

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Economía

Los vendedores ambulantes en la
Ciudad de México. Planteamiento para
un modelo econométrico.

Tesis

que para obtener el título de:
Licenciado en Economía

Presenta:
Jorge García Guzmán

Asesor:
Dr. Alejandro Méndez Rodríguez

México, Distrito Federal 2001

Índice

Introducción	vii
I. Los orígenes del comercio ambulante en la Ciudad de México	15
I.1. El Tianquiztli	19
I.1.1. La pochtecayotl o arte de traficar	23
I.1.2. Sobre la administración comercial del Tianquiztli	30
I.1.3. El pochtecatini o vendedor	34
I.2. La Plaza-Mercado	44
I.2.1. El buhonero y el libremesillero	49
I.2.2. Sobre la reglamentación comercial en la Plaza mercado	51
I.3. El comercio itinerante y el comercio adyacente a la Plaza-Mercado	56
I.3.2. Sobre la ordenación del comercio itinerante y el comercio adyacente a la plaza mercado	56
I.3.1. El corredor comercial	61
I.4. El mercado público	62
I.4.1. El comercio en los lugares de uso público distintos del mercado público	67
I.4.2. Sobre la regulación comercial en los lugares de uso público distintos del mercado público	68
II. El comercio ambulante en la Ciudad de México - un punto de vista -	71
II.1. El comercio ambulante y el sector informal	75
II.1.1. El comercio informal	80
II.1.2. Sobre la administración del comercio informal	80
II.2. Descripción del comercio ambulante	88
II.2.1. El vendedor ambulante	89
II.2.2. El bien en la transacción económica	93
II.2.3. La transacción económica	94
II.2.4. El comprador	95

II.2.5. Los mercados en vía pública	97
II.3. Aspectos normativos del comercio ambulante	99
II.3.1. El comercio	98
II.3.2. El comercio ambulante	101
III. Un marco de referencia para medir al comercio ambulante .	103
III.1. El Sistema de Cuentas Nacionales, 1993	111
III.2. El marco conceptual del sector informal	117
III.3. El marco metodológico del sector informal	121
III.4. Algunas fuentes de información estadística sobre el comercio ambulante en la Ciudad de México	123
III.5. La población ocupada en el sector informal	128
III.6. Criterios utilizados para clasificar a la población ocupada en el comercio informal en la Ciudad de México	132
III.7. Consideraciones	138
IV. Conclusiones y recomendaciones	145
Anexos	151
Anexo I. Procedimiento para clasificar a la población ocupada en el comercio informal en la Ciudad de México	153
Anexo II Información estadística sobre el comercio ambulante en la vía pública en la Ciudad de México	157
Bibliografía	161

Introducción.

En estricto sentido económico la actividad de comprar y vender la puede realizar cualquier persona; y de acuerdo a la expectativa que guía el proceso de transacción económica asume el papel de comerciante o de consumidor. Esto significa que si se adquiere un producto para satisfacer una determinada necesidad, se es un consumidor; en cambio, si la adquisición, o venta, de un bien es con la finalidad de obtener una ganancia comercial, se es un comerciante.

Al proceso de intercambio realizado con propósitos de especulación comercial, esto es para obtener una ganancia comercial, en la normatividad que regula el intercambio y las condiciones de operación económica del comerciante, se le conoce como acto de comercio.¹

Sin embargo, esta no es la única forma en que se presentan los actos de comercio, dado que existen procesos de intercambio regulados básicamente por la costumbre o la funcionalidad económica, como el trueque, y ciertas transacciones económicas basadas parcialmente en la reglamentación; entre estas formas de ejercer el comercio, se ubica el comercio ambulante.

El comercio ambulante es una de las actividades económicas de ejercicio al público más antiguas del país (Gutiérrez, Gutiérrez: 1996, 9). Al comercio ambulante también se le conoce como, comercio callejero, ambulante, entre otros.

En este estudio por comercio ambulante se entenderá **a la compra-venta de bienes y servicios que se ejerce en áreas de uso público destinadas básicamente al tránsito peatonal y vehicular, tanto en espacios abiertos como cerrados, donde el proceso de transacción económica se lleva a cabo**

¹ Véase los artículos 1-5,16,18, 33, 37,75,79,371-373,308 del Código de Comercio de México.

con o sin el manejo de documentos que amparen los derechos de propiedad de la mercancía, y las operaciones mercantiles realizadas pueden o no ser registradas para su ejercicio contable.² Cabe destacar que en ocasiones la realización de esta actividad se ampara por permisos otorgados por las autoridades.

La gama de las transacciones en el comercio ambulante es muy amplia, abarca desde comestibles y artículos de primera necesidad antiguos, nuevos y usados, hasta costosas mercancías de moda, inclusive comprende la prestación de servicios a domicilio.

En México el comercio ambulante se muestra como un fenómeno económico que se presenta en gran parte de las ciudades del país; sin embargo, cabe destacar, que los factores que guían la conducta comercial ambulante entre regiones son diferentes; cada ciudad adquiere características propias de ejercicio, reglamentación jurídica y por consecuencia, de vinculación con la estructura económica y social de cada población.

En una perspectiva económica, puede parecer particularmente interesante el hecho antes presentado, si se observan diferentes formas de operación comercial ambulante, en diversas localidades del país.

Por ejemplo: En la ciudad de Querétaro, la gama de productos ofrecidos se reduce básicamente a artículos artesanales y algunos productos alimenticios, como frituras y refrescos, y la estructura utilizada para expender sus mercancías consta en su mayoría de carritos rodantes. Con excepción de la zona de la Alameda Central de la ciudad donde esta actividad se desarrolla en puestos semifijos.

² Departamento del Distrito Federal, Coordinación General de Abasto y Distribución. (DDF) (1992) Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. Carpeta Ejecutiva. México, Departamento del Distrito Federal, julio.

No es el caso de la ciudad de Aguascalientes, Ags., que aunque es una gran ciudad comercial, el comercio ambulante se reduce a pocos puestos de alimentos, que en la mayoría de los casos se instalan sólo en ciertos días de la semana y en determinadas horas; similar situación presentan las ciudades de Culiacán, Sin. y Zacatecas, Zac.

Por su parte, la ciudad de Puebla, Pue., reproduce gran parte del fenómeno comercial ambulante que se presenta en la Ciudad de México, instalación de puestos semifijos en calles y lugares de uso público; sin embargo, esto no se manifiesta en la ciudad de Tlaxcala, Tlax., donde esta actividad presenta un comportamiento disímil, no obstante su cercanía con la ciudad de Puebla y la Ciudad de México.

En el ejercicio del comercio ambulante en la Ciudad de México intervienen ocho elementos básicos: el vendedor, el consumidor, el producto o servicio a comerciar, la transacción económica, el espacio donde se lleva a cabo la compraventa, las relaciones institucionales con las autoridades administrativas del gobierno, las normas jurídicas, y las tradiciones históricas propias del sector. Estos son los componentes mediante los cuales es posible abordar el estudio del comercio ambulante, debido a que explican de manera más amplia el carácter permanente de esta actividad en la economía.

Al participar como responsable de zona en el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular de la Ciudad de México, tuve la oportunidad de observar mas a fondo diferentes fenómenos asociados al comercio ambulante, de estos, destacan cuatro que me parecieron de particular importancia:

1. La alta proliferación de comerciantes ambulantes en determinados puntos de la Ciudad de México.

2. La insistencia de los vendedores en proseguir la venta callejera, esto a pesar de la aplicación de un esquema de mejoramiento de las condiciones de trabajo para los vendedores ambulantes por parte del Gobierno de la Ciudad de México, que les proporcionaban amplias facilidades para desarrollar su actividad comercial sin desvincularse de manera significativa de su modo de operación básico, la venta en la calle.
3. El hecho de que este servicio de intermediación comercial era y continúa siendo demandado por un considerable número de consumidores de diferentes estratos sociales con diversos grados de poder adquisitivo.
4. La necesidad de sistematizar la información macroeconómica referente al comercio ambulante para vincularla con datos microeconómicos recopilados para explicar la conducta económica del comercio ambulante.

Por ello se puede ciertamente afirmar que la conducta y condiciones de operación económica del comerciante ambulante³ delinean en el ámbito macroeconómico la ruta de análisis. Esto es, la consideración de las expectativas para el ejercicio del comercio ambulante en la estructura social y económica de la Ciudad de México, ubicadas históricamente, para ampliar su ámbito y alcance explicativo.

Lo anterior plantea la necesidad de mostrar las relaciones que establece el comercio ambulante en la estructura económica y social de la Ciudad de México.⁴ Este punto formula la necesidad de modelos que permitan evaluar el impacto económico y social de las medidas de política dirigidas a actividades como el comercio ambulante.⁵

³ Mendoza García, Jorge Alberto (1994). The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico city. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Tesis doctoral.

⁴ Cámara Nacional de Comercio Ciudad de México (1989). Economía informal. ¿Quién provee a los ambulantes?. Distrito Federal, México: CANACO-Ciudad de México, noviembre.

⁵ Secretaría del Trabajo y Previsión Social (1975). Bases para una Política de Empleo hacia el Sector Informal o Marginal Urbano en México. México.

Fundamentándome en la mencionada experiencia personal y con el antecedente que la Ciudad de México es el lugar donde resido, y en mucho debo mi actual formación, he decidido retribuir en algo los beneficios de la bondadosa hospitalidad que me ha otorgado, contribuyendo con un granito de arena en la solución de lo que creo es sin lugar a dudas uno de los principales problemas económicos que vulneran a esta gran ciudad: el comercio ambulante.

El objetivo de esta tesis, es mostrar a la historia como uno de los principales factores a considerar, como variable en un modelo econométrico, dirigido a la evaluación e implementación de políticas orientadas a la administración armónica del fenómeno del comercio ambulante en la Ciudad de México, considerada en sus anales como una de las ciudades más desarrolladas del planeta.

Cabe señalar que este trabajo no contempla la elaboración de dicho modelo, sino que se enfoca a la realización de un marco de referencia sólido, en el cual los estudiosos, interesados o responsables en la investigación, diseño e implementación de dicha herramienta, encuentren una referencia substancial y ampliamente fundamentada que les permita lograr sus objetivos académicos o laborales.

Lo anterior se debe a la consideración de que uno de los principales factores que han dificultado por décadas el ordenamiento económico del comercio ambulante de la ciudad de México, es precisamente la falta de bases económicas, estudiadas formalmente, desde una perspectiva histórica, enfocadas a la elaboración y posterior implementación de políticas en la estructura económica. Es por ello que en ese campo es donde he elegido hacer mi contribución académica.

Esta tesis que es en su origen producto de la reflexión del porqué se presentan tan marcadas diferencias en el ejercicio y control económico del comercio ambulante, en relación directa con la región en que se desarrolla, señala la importancia que

representa la consideración de los patrones históricos y por consecuencia aquellos culturales, en el desarrollo de cada sociedad que se desee atender. Hacer consciente de este hecho al interesado del tema, constituye un resultado también esperado.

En el caso de la Ciudad de México, la historia del comercio ambulante, que parte desde mediados del siglo XIV (Acosta Saignes: 1945) (Cortés, Hernán: 1981) (Díez-Gutiérrez: 1981) (León-Portilla: 1975) (Yuste, Carmen: 1991) (Escobedo, Yabar: 1990) (Valenzuela, Cervantes: 1993), muestra algunas conductas recurrentes, de estructura expendedora utilizada (Escobedo, Yabar: 1990), y paulatina proliferación de las ventas en las calles (Valenzuela, Cervantes: 1993).

Por lo que para ubicar y delimitar los factores que inciden en el ejercicio del comercio ambulante, sus vínculos y sus probables efectos en la economía de la actual Ciudad de México, obliga a recurrir a la historia para explicar los principales factores que motivan no sólo la conducta económica del vendedor, sino también la del consumidor, y de la estructura económica, entendiéndose esta como *“el conjunto de instituciones y procesos por medio de los cuales los hombres crean y emplean medios (‘bienes’) para alcanzar determinados fines (‘satisfacción de necesidades’)”*.⁶

Partiendo de que economía es el estudio de los factores de la conducta humana que motivan al ser humano a producir y reproducir sus condiciones de vida y existencia.⁷ Esto es, *“el conjunto de formas de la conducta humana, en el ámbito social, que obligan al hombre a desarrollar su actividad económica”*,⁸ y como la historia es el estudio del proceso en el cual el hombre crea y recrea su realidad social,⁹ realidad social expresada en hechos concretos, ya sea en forma gráfica,

⁶ Paulsen, Andreas (1957). Teoría General de la Economía. Traducción de Manuel Sánchez Sarto. México: Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana (UTHEA), IV tomos, primera edición al español.

⁷ Marx, Carlos; Federico Engels (1974). Fierbach. Oposición entre las Concepciones Materialista e Idealista. Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, Moscú: MIR, 1974. Traducción al español Editorial Progreso.

⁸ Paulsen, op. cit., pág. 4.

⁹ Kosik, Karel (1988). Dialéctica de lo concreto. México: Grijalbo, pp. 247-260.

escrita o de manera funcional, como los instrumentos utilizados en la producción de un determinado producto; esta tesis contempla a la historia como eje, para explicar las principales variables económicas, sociales, normativas y estadísticas, que presenta el comercio ambulante.

El estudio del comercio ambulante se aborda principalmente de dos formas: a través de censos y encuestas a gran escala¹⁰, y mediante estudios antropológicos y sociológicos¹¹; primordialmente, se utilizan tres enfoques para su análisis, el enfoque de la legalidad, el enfoque de mercado y el de la racionalidad, desarrollado por la Organización Internacional del Trabajo.

Dados los comentarios vertidos que se han hecho al interior del enfoque de mercado¹², sobre cobertura, fuentes de datos y a lo difícil que es captar algunas características teóricas, aunado a que las estimaciones realizadas bajo el enfoque de la legalidad no se han desarrollado suficientemente¹³; el enfoque metodológico desarrollado por la Organización Internacional del Trabajo¹⁴, es el que se ha acordado referir para desarrollar estudios estadísticos e implementación de políticas dirigidas al comercio ambulante por los gobiernos miembros de esta organización, de la cual México forma parte.

Para su tratamiento, este trabajo está dividido en cuatro capítulos y un anexo bibliográfico. El capítulo primero “Los Orígenes del Comercio Ambulante en la Ciudad de México” tiene por objeto presentar una amplia y pormenorizada descripción del desarrollo histórico de los principales elementos del comercio ambulante; así como un análisis de las interrelaciones económicas del comercio

¹⁰ Contreras, Victoria (1988). *Sobrevivir en la calle. El comercio ambulante en Santiago*. Santiago de Chile: Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe.

¹¹ Mendoza García, Jorge Alberto (1994). *The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico city*. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Tesis doctoral.

¹² Portes, Alejandro y Richard Schauffer (1989). De la mano de obra excedente a la empresa dinámica: perspectivas de competencia del sector informal latinoamericano; en *Estudios Sociológicos de el Colegio de México*, México, vol. XI, núm. 33, Septiembre-Diciembre.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Organización Internacional del Trabajo. Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo (15a: 1993: Ginebra) (1993). *Estadísticas del Empleo en el Sector Informal: Tercer Punto del Orden del Día: Informe III*. Ginebra, OIT.

ambulante en la estructura económica y normativa de la Ciudad de México; con la finalidad de construir un marco de referencia en el cual se pueda analizar de manera conjunta los impactos económicos y sociales de esta forma de comercio, mediante un modelo econométrico.

En el capítulo segundo “El Comercio Ambulante -un punto de vista”, se delimitan los ámbitos y alcances conceptuales de comercio ambulante y comercio informal en la Ciudad de México, estableciendo la correspondencia entre su práctica y los aspectos normativos que le permiten operar.

En el capítulo tercero “El comercio ambulante en la Ciudad de México –un marco de referencia para su medición”, se expone un marco metodológico para cuantificar a través de la Base de Datos de la Encuesta Estatal de Empleo para el Distrito Federal 1996 y 1998 el volumen de los vendedores ambulantes de la Ciudad de México, con el fin de contar con elementos cuantitativos sobre los principales aspectos económicos susceptibles de medición de la actividad económica del comercio ambulante.

Con el fin de resumir los aspectos primordiales de los resultados de este estudio, el capítulo cuarto “Conclusiones y recomendaciones” pretende rescatar la esencia y dirección misma del producto final de la investigación.

En la parte final de este trabajo se ofrece una lista seleccionada de la bibliografía consultada en la elaboración del estudio. Más que cumplir con una formalidad académica, ésta tiene como primigenia finalidad que tanto el novel como el estudioso del tema cuente con otros recursos de referencia teóricos y situacionales de este tan apasionante como necesario campo de estudio económico.