema para el cual desplegaban gran cantidad de esfuerzos con el fin de erradicarlo o por lo menos controlarlo y regularlo, también se debe aceptar el hecho de que un amplio sector de la población vivía de ello pues dichas actividades representaban la realización de sus propias necesidades, tanto reproductoras como de consumo, “que finalmente

---

<sup>5</sup> Persona que recorría casa por casa de los barrios humildes o de clase media baja para vender a crédito diversas mercancías, generalmente ropa para mujeres y niños, vajillas y electrodomésticos.

contribuían al crecimiento de la economía nacional” (Gutiérrez, 1997:44), la cual se encontraba notablemente afectada debido a la revolución.

En los siguientes años del nuevo siglo los esfuerzos por regular el comercio callejero no fueron pocos, la lista de leyes, bandos y reglamentos encaminados a ordenar esta actividad comercial fue extensa en número y en medidas regulatorias; algunos se cumplían aunque no en su totalidad y otros tantos sólo se quedaron en el papel pues no llegaron a llevarse a cabo.

El comercio ambulante dejó de ser estigmatizado y se concibió como un mal necesario, es decir, debido a la mala situación económica por la que atravesaba el país centenares de personas optaron por el comercio callejero como una solución a los problemas económicos que les aquejaban. Por otra parte, las personas preferían consumir con ellos pues los costos eran más bajos en comparación con los establecimientos formales. Además el número de comerciantes ambulantes era tan alto que la actitud de las autoridades se flexibilizó y, en lugar de tratar de prohibir esta actividad optaron por buscar la manera de que dicha actividad comenzara a generar las condiciones necesarias para que las grandes masas de desempleados tuvieran acceso a una fuente de trabajo sin incurrir en ilícitos.

Aunados a los vendedores semifijos también se encontraban otros dos tipos de personajes quienes, si bien no vendían ningún tipo de mercancías, sí ofrecían sus servicios; estaban, por un lado, los *boleros*, plomeros, fotógrafos y mecánicos, por mencionar algunos, y por otro, los músicos ambulantes, cirqueros, prestidigitadores y otras personas, que a falta de un empleo asalariado veían en el espacio público un escenario idóneo para ofrecer sus servicios y así satisfacer sus necesidades económicas.

La ley más importante a este respecto hasta entonces fue el “Reglamento del Comercio Semifijo y Ambulante en el Distrito Federal” publicado en el Diario Oficial de la Federación en marzo de 1931. En este documento se estipulaban dos cuestiones principales: primera, el comercio en la vía pública no estaba prohibido para los comerciantes con puestos semifijos o para los ambulantes pero también establecía las condiciones y lugares asignados para que los comerciantes pudieran ejercer su trabajo; segunda, sería

la Secretaría de Hacienda la encargada de la aplicación de las cuotas, mientras que la Secretaria de Gobernación vería lo concerniente a los trámites de expedición de licencias. En 1945 se expidió un “Reglamento para plomeros, fotógrafos, reparadores de carrocerías, compradores de objetos varios usados (“ayateros”), afiladores y demás actividades desarrolladas en forma ambulatoria por trabajadores no asalariados en el Distrito Federal”.

El reglamento fijaba una serie de normas que debían seguir las personas que se ganaran la vida desarrollando actividades de manera ambulatoria en la vía pública como trabajadores no asalariados (Gutiérrez, 1997).

Estos reglamentos, junto con otros tantos sentaron las bases para que el comercio ambulante operara dentro de un marco de legalidad, asimismo estas condiciones propiciaron que más personas se sumaran a las filas del comercio en la vía pública.

En la década de los años 80 el comercio callejero aumentó debido a la crisis económica generada por la reducción de los niveles de producción, aumento del desempleo y por una fuerte devaluación. En efecto, “la crisis económica trajo consigo un crecimiento acelerado de lo que se ha dado en llamar *ejército de reserva del desempleo o subproletariado urbano*, dando como resultado que se ensancharan las filas del comercio en vía pública” (Gutiérrez, 1997).

El número exorbitante de comerciantes ambulantes, que ahora se encontraban organizados en su mayoría y dirigidos por un líder que vela por los intereses de sus agremiados, devino en múltiples enfrentamientos principalmente entre las diversas organizaciones por el control del espacio público.

De esta manera los conflictos entre diferentes sectores involucrados en este fenómeno – organizaciones de ambulantes, autoridades, comerciantes establecidos- se recrudecieron al grado de tener como saldo de sus enfrentamientos desde detenidos hasta muertos. En efecto, actualmente suceden con regularidad enfrentamientos entre los guardianes del orden y los comerciantes ambulantes, enfrentamientos que frecuentemente conllevan una fuerte carga de violencia. De Alba afirma que es necesario observar estos acontecimientos con ojo crítico pues hay que cuestionarse “sobre el sentido de estas

acciones policíacas en contra de una actividad calificada oficialmente como ilegal, pero que en el fondo está más que establecida y formalizada por vías administrativas alternas a las que regulan el comercio formalizado” (2005:25).

### *Aspectos generales del comercio ambulante*

Cuando escuchamos las palabras “comercio ambulante” inmediatamente vienen a nuestras cabezas imágenes de conglomerados de puestos invadiendo las calles provocando la obstrucción de las vialidades; pensamos en enfrentamientos entre comerciantes y policías; generalmente opinamos que representa un problema en cuanto a la estética del espacio público pero también en lo referente al ámbito económico, etcétera. Sin embargo, dicha actividad es mucho más de lo que a simple vista parece ser; los *mass media* han contribuido a difundir sólo una cara de la moneda con referencia a este tema, pero en realidad representa un fenómeno actual complejo que implica la participación de diferentes actores como son los comerciantes en la vía pública en sus distintas modalidades, la forma en que se organizan –incluyendo a sus líderes-, los comerciantes establecidos, el gobierno y los clientes. Es importante indagar cómo y por qué se está generando cada vez más un proceso de *informatización económica*<sup>6</sup>, en la cual un importante sector de la población ha encontrado un mecanismo de subsistencia y de ocupación. Por tanto, este fenómeno bien merece la pena ser analizado a detalle puesto que es un tema recurrente en los distintos análisis relativos a la estructura ocupacional urbana.

El comercio en la vía pública es un fenómeno que se presenta principalmente en las concentraciones urbanas en donde un importante sector de la población, al ser excluidos del sistema económico, encuentra una de las posibilidades inmediatas de subsistencia económica; aunque también obedece a una tradición de la que desde hace varios siglos han participado los sectores más desprotegidos de la sociedad mexicana (De Alba, *et al.*, 2005:27).

Según el artículo 135 de la Ley de Hacienda del Distrito Federal, el comerciante ambulante se define como la persona que usa las vías públicas para realizar actividades mercantiles de cualquier tipo, ya sean en puestos fijos, semifijos o en forma ambulante.

---

<sup>6</sup> Término acuñado por el sociólogo Abel Pérez; véase *El comercio informal: una respuesta ante la crisis*.

Asimismo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), después de mucho tiempo de estudio, definió la actividad del comercio ambulante como el sector no ordenado, constatando la presencia de un gran número de personas pobres que producían bienes y servicios sin que sus actividades estuviesen reconocidas, estructuradas o reglamentadas por las autoridades públicas.

Existen diferentes concepciones sobre la definición del comercio ambulante, unos lo llaman sector informal de la economía, otros economía subterránea o economía ilegal, comercio en vía pública, comercio informal, ambulante; a los trabajadores de este sector se les denomina trabajadores informales, trabajadores ilegales o simplemente comerciantes ambulantes; dado que todas estas acepciones se refieren al mismo fenómeno, en la presente investigación se utilizarán de manera indistinta.

El comercio informal se encuentra inscrito dentro de un fenómeno más amplio y complejo: la economía informal. Esta modalidad de la economía comporta una característica fundamental: se realiza dentro de un ambiente oficialmente no regulado, lo que se traduce en una operación al margen de las normas establecidas por el Estado.

Un dato importante es que en el año 2003 10,787,601 personas estaban ocupadas en el sector no estructurado<sup>7</sup>, representando el 26.7% de la población ocupada total (INEGI, 2004).

La mayoría de las actividades informales se desarrollan bajo ciertas particularidades que le confieren su *modus operandi*, las más representativas son: uso de tecnología rudimentaria, sin acceso a los circuitos financieros, escaso nivel en términos de organización productiva, ocupación de fuerza de trabajo con escasa instrucción y sin ninguna protección real respecto al orden laboral, por lo general es propiedad familiar, posee poco capital y, por ende, baja remuneración, e implica un uso intensivo de la fuerza de trabajo.

---

<sup>7</sup> El sector no estructura es la población ocupada que labora en micronegocios no agropecuarios, sin nombre o registro más los ocupados que laborando en micronegocios registrados, carecen de contrato de trabajo y de cobertura respecto a la seguridad social

Aunque el sector de comercio, restaurantes y hoteles ha disminuido su importancia en la composición del sector no estructurado, sigue siendo uno de los principales sectores en la generación de empleos.

Originariamente la producción del sector de comercio, restaurantes y hoteles era la más importante en la actividad informal, representando en 1993 el 53.2% de la producción. No obstante, para el 2002 este sector redujo sustancialmente su participación, quedando junto con servicios comunales, sociales y personales, con una participación de un poco más del 30% en la producción total (INEGI, 2004).

Hay que advertir, además, que dentro de la economía informal existe una división de actividades las cuales presentan una composición y una racionalidad económica heterogénea, condicionadas por los fines económicos que persiguen. Abel Pérez (2001) distingue dos formas de expresión del sector informal urbano, a saber: 1) las actividades atípicas de operación capitalista y 2) las actividades típicamente capitalistas. Las primeras comportan una constitución primordialmente en función de la subsistencia económica, podemos citar el caso de un vendedor de artesanías cuyo principal objetivo es la subsistencia. Mientras que en las segundas su nivel de organización les permite operar bajo la lógica de la acumulación, como en el caso de una maquiladora de ropa no registrada oficialmente, ya que el nivel de inversión de la empresa le permite subcontratar asalariados a quienes explota su fuerza de trabajo y los ingresos generados por la venta de sus mercancías le permite ir incrementando su capital.

Por otro lado, mientras que en 1995 los sectores de comercio, restaurantes, hoteles y el de servicios comunales, sociales y personales representaban casi el 66% de la población ocupada en el sector no estructurado, para el 2003 su participación disminuyó, al tiempo que aumentaron los sectores de la industria manufacturera y la construcción.

Solamente el comercio emplea a casi el 32% de la población ocupada en el sector no estructurado. Para tener una idea de la importancia de este sector baste decir que para el año 2003 el sector no estructurado empleaba al 41.6% de las personas ocupadas en comercio, restaurantes y hoteles, esto es, cuatro de cada diez del total de personas empedadas en este sector se encontraban en la informalidad (INEGI, 2004).

Aunque la economía informal incluye actividades en los distintos sectores de la economía, la actividad informal en el comercio, particularmente en la forma de vendedores ambulantes, es la más conocida debido a su presencia en la vida cotidiana de muchas personas.

Existen varias formas de comercio ambulante, desde el que se practica en los cruceros de alta afluencia automovilística, hasta en los grandes hacinamientos de puestos en zonas específicas, que se han ido definiendo alrededor de los mercados establecidos, de las terminales del metro y de los paraderos de autobuses. Las diferencias en esas prácticas indican la existencia de un proceso de evolución que se inicia en condiciones muy precarias y que van transformándose en situaciones más estables, de mayores ingresos, e incluso de mayor complejidad organizacional.

El comercio informal es la alternativa inmediata que existe para aquellas personas que se ven impedidas a acceder al mercado de trabajo, básicamente por su escasa calificación laboral; es la salida para mucha gente desempleada o despedida.

No obstante, esta actividad es, además, una mejor oportunidad de ingreso económico ante los bajos salarios existentes en nuestro país. Es dentro de este ambiente como el vendedor hace de la vía pública su espacio propio de sobrevivencia, sin importarle las inconveniencias o posibles riesgos inherentes a su trabajo, las que pueden ir desde las inclemencias del tiempo hasta ser sujeto de decomisos o desalojos por parte de las autoridades correspondientes.

En la misma línea, hay que precisar que los comerciantes callejeros conforman un grupo heterogéneo, es decir, 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, esto es, si son trabajadores asalariados o trabajadores por cuenta propia. Asimismo, para algunos ambulantes este es un trabajo primario de tiempo completo mientras que para otros es un trabajo secundario de tiempo parcial. Cada tipo de vendedor en la calle tiene una distribución a lo largo del día, principalmente en base a los productos que vende. Por ejemplo, los puestos de alimentos aparecen desde temprana hora para el desayuno y vuelven a aumentar en número hacia la hora de la

comida. Mientras que los vendedores de ropa, y otros artículos como plumas, libretas, discos, etcétera, empiezan su venta un poco más tarde.

Hay cinco modalidades principales de comerciantes ambulantes según la infraestructura que utilizan para ejercer esta actividad: 1) *los “toreros”*, llamados así porque constantemente se ven en la necesidad de esquivar a las autoridades que pretenden decomisarles sus mercancías.

Sus puestos se componen por un pedazo de tela o plástico que tienden en el suelo y sobre este los productos que venden, los cuales son diversos, desde artículos para el arreglo personal (cosméticos, adornos para el cabello, espejos, etc.) hasta productos para el hogar (recipientes para la comida, toallas de tela para la cocina, floreros, figuras de plástico, vidrio, metal, ropa para toda la familia, etcétera). Esta forma de colocar la mercancía les facilita levantar rápidamente sus puestos cuando están próximas las autoridades. 2) *Los comerciantes móviles* cuya característica fundamental es que se trasladan de un lugar a otro ofreciendo una diversa gama de mercancías de fácil elaboración, consumo y transportación: golosinas, botanas, pequeñas artesanías, etcétera; en esta categoría también se incluyen los “representantes corporativos”, generalmente con uniforme y/o equipo publicitario de la empresa, son repartidores de publicidad (Monnet, Giglia, Capron, 2005:73).

*Los comerciantes semifijos* quienes son vendedores que manejan, por lo general, un grado mayor de volumen de mercancías, y su carácter semifijo se debe a que instalan sus puestos al inicio de su jornada, retirándolos una vez concluida la misma. Son puestos instalados con “mesa, sombrilla o techo de lona de plástico tendida sobre armadura metálica, y a veces paredes hechas con rejas metálicas donde se puede colgar la mercancía” (*Ibid*: 80). Los productos que primordialmente ofrecen son: comida preparada, bebidas, dulces y golosinas y artículos para el equipamiento de la persona o regalos. 4) *Los comerciantes fijos* que, a diferencia de los anteriores, trabajan en un puesto que se encuentra fijamente en la vía pública. Su giro primordial es el de comida, aunque también ofertan flores, periódicos y revistas, golosinas y refrescos, y prácticamente se les puede ver en cualquier sitio, en especial, en lugares de gran afluencia peatonal como los paraderos de autobuses o en las salidas del metro; por último, 5) *los “puestos rodantes”* que son triciclos, carritos de supermercado o cualquier vehículo acondicionado para hacer



visible la mercancía que se ofrece; generalmente su giro comercial es el de la comida (tacos, hot dogs, frituras, mariscos, patitas de pollo, tamales) y bebidas (“tehuacan preparado”, café refrescos, atoles). Se instalan en un lugar con una duración variable y constantemente están cambiando de lugar o bien, pueden recorrer todo el tianguis ofreciendo sus productos.

Según datos del INEGI, en 2003 existían en el país 1,635,843 vendedores ambulantes, este grupo representaba el 15.5% de la población ocupada. En el total de la población ocupada en el sector no estructurado, 4.3% eran ambulantes de casa en casa, 3.9% tenían un puesto improvisado en la vía pública y 3.1% tenían un puesto semifijo en la vía pública (INEGI, 2004).

En el mismo documento se afirma que los vendedores ambulantes trabajaban 33.7 horas a la semana en 1995, aumentando a 35.14 horas en el 2003. Las horas trabajadas por los vendedores ambulantes están por debajo de las horas trabajadas por el total de la población ocupada en el sector no estructurado.

La actividad del comercio ambulante comporta una complejidad económica, política y social cuya presencia está vinculada al desarrollo urbano de fin de milenio. Las posiciones de los actores involucrados muchas veces los colocan en una situación antagónica. En efecto, en donde para los vendedores se encuentra un ambiente y condiciones favorables, para otros individuos puede representar un problema. Por tanto, se torna necesario presentar las diferentes posturas respecto al ejercicio de esta actividad. Veamos.

Para los comerciantes callejeros el desempeñar su trabajo en la vía pública significa obtener una serie de ventajas entre las que destacan: independencia de no tener un jefe ni un horario preestablecido de trabajo, así tienen libertad de organizar su tiempo como mejor convenga a sus intereses; debido a que los requisitos para integrarse a este sector laboral muchas veces son flexibles y relativamente sencillos, muchas personas eligen convertirse en vendedores ambulantes; los ingresos, aunque vacilantes, dependen de la iniciativa personal, por lo que hay posibilidades de mejora económica; para las mujeres representa una ventaja muy importante: el cuidado de los hijos, pues al convertirse la calle en una extensión del hogar éstas pueden atender a los hijos en el lugar de trabajo, por mencionar algunas.

Asimismo, entre las desventajas asociadas al trabajo en la vía pública se pueden mencionar: la inestabilidad en los ingresos; a consecuencia de operar al margen de las normas establecidas por el Estado, carecen de estatus legal y reconocimiento y, consecuentemente, de la seguridad laboral que ofrece el sector formal de la economía; su condición extralegal lo convierte en una actividad de alto riesgo pues los comerciantes se tienen que enfrentar al acoso y desalojo de su lugar de venta por los mismos comerciantes, por las autoridades locales o los comerciantes establecidos; la confiscación de sus bienes; y, por último, lugares de trabajo sucios e inseguros.

Ahora bien, las opiniones de los sujetos involucrados en el comercio en la vía pública que no son vendedores, esto es, las autoridades, los comerciantes establecidos y los clientes, también presentan una amplia gama de variaciones. Muchas veces se habla de un “problema” que tiene consecuencias económicas, sociales y políticas, sin embargo, cabría preguntarse: un problema ¿para quién?

Pese a las opiniones desfavorables al respecto, es una actividad que no sólo ha permanecido en la dinámica social urbana sino que su proliferación es cada día mayor. Veamos.

La posición de las autoridades ante el comercio ambulante es ambigua: por una parte no se acepta que se trate de un problema que deba exterminarse, más bien reubicarse, reordenarse y reglamentarse, aunque se le siga considerando una actividad no regulada y hasta ilegal; por otro lado se presenta el ambulante como un problema urbano imposible de erradicar, pero sí de organizar a través de programas para depurar el espacio público que los comerciantes callejeros han hecho suyo. “Un doble discurso que tiene que conciliar los intereses del comercio establecido y aquéllos de las grandes organizaciones de comerciantes ambulantes que han tomado fuerza política a lo largo de las últimas décadas” (De Alba, 2005:26).

Los dueños de los establecimientos que se ven afectados por esta actividad, por su parte, opinan que el comercio ambulante representa una competencia desleal pues afirman, a través de los representantes en las cámaras empresariales o de organizaciones de comerciantes de todo tipo, que los ambulantes no pagan impuestos, por lo que pueden

ofrecer precios más accesibles; además de que invaden la vía pública y por tanto obstruyen el acceso a sus negocios, entre otras quejas. Es tal el repudio de los comerciantes establecidos contra los ambulantes que incluso la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) “se pronuncia a favor de usar la fuerza pública contra ambulantes” (La Jornada, Miércoles 15 de enero de 2003 en De Alba, 2005: 23).

No existen cifras oficiales de las pérdidas de los establecimientos comerciales como resultado de la operación del comercio en la vía pública; sin embargo, las distintas cámaras de empresarios ofrecen cifras al respecto. La Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México ha señalado que anualmente el gobierno deja de recibir ingresos hasta por 9,600 millones de pesos en el Distrito Federal, cifra que alcanza 50,000 millones de pesos a nivel nacional, como resultado de la venta y distribución de productos *pirata* y de contrabando en el comercio ambulante (El Universal online, *Daña el ambulante al erario*, 2 de junio de 2005).

Señala también que la pérdida por la venta de estos productos es de 110,000 millones de pesos anuales. Los principales productos ilegales en el país son electrodomésticos, prendas de vestir, calzado, juguetes y herramientas.

Por su parte, la Cámara Nacional de Comercio en Pequeños (Canacope) estima que el comercio formal perdió 41 mil millones de pesos en la temporada navideña 2004, a causa del comercio informal. Los productos más afectados son discos, películas, ropa, bolsas, mochilas, electrónicos, dulces y refrescos. Señala que “el sector informal de alimentos y bebidas participa con 1.9 por ciento del PIB y tiene ventas por casi 119 mil millones de pesos al año, pero evade impuestos por IVA, ISR y seguridad social por 15 mil 380 millones de pesos” (El Universal online, *Pierden formales en navidad*, 17 de diciembre de 2004).

Hay un hecho innegable referente a esta actividad: el ambulante en la ciudad contemporánea aparece como un mal necesario pues existe un mercado de consumidores -a pesar de que reconocen que los productos ofrecidos en los puestos ambulantes son de menor calidad y no ofrecen garantías-, quienes acuden a estos lugares porque los precios son más bajos; entonces, el crecimiento del comercio en la vía pública ha sido posible más por la aceptación y conveniencia de la sociedad que compra

sus productos, que por la voluntad misma de los vendedores. Son dos las razones principales por las que los clientes acuden a estos sitios: por encontrar los productos más económicos y por la proximidad al lugar donde realizan sus actividades cotidianas. En este marco es importante precisar, entonces, que “[...] la presencia del comercio ambulante no se debe explicar sólo como una estrategia de generación informal de empleo, [...] sino también como una respuesta a una demanda consistente que no encuentra su satisfacción en el comercio llamado “formal” (registrado) o “establecido” (tiendas) (Monnet, Giglia, Capron, 2005:2). Sin embargo, estos consumidores se olvidan de asumir su responsabilidad al participar en esta relación económica ya que estos son parte y juez, la primera cuando acude a comprar y la segunda cuando reclama el respeto a su derecho para transitar sin problemas por las calles, su derecho de seguridad personal y pública, y la higiene y el aseo de las zonas afectadas por esta actividad.

Al crecer el comercio ambulante también crecieron las expectativas del mismo, los ambulantes tuvieron que solidarizarse y pelear juntos por mejores espacios, por el incremento de sus ingresos, por la rotación de productos, por la exigencia de sus “derechos como ambulantes”.

Las organizaciones de ambulantes brindan protección principalmente porque a través de esta estructura se pueden defender los lugares de trabajo de los vendedores frente a las amenazas de desalojo de las autoridades y también controlan la disputa por el espacio público entre los diferentes grupos organizados de vendedores callejeros. Otras de las funciones de los líderes de estas organizaciones son: dar certidumbre a las transacciones comerciales que se establecen entre los proveedores y los vendedores y regular la competencia entre los mismos comerciantes.

Sin embargo, la creación de estas organizaciones de autodefensa tienden a transformarse en estructuras jerárquicas fácilmente controlables a través de la cooptación de sus líderes y la utilización de medios violentos; dichas organizaciones han constituido un atractivo para el gobierno.

Durante los últimos años estas estructuras fueron ampliamente utilizadas para fines políticos, dadas las grandes reservas de votos que estas representaban (Reyes y Rosas, 1993), generándose así mecanismos corporativos capaces de superar a las caducas

estructuras del sindicalismo oficial. Por ello, de algún modo, tienen razón quienes piensan que el gobierno ha fomentado el desarrollo del comercio en la vía pública.

La explicación de la proliferación del comercio ambulante a partir del siglo XIX es multifactorial, entre las causas más importantes podemos mencionar: la incapacidad del sector formal de la economía de absorber a toda la fuerza de trabajo que se vio incrementada por la constante migración rural-urbana; la insuficiente creación de empleos formales, resultado del bajo crecimiento del PIB; las relaciones que se crean entre las empresas de los sectores formal e informal de la economía las cuales llevan al primero a buscar formas de producción tendientes a reducir sus costos mediante, por ejemplo, la subcontratación de empresas informales; la forma de excesivas regulaciones institucionales-legales que aumentan el costo de la formalidad, la dificultad de acceso al mercado crediticio, sobre todo para micro y pequeñas empresas ( CESOP, 2005).

Asimismo, la incidencia notoria de este fenómeno coincide, especialmente, con la implementación en nuestro país en los años ochenta, de una serie de políticas de estricto ajuste económico, las cuales se han traducido en un proceso de desindustrialización, despidos masivos de trabajadores, recorte al gasto social, desvalorización salarial, crecimiento de la pobreza, precarización laboral, entre otros

(Cortés, 1990). En consecuencia, la expansión del comercio informal fue el resultado de las acciones gubernamentales en esta materia. Veamos. A partir de la década de 1960, la construcción de mercados populares en las nuevas colonias que se creaban dejó de realizarse, pensando que tal actividad era innecesaria en virtud de las nuevas tiendas de autoservicio. Por la misma razón, nadie se preocupó de ampliar los mercados existentes para responder al crecimiento de la población en los barrios y colonias donde funcionaban. La falta de previsión en esta política se hizo evidente alrededor de 1980 cuando el gobierno del Distrito Federal se vio obligado a crear y permitir los “mercados sobre ruedas”, con objeto de facilitar la adquisición de alimentos a bajo precio en las colonias populares y de clase media. La medida permitió al mismo tiempo la generación de varios miles de empleos, que ya entonces resultaban necesarios.

Posteriormente, las crisis económicas de 1982 y 1995-96 y la aplicación de las políticas neoliberales de De la Madrid, Salinas y Zedillo, con sus altas tasas de desempleo, lanzaron a miles de trabajadores a buscar en la actividad informal, la forma de sustento

que no podían encontrar ya en las actividades de la economía formal. La alternativa resultaba particularmente atractiva para quienes por su edad, consideraban imposible una nueva contratación en el futuro, o estaban decididos a emplearse por cuenta propia. Asimismo, para muchos trabajadores el comercio informal representó una alternativa para incrementar sus ingresos que eran realmente bajos.

Finalmente, un aspecto del comercio ambulante que ha ocupado la atención de las autoridades son las posibles soluciones a esta actividad comercial. Por la problemática particular del comercio ambulante, relacionada principalmente con el uso de las vías y áreas públicas, la implementación de acciones tendientes a la solución de este problema compete a las autoridades municipales y delegacionales. Actualmente la Secretaría de Gobierno del Distrito Federal, a través de la Dirección General de Programas Delegacionales y Reordenamiento de la vía pública es la encargada de regular el comercio en la vía pública. En cuanto al Estado de México la dependencia encargada de regular esta actividad es la Subdirección de Reglamentos, los Departamentos de Vía Pública, Tianguis y Mercados. De cualquier modo, las acciones propuestas por las autoridades y encaminadas a la solución de dicha problemática no han sido pocas; incluso la Organización Internacional del Trabajo, a través de su director general, Miguel del Cid, ha expresado su preocupación por el aumento del número de desempleados en México que tienen que ocuparse en la economía informal, sin derechos ni seguridad social, “Uno de cada tres o cuatro ocupados en México está en este segmento de la economía y donde su característica principal, como es sabido son sus bajos niveles de productividad, sus bajos niveles de ingreso”, señaló el funcionario<sup>8</sup>. Además, recomendó al nuevo gobierno dar financiamiento a las pequeñas y medianas empresas para que puedan crecer, contraten más personal y dejen de ofrecer salarios precarios y de este modo rescatar a hombres y mujeres que se dedican a actividades rezagadas del ámbito urbano y rural que viven en condiciones de subsistencia.

A continuación se muestran los principales bandos, programas y acciones que han buscado solucionar la problemática del comercio en la vía pública.

- Las posibles soluciones a este fenómeno podrían ser que se legalizara este tipo de comercios lo que ayudaría al crecimiento del Estado; otros más proponen que

---

<sup>8</sup> Fuente: [www.esmas.com/noticierostelevisa](http://www.esmas.com/noticierostelevisa). Consultado el 14 de septiembre de 2006.

el Estado proporcione mejores condiciones para la industria, lo que incrementaría el número de empleos formales con un salario justo y equitativo para que ayude a ver como desventaja ejercer este tipo de actividad.

- 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.
- Programa de mejoramiento del comercio popular. Data del período del Regente Manuel Camacho Solís, emitido por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de julio de 1993.
- El Acuerdo 11/98 mediante el cual se emite el “Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública” y los criterios para la aplicación de las cuotas por concepto de aprovechamiento por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles. Publicado el 16 de febrero de 1998.
- Acuerdo por el que se publican los formatos que se deberá utilizar en las Delegaciones Políticas del Distrito Federal para el otorgamiento de permisos de uso en la vía pública y el de encuesta que se aplicarán con fines comerciales, publicado el 23 de marzo de 1998 en la Gaceta Oficial del Distrito Federal.
- Acuerdo por el que se dan a conocer los formatos para el otorgamiento de permisos para el uso en la vía pública y de censos de comerciantes en la vía pública (abroga el acuerdo del 23 de marzo de 1998). Publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 26 de noviembre de 2004.

### *Las mujeres en el comercio ambulante*

Los trabajos realizados acerca del fenómeno del comercio ambulante son múltiples, y la mayoría de ellos están enfocados al problema que representa el ejercicio de esta actividad y siempre refiriéndose a los vendedores masculinos. La presencia de las mujeres en esta actividad ha sido ignorada si no totalmente, en una mayoría abrumadora de los análisis, a pesar de que han tenido una participación importante desde la época colonial como vendedoras, principalmente, de comida preparada, hasta nuestros días desempeñando actividades políticas vinculadas a esta ocupación tales como lideresas de asociaciones de vendedores ambulantes (De Alba, 2005). Pero no sólo son dirigentes de estos grupos de trabajadores, también aparecen como vendedoras, esposas apoyando a sus parejas, madres buscando mejores oportunidades para sus hijos, etcétera.

Pese al carácter extraordinario que tiene la participación de ellas en esta actividad laboral -pues trasgreden el “orden social de las cosas” (Bourdieu, 2000) al incursionar en un espacio caracterizado como masculino: la calle-, son incipientes los trabajos que se han ocupado de traer al primer plano las voces de las comerciantes ambulantes. Nos encontramos, pues, ante uno de los sesgos fuertes dentro del estudio de la relación espacio-sociedad: la larga ausencia de la condición femenina en esta dinámica (Ramírez, 2006). Con todo, las mujeres están logrando progresivamente apoderarse de las calles a través del ambulante. En efecto, esta forma de percibir un ingreso económico desarrollando un trabajo, ha llamado fuertemente la atención de las mujeres que buscan trabajar fuera de casa pero sin tener que separarse de sus hijos y sin descuidar las tareas que por su condición de mujer se les han sido asignadas por las relaciones patriarcales de poder.

El comercio en la vía pública a través del enfoque de género es un tema poco estudiado que, sin embargo, reviste gran importancia al ser una actividad en la que cada vez más mujeres ven una alternativa de trabajo ante una dinámica familiar de pobreza. Esta actividad favorece la realización del cumplimiento de su rol de género como madre al mismo tiempo que desempeñan su trabajo extradoméstico, soportando todos los embates que esta ocupación conlleva. Alejandra Massolo hace un llamado respecto a esta problemática:

(...) Es importante realizar estudios desde lo que se ha llamado una “perspectiva de género”; lo que se entiende como un enfoque y una mirada que cuestiona las prácticas y las relaciones sociales preestablecidas y desde la que se pueden replantear temas de vital importancia como son los roles y otros aspectos básicos de la vida social, para que se reconozca el papel de las mujeres en los diferentes procesos de desarrollo (2004:118).

En el año 1997 existían 98,379 comerciantes callejeros en la Ciudad de México distribuidos en 79, 851 puestos. El 76.8% eran hombres y 23.2% mujeres; el 70% tenía entre 14 y 16 años y el 15% tenía estudios superiores<sup>9</sup>. No obstante, las mujeres han ido ganando terreno respecto a esta ocupación pues para el período 1999-2001 el índice de

---

<sup>9</sup> Estudio básico para el reordenamiento del comercio en la vía pública, México, Departamento del Distrito Federal, 1997



feminización de los trabajadores por grupos de ocupación principal era de 83.65 mujeres por cada 100 hombres que trabajan en el comercio ambulante<sup>10</sup>.

El hecho de que estas mujeres hagan un uso del espacio diferente al tradicional, es decir, no sólo utilizan las calles para transitar sino que permanecen en el lugar por un tiempo prolongado y, además, se apropian de una porción del espacio público, rompe con la concepción secularmente reforzada de que el lugar que le corresponde ocupar a la mujer en la llamada esfera privada, esto es, el hogar y las actividades adyacentes e este, a saber, cuidado de los hijos, supervisión del buen funcionamiento del seno familiar, entre otras. Efectivamente, las mujeres dan un giro a las ideas tradicionales y ejercen roles caracterizados como masculinos: trabajar en la calle, tomar la palabra, negociar e “invadir” el espacio público.

Es necesario hacer una precisión antes de continuar: una gran mayoría de vendedoras ambulantes cuentan con una situación económica desfavorable<sup>11</sup> por lo que muchas veces esta actividad es complementaria de otra forma de comercio informal, por ejemplo, la venta de artículos variados por catálogo.

El espectro de motivaciones para que las mujeres se dediquen al comercio en la vía pública es diverso. Por un lado, y la más importante, es que esta ocupación les da la posibilidad de no tener que encerrarse ocho horas –o más- en una fábrica y, por lo mismo, pueden ocuparse de sus hijos al mismo tiempo que atienden su puesto. Un móvil más es el hecho de que un gran porcentaje de las mujeres comerciantes cuentan con poco o nula preparación escolar, por lo que esta actividad representa una alternativa viable de empleo al no exigir un gran bagaje de conocimientos académicos. Otras causas se refieren al aspecto económico: no se requiere de grandes cantidades de inversión y, a cambio los ingresos que perciben son superiores a los mínimos establecidos que se pagan en el país; ante la situación económica, política y social del país, se enfrentan constantemente a la amenaza del desempleo y a la inestabilidad en el trabajo asalariado, entonces, ellas se ven obligadas a contribuir con los gastos familiares; de este modo la remuneración económica que perciben las comerciantes ambulantes perdió su carácter de complementario pasando a considerarse como retribución necesaria para el gasto

---

<sup>10</sup> Estadísticas de Trabajo Doméstico y Extradoméstico en México 1995-1999, INEGI, México

<sup>11</sup> De acuerdo a la información obtenida en las entrevistas realizadas

familiar. Por otro lado, se encuentra el aspecto subjetivo de estas mujeres; por ejemplo, optan por esta ocupación impulsadas por la idea de adquirir independencia frente al trato de los patrones o del marido; o su móvil es la ilusión de mejorar su situación económica gracias al esfuerzo propio.

La situación de desigualdad de estas mujeres frente a los hombres que se dedican a lo mismo pone en evidencia las relaciones de poder que se tejen ahí donde se les ha presentado una oportunidad laboral, ya que la doble jornada de trabajo no es reconocida por la sociedad, misma que ha promovido este desequilibrio en la relación mujer-trabajo-espacio público.

En este contexto, las vendedoras ambulantes realizan una interpretación rutinaria pero también inédita del espacio urbano a la luz de su relación con este. Efectivamente, ellas resignifican la calle en función de sus propias experiencias, por tanto, no le atribuyen al lugar “un sentido establecido, sino un sentido establecido y apropiado por el sujeto en una circunstancia concreta” (Ramírez, 2006:23).

Estas transformaciones irradiadas al conjunto de la vida política y social del país, han propiciado de forma general un incremento en la participación de mano de obra femenina en actividades remuneradas, situación que responde tanto a los requerimientos económicos derivados del aumento del desempleo masculino y la caída del salario real, como a las necesidades de independencia y emancipación de las propias mujeres.

Es en el sector informal donde se ha manifestado de forma más consistente y creciente la participación de la mujer. En el comercio en la vía pública se concentra una gran proporción de mujeres, muchas de ellas adultas mayores.

Si bien existe heterogeneidad en los empleos de las mujeres en los grupos ocupacionales y en las condiciones de trabajo, en términos generales el empleo femenino tiende a concentrarse en trabajos de baja remuneración, en labores parciales y no calificadas, a domicilio y domésticas, en trabajos a tiempo parcial, interinos o por temporada, en empleos de corta duración o subcontratados, por cuenta propia en el sector informal y en

general en actividades sin prestaciones sociales, entre las que destaca el acceso a guarderías.

Como resultado de esta situación, agravada por el incremento en el desempleo masculino y la caída del salario real, la calidad de vida de las mujeres y la de sus familias se ha erosionado gravemente.

El acceso a este tipo de empleos es lo que posibilita el crecimiento de la participación de las mujeres en el mercado de trabajo, empleos que por sus características de gran flexibilidad en cuanto a horarios, lugar de trabajo y temporalidad, son más factibles de combinarse con diversas estrategias familiares para el cuidado de los hijos y del trabajo doméstico.

## CIUDAD NEZAHUALCOYOTL: UN LUGAR PARA ESTUDIAR

### *Ubicación geográfica*

El objeto de este capítulo es mostrar un bosquejo histórico-social de la zona de nuestro estudio: Ciudad Nezahualcoyotl; nos limitaremos a presentar los elementos esenciales para los efectos del mismo con el fin de ubicarnos en un contexto adecuado y así poder cubrir los fines de la investigación.

Nezahualcoyotl, palabra del idioma fonético náhuatl proviene de las raíces: *nezahual* o *nezahualo*: ayunar, y *coyotl*: coyote, es decir, “Coyote en ayuno”.

En honor del Gran Señor o Tlatoani Acolmiztl, se dio el nombre de Nezahualcoyotl de Texcoco al municipio erigido como tal el 23 de abril de 1963 por parte de la legislatura local.

La ubicación geográfica de Nezahualcoyotl es la siguiente: latitud 19° 24' 00”, longitud 98° 59' 20” y una altitud de 2440 metros sobre el nivel del mar. Pertenece a la región III Texcoco, subregión II y a partir de 1970 forma parte del Área Urbana de la Ciudad de México (AUCM), es decir, al área habitada, con usos del suelo de naturaleza urbana (no agrícola) y que, partiendo de un núcleo, presenta continuidad física (Alonso, 1981).

Neza, como coloquialmente se le denomina, es el municipio 120 de los 125 que conforman el Estado de México. Tiene un territorio de 63.44 kilómetros cuadrados, que corresponde al 9.4% del total del territorio de este estado, y se asienta en la porción oriental del Valle de México, en lo que fuera el Lago de Texcoco.

Nezahualcoyotl colinda con los municipios de Chimalhuacán, Texcoco, Ecatepec, La Paz y Atenco del Estado de México, y con las delegaciones Iztapalapa, Iztacalco, Gustavo A. Madero y Venustiano Carranza del Distrito Federal.

La planeación de la traza urbana del municipio está constituida por un esquema de retícula en la zona centro y uno de grandes ejes en la zona norte. Asimismo la estructura vial está formada por una cuadrícula casi perfecta; en la zona centro las principales vialidades del municipio son: de oriente a poniente, Avenida Texcoco, Pantitlán, Cuarta Avenida y Bordo de Xochiaca. De sur a norte: Calle 7, Avenida Cuauhtemoc, Vicente Rivapalacio, Nezahualcoyotl, Adolfo López Mateos, Sor Juana, Vicente Villada, Carmelo Pérez, Tepozanes y de los Reyes.

En la zona norte las vialidades primarias se integran por la Avenida Central, Periférico, Avenida Taxímetros, Avenida Peñón-Texcoco, Vía Las Torres (Avenida Bosques de los Continentes y Valle de Zambezi), Valle de Las Zapatas, Avenida del Canal y Avenida Veracruz.

Al interior de esta zona destaca la presencia de grandes áreas habitacionales organizadas sin un orden geométrico definido, conformadas en su interior por vialidades de tipo local que tienen como única función dar acceso a los predios o edificios inmediatos y en algunos casos ligar las vialidades secundarias y primarias.

En estas localidades existen zonas de servicios compuestas por instituciones educativas, de salud, de seguridad pública y gubernamentales, espacios deportivos, culturales y recreativos; están equipados con infraestructura básica de agua potable, drenaje, pavimentación, alumbrado público y equipamiento urbano; no obstante, sufren un rezago por la falta de mantenimiento preventivo, siendo indispensable realizar mantenimientos correctivos y crear programas permanentes que tengan como objetivo reactivar y poner en óptimo funcionamiento todo el equipamiento urbano.

Ciudad Nezahualcoyotl no tiene zonas de expansión territorial, las áreas sin urbanizar son relativamente pequeñas y pueden servir, casi exclusivamente, para el equipamiento municipal, instalación de una zona industrial y consolidación de otra como reserva ecológica<sup>12</sup>. El municipio se integra por 85 colonias y todas tienen accesibilidad inmediata con la cabecera municipal.

---

<sup>12</sup> Véase el trabajo de Carmen Cook (1981), pp. 330-336, donde presenta información respecto a este proyecto.

El Cuadernillo Estadístico Municipal 2001 arroja la siguiente información referente a los usos del suelo en Neza: uso urbano 83.063%, en donde se ubican las 85 colonias; industrial 0.37% y suelo erosionado 15% correspondiente al vaso del ex –Lago de Texcoco representando 11.87 kilómetros cuadrados. La zona urbana se destina principalmente para vivienda, tiene 5 165 manzanas y 220 000 predios, de los cuales 33 000 no están regularizados. Prácticamente la totalidad del territorio municipal está utilizado, no existen grandes reservas de suelo y las presiones de crecimiento solamente se registran apuntando hacia el norte de la zona centro, en los terrenos que actualmente son ocupados por los tiraderos, los cuales actualmente no brindan condiciones de seguridad para su ocupación. En el caso de la zona norte no se registra una presión de crecimiento hacia el oriente, lugar donde se ubican los únicos espacios abiertos y que podrían ser considerados como susceptibles de ser ocupados o invadidos; sin embargo, son terrenos perteneciente al proyecto hidrológico del ex Vaso de Texcoco y su aptitud territorial para soportar usos urbanos está condicionada principalmente a la habilitación del suelo.

### *Esbozo histórico*

A principios de la década de 1940 la precaria situación económica del país, aunada a la ineficiencia de las autoridades para crear programas que impulsaran el desarrollo del campo, alentaron la economía en las pequeñas comunidades y, en definitiva, la escasez de oportunidades laborales en las provincias, fueron los factores primordiales que alentaron a la gente de estos lugares a emigrar a la capital del país en busca de mejores oportunidades de vida.

Al mismo tiempo, en la Ciudad de México existía una enorme demanda de mano de obra barata que coadyuvara al desarrollo de la industria, además de pequeños talleres y servicios; como era de esperarse, los inmigrantes no encontraron dificultad en colocarse en algún empelo. No obstante, la capacidad de viviendas de la capital pronto se vio rebasada por la gran cantidad de personas que buscaban un lugar para vivir, situación que provocó que los precios de estos inmuebles –para renta o venta- se elevaran dejando a los nuevos residentes con recursos mínimos para sostener a sus familias. Por esta razón más que por gusto, muchas de estas personas habían decidido abandonar el Distrito Federal para buscar alojamiento más barato en Nezahualcoyotl, debido a que en

este lugar existía disponibilidad de la tierra relativamente barata, además de su proximidad con el Distrito Federal que era donde se encontraban sus lugares de trabajo y, finalmente, la posibilidad de hacerse de un *jacal* con poco capital (Vélez, 1991:62)

En aquellos años el Lago de Texcoco estaba en proceso de desecación, lo cual fue aprovechado por un grupo de personas que se asentaron en parte de lo que actualmente son las colonias Juárez Pantitlán y Pantitlán.

En 1949 la Secretaria de Recursos Hidráulicos entregó al Estado de México los terrenos del Lago de Texcoco para su aprovechamiento como zona de asentamientos urbanos. Empero, cuatro años antes los miembros de la Unión Proletaria de Colonos del Estado de México se habían asentado en los terrenos de la Colonia México, la Colonia del Sol, Estado de México y Colonia Maravillas bajo la autoridad jurisdiccional de San Juan Chimalhuacán.

Durante este período se vendieron lotes, cuyo precio variaba de tres a cinco pesos el metro cuadrado, sin agua potable, ni servicios de drenaje, ni electricidad ni caminos. En su mayoría, los paracaidistas del área se atenían a las pipas para el servicio de agua, pero durante la estación lluviosa la zona se convertía en un tremedal de lodo, haciendo imposible la transportación del agua (Vélez, 1991:58)

A partir de 1949 el doblamiento de Ciudad Nezahualcoyotl creció a un ritmo acelerado pues de contar con sólo 2 000 habitantes, alcanzó la cifra de 40 000 en tan sólo cinco años; sin embargo, dichos habitantes adolecían de terrenos legales y de todos los servicios básicos tales como agua, luz eléctrica, drenaje, etcétera, los pocos servicios que habían eran solventados por los propios colonos.

Este crecimiento se debió a que los fraccionadores compraron los terrenos desecados a los comuneros del municipio de Chimalhuacán a precios realmente bajos, posteriormente promovieron en las colonias populares del Distrito Federal la venta de los mismos ofreciendo extraordinarias facilidades de pago, situación que motivó a los inmigrantes a adquirir un lugar propio para vivir.

[...] El fenómeno Neza fue resultado del concurso de muchas otras circunstancias, entre las cuales destaca la escandalosa especulación y explotación con lotes de terrenos, sin o con escasos servicios, realizadas con varias decenas de kilómetros cuadrados de terreno plano, salitroso y inhóspito del ex Vaso de Texcoco, entre la calzada Ignacio Zaragoza. El negocio, llevado a cabo por varios fraccionadores, tuvo su apogeo de 1960 a 1970, período en el

cual la población pasó de 65 000 a 650 000 habitantes y el precio del metro cuadrado de terreno ascendió hasta un promedio de 163 pesos (Unikel citado en Alonso, 1981: 62-3).

Como resultado de las constantes presiones socioeconómicas en el Distrito Federal, las grandes mayorías de bajos recursos emigraron a las colonias proletarias de esta entidad o del Estado de México. Las condiciones ecológicas y económicas de los terrenos ubicados en el ex Vaso de Texcoco ocasionaron que el mayor porcentaje de estas familias que abandonaron el Distrito Federal decidieran asentarse en Nezahualcoyotl.

En un estudio realizado en 1969 por el Gobierno del Estado de México<sup>13</sup> se mostró que los principales estados de donde proviene la población de Neza son: Distrito Federal con 58.7%, México con 9.7%, Guanajuato con 6.9%, Puebla con 5.2% y Michoacán con 4.9%.

En la misma línea, Carlos Vélez muestra un cuadro elaborado con datos del Censo de Población de 1970 donde se muestra el total de población, clasificado por lugar de nacimiento y sexo.

Censo de Población de 1970

---

	Población total	Hombres	Mujeres
Nezahualcoyotl	580 436	295 078	285 358
Nacidos en			
Nezahualcoyotl	251 932 (43%)	128 870	123 062
Nacidos en otro lugar	327 974 (57%)	165 934	162 040
Nacidos en otro país	530	274	256

---

**Fuente: “Censo de Población” 1970**

Es debido a este origen rural que los inmigrantes carecían de la preparación adecuada para conseguir mejores empleos por lo que optaron por asentarse en zonas marginadas donde el costo de la vida era menor.

---

<sup>13</sup> Gobierno del estado de México (1973), Monografía (fotocopia), pp.14.



Para 1960 en Nezahualcoyotl ya había 30 000 habitantes y a través de diversas asociaciones voluntarias tales como la *Asociación de Colonos*, el *Frente Único de Comerciantes en Pequeño*, la *Junta de Mejoramiento* y la *Cámara de Comercio*, se unieron con una causa común: presionar a la legislatura del Estado por la autonomía política de San Juan Chimalhuacán y para la creación de una municipalidad política separada de Chimalhuacán. Así, el 3 de abril de 1963, el municipio de Ciudad Nezahualcoyotl fue políticamente incorporado por el Decreto número 93 (Vélez, 1991:59).

### *Situación sociodemográfica*

Nezahualcoyotl tiene una de las más altas tasas de población del país y del mundo actualmente, concentrando al 19 324 habitantes por kilómetro cuadrado; está conformado por 85 colonias, y lo habitan, según el último censo sociodemográfico del año 2000 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), 1 225 083 personas, de las cuales 630 274 son mujeres mientras que hombres son 594 809.

Según estos datos 805 606 personas de 15 años o más son alfabetos, también por cada 10 escuelas que existen 54 pertenecen a la educación primaria y 17 a preescolar, por lo que 95 de cada 100 habitantes de entre 6 y 14 años asisten a la escuela; asimismo, 99 de cada 100 hogares cuentan con energía eléctrica y drenaje y 98 de cada 100 tienen agua entubada.

Por otro lado el número de personas económicamente activas asciende a 477 733 y su contraparte, es decir, la económicamente inactiva es de un total de 423 423 personas. Por último, 43 de cada 100 personas están afiliadas a alguna institución de salud, siendo el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) el que atiende a 74 de cada 100 derechohabientes.

### *Fisonomía ocupacional de Nezahualcoyotl*

Neza, en comparación con los municipios más importantes del Estado de México –Naucalpan, Tlalnepantla, Ecatepec y Toluca-, tiene menos personas ocupadas y con las más bajas remuneraciones en términos absolutos. Asimismo, el índice de desempleo en el municipio es de 5.8, superior a la media nacional que es de 4.2.

**CONDICIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN NEZAHUALCOYOTL**

---

Total de la población de 12 años y más	904 665
Total de la población de 12 años y más económicamente activa	478 479
Total de la población de 12 años y más económicamente activa ocupada	470 588
Total de la población de 12 años y más económicamente activa desocupada	7 891
Total de la población de 12 años y más económicamente inactiva	423 508
No especifica condición de actividad económica	2 678

---

**Fuente: INEGI 2000**

Tenemos así que 423 508 personas estaban económicamente inactivas, es decir, 46.81%; mientras que del total de la población económicamente activa (PEA) el 2% se encontraba desocupada. Estas cifras reflejan que casi el 50% de la población mayor a 12 años está desempleada.

Ahora bien, los agentes económicos de Neza están integrados en varios grupos. Veamos. Una parte de la PEA que ya ha concluido su ciclo reproductivo en el sector formal de la economía se inserta en actividades informales, principalmente mercados sobre ruedas o tianguis.

También se deben agregar las personas que no encuentran acomodo en el sector formal; así como aquellas que por la disminución de sus capacidades son rechazadas de la planta productiva. Existe otro grupo formado por aquellas personas que rechazan el modelo empleado-empleador y que emprenden una actividad que les permite la satisfacción de sus necesidades. Un grupo importante es el conformado por mujeres y niños.

Si bien dichos agentes económicos satisfacen sus necesidades básicas, se encuentran al margen de los beneficios de la seguridad social, es decir, de créditos para vivienda, pensiones, servicios de salud, etcétera. Esta fuerza de trabajo que ha contribuido al crecimiento económico del municipio, se encuentra al margen del desarrollo. Finalmente, otra parte de la PEA presta sus servicios en el Distrito Federal y en municipios aledaños, tanto en la iniciativa privada como en el sector público; es la población que en cierto sentido se encuentra amparada por la seguridad social.

La siguiente tabla arroja luz acerca de la situación laboral de la PEA en Ciudad Nezahualcoyotl.

**DISTRIBUCIÓN DE LA PEA DE NEZAHUALCOYOTL POR POSICIÓN EN EL TRABAJO.**

---

- agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	694
- minería	171
- electricidad y agua	1 894
- construcción	24 302
- industrias manufactureras	88 130
- comercio	120 566
- servicios de transporte, correos y almacenamiento	32 709
- servicios de información en medios masivos	5 890
- servicios financieros y de seguros	5 440
- servicios inmobiliarios y alquiler	2 006
- servicios profesionales	12 097
- servicios de apoyo a los negocios	16 126
- servicios educativos	23 535
- servicios de salud y asistencia social	18 874
- servicios de esparcimiento y culturales	4 567
- servicios en hoteles y restaurantes	26 126
- actividades de gobierno	25 212
- no especificado	20 012

---

**Fuente: INEGI 2000**

Debido a su carácter urbano, en el municipio no se realizan actividades directamente vinculadas a la agricultura, ganadería y acuicultura, las pocas personas que desarrollan estas actividades –sólo el 0.14%- tienen que trasladarse fuera del municipio. Este dato es relevante pues, aunque en el municipio escasean las oportunidades de trabajo, los residentes muchas veces tienen que buscar empleo en otros municipios del Estado de México o en el Distrito Federal.

Una gran proporción de los trabajadores de Neza son obreros no agrícolas; junto con los que laboran en el sector de servicios y en el comercio, los obreros alcanzan el 62% del total de la PEA. La industria manufacturera absorbe a casi el 19% de los trabajadores siendo la segunda ocupación con mayor número de empleados.

En síntesis, el comercio y los servicios son las actividades de mayor peso y en menor medida, la manufactura. Los mercados, tianguis, puestos ambulantes, tiendas de abarrotes, papelerías, farmacias, talleres mecánicos, clínicas particulares, bancos; media

centena de pequeñas industrias, talleres de costura, carpinterías, etcétera constituyen la economía de la localidad.

Es evidente que la actividad del comercio es la que sobresale como la de mayor índice de ocupación empleando a 120 566 personas, lo que equivale al 25.62% de la PEA de Ciudad Nezahualcoyotl. Es importante anotar que este rubro incluye, entre otros, todas las pequeñas tiendas, mercados y tianguis o comercio ambulante.

Dado que en Neza prevalece una situación de pobreza, sus habitantes tienen que buscar alternativas de trabajo para enfrentar estas condiciones adversas y sacar adelante a sus familias. El comercio ambulante representa una excelente opción de ocupación laboral al no requerir de una gran preparación académica ni experiencia laboral, además de la facilidad con que se puede empezar un “negocio propio”. Es evidente que las ganancias no son exorbitantes, sin embargo significan un alivio al final del día cuando se dan cuenta de que al menos van a tener qué comer junto con sus hijos y, con suerte, tienen la oportunidad de darse unos pequeños “lujos” como salir de paseo, ahorrar o comprarse la prenda que tanto habían deseado.

### *Situación laboral de las mujeres*

En un primer momento surgió Ciudad Nezahualcoyotl como una manifestación típica de la crisis agrícola nacional y de la insuficiente generación de empleos por parte de la industria mexicana entre 1950 y 1970.

En aquella primera periferia capitalina se multiplicaron gradualmente las actividades remuneradas de las mujeres, pero la mayoría de ellas podía desarrollar el trabajo asalariado en su hogar o, al menos, en las colonias de Neza (Cook, 1981, 315).

La situación laboral de las mujeres de Neza sigue las mismas directrices que las del resto del país; aunque no se puede negar que paulatinamente han ido ganando espacios en el terreno laboral, una serie de prácticas hostiles en contra de la mujer (acoso sexual, discriminación salarial y la división sexual del trabajo, por ejemplo) han permitido que la desigualdad existente entre los sexos en cuanto al acceso al mercado de trabajo aún hoy día permanezca. García y De Oliveira afirman al respecto que:

Las mujeres siguen desempeñando las ocupaciones típicamente femeninas (secretarias, maestras, enfermeras, meseras), las de más baja calificación (empleadas domésticas, afanadoras, vendedoras ambulantes), y las no remuneradas (trabajadoras familiares) (1997: 168).

Frente a esta discriminación laboral, una gran cantidad de mujeres de Neza han optado por engrosar las filas del comercio ambulante pues este ha sido la vía más aceptable que han encontrado para satisfacer sus necesidades elementales; entre las ventajas que ellas encuentran en el ejercicio del comercio ambulante se encuentran: los ingresos que perciben son superiores a los mínimos establecidos que se pagan en el país, la continua amenaza de desempleo y la inestabilidad en el trabajo asalariado; la idea de dependencia frente al trato de los patronos; la ilusión de la mejoría por esfuerzo propio y un elemento de suma importancia para ellas: el poder cuidar personalmente a los hijos.

Sin embargo, es necesario precisar que aún en esta actividad se enfrentan con dos grandes inconvenientes: la ausencia de seguridad social (servicios médicos, vacaciones pagadas, pensiones y jubilaciones, aguinaldos, prestaciones, etcétera) y la situación de desventaja frente a los hombres que se dedican a lo mismo puesto que la calle se convierte en una extensión del hogar y, al ser las encargadas del núcleo doméstico, están desempeñando una doble jornada de trabajo y esfuerzo, ya que es en este lugar donde pasan la mayor parte del día, mientras cuidan, alimentan y educan a sus hijos.

Como bien sabemos, la posición de la mujer dentro de la dinámica social ha sido construida por los sujetos que forman parte de ésta a través de la historia bajo una ideología patriarcal que proclama la superioridad del sexo masculino sobre el femenino. Así, tenemos que el lugar que le corresponde es el secular aislamiento en el hogar dedicadas a la reproducción y a las actividades adyacentes, mientras que el hombre es el encargado de proveer de lo necesario, respecto de lo material, a la familia. No obstante, frente a la actual situación económica que cada día más obliga a las familias a contar con más de un ingreso, las mujeres han visto en el comercio ambulante una opción viable de oportunidad laboral por las razones que ya habíamos enunciado líneas arriba. No obstante a presenciar las circunstancias actuales de las mujeres de Neza, aún hoy la idea de que la mujer tiene su lugar en la casa, realizando el trabajo 'invisible' mientras que el hombre es el que se expone en el espacio público permanece en las conciencias de las personas como si pareciera estar "en el orden de las cosas", lo que Bourdieu denominó

“una construcción social naturalizada” (2000: 14). Sin duda, esto significa que la decisión de las mujeres a dedicarse a este tipo de actividad las coloca en una situación paradójica debido a que tienen que abandonar su confinamiento tradicionalmente asignado en la esfera privada para integrarse al trabajo ‘visible’ en el espacio público y, al mismo tiempo, seguir cumpliendo con las tareas correspondientes al hogar. De esta manera, las comerciantes ambulantes permanecen en el espacio público y no solamente circulan, pero al mismo tiempo se impregna el espacio público con lo privado pues la calle se convierte en la extensión de la casa.

La mujer concreta de Neza constituye el sector femenino de una zona urbana marginada que presenta características únicas y definidas. Veamos.

Nezahualcoyotl es considerada una zona urbana marginalizada ya que es un municipio que se caracteriza por la presencia de una parte de la fuerza de trabajo en actividades no relevantes al funcionamiento del sistema (Alonso, 1981), es decir, el subempleo.

La participación femenina en la fuerza de trabajo ocupacional de Neza está condicionada por la estructura de las ocupaciones en las zonas marginadas. Las características ocupacionales más sobresalientes de la marginalidad, y que constituyen el marco de referencia para centrar la participación de la mujer en la fuerza de trabajo de Nezahualcoyotl (Quijano citado en Alonso, 1981: 77), son: ocupaciones de mínima productividad; ocupaciones desligadas de la producción directa de bienes; ocupaciones con un mercado de trabajo reducido e inestable, ocupaciones que dan lugar a relaciones de trabajo igualmente inestables y, finalmente, ocupaciones que generan unos salarios exigüos e inestables.

La integración de la mujer marginalizada a la fuerza de trabajo visible está determinada primordialmente por necesidades de tipo económico aunque, como veremos más adelante, esta motivación inicial viene acompañada de implicaciones de diversa índole, las cuales contribuyen a que ellas conciban, organicen y se representen el mundo y la experiencia urbana de manera particular.

En resumen, la mujer marginada de Ciudad Nezahualcoyotl que trabaja por una ganancia económica, constituye un sector súper-explotado en el nivel de los subempleados pues, como ya habíamos expuesto, realizan una doble jornada de trabajo y esfuerzo.

Las mujeres de Neza no han mejorado su situación social al emigrara a este municipio y trabajar por una ganancia económica; es el salario insuficiente e irregular del esposo o del padre el que las empuja (a pesar de la superestructura machista adversa) a enrolarse en la estructura subocupacional del municipio con el objeto de poder subsistir. Para muy contadas mujeres de Ciudad Nezahualcoyotl, la participación en el trabajo productivo significa una puerta abierta hacia la movilidad social ascendente.

Las características histórico-estructurales presentes en el proceso de formación de Nezahualcoyotl son las únicas que pueden dar cuenta de la necesidad del trabajo femenino para suplementar los ingresos económicos del marido.

### *El ambulante en Neza*

De acuerdo a la información contenida en el Cuaderno Estadístico Municipal en Ciudad Nezahualcoyotl hay 66 mercados públicos (48 en zona centro y 18 en zona norte) que concentran un total de 11 872 puestos; además se instalan 48 tianguis o mercados sobre ruedas en la zona centro y 12 más de estos en la zona norte, logrando satisfacer la demanda del servicio e incluso compradores de municipios y delegaciones colindantes acuden a estos lugares para cubrir sus necesidades de abastecimiento de artículos tanto para uso personal como para uso doméstico, incluyendo alimentos.

Además, dado que una de las características del comercio ambulante son sus precios bajos, es el lugar por excelencia para que los clientes acudan a realizar sus compras con la idea de no gastar dinero de más.

Si bien existen cifras sobre la magnitud del comercio en la vía pública a nivel nacional, debe señalarse la dificultad para obtener cifras confiables a nivel local. El dato más reciente que se tiene acerca del comercio al por menor en Neza lo proporciona el INEGI a través del Censo Económico 2004 en donde se muestra que existían 21 480 unidades económicas ocupando a un total de 40 721 personas laborando en esta actividad. No

obstante, no tenemos la certeza de que el comercio al por menor se refiera exclusivamente al comercio ambulante.

El Reglamento “Tipo” de Mercados y Comercio Ambulante publicado por el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal -dependencia de la Secretaría de Gobernación- es el encargado de regular la actividad comercial en los diferentes estados de la República Mexicana y, por ende, en Nezahualcoyotl. En este documento se establecen las normas administrativas bajo las cuales se ejercerán en Neza las actividades que realizan las personas que se dediquen a un oficio o al comercio ambulante u operen puestos fijos o semifijos en la vía pública así como también aquellas actividades comerciales que se realizan en edificios públicos o de propiedad privada.

Este reglamento hace una distinción entre comercio ambulante y oficio ambulante. El primero se refiere a “todas aquellas actividades comerciales lícitas que se ejercen por personas que deambulan por las calles, llevando consigo sus mercancías, ya sea en carro de tracción mecánica o animal o impulsados por esfuerzo humano o bien auxiliándose con vitrinas, canastas, etcétera, que personalmente carguen los propios vendedores”. En cuanto al oficio ambulante se establece que son los servicios que presta una persona en la vía pública mediante un pago que los transeúntes o las personas que solicitan el trabajo otorgan; en esta categoría están comprendidos los artistas de la vía pública, hojalateros o afiladores, pintores y rotulistas ambulantes y todos aquellos no comprendidos que incidan en este ordenamiento.

Además, están comprendidos en este Reglamento los llamados “puestos fijos y semifijos”. Los primeros son aquellos que se establecen a línea de calle, caracterizándose por vender sus artículos o productos a los transeúntes, siendo por regla general de carácter familiar.

Los segundos son aquellos que durante el día se establecen en forma transitoria en un lugar fijo, pero que son retirados durante las horas en que deben de cerrar, al lugar que para el efecto tenga destinado y que se dediquen a la venta de toda clase de artículos o productos lícitos.



Según las disposiciones de dicho Reglamento, las tarifas que deben cubrir los comerciantes ambulantes serán determinadas por el Ayuntamiento del municipio. Asimismo, para obtener el permiso para ejercer esta actividad se deberá presentar solicitud ante la Oficina de Recaudación de Renta Municipal o la oficina administrativa que determine el Municipio, en las formas preestablecidas por esta dependencia y el solicitante deberá cubrir los siguientes requisitos: 1) Ser mayor de 14 años; para que los mayores de 14 pero menores de 18 puedan laborar, se requiere autorización de los padres; en el caso de que el menor no los tuviera, la Oficina Administrativa a fin hará el estudio socioeconómico del caso y otorgará o negará la autorización correspondiente; 2) Si el solicitante fuera menor de 18 años, debe haber concluido la primaria o presentar constancia de que asiste a un centro escolar. Si el solicitante es mayor de 18 años y no sabe leer y escribir, deberá comprobar que está inscrito en un centro de alfabetización; 3) Poseer buenos antecedentes de conducta; 4) Tener domicilio: los cambios de domicilio deberán ser comunicados a la oficina administrativa correspondiente, dentro de los diez días siguientes a la fecha en que el traslado se hubiera efectuado. Si el solicitante no lograra reunir todos los requisitos, la Presidencia Municipal podrá dispensar al trabajador tras haber realizado un análisis socioeconómico.

A nivel local las disposiciones referentes al ejercicio del comercio en la vía pública se encuentran contenidas en el Cuaderno del Bando Municipal de Nezahualcoyotl, en el artículo 94 del capítulo de las actividades comerciales se establece que “La Subdirección de Reglamentos, los Departamentos de Vía Pública, Tianguis y Mercados, en sus respectivas competencias, autorizará la realización de actividades comerciales, previo cumplimiento de los requisitos establecidos para el efecto en los reglamentos respectivos”. No obstante, estas disposiciones no se cumplen cabalmente pues los comerciantes se establecen en lugares no autorizados, además de no cubrir las cuotas en las dependencias correspondientes sino que mantienen arreglos con sus líderes por medio de los cuales les permiten trabajar en el espacio público, excluyendo de estos convenios a las autoridades correspondientes.

Ante esta situación las autoridades del municipio han adoptado medidas tendientes al reestablecimiento del orden respecto al comercio ambulante. Veamos. El 5 de febrero de 2004 se publicó en el Boletín número 110 del municipio se anunció la implantación del nuevo Bando de Nezahualcoyotl en donde se establecía el reordenamiento integral de la

vía pública, comercio y prestadores de servicios. Las acciones que procederían al incumplimiento del reglamento por parte de los comerciantes ambulantes consistían en amonestaciones públicas y multa de cinco a quince días de salario mínimo o de 12 a 36 horas de arresto a quienes establecieran fuera de los lugares permitidos por los departamentos de Mercados, Tianguis y Vía Pública, puestos de venta, obstruyendo la vía pública o las banquetas destinadas al tránsito de peatones o vehículos.

En la misma línea, existen disposiciones que regulan el comercio en la vía pública en fechas festivas como las fiestas navideñas y Día de Reyes.

Por citar un ejemplo, el Presidente municipal que en diciembre de 2005 ostentaba el cargo, Luis Sánchez Jiménez, ordenó que sólo los 500 comerciantes que estaban inscritos en el padrón de 2004 podrían colocarse en la vía pública. Asimismo, se establecieron lugares y días precisos para que los vendedores informales que desearan llevar a cabo su actividad en las vialidades de esta localidad aprovecharan la temporada invernal; además se implementaron dispositivos para retirar de forma pacífica a los vendedores informales que se instalaran en la vía pública y alrededores de centros de abasto, lugares que están prohibidos para el ejercicio del comercio ambulante; la administración local se encarga de establecer los sitios y tiempos donde se puede realizar dicha actividad.

Los vendedores que desearan llevar a cabo su actividad en las vialidades de esta localidad para aprovechar la temporada invernal debían pagar 50 pesos en la Tesorería municipal y el lugar asignado lo podían ocupar desde dos semanas antes de Navidad hasta el último día del año (Boletín 434, 9 de diciembre de 2005, *Las autoridades de Nezahualcoyotl ponen orden en el comercio ambulante de fin de año.*).

Sin embargo, todas las disposiciones existentes no son suficientes para frenar el ejercicio del comercio ambulante; es evidente que en todo el municipio los comerciantes continúan estableciéndose en cualquier lugar que consideran idóneo para vender sus productos. Así, los observamos en los paraderos del transporte colectivo, en los alrededores de hospitales, oficinas, fábricas y cualquier lugar donde haya una mayor afluencia de trabajadores; en las afueras de mercados establecidos

—pese a las quejas de los locatarios quienes alegan competencia desleal por parte de los ambulantes<sup>14</sup>—; en las diferentes colonias que conforman el municipio bajo la modalidad de tianguis; en parques, zonas aledañas a escuelas e, incluso fuera de complejos comerciales tales como Comercial Mexicana y Chedraui<sup>15</sup>.

La motivación principal que los vendedores ambulantes tienen para dedicarse a esta ocupación y aún más para transgredir los reglamentos vigentes respecto al ejercicio de esta actividad es de índole económica. No obstante, el hecho de no acatar las disposiciones oficiales no los convierte en delincuentes o anómicos —en el sentido que Durkheim lo utiliza— pues lejos de pretender romper con el orden establecido, proponen una forma distinta de empleo además, sí se encuentran organizados, siguen reglas tácitas que les dictan cómo deben actuar para el buen funcionamiento de su propio sistema. En definitiva, si bien es cierto que no acatan del todo los reglamentos impuestos por las autoridades municipales, también es cierto que cuentan con sus propias leyes que deben cumplir para trabajar en armonía. Es importante precisar que los comerciantes informales actúan bajo la protección de sus líderes quienes velan por los intereses de sus agremiados y, evidentemente, por los suyos propios.

---

<sup>14</sup> Boletín 66, 21 de febrero de 2006, *El ayuntamiento atiende demanda de locatarios de mercados del municipio*, disponible en la página web: [www.neza.org.mx](http://www.neza.org.mx)

<sup>15</sup> Ángela Giglia presenta un trabajo fotográfico donde se muestra la tolerancia que éstas grandes cadenas comerciales presentan respecto al comercio informal; véase bibliografía.

## **¿QUIÉNES SON LAS COMERCIANTES DE NEZA?**

Sin duda, las comerciantes del tianguis de la Avenida México, al igual que todas las del país, presentan una gran heterogeneidad; las diferencias las constituyen la forma en que desarrollan su actividad laboral y todos los elementos adyacentes al ejercicio de su trabajo tales como la manera de utilizar la calle, sus características socioeconómicas, la forma en que se organizan y sus giros comerciales. No obstante, el aspecto que reviste mayor importancia para nosotros es la manera en que a partir de desempeñar la actividad del comercio ambulante, estas mujeres configuran y significan su mundo y cómo lo cristalizan a través de sus discursos.

La etnografía del lugar de nuestro estudio tendría, pues, que dividirse en dos secciones; la primera estará dedicada a los aspectos físicos de esta centralidad barrial, mientras que en la segunda nos enfocaremos a describir el elemento fundamental del estudio, es decir, las vendedoras ambulantes.

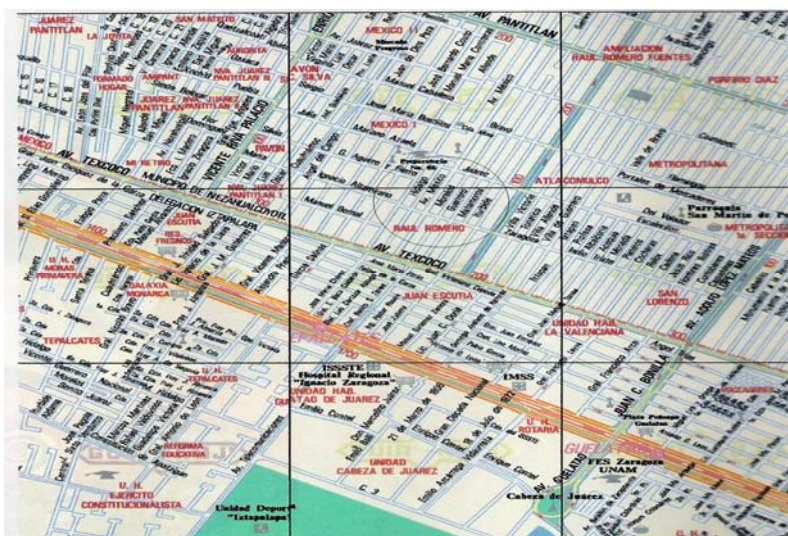
Antes de comenzar es importante anotar que se ha seleccionado esta colonia para el estudio, y más particularmente esta calle, porque representa claramente una centralidad - aunque barrial- donde muchos residentes de la colonia y lo que es más compradores foráneos (pues este lugar es reconocido por la gran variedad de productos que se pueden encontrar tanto a nivel local como por compradores de municipios y delegaciones colindantes) acuden a cubrir sus necesidades de consumo. Pero no sólo es un lugar para comprar y vender, es un lugar de encuentro con el "otro", un espacio donde además de participar en operaciones de compra-venta, la gente puede entretenerse, despejarse por un rato de las preocupaciones diarias, en fin, un lugar para el esparcimiento.

Un aspecto peculiar de esta centralidad es que es permanente, es decir, exceptuando el lunes, todos los días de la semana comerciantes de la vía pública se instalan en este sitio ofreciendo sus productos; razón por la cual goza de un gran número de compradores potenciales que saben que casi cualquier día pueden encontrar los productos que requieren.

*El espacio barrial de la colonia Raúl Romero*

Ahora bien, la zona donde me enfoqué para realizar el trabajo de campo es el tianguis de la Avenida México –aunque en realidad no es una vialidad principal, es una calle ancha que se ubica en la colonia Raúl Romero entre la calle Avenida Juárez y la avenida Pantitlán en el municipio de Nezahualcoyotl, Estado de México. La colonia Raúl Romero forma parte de la sección occidental del municipio de Nezahualcoyotl.

Este es un tianguis permanente pues excepto el lunes, todos los días de la semana podemos observar actividad comercial. Si bien es cierto que desde la avenida Texcoco podemos encontrar locales donde se ofrecen una gran variedad de servicios estéticas, talleres mecánicos, alquiladora de vestuario, servicios médicos, etc.-, la concentración de locales comerciales y, sobre todo, de comercio callejero comienza a partir de la calle Avenida Juárez, y termina en la intersección entre la Avenida México y la Avenida Pantitlán.



**Fuente:** Guía Roji 2006. El círculo fue agregado para ubicar la zona de estudio.

Sin duda, la planificación del espacio sigue el mismo esquema que otras colonias populares: la actividad comercial de esta zona se concentra cerca de la iglesia, el mercado, un centro comunitario y el centro médico.

En cuanto a la modalidad de los puestos que se pueden encontrar ahí observamos la presencia de los llamados puestos semifijos, los cuales están compuestos por una estructura tubular de metal, lonas de plástico que los comerciantes colocan en los techos para resguardarse de las inclemencias del tiempo y tablas de madera, típicos

de los tianguistas; las estructuras de metal permanecen fijas, mientras que las lonas y las tablas son desmontadas al finalizar la jornada.

La presentación de las mercancías puede ser de dos maneras: algunos comerciantes las colocan en tablas frente al puesto, otros las cuelgan en las rejillas de alambre con que están equipados sus puestos. Cada puesto cuenta con su lona propia las cuales son de colores variados. Los pasillos por donde transita la gente son lo suficientemente amplios para que pasen dos personas hombro con hombro. Este tianguis no cuenta con cestos de basura por lo que es frecuente ver basura tirada en las banquetas; al final del día pasan algunas personas barriendo y cobran –pueden dar desde dos pesos- a los comerciantes por realizar el trabajo. Los comerciantes no utilizan prendas como delantal, gorras, etc. que los identifiquen como miembros del tianguis, cada quien viste a su gusto. A propósito de los vendedores, existe una gran heterogeneidad pues podemos observar mujeres, hombres, niños, adolescentes, ancianos y ancianas.

La distribución espacial de la mercancía sigue los mismos patrones que la mayoría de los tianguis que he observado: están colocados arbitrariamente los puestos, es decir, no hay una zona específica para vender ropa, alimentos preparados, verduras, etc. En lo que sí coinciden es que los puestos que ofrecen mercancías de reuso se ubican al final del tianguis pero casi no hay puestos de este tipo, los pocos que hay venden ropa usada.

Pude contabilizar alrededor de 130 puestos en cada lado de la avenida. De estos 260 puestos, casi el 60 por ciento es atendido por mujeres, la mayoría atienden solas el puesto pero también hay quienes están acompañadas por uno o más hombres.

Los consumidores de este tianguis son generalmente vecinos del lugar aunque comprobé que muchas personas se trasladan desde otras colonias para realizar sus compras aquí. Respecto a los supervisores, una informante señaló que hay un señor que diario está en el tianguis por si se suscitara algún problema él tiene que tratar de resolver el conflicto ya

que esa es su responsabilidad pues fue elegido democráticamente por los comerciantes para que los represente ante los demás comerciantes y ante las autoridades. En lo referente a los conflictos potenciales por el uso del espacio en este tianguis, se sabe que no son constantes ni tienen consecuencias graves, se resuelven con relativa facilidad.

A través del trabajo de campo averigüé que el problema de los conflictos por el espacio no es preponderante para estas personas, pues en esta zona comercial no se dan dichos contratiempos debido a que cada comerciante sabe qué lugar le pertenece; además, las comerciantes establecidas no tienen conflictos con las ambulantes y viceversa, pues creen que hay público para todos.

Otra cosa que pude observar es que las cuatro cuadras que conforman la Avenida México son en extremo largas; pude contar –aproximadamente- 70 lotes que son utilizados como casas-habitación, locales o casas que tienen accesorias y las cuales ofrecen bienes y servicios. Los negocios establecidos por cuadra –a partir de la Avenida Juárez- son alrededor de 54 y los lotes restantes son casas. Es en estas cuadras donde comienza a haber mayor variedad de comercios tales como tortillerías, dulcerías, rosticerías, zapaterías, mercerías, joyerías, paleterías, papelerías, ópticas, pedicuristas, y muchísimas tiendas de ropa para toda la familia. Algunas personas utilizan el patio o cochera de sus casas como locales comerciales y algunos otros negocios son extensión de los locales.

Las vendedoras ambulantes ofrecen productos diversos pero lo que predomina en este tianguis son las prendas de vestir; existe una oferta muy grande de ropa para toda la familia, la hay de marcas reconocidas hasta las más económicas pero de baja calidad. Cabe destacar que también existen muchas tiendas a lo largo de este tianguis y es donde es más frecuente encontrar la ropa de marca. Aunque el predominio de la venta de prendas de vestir es evidente, también hay quienes venden artículos para el hogar, para el equipamiento personal, discos de música y películas “pirata”, calzado, aparatos eléctricos y electrodomésticos, libros, comida preparada, por ejemplo: las llamadas carnitas de cerdo, quesadillas, tamales y atoles, frituras de harina, refrescos, golosinas y más. Además, debido a que un mercado establecido se ubica en medio de esta centralidad, los clientes pueden encontrar todo lo referente a la preparación de alimentos ofrecidos por los diversos locales tales como tortillerías, pollerías, tiendas de abarrotes,

carnicerías, cremerías, verdulerías, fruterías y varios locales donde vende comida preparada; ahí muchas personas acuden a consumir los alimentos que ahí venden. Es interesante el hecho de que el mercado se encuentra literalmente dividido en dos: existen dos edificaciones a cada lado de la calle pero que vienen siendo el mismo mercado.

Es evidente que la planeación para la construcción de estos inmuebles es nula pues se puede observar cómo cada uno de los locales que lo conforman han sido construidos independientemente de los demás, existe una irregularidad en las dimensiones de cada uno de estos tanto en lo referente a lo ancho como a lo largo, sin olvidar la altura. Además, no tienen un techo uniforme, más bien los tramos en que no hay construcción de locales están cubiertos con láminas y también éstas son de tamaños y colores diversos, lo que provoca que en épocas de lluvias el agua se filtre al interior o que caiga directamente dentro del mercado. El piso del mercado está en extremo sucio y grasoso, da la impresión de que al pisar uno se puede resbalar y caer debido a lo resbaloso del piso. En cuanto al alumbrado eléctrico se puede afirmar que es inexistente lo que da como resultado que los pasillos por los que se transita estén demasiado oscuros provocando una sensación de miedo a las personas que acuden aquí. Finalmente, cuenta con varias entradas que colindan con la calle donde se encuentra instalado el tianguis y con las calles aledañas al mercado; por cierto, en estas entradas se ha improvisado un tiradero de basura que ya está bastante nutrido y el cual es visitado por el camión de la basura dos veces por semana. Sin duda, constituye un foco de infección pues es un caldo de cultivo de muchas infecciones, además de que es el lugar idóneo para que animales portadores de enfermedades como ratas, ratones, gatos y perros se reproduzcan.

#### *Las comerciantes de la Avenida México*

La mayoría de las comerciantes ambulantes son dueñas de su propio puesto aunque sí existen las excepciones que trabajan para alguien más o para una compañía como en el caso de las vendedoras de congeladas “Bon Ice” o “Pura Crema” y quienes literalmente deambulan por todo el tianguis ofreciendo sus productos. Muchas de estas mujeres han continuado con una tradición familiar al mantenerse en este sector de la economía informal, razón por la cual nunca han trabajado en alguno de los sectores formales de la economía.



Todas ellas radican en la misma colonia por lo que fácilmente pueden transportar sus mercancías, casi siempre en un triciclo o cuando requieren transportar grandes cantidades de mercancías utilizan automóviles.

De acuerdo a la tipología realizada por Gustavo Gutiérrez (1997: 78) en base a las motivaciones que las llevan realizar dicha actividad, las comerciantes en vía pública se ubican dentro de dos grupos: los comerciantes de subsistencia y comerciantes de baja rentabilidad. El primer grupo se refiere a aquellos que dependen totalmente de esta actividad; este sector está compuesto primordialmente por niños, ancianos, lisiados, madres solteras y desempleados. Las mujeres que caen dentro de este grupo trabajan para sostener a sus hijos, aunque siempre cuentan con el apoyo de familiares; evidentemente, sus ingresos económicos son esenciales para el sostenimiento de sus hogares, sin embargo es importante anotar que la mayoría de las vendedoras se encuentran casadas y viviendo con el esposo. El segundo grupo tiene como característica principal el que es una actividad complementaria, es decir, una actividad extra para cubrir mejor sus necesidades. Efectivamente, en una gran cantidad de casos el aporte económico de las comerciantes del tianguis es de vital importancia para el mantenimiento del seno familiar ya que el sueldo de los maridos no alcanza a solventar los gastos que se derivan de la casa; en esta circunstancia el trabajo femenino es aparentemente complementario del que aportan los varones; sin embargo, muchas veces sus ingresos son superiores al de sus esposos.

La presencia femenina en el tianguis es considerable (casi el 60 por ciento) y, evidentemente, constituye una parte fundamental de los ingresos de las familias de esta localidad. Muchas son las variables que inciden en la forma en que las comerciantes informales de esta centralidad significan el trabajar directamente en el espacio público, sin embargo, la dicotomía comprendida por su trabajo productivo y su trabajo reproductivo es esencial para configurar su representación de su actividad laboral y todos los elementos concomitantes. Este tema será desarrollado más adelante.

Sin duda, es de vital importancia plasmar las características de las comerciantes ambulantes, pues a partir de establecer el panorama general de su entorno tanto físico como social, se podrá comprender su subjetividad y cómo en base a ésta construyen los símbolos con que significan sus actividades laborales y su vida personal.

Con base en los testimonios que he recogido con las comerciantes ambulantes, puedo extraer algunas deducciones que, si bien no tienen porqué constituir una generalidad entre las comerciantes ambulantes, sí existe una tendencia a repetir patrones de acción. Así pues, se presentan datos sobre su edad, estado civil, escolaridad, lugar de residencia, situación laboral, antecedentes laborales, antigüedad en el comercio callejero, redes sociales con las que cuentan, actitud frente a su trabajo, relación con los otros comerciantes, tipos de clientes, planes a futuro, etcétera.

Empecemos, pues. La mayoría de estas mujeres son dueñas de su propio negocio. ¿Qué quiere decir esto? Que dada la escasez de empleos bien remunerados en el sector formal, aunado al hecho de tener que hacerse cargo del cuidado de los hijos, estas mujeres optan por las alternativas laborales que más les favorecen, y una de esas alternativas es el comercio informal o ambulante. En efecto, esta actividad representa una buena opción a elegir pues les representa muchas ventajas, por ejemplo: no tienen horarios fijos, “soy mi propia jefa” a decir de algunas; cuentan con la libertad de tener a sus hijos la mayor parte del tiempo mientras los cuidan, alimentan y educan; no tienen un sueldo fijo pero, al ser ellas mismas las dueñas de sus puestos, tienen relativamente el control sobre las ganancias. Y hablando de ganancias, estas mujeres no cargan solas con el peso de los gastos de la manutención del núcleo doméstico pues siempre cuentan con la cooperación ya sea de la pareja o de los familiares. “Trabajo por necesidad” es una frase recurrente en sus discursos, sin embargo, nos podemos dar cuenta –en casi todos los casos- que su trabajo es complementado con la actividad laboral de sus parejas.

Como es bien sabido, las mujeres que trabajan fuera del hogar desempeñan una doble jornada de trabajo y de esfuerzo al tener que atender tanto al núcleo doméstico como el trabajo fuera de este; esto las coloca en una situación de desventaja frente a los hombres que también se dedican a esta ocupación pues la responsabilidad de mantener en funcionamiento el seno familiar “le toca a la mujer”. ¿Cómo han logrado resolver esta cuestión las comerciantes ambulantes? Algunas se llevan a los hijos al lugar de trabajo y ahí los cuidan; otras los dejan en casa –en estos casos los hijos ya están grandes-; otras más los dejan bajo los cuidados de algún familiar y los recogen cuando ha terminado su jornada laboral. Todas ellas tienen sus días de “descanso” los cuales utilizan para convivir un poco más con la familia y para “ponerse al día” con las labores domésticas. Resulta,

pues, que su doble participación en la dinámica económica y social, esto es, trabajo productivo-trabajo reproductivo incide determinadamente en la manera en que construyen su cosmogonía personal y, por ende, la forma en que se desenvuelven en la vida cotidiana.

Regresando al tema de la falta de cooperación de los maridos de estas mujeres en los quehaceres domésticos, notamos que casi todos están de acuerdo en que sus esposas trabajen fuera de casa porque les conviene que existan otros ingresos económicos al hogar pero no lo ven como oportunidades de desarrollo personal para las mujeres, como bien lo apunta José Antonio Alonso:

El trabajo por una ganancia económica de la mujer de Neza es en una elevada proporción una faceta constitutiva de la marginalidad urbana de ese municipio. De ninguna manera puede tomarse como una manifestación de la ideología liberacionista de la mujer moderna. Es un producto social de la lucha por la supervivencia diaria a la que están abocadas inexorablemente las familias de las zonas marginadas (1981:103).

Aunque estas mujeres están plenamente conscientes de su situación económica, no se prohíben la ilusión de mejorar su estatus a través del trabajo. No obstante, también estos objetivos están supeditados a su posición laboral, es decir, cuando son dueñas de sus puestos tienen un tipo de aspiraciones, siempre relacionadas con el progreso: expandir sus puestos, comprarse una casa, retomar sus estudios, etc. En cambio, cuando trabajan para alguien más sus planes a futuro se ven reducidos a objetivos a corto plazo, es frecuente escuchar entre estas mujeres la frase “seguir en lo mismo” cuando se les cuestiona acerca de sus proyectos próximos.

Otra cuestión importante que resulta de estos datos es que los diferentes estatus de estas mujeres dentro del comercio (empleadas, propietarias de sus negocios, establecidas, ambulantes, etc.) inciden en la elaboración de sus discursos acerca de su condición de mujeres trabajadoras fuera de casa. Por ejemplo, las que trabajan por cuenta propia experimentan con más intensidad la sensación de independencia pues tienen la seguridad de poder valerse por sí mismas sin la necesidad de recurrir a la ayuda de otra persona; sin duda, estas mujeres están satisfechas y hasta contentas de poder percibir remuneraciones económicas por su trabajo pues esto las hace sentir autosuficientes: “ya no estoy atendida a lo que él me quiera dar”, dicen ellas. Por otra parte, las vendedoras

que trabajan por un sueldo siguen sintiendo el peso de la dependencia a otra persona; aún cuando aportan dinero a su hogar, el hecho de sentirse subordinada las hace proclives a reproducir esos sentimientos en la relación con sus parejas. Resulta, entonces, que efectivamente el salir de casa para emplearse en una ocupación en el espacio público transforma la manera de concebir y organizar su vida cotidiana.

Respecto al nivel de estudios de estas trabajadoras, podemos encontrar desde amas de casa con la educación primaria incompleta hasta profesionistas pasando por quienes concluyeron su instrucción académica a nivel preparatoria, y hay hasta quienes realizaron alguna carrera comercial como secretariado.

Aquí podemos darnos cuenta de que hay una tendencia de las mujeres que alcanzaron un nivel de estudios más alto a trabajar en empleos relacionados con el sector formal (secretarias, recepcionistas, obreras, Secretarías del gobierno, etc.), y las cuales eligieron el comercio ambulante como última opción al no quedar más alternativas viables de trabajo, debido a su edad, por ejemplo. Por otro lado tenemos a las mujeres que no pudieron terminar al menos la educación básica, quienes han tenido experiencias laborales previas en el comercio ambulante ya sea porque trabajaron para alguien más o porque continúan con la tradición familiar del ambulante. A propósito de este tema hay que anotar que la actividad del comercio informal responde, en la mayoría de los casos a una tradición familiar, es decir, las mujeres que se dedican al comercio ambulante provienen de familias que también de han dedicado a esta ocupación; sin embargo, aunque sus hijos están involucrados en esta actividad, ellas desean un mejor futuro para sus vástagos y, por tanto, les proporcionan los elementos que tienen a su alcance para que “se superen” y tengan un mejor porvenir.

Se puede decir que la relación que mantienen estas mujeres con otros comerciantes es más bien de tolerancia. Existen entre ellos reglas tácitas de acción que permiten la convivencia cordial la cual resulta ser muy importante para su trabajo, pues recordemos que pasan muchas horas del día en contacto con estos comerciantes. La única dificultad que pueden tener es con la actitud de los comerciantes establecidos que denota molestia pues creen que los ambulantes les “roban” la clientela.

Respecto a la relación que sostienen con los clientes de cada una de las comerciantes ambulantes observamos que, en los casos de las vendedoras de alimentos, los clientes son constantes, es decir, habitualmente asisten a sus puestos pues ya son conocidos; claro está que existe la posibilidad de captar a público nuevo.

En el caso de las vendedoras de otros productos, los clientes son esporádicos, es decir, no existe un consumo constante por parte de los mismos clientes; el consumo es variable.

Un factor importante referente a la actividad del comercio ambulante femenino se refiere a las redes sociales. Independientemente de su estado civil, las vendedoras informales saben que cuentan con la protección de diversas personas que constituyen sus redes de ayuda.

Así, por ejemplo, un ama de casa que necesita apartarse por un breve lapso de tiempo de sus hijos para cumplir otras actividades puede recurrir a familiares, amigos, compadres e, incluso vecinos y solicitar la ayuda que requiere; éstos acceden y la mujer tiene presente que está inmersa en un circuito de reciprocidad (Mauss, 1971), es decir, dar-recibir-devolver. A este respecto Larissa Lomnitz (1994) sostiene que las redes familiares constituyen la unidad efectiva para un individuo ubicado dentro de un grupo social en donde se desarrolla un sistema de reciprocidad. De este modo, las mujeres saben que al recibir se ven obligadas a devolver y con un margen de utilidad pues al enrolarse en este circuito están sabedoras de los derechos y obligaciones que deben cumplir para con los demás.

La donación recíproca –que implica las obligaciones de dar/recibir/devolver/- remite [...] a una estructura simbólica inconsciente, que se representa cada vez que una situación social requiere la solución que ella aporta: una síntesis inmediatamente lograda, por el pensamiento simbólico, de la relación-oposición entre el yo y el otro, por medio de un “don” que pasa del uno al otro [...] (Jáuregui, 1982:191).

Así, pues, las comerciantes ambulantes reciben gran cantidad de beneficios al integrarse a estas redes, algunos de ellos son: préstamos de dinero, cuidado de los hijos, establecer relaciones de compadrazgo, etcétera. Estas relaciones sociales aportan una ayuda imponderable y, al mismo tiempo, explican cómo dichas mujeres han podido subsistir ante sus condiciones socioeconómicas.

En cuanto a su perfil sociodemográfico, la fuerza de trabajo femenina de Neza ha cambiado sustancialmente en los últimos años. La participación de mujeres en entre 35 y 39 años, de las casadas o en unión libre, y de madres solteras, ha crecido considerablemente, mientras que la de las solteras ha disminuido.

## LAS VOCES DE LAS COMERCIANTES AMBULANTES

*Así es la vida de nosotros, los comerciantes ambulantes*

Comerciante ambulante, 2005

Lo que se busca en este capítulo es descubrir el significado individual y las repercusiones que la participación en el trabajo económicamente productivo tiene el sector femenino de una zona urbana marginada tan representativa como es Ciudad Nezahualcoyotl.

Las cuestiones clave en este análisis podrían reducirse a cuatro: ¿qué motiva a estas mujeres a dedicarse al comercio en vía pública?, ¿a qué circunstancias responde esta decisión?, ¿qué implicaciones conlleva, para su vida privada y pública, el desempeñar un trabajo fuera del hogar?, ¿qué mecanismos les permiten trabajar fuera de la esfera privada y, al mismo tiempo, cubrir sus tareas como madres de familia? Las respuestas a estas interrogantes las proporcionan las mismas protagonistas de este trabajo. El traer a las mujeres al primer plano abre la posibilidad de comprender sus porqués y sus cómo; las voces de estas mujeres trabajadoras muestran que, contrariamente a la idea que se tiene de las personas pobres, son personas activas que constantemente buscan alternativas para mejorar sus condiciones de existencia, por eso es de vital importancia el hablar *con* las mujeres y no simplemente *de* las mujeres.

### *Un día de jornada laboral*

Aunque es evidente que las mujeres ambulantes no siguen las mismas rutinas en su vida cotidiana, sí hay diversas actividades que todas realizan. La siguiente narración de un día de jornada laboral es interesante en tanto es representativa de las múltiples ocupaciones que tienen estas mujeres.

La señora María tiene 36 años de edad y 12 dedicándose al comercio ambulante, sin embargo en este tianguis apenas llega a los siete años. Vive con su esposo y dos hijos en la colonia Raúl Romero; tiene un puesto donde vende ropa de bebé y playeras de algodón para adultos.

Un día normal para ella comienza a las seis de la mañana, “¿para qué me paro tan temprano?, me voy a acabar y ¿para qué?” -comenta-, despierta a sus dos hijos (una niña de 9 años y un niño de 10), mientras ellos se bañan y arreglan, la señora prepara el desayuno, las tortas y el agua que se llevarán de lunch; a las 7:45 a.m. salen rumbo a la escuela, los ven entrar a la misma y se regresa a su casa.

Su desayuno es de 8:00 a 9:00 a.m. mientras está viendo las noticias “más que nada para saber cómo va a estar el clima”. De las 9:00 a las 12:30 se apresura a realizar un poco de las labores domésticas, las realiza parcialmente porque casi nunca le da tiempo de terminar todo el quehacer de la casa: “un día lavo, pero no plancho; si sacudo, barro y trapeo, ese día no hago de comer”. A las 12:30 hrs. se va a recoger a sus hijos a la escuela; llegando a su casa, les da de comer, prepara su mercancía y se va a su puesto (el cual se localiza a una cuadra de donde vive).

En ocasiones la acompañan sus hijos pero la mayoría de las veces se quedan en la casa haciendo la tarea. Llegando a su lugar de trabajo empieza a descargar su mercancía, coloca las lonas y hules con que cubre el puesto para posteriormente, comenzar a acomodar la mercancía. En este proceso se tarda, aproximadamente, una hora y media; dice que, últimamente, su esposo la acompaña y ayuda a diario en estas actividades “se ha vuelto muy celoso”. Cuando su esposo se retira (pues tiene que ir a trabajar) ella se queda sola pero no es por mucho tiempo pues sus hijos llegan al puesto (acompañados de su papá quien acude al lugar sólo a despedirse) y, en ocasiones, le llevan de comer o en su defecto, los deja cuidando el puesto mientras ella se va a la casa por la comida.

Cuando comen en el puesto generalmente es comida seca, es decir, que no contiene líquidos para que no exista la posibilidad de que se derrame y ensucien lo que está alrededor. No tiene un horario fijo de comida pues como ella asegura “depende de la hora en que esté lista porque luego me tardo más en hacerla y pues tenemos que comer más tarde”.

A lo largo de todo el día atiende su puesto, al tiempo que cuida a sus hijos. En el tiempo que transcurre desde medio día hasta el atardecer se dedica a atender a los pocos clientes que pasan por ahí a preguntar precios o a comprar. En los momentos en que no hay clientes, dedica un poco de tiempo a platicar con otras comerciantes que tienen sus



puestos cerca del de ella, “no creas que tengo muchas amigas aquí, más bien nos hablamos por cortesía y pues porque no sabes cuándo vas a necesitar

de la ayuda de alguien, ¿no?”, asegura. Otros momentos los destina a ayudar, en la medida de sus posibilidades, a sus hijos con sus tareas escolares.

A partir de las siete de la noche la afluencia de posibles clientes comienza a aumentar, ella dice que los fines de semana y días de quincena es cuando vende más, pues aunque en un día de la semana van muchas personas al tianguis, las ventas se concretan en los días “buenos”. En estos momentos es cuando tiene más actividad pues tiene que mostrar la mercancía que le es solicitada por los clientes; afirma que no se enoja porque la gente le hace muchas preguntas y al final no compra nada: “creo que una buena actitud hacia las personas da más confianza para que luego regresen. Mi lema de venta es ‘Pregunte sin ningún compromiso’.

Empieza a desmontar el puesto (sólo la mercancía y los hules pues las estructuras están semifijas) alrededor de las 9:30 de la noche. Llegan a su casa, regularmente, a las 10:30 p.m., la señora -junto con sus hijos- se sienta a ver el noticiero un rato “más que nada para convivir un poco con mis hijos pues es poco el tiempo que tengo para convivir con ellos”; después se duermen.

### *Cuando hablan las mujeres*

La cuestión primaria a tratar es desentrañar los porqués. Las comerciantes ambulantes de Neza han elegido esta ocupación motivadas principalmente por la pobreza. Sin embargo, existen otras razones tales como herencia familiar; porque es la ocupación que mejor se ajusta a sus circunstancias personales; por un deseo de superación, entre las más importantes. Revisemos cada una de ellas.

La escasez de recursos económicos es la razón más citada por las comerciantes callejeras para justificar la elección de esta ocupación; muchas veces lo hacen para ayudar a sus padres; otras para cooperar con los gastos de su hogar propio y otras tantas las impulsa el deseo de mejorar sus condiciones económico-sociales.

La narrativa de dos comerciantes ilustran claramente estas afirmaciones.

Estoy muy relacionada con el comercio ambulante porque desde que yo era chica, mi papá falleció y mi mamá tuvo que ponerse a trabajar, y pues lo único que encontró fue vender algo en la calle. Por lo mismo, tuve que dejar la escuela, sólo terminé la secundaria y eso con grandes sacrificios: yo me la tuve que pagar solita. Como estaban las cosas, tuve que ayudarle a mi mamá con el puesto de ropa y ya no pude seguir estudiando (María, vendedora de ropa).

...Decidimos [su esposo y ella] vender carnitas aquí en la calle porque despidieron a mi esposo de la fábrica donde trabajaba y quisimos invertir su liquidación en un negocito. Al principio yo no le ayudaba a mi esposo con el puesto porque me quedaba en la casa pero luego se independizó de su hermano y nosotros pusimos otro puesto. Yo le dije que en lugar de pagarle a alguien más, mejor yo le ayudaba y nos quedábamos con más dinero. Por eso estoy contenta porque gracias a Dios nos va bien...Queremos ahorrar y construir una casita en un terreno que compramos (Miriam, vendedora de carnitas de puerco).

Como se puede notar, el abanico de motivos es amplio pero estas múltiples posibilidades convergen en un mismo punto: no permanecen como actores pasivos, siempre buscan alternativas para, de alguna forma, cooperar en la economía familiar.

Debido a que viven en un municipio donde la carencia de recursos económicos es la constante de un gran porcentaje de familias, estas mujeres han tenido que ocuparse en algún empleo que les reditúe ganancias económicas con la finalidad de aportar dinero a su unidad doméstica; su situación, no obstante, es de desventaja frente a los hombres pues la segregación sexual laboral obstaculiza su ingreso en la esfera formal de empleo.

Los patrones ponen más trabas a la hora de contratarla a una que a los hombres porque piensan que es más difícil que hagamos bien el trabajo o que nos podamos embarazar y cosas así, por eso es más fácil contratarse una misma (Eloisa, vendedora de dulces).

Por tal motivo optan por ocuparse en empleos donde las exigencias no sean tan elevadas y al mismo tiempo, que les permita desempeñar las actividades “propias de las mujeres” que tradicionalmente se les han asignado tales como el cuidado de los hijos y del hogar.

Entonces, eligen un trabajo en el cual puedan cubrir dos aspectos relevantes para ellas: el trabajo reproductivo: velar por el bienestar de la familia, por un lado, y el trabajo productivo: aportar ayuda económica para el mantenimiento del hogar, por el otro. Sin duda, el comercio en la vía pública representa la opción idónea para cubrir estas necesidades.

Toda mi vida he tenido que trabajar porque éramos bien pobres y no alcanzaba el dinero para todos. Yo estaba muy desesperada por cómo estábamos y me casé cuando tenía dieciséis años, según pa' llevar una vida mejor. Pero, ya ves cómo son las cosas y me fue peor porque mi esposo no tenía un trabajo seguro y a veces alcanzaba pa' comer y a veces no, y luego ¡me embaracé! pus peor. Entonces dije: voy a vender algo pa' ayudarnos, y me puse a vender. Al principio me iba re mal y luego no sacaba ni pa'l camión de regreso. Ya cuando nació mi niña como que ya me iba mejor y ya podía ayudarle a mi marido con el dinero; me las vi duras porque tenía que dejar hecho el quehacer y luego irme al puesto con mi niña porque ¿dónde la dejaba? (Martha, vendedora de vegetales).

Las comerciantes ambulantes han adoptado diversos mecanismos de adaptación a sus condiciones laborales tanto dentro como fuera de sus casas. Una habilidad que han tenido que desarrollar se refiere a la organización de su tiempo. A diferencia de las mujeres –que cada día son menos- que se dedican exclusivamente a las actividades domésticas, nuestras mujeres distribuyen sus actividades a lo largo del día con el fin de aprovechar el tiempo de manera inteligente, lo que les permite cumplir con todas sus obligaciones. Limpiar la casa, preparar la comida, atender a los hijos, procurar que la ropa de toda la familia esté limpia, atender sus puestos en la calle e, incluso, darse tiempo para convivir con sus familiares son actividades que demuestran el esfuerzo que ellas tienen que hacer día a día.

Me levanto a las siete de la mañana, hago algo de quehacer (nunca me da tiempo de hacer todo); eso sí, diario hago comida; desayuno con mis tres hijos, paso a dejar a mi niña a la primaria y de ahí me voy al puesto. Ahí llego como a las dos; empiezo a acomodar la mercancía pero no creas que me apuro, pues si me apuro me queda más tiempo libre y ¿qué hago tanto tiempo sentada?...Mis hijos se regresan solos de la escuela a la casa. Como a las nueve recojo, pero si veo que hay gente, me espero un poquito más. A mi casa llego como a las diez, ceno con mi marido, porque quiere

cenar conmigo, no porque le dé flojera calentar la comida, eh (risas) (Ofelia, empleada en una tienda de ropa).

Otras mujeres resuelven el problema llevándose al puesto a sus hijos; así pues, la calle hace las veces de la casa y es ahí donde desempeñan muchas actividades propias de la esfera privada.

Me levanto tempranito, vamos al rastro por la carne; regresamos y hago mi quehacer y les doy de desayunar a mis hijos, después me voy al puesto y me los llevo. Al puesto llego como a las diez de la mañana y me pongo a limpiar o a hacer las salsas, mi marido casi siempre es el que atiende, yo cobro. Si hace falta algo para el puesto regreso a mi casa y por ahí paso al mercado para comprar las cosas de la comida porque no siempre les voy a dar carnitas a mis hijos ¿verdad? Empezamos a recoger como a las cinco y nos vamos como a las seis. Llegamos a lavar los trastes, después comemos y descansamos... Los días que descanso los aprovecho para limpiar la casa y a veces salgo con mi familia al parque para que se distraigan los niños (Miriam, vendedora de carnitas de puerco).

Inmersas en un ambiente de carencias económicas, las comerciantes cuentan con un amplio historial laboral; aunque la gran mayoría continúa la tradición familiar del comercio callejero, hay quienes han pasado del empleo formal al informal. Estos empleos, sin embargo, les reportaban menos beneficios que el del comercio ambulante pues aunque contaban con seguridad social, las condiciones de trabajo no les satisfacían tanto como su actividad del comercio en vía pública.

...Porque yo estaba trabajando en una oficina pero realmente los sueldos están súper bajos, aparte que te vas todo el día y pues tengo dos hijos; de hecho ya tengo diez años trabajando fuera de casa en diferentes trabajos pero cuando los niños estaban chicos yo tenía que ir a trabajar. En mi último trabajo estuve en una oficina pero era de nueve de la mañana a seis de la tarde y de ahí tenía que venirme en metro, micro, era un relajo. Entonces llegó un momento en el que dije: bueno, quiero poner algo por mi propia cuenta más que nada para estar con mis hijos, para estar en casa; realmente ahorita me levanto temprano sí, como a las siete y media pero por decir, a las diez y media de la mañana ya terminé y en mi casa me pongo a preparar las cosas para el otro día; entonces la mayor parte del tiempo estoy en mi casa y puedo desayunar con mis hijos, comer con mis hijos, cenar con mis hijos; ya que se vayan a la escuela, estar más pendiente de ellos, o sea, convivir más... Créeme que trabajando en una

oficina nunca me imaginé, estando en un puesto vendiendo tamales pero me deja más que estando en una oficina y aparte es convivir con mi familia que es lo más importante (Bertha, vendedora de tamales).

En otros casos, ejercer el comercio en vía pública es la última alternativa para aquellas mujeres que son rechazadas de los empleos en el sector formal ya sea porque ya concluyeron su ciclo productivo, ya sea por su edad.

Cuando era joven trabajé en muchos empleos en el gobierno, trabajé en la Cámara de Senadores, en la Secretaría de Turismo y en otros lugares del gobierno, pero cuando mi hijo tenía tres años tuvieron que realizarle una operación quirúrgica y tenía que dedicar mucho tiempo a atenderlo, entonces decidí salirme de mi trabajo y buscar uno donde me permitieran tener a mi hijo conmigo. Conseguí uno en el negocio de bienes raíces vendiendo casas y autos; ahí duré mucho tiempo hasta que tuve problemas de salud y tuve que dejar de trabajar un tiempo. Y, finalmente, entré a este trabajo en donde me siento muy bien porque a mi edad es difícil encontrar trabajo, pasa algo muy chistoso: o piden menores de cuarenta o mayores de sesenta, con eso de la ayuda a las personas de la tercera edad, ¿y los que estamos a la mitad?, ¿nos morimos de hambre? Me gusta este trabajo porque no tengo quien me mande, gano lo que quiero ganar y trabajo lo que yo quiero. Una persona que conozco me pregunta que si no me da pena vender en la calle después de haber tenido tan importantes trabajos pero yo le digo que no tengo de qué apenarme porque de algo tengo que vivir, además me va mejor porque trabajo menos tiempo y gano más (Dolores, vendedora de congeladas).

De estos testimonios se deduce que sin importar el grado de estudios de las comerciantes ambulantes, ellas vieron en esta ocupación una alternativa laboral que, lejos de parecerles una actividad denigrante o vergonzosa, les reporta diversos beneficios.

Sin duda, estas comerciantes encuentran una gran cantidad de ventajas en el ejercicio de su actividad; tal vez porque les resulta más funcional poner el énfasis en los beneficios de este oficio, subordinando los inconvenientes, en sus discursos aparece de forma particularmente marcada lo fructuoso de su actividad. Entre las ventajas más recurrentes que aparecen en sus narrativas se encuentran la independencia ante un patrón, el control de las horas que trabajan, la ganancia económica que, aunque no es mucha, les permite llevar una vida más placentera, y un factor de gran importancia para ellas: la posibilidad de tener cerca de ellas a sus hijos y supervisar su bienestar.

¿Desventajas? No, ninguna; son más las ventajas, hasta ahorita no le he visto ninguna desventaja. Te digo: la ventaja para mi es que aquí cerca está la casa, trabajo con mis hijos, gracias a Dios pues no te voy a decir que gano muchísimo pero sí lo suficiente para mantener a mis hijos. Desventajas pues no porque estoy sola, yo me mando, yo digo: ya me falta poco, pues me voy; nadie me está mandando, nadie me está poniendo caras, nadie me está presionando; entonces, desventajas realmente no veo (Bertha, vendedora de tamales).

Como se observa, estas mujeres se encuentran satisfechas en la medida en que su familia, principalmente sus hijos, están satisfechos, es decir, supeditan sus necesidades a las de sus hijos pues para ellas éstos son lo más importante. Por eso, aunque en ocasiones las apoyan con el trabajo en sus puestos, las comerciantes ambulantes prefieren otro destino para sus descendientes; una de las metas que se han impuesto como madres es el impulsar a sus hijos para que tengan una preparación académica que, según ellas, les abrirán más oportunidades laborales que las que ellas tuvieron en su momento.

Mi hija está en una escuela de computación, ya le falta un año para salir de la carrera de programadora analista y diseño gráfico y de que no haya estudiado a esto, pues digo que se prepare. Mi hijo tiene trece años, pasó a segundo de secundaria y él sí tiene deseos de terminar la preparatoria y hacer la universidad, quiere ser arquitecto porque hace muchas manualidades muy bonitas, tiene esa agilidad en las manos para hacer esas cosas; entonces, lo que yo quisiera es esforzarme más para darle lo que quiere, sacar provecho de lo que él sabe hacer. Aquí ando por ellos, para ellos; verlos estudiando bien vale la pena el esfuerzo (Berta, vendedora de tamales).

Ahora bien, es evidente que las mujeres de Neza dedicadas al comercio informal, localizadas en un contexto desfavorable para ellas debido a la carencia de recursos económicos, requieren de ayuda para la consecución de sus actividades laborales. Dicha ayuda la reciben a través de un mecanismo de supervivencia llamado “red de intercambio recíproco”, el cual tiene como función el brindar ayuda mutua a los integrantes de estas redes. Movidas por la necesidad, las vendedoras ambulantes se insertan en este circuito donde brindan y reciben apoyo económico, moral, de atención, etcétera, de parte de los miembros participantes, los cuales están conformados por parientes, vecinos, compadres y amigos.

Esta ayuda juega un papel primordial en la vida de las ambulantes pues les facilita el tener que desempeñar su trabajo retribuido.

Cuando me decidí a vender, le pedí prestados mil pesos a mi mamá y como vio mi situación rápido me los prestó (María, vendedora de ropa).

No obstante, la ayuda recibida no sólo responde a cuestiones económicas, también abarca alojamiento y el cuidado de los hijos.

Hace como un año me separé de mi marido y pues me tuve que poner a trabajar para mantener a mis hijos; aunque él me sigue pasando lo de la manutención de los niños, yo tengo que aportar dinero en mi casa...Me tuve que ir a vivir con mis papás...me dejaron unos cuartos arriba, yo tengo mis cosas aparte, pero sí como con mi mamá...mi mamá cuida a mis hijos cuando yo salgo a trabajar, ah, pero eso sí, no me los cuida siempre; yo me sigo yendo a los bailes con mis amigos pero sólo cuando mi suegra se lleva a mis hijos porque mi mamá me dice que para que yo pasee no me los cuida (Sandra, vendedora de congeladas).

Incluso, estas mujeres tejen redes sociales a través de la interacción cotidiana que mantienen con sus clientes o con los otros comerciantes ambulantes.

Fíjate: tenemos unos clientes que diario o cada tercer día venían a comer tacos, de a poquito nos fuimos haciendo amigos y luego ya hasta nos pidieron que les bautizáramos a su niño. Ya lo llevamos y ahora ya somos compadres (Miriam, vendedora de carnitas de puerco).

Otros casos de redes de reciprocidad entre las comerciantes ambulantes se refieren a proporcionar información, hospedar a algún pariente que proviene de otro estado, etcétera.

Cuando mi esposo se quedó sin trabajo tuve que ponerme a trabajar pero no sabía en qué, entonces una comadre me dijo que viniera a vender aquí, que ella conocía al líder y que ella me ayudaba a conseguir un lugar. Ya cuando vine, ella habló con el líder y el líder me dijo que sí podía ponerme aquí (Teresa, vendedora de dulces).

Mi mamá me animó para que me pusiera a vender porque ella también vende; todo lo que sé lo aprendí de ella, ella me dijo los lugares donde me podía poner a vender... Mi hija, que está haciendo sus prácticas profesionales aquí [proviene del estado de Puebla], se está quedando en casa de una de mis hermanas en lo que acaba (Martha, vendedora de vegetales).

Como se observa, las comerciantes ambulantes han podido subsistir en gran medida gracias a la ayuda que les proporcionan sus relaciones sociales pero, al mismo tiempo, ellas tienen que proporcionar servicios a los integrantes de esas redes cuando así se lo solicitan.

Sin duda, el hecho de trabajar fuera del hogar y recibir por ese trabajo una remuneración económica, incide de forma considerable en las vidas de las vendedoras informales. Cuando ellas perciben una ganancia a cambio de su trabajo comienzan a experimentar cambios individuales en la forma de percibir su papel en el entramado social. Salvo contadas excepciones, las mujeres que trabajan adquieren mayor seguridad en cuanto a su condición genérica y, simultáneamente, la percepción que tienen de ellas mismas mejora cualitativamente, lo que repercute en su autoestima elevando su seguridad como personas independientes.

Antes peleaba mucho con mi esposo pero luego dije: 'es mejor llevarlo por encima', por eso trato de llevar la fiesta en paz; cuando peleamos sólo le digo sí y no. Yo siento que en el matrimonio lo más importante es la tolerancia porque el amor se acaba bien rápido... Aunque peleamos menos que antes, a veces ya no me siento a gusto y ¿te digo algo? no tengo miedo de separarme, total, no voy a ser la primera ni la última (María, vendedora de ropa).

Algunas otras comerciantes están a favor de que entre los dos –esposo y esposa- colaboren en el mantenimiento del hogar, siempre y cuando sea igualitario, es decir, que los dos tengan la intención de ver mejoras en su calidad de vida y no sólo una de las partes.

Mira: no es malo trabajar cuando estás con tu esposo porque de alguna manera se ayudan precisamente para salir adelante, comprarte tus cosas y todo pero por ejemplo, en mi situación no fue así, siempre estuve trabajando pero haz de cuenta que



mi esposo trabajaba pero nada más me daba para comer; no pagábamos renta porque vivíamos con mi mamá pero así que dijeras que nos llevara a comprar ropa, zapatos, no sé, nunca tenía dinero.

Es el típico hombre que entre más le ayudas menos tiene, o sea, sí tiene para irse con sus amigos de parranda. Siempre he pensado que es bueno que una mujer le ayude a su esposo pero cuando sabes que el esposo es mañoso pues mejor ni le ayudas; te tiene trabajando a ti y él nunca tiene dinero. Tengo diez años de divorciada, no me he casado hasta la fecha y siempre he pensado que el día que me case con alguien va a ser porque de verdad vea que va a ver por mí y por mis hijos porque no me quiero casar para mantener a ningún otro. Ese es el detalle: muchas mujeres trabajan y si te das cuenta, el porcentaje de mujeres o madres solteras es alto y el porcentaje de las mujeres que mantienen los hogares es mucho mayor que el de los hombres entonces, ahí se demuestra que una mujer es más capaz, más trabajadora, más responsable (Bertha, vendedora de tamales).

En cambio, otras mujeres, a pesar de trabajar por cuenta propia en sus puestos soportan, en aras del bienestar de los hijos, maltratos por parte de sus esposos; no se dan cuenta de que precisamente aguantar con actitud sumisa los abusos de cualquier índole –física, sexual, emocional- ocasiona en los hijos y en ellas mismas un daño que muchas veces es irreparable.

Tengo quince años trabajando en esto y desde que mis niños estaban chiquitos yo me iba a trabajar y se los dejaba encargados a mi suegra porque siempre hemos vivido en su casa. Pero no te creas, sí me los cuidaba pero de mala gana, siempre me decía que me iba a hacer quién sabe qué, por eso nunca nos hemos llevado bien. Luego fíjate: mi marido no me daba el gasto a mí, se lo daba a su mamá y ella se lo gastaba según en la comida...Siempre me he llevado mal con mi marido porque tiene otras mujeres y cuando le reclamaba hasta me pegaba, por eso ahora ya no le digo nada...Yo me aguanto por los hijos porque no quiero darles un mal ejemplo, además no pago renta y si me voy, sería difícil mantenerme a mi y a mis hijos (Luz, vendedora de periódico).

Al ser el comercio en la vía pública una ocupación que entraña diversas dificultades, se podría caer fácilmente en el error de pensar que las mujeres que lo ejercen lo significan de manera negativa; las evidencias, sin embargo, demuestran que es errónea esta

concepción. Efectivamente, las comerciantes de Ciudad Nezahualcoyotl creen que la decisión de desempeñarse laboralmente en el comercio ambulante representa la solución a los problemas que se les plantean en lo referente a la posibilidad de estar al pendiente de sus hijos al tiempo que ejercen una actividad laboral remunerada.

Me siento muy contenta porque esto sí me gusta. Me gusta el trato con la gente; trabajo el tiempo que quiero, aquí no me aburro, nadie me dice lo que tengo que hacer y el tiempo se pasa de volada (Sandra, vendedora de congeladas).

Sí me gusta mi trabajo porque ya tengo mi dinero, gasto lo que quiero gastar o creo que puedo gastar, ya no tengo necesidad de estar pidiendo: 'déme para esto, déme para lo otro', o sea, hago mi "ronchita" también (Luz, vendedora de periódico).

Estoy contenta trabajando porque, aunque no puedo darles a mis hijos todo lo que yo quisiera y no me refiero sólo a dinero sino también a atención, tienes trato con mucha gente y aprendes de los demás, amplías tu forma de pensar, además no estamos presionados por el dinero porque gracias a Dios nos va bien (Miriam, vendedora de carnitas)

Un aspecto distinto en donde también se nota el cambio de visión de las comerciantes informales lo constituyen sus aspiraciones personales, sus planes a futuro. No obstante, dentro de este ámbito aparece una diferencia cualitativa entre las mujeres que son dueñas de su puesto y las que trabajan para alguien más. Para las primeras su panorama se amplía más pues ellas se fijan objetivos más elevados en comparación con las empleadas quienes se resignan a cumplir con su destino. Veamos. Al percibir una independencia económica, con la seguridad que esta circunstancia conlleva, las comerciantes informales se sienten más fuertes emocionalmente hablando, se creen capaces, a través del esfuerzo propio, de lograr los objetivos que se propongan.

Nosotros [su hijo y ella] nos cambiamos a un departamento donde nos cobran un poquito más que en el otro, mil doscientos pesos al mes pero eso no nos preocupa porque trabajando los dos, en una semana lo sacamos. Yo le estoy pagando una prepa particular a mi hijo porque siento que ahí enseñan mejor y como le pongo empeño a mi trabajo, pues sí sale. Además, estamos ahorrando porque le van a hacer una cirugía plástica en su cara y va a salir en diez mil pesos (Dolores, vendedora de congeladas).

Tenemos muchos planes pero los que más nos interesan son comprarnos una casita en la colonia Villa de las Flores porque ahí hay una bonita y barata y cuando nos cambiemos pues poner otro puesto ahí para tener dos; como yo le dije a mi esposo: 'como yo ya sé mover todo esto, tú te puedes ir cuando quieras' [risas] (Miriam, vendedora de carnitas de puerco).

[Mis planes a futuro] son: agrandar mi negocio, no pienso quedarme en esta mesita ni en esta esquina; quisiera un puesto fijo o una accesoria o un lugar fijo en otro lado y hacerlo grande, más productivo. Cuando haces más grande el puesto das, de alguna manera, fuente de empleo a otras personas, entonces igual y hay gente que dice 'pues no es mucho pero ve las horas, son tres las horas que trabajas y puedes hacer otra cosa, puedes trabajar en otro lado o puedes atender a tus hijos. Estoy viendo si compro un puesto fijo pero el dueño pide mucho, estoy en eso (Bertha, vendedora de tamales).

En cambio, las mujeres que trabajan para alguien más reducen sus aspiraciones en cubrir sus necesidades más urgentes tales como las de alimento y de vestido; aunque sí se sienten a gusto realizando su trabajo, no le ven mucho sentido planear grandes cosas pues saben que su sueldo no se las permitiría.

Me gusta mucho mi trabajo y como me van bien, pues pienso seguir en lo mismo, al fin que sale para que mis hijos y yo estemos bien. Luego mis hermanos me reclaman que a mi edad todavía dependa de mis papás pero yo les digo: 'momento, estoy trabajando y aportando dinero a la casa, no me estoy rascando la barriga'. Por eso no quiero salirme de aquí porque ¿qué tal que ya no encuentre algo más? (Sandra, vendedora de congeladas).

Estas comerciantes tienen que sortear diversos obstáculos que están implícitos en el ejercicio de un trabajo en el espacio público; se pueden citar las relaciones que deben saber manejar con dos actores potencialmente hostiles, se trata de las autoridades y los otros comerciantes –ambulantes y establecidos.

Debido a los arreglos que sostienen con los líderes del tianguis, son escasas las ocasiones en que se ven enfrentados a los guardianes del orden público; sin embargo, sí se han presentado conflictos con las autoridades cuando quieren "establecer orden en la calle". Su líder, no obstante interviene para solucionar tales conflictos, aunque los mismos comerciantes ya han adquirido práctica en el "arte de la negociación".

Si hay algún problema con nosotros los comerciantes, el líder lo arregla todo dándoles su mordida a las personas indicadas y listo. Aquí todo se maneja con corrupción porque cuando uno quiere hacer las cosas derechas, uno pierde mucho tiempo. Por ejemplo, cuando viene la AFI en operativo para decomisar los discos piratas, los encargados les dan dinero y se van, así todos salimos ganando (María, vendedora de ropa).

Particularmente las mujeres han tenido que forjar un carácter más fuerte para poder hacerle frente a este tipo de situaciones pues aseguran que si la policía o las autoridades del gobierno se dan cuenta de que muestran debilidad, aprovechan esa circunstancia para sacar ventaja. Así, el trabajar en la calle les reporta otro cambio en su comportamiento, esto es, su carácter se fortalece al verse constantemente enfrentadas a condiciones y actores adversos.

No te creas, nosotras aquí nos tenemos que hacer cabronas para que no te chinguen; luego ya hasta en la casa uno actúa así pero no es porque nosotras quiéramos (*sic*) sino que se te queda la costumbre de tratar con personas bien canijas, pero como dice el dicho “la burra no era arisca, la hicieron los palos” (Martha, vendedora de vegetales).

De esto se deduce que las comerciantes desarrollan otra estrategia de supervivencia: mostrarse fuertes ante los otros con el propósito de conservar el lugar que con esfuerzo se han ganado.

Finalmente, en cuanto a su relación con los otros comerciantes se presenta lo mismo que en cualquier empleo: las envidias. Los comerciantes establecidos alegan que los ambulantes compiten de manera desleal y que les quitan clientes; por su parte, las comerciantes ambulantes argumentan que hay público para todos y que los clientes son los que deciden. Aquí dos posturas antagonistas al respecto.

[La relación con los comerciantes establecidos] es normal, bueno ellos dicen que nosotros les quitamos la clientela pero nosotros decimos que si no fuera por nosotros, la gente no vendría. Yo pienso que es bueno que haya variedad porque así los clientes se van más contentos con sus compras, tienen más de donde escoger (María, vendedora d ropa).

## Una mirada de género al comercio ambulante

---

Nosotros no vendemos tanto porque los ambulantes se llevan a los clientes; ellos no pagan renta y por eso pueden dar un poco más barato, por eso la gente prefiere comprar con ellos (Ofelia, empleada de una tienda de ropa).

## CONCLUSIONES

El estudio de la participación femenina en el ejercicio del comercio ambulante ha estado, prácticamente, ausente en las agendas de investigación de este fenómeno. No obstante, es importante resaltar el hecho de que las mujeres constituyen un sector primordial de la fuerza de trabajo, particularmente en las colonias populares. Efectivamente, estando inmersas en una dinámica de pobreza, el ejercicio del comercio en la vía pública es la alternativa más viable para estas mujeres por los beneficios que les reportan, teniendo en cuenta que el dinero generado por su trabajo es imprescindible para el mantenimiento del hogar. La perspectiva de género es una herramienta que ayuda a hacer visible la importancia del trabajo femenino en cualquier ámbito.

La presente investigación trató de mostrar que las habitantes –y los habitantes- de las colonias populares ya no cumplen con los estereotipos impuestos socialmente acerca de su comportamiento como miembros de un sector (insistimos, no marginal) marginalizado. Contrariamente a los supuestos manejados en la “cultura de la pobreza”, estas personas no son actores pasivos, incapaces de ponerse en movimiento con el propósito de mejorar su situación económica; al contrario, las mujeres de esta colonia buscan opciones que les permitan llevar una vida mejor tanto a nivel económico como personal y social. Vimos cómo a través del ejercicio del comercio informal cubren sus expectativas. Si bien es cierto que estos sectores de la población se “adaptan” a sus condiciones económico-sociales, también lo es el hecho de que esta adaptación es parcial pues por una parte están conscientes de su posición y posibilidades en la estructura social y actúan acorde a dichas posibilidades, y por otra no se resignan a seguir sumergidos en el ambiente de carencias en el cual “les tocó vivir”. Sin duda, es evidente que las posibilidades de subir peldaños en la lucha por lograr un mejor nivel económico son reducidas, sin embargo, las comerciantes ambulantes se esfuerzan día a día por ofrecerse, pero más importante, ofrecerles a sus hijos una calidad de vida mejor, en la medida de sus posibilidades.

Otro aspecto que es importante remarcar es el hecho de que no son sectores anómicos y carentes de organización ya que dentro de sus grupos de comerciantes existen reglas tácitas que todos y todas siguen a fin de mantener un ambiente sano, lo que les posibilita en gran medida el ejercicio de su actividad.

Se trató de demostrar que las y los vendedores informales no representan una amenaza al orden público; no trasgreden los reglamentos vigentes en un acto de rebeldía, sino que sus motivos pueden ser tan loables como cualquier otros.

Consideramos que el aporte principal de esta investigación fue darles voz a las comerciantes ambulantes; lo que ellas tienen que decir es superior, con mucho, a lo que nosotros como estudios del tema podemos anotar. El reto consistió en colocarnos y colocar a los lectores detrás del puesto en el tianguis, ponernos en el lugar del “otro” como afirmaba Malinowski (1972), para comprender sus motivaciones, sentimientos, expectativas respecto a la actividad del ambulante. Teniendo siempre presente que la experiencia urbana está cruzada por emociones, afectos y sentimientos, resulta de relevancia que las vendedoras en vía pública del municipio de Nezahualcoyotl, a través de sus narrativas, exterioricen la representación que elaboran acerca de los espacios y de la vida cotidiana que en ese contexto llevan a cabo.

Asimismo, mostramos los factores que posibilitan la inserción de las mujeres al mundo laboral remunerado pues en el aspecto económico, aunque de manera informal, ellas contribuyen al sostenimiento de sus hogares, teniendo en cuenta que la aportación monetaria de sus parejas en la mayoría de los casos no es suficiente para cubrir todas las necesidades del seno familiar. Al mismo tiempo, presentamos los mecanismos mediante los cuales las comerciantes responden a dos de sus responsabilidades más importantes: el trabajo dentro de la casa, es decir, el trabajo doméstico, y el trabajo en la esfera pública, atendiendo sus puestos en el tianguis. Ya sea llevándose a sus hijos con ellas a los puestos, manteniéndolos en sus casas o dejándolos al cuidado de alguna persona de confianza, las comerciantes en vía pública consiguen cumplir con sus dos papeles laborales: trabajadoras y amas de casa. No obstante a las dificultades que se les presentan en el ejercicio de sus múltiples actividades, estas mujeres han adoptado diversos mecanismos de adaptación a fin de poder seguir cumpliendo de manera responsable con todos sus deberes. Mostramos, en efecto, que la organización del tiempo

es indispensable para ellas pues les permite cubrir varias tareas en un día ordinario; el realizar varias actividades simultáneamente, como cuidar a los hijos y atender el puesto, es otra habilidad que han tenido que desarrollar.

No hay que perder de vista, además, que una herramienta que posibilita el ejercicio de la actividad laboral de las mujeres fuera del hogar son las redes de ayuda recíproca; gracias a los beneficios que se extraen de estas redes, las comerciantes ambulantes se ven menos presionadas para cumplir con su trabajo en la calle.

Se mostró también de qué manera el trabajar fuera de casa cambia la vida de las mujeres que se dedican al comercio informal. Esta transformación se presenta en distintos ámbitos. Veamos. Las comerciantes en vía pública han nulificado, prácticamente, la división entre espacio privado (la casa) y espacio público (la calle) al hacer de este último una extensión de aquél, esto es, desempeñan muchas de las actividades propias de la esfera privada en la calle, lo que da como resultado que el espacio público se impregne de la esencia del espacio doméstico.

Por otro lado, mostramos que las expectativas referentes a su futuro se amplían y mejoran en tanto se ocupan en el comercio ambulante. Conscientes de sus limitantes para encontrar un mejor empleo, eligen la actividad del comercio informal como medio para satisfacer sus demandas económicas, familiares y sociales. Así, pues, al emplearse en esta actividad, sus horizontes se abren a la posibilidad de mejorar su calidad de vida a través del esfuerzo propio. A diferencia de las mujeres que no trabajan fuera del hogar, las vendedoras ambulantes formulan proyectos conscientes encaminados, insistimos, al mejoramiento de sus condiciones de existencia. Sólo una parte de las comerciantes, específicamente las que trabajan para alguien más, limitan sus expectativas a cubrir sus necesidades más inmediatas, no se fijan metas a largo plazo, justamente por sentirse todavía dependientes económicamente de otra persona.

Otro efecto del trabajo realizado por las mujeres ambulantes es la transformación en la percepción que tienen de ellas mismas. Efectivamente, realizar las actividades vinculadas con la esfera privada tanto en la calle como en la casa, y simultáneamente desempeñar una actividad remunerada económicamente les proporciona una seguridad personal; se desarrolla en ellas un sentimiento de autosuficiencia pues consideran que pueden valerse



por sí mismas ya que perciben que cuentan con las capacidades suficientes para lograrlo; claro está que para lograr sus propósitos requieren de la ayuda de otros sujetos que conforman la red en las que se encuentran insertas, lo que no significa que tenga que mantenerse sometidas a persona alguna. El resultado de este proceso consiste en que aparece en ellas una seguridad y determinación para no soportar situaciones que consideran injustas o desfavorables para su bienestar; de este modo una gran cantidad de mujeres vendedoras no dudan de su capacidad de trabajo y lucha para salir adelante sin la necesidad de tener un hombre a su lado.

Sin duda, al demostrar que las mujeres son capaces de encontrar los mecanismos y utilizar las herramientas necesarias para subsistir, desempeñando una actividad laboral directamente en la calle, contribuimos a poner de manifiesto que la identidad genérica femenina se ha redefinido. Ya no se puede aceptar que en base a su condición de mujer estén destinadas indefectiblemente a cumplir con los roles genéricos tradicionalmente asignados; ahora ellas son capaces de desempeñar actividades y ocupar espacios que en otros tiempos se consideraban como propiamente masculinos.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, Héctor (1993), *Después del milagro*, Cal y Arena, México, DF.
- Alonso, José (1981), *Sexo, Trabajo y Marginalidad Urbana*, Edicol, México DF.
- Bourdieu, Pierre (2000), *La dominación masculina*, Anagrama, Barcelona.
- Cook, Carmen (1981), *Ciudad Nezahualcoyotl. Una ciudad en el fondo de un lago. Pasado, Presente y Futuro*, Edición Casa de la cultura. Publicaciones Municipales, Estado de México.
- Cortés, Fernando, *et al*, (1999), *Crisis y reproducción social. Los comerciantes del sector formal*, Porrúa, México.
- Cortés, Hernán (1993), *Cartas de relación*, Porrúa, colección “sepan cuántos...” número 7, México, DF.
- De Alba, Martha, *et al*, (2005), “El ambulante en imágenes”. Ponencia presentada al seminario *Comercio y movilizaciones urbanas en tiempos de metropolización*, UAM-CEMCA-Ibero, 11-13 de julio de 2005.
- Domínguez, Olivia (2002), “El comercio en la vía pública desde la perspectiva de género. Las vendedoras y lideresas en las calles de la ciudad de México”, en Massolo, Alejandra (comp.) (2004), *Una mirada de género a la ciudad de México*, RNIU-UAM-A, México, D.F., pp. 115-144.
- Duhau, Emilio y Giglia, Ángela (2004) “Conflictos por el espacio y orden urbano” en *Estudios demográficos y urbanos*, vol. 19 número 2 (56), pp. 257-288, El Colegio de México, DF.
- Duhau, Emilio y Giglia, Ángela (2002), Proyecto de investigación “Espacio público y orden urbano en la ciudad de México”, UAM-CONACyT, México, DF.
- Estrada, Margarita, Nieto, Raúl, Nivón, Eduardo, Rodríguez, Mariangela (comps.) (1993), *Antropología y Ciudad*, CIESAS-UAM-I, México, DF.
- García, Brígida y De Oliveira, Orlandina, “El nuevo perfil del mercado femenino 1976-1987” en Torres M. (comp.) (1997), *La voluntad de ser: Mujeres en los noventa*, El Colegio de México, México DF.
- García, Brígida y De Oliveira, Orlandina (1998), *Trabajo femenino y vida familiar en México*, El Colegio de México, México DF.
- García Canclini, Néstor (coord.) (2005), *La antropología urbana en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-UAM-FCE, México, DF.

- Gutiérrez, Gustavo (1997), *Comercio callejero en el centro histórico capitalino. El caso de la organización de artesanos y vendedores del centro. De lo informal a lo formal*, (tesina), Depto. de antropología, UAM-I.
- Jáuregui, Jesús (1982), "Las relaciones de parentesco" en *Nueva Antropología* número 8, UAM-I, GV Editores, México.
- Krickeberg, Walter (1961), *Las antiguas culturas mexicanas*, FCE, México DF.
- Lewis, Oscar (1985) *Antropología de la pobreza. Cinco familias*, FCE, México.
- Lindón, Alicia, "Territorialidad y género: una aproximación desde la subjetividad espacial" en Ramírez, P. y Aguilar, M. (coords.)(2006), *Pensar y habitar la ciudad. Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo*, Anthropos-UAM-I, Barcelona pp. 13-33.
- Lomnitz, Larissa (1994), *Redes Sociales, Cultura y Poder: ensayos de antropología latinoamericana*, Porrúa-FLACSO, México.
- Lomnitz, Larissa (1998), *Cómo sobreviven los marginados*, Siglo XXI, México.
- López, Diego (1972), *Los mercados de la ciudad de México*, Porrúa, México, DF.
- Massolo, Alejandra (comp.) (1992), *Mujeres y Ciudades. Participación social, vivienda y vida cotidiana*, PIEM, El Colegio de México, México, DF.
- Massolo, Alejandra (1992), *Por amor y coraje. Mujeres en movimientos urbanos de la ciudad de México*, PIEM, El Colegio de México, México, DF.
- Massolo, Alejandra (comp.) (2004), *Una mirada de género a la ciudad de México*, RNIU-UAM-A, México.
- Mauss, Marcel (1971), "Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas" en *Sociología y Antropología*, Tecnos, Madrid.
- Monnet, Jerome, Giglia, Ángela, Capron, G. (2005), "Cruces comerciales: ambulante y servicios a la movilidad en la ciudad de México. Ponencia presentada al seminario *Comercio y movilizaciones urbanas en tiempos de metropolización*, UAM.CEMCA.Ibero, 11-13 de julio de 2005.
- Portal, María y Safa, Patricia, "De la fragmentación urbana al estudio de la diversidad en las grandes ciudades" en García, Néstor (coord.) (2005), *La antropología urbana en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-UAM-FCE, México, D.F., pp. 30-59.
- Reyes y Rosas (1969) "Los usos del pasado: tres momentos en la lucha por el espacio en el Centro Histórico de la Ciudad de México", en Estrada, Margarita, *et al*, *Antropología y Ciudad*, CIESAS-UAM-I, México, DF.

- Sabaté, A., Rodríguez, A. y Díaz, J. (1995), "Género y espacio cotidiano. Una perspectiva local e individual" en *Mujeres, espacio y sociedad. Hacia una geografía del género*, Síntesis, Madrid, pp. 288-315.
- Vélez, Carlos (1991), *La política de resistencia y lucha: procesos y cambios culturales en el México central urbano 1969-1974*, FCE, Argentina.

#### DOCUMENTOS OFICIALES

- Departamento del Distrito Federal (1997), *Estudio básico para el reordenamiento del comercio en la vía pública*, México DF.
- Diario Oficial de la Federación, *Reglamento del Comercio Semifijo y Ambulante en el Distrito Federal*, publicado en marzo de 1931.
- Gobierno del Estado de México (1973), *Monografía*, pp. 14, Estado de México.
- H. Ayuntamiento de Nezahualcoyotl (2004), *Cuaderno del Bando Municipal de Nezahualcoyotl*, Estado de México.
- Instituto Nacional de Geografía e Informática (2001) *Cuaderno Estadístico Municipal: Nezahualcoyotl*, México.

#### SITIOS WEB CONSULTADOS

- Cámara Nacional de Comercio (CANACO). Disponible en la página electrónica: [www.ccmexico.com.mx](http://www.ccmexico.com.mx)
- Centro De Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP). Disponible en la página electrónica: <http://www.diputados.gob.mx/cesop/doctos.pdf>. Consultada en junio de 2005.
- El Universal online, "Daña el ambulante al erario". Disponible en la página electrónica [www.eluniversal.com.mx](http://www.eluniversal.com.mx), 2 de junio de 2005
- El Universal online, "Pierden formales en Navidad". Disponible en la página electrónica [www.eluniversal.com.mx](http://www.eluniversal.com.mx), 17 de diciembre de 2004
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (2001): Estadísticas de Trabajo Doméstico y Extradoméstico en México 1995-1999, México. Disponible en la página electrónica [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx). Consultado el 2 de julio de 2004.

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (2004): El sector no estructurado en México 1995 2003, México. Disponible en la página electrónica [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Disponible en la página electrónica <http://sc.inegi.gob.mx/simbad/index>. Consultado el día 8 de octubre de 2006
- Ley de hacienda del Distrito Federal. Disponible en la página electrónica [www.finanzas.df.gob.mx/codigo/transitorios.html](http://www.finanzas.df.gob.mx/codigo/transitorios.html)
  
- Página oficial del municipio de Nezahualcoyotl. Disponible en el sitio web: [www.neza.gob.mx](http://www.neza.gob.mx)
- Pérez, Abel, El comercio informal: una respuesta ante la crisis. Disponible en la página web: [www.uom.edu.mx/trabajadores/29abel.htm](http://www.uom.edu.mx/trabajadores/29abel.htm). Consultado el 24 de junio de 2006.
- Reglamento “Tipo” de Mercados y Comercio Ambulante. instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Disponible en la página electrónica [www.e-local.gob.mx](http://www.e-local.gob.mx). Consultado el día 23 de junio de 2006