

EL COLEGIO DE MEXICO, A. C.

**CENTRO DE ESTUDIOS DEMOGRÁFICOS Y DE DESARROLLO URBANO
(CEDDU)
Promoción 1999 - 2001**

**LOS COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA: EL CASO DEL
CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE XALAPA**

Tesis que para obtener el grado de
MAESTRO EN ESTUDIOS URBANOS

PRESENTA
Felipe Gerardo Herrera Domínguez

DIRECTOR: Dra. Araceli Damián

LECTOR: Mtro. Manuel Ángel Castillo

Julio, 2001

Hay que guardarse de decirles que a veces ciudades diferentes se suceden sobre el mismo suelo y bajo el mismo nombre, que nacen y mueren sin haberse conocido, incomunicadas entre sí.
Italo Calvino, Ciudades Invisibles

Agradecimientos

A la Dra. Araceli Damián, por su paciencia y orientación, a Manuel Ángel Castillo por su valiosos comentarios, al Centro de Estudios Demográficos y Desarrollo Urbano por la oportunidad de hacer este trabajo. A los líderes y comerciantes en la vía pública de la ciudad de Xalapa por su tiempo para contestar los cuestionarios. A mi familia y amigos por su apoyo incondicional.

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. LOS COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA.....	5
2.1. El debate de la informalidad y la definición del comercio en la vía pública.....	5
2.2. La relación economía informal y el comercio en la vía pública.....	9
2.3. Por qué existen las organizaciones de comerciantes en la vía pública.....	9
2.4. Las organizaciones de comerciantes en la ciudad de Xalapa.....	11
2.5. Relación de las organizaciones y el gobierno de Rafael Hernández Villalpando.....	15
3. CARACTERÍSTICAS DE LOS COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE XALAPA	18
3.1. Aspectos generales del comercio en la vía pública.....	18
3.2. Actividad anterior y razón por la que trabaja en la vía pública.....	19
3.3. Evolución de las ventas.....	21
4. LOS DERECHOS DE PROPIEDAD.....	22
4.1. Teoría de los derechos de propiedad.....	22
4.2. El sistema de derechos de propiedad de los comerciantes en la vía pública de Xalapa.....	24
4.2.1. La obtención de permisos.....	24
4.2.2. Intercambio y venta de permisos.....	25
4.2.3. El respeto a los derechos de propiedad por el gobierno de Hernández Villalpando.....	27
5. LOS CONTRATOS Y LA INFORMACIÓN.....	29
5.1. Teoría de los contratos y la información.....	29
5.2. La relación contractual y de información de los comerciantes en la ciudad de Xalapa y sus proveedores.....	30
6. BARRERAS DE ENTRADA.....	33
6.1. Teoría de la barreras de entrada.....	33
6.2. Barreras de entrada en el comercio en la vía pública de la ciudad de Xalapa.....	35
6.2.1. El costo del permiso, la mercancía y el puesto.....	35

6.2.2. Cuotas a la organización.....	37
7. CONCLUSIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	44
ANEXO.....	46

Índice de Cuadros y Mapas.

Mapa 1.....	12
Cuadro 1. Aumento del número de vendedores en el periodo de RHV.....	15
Cuadro 2. Actividad anterior de los comerciantes en la vía pública.....	20
Cuadro 3. Razón por la que venden en la vía pública.....	21
Cuadro 4. ¿Se puede cambiar o vender el espacio?.....	26
Cuadro 5. El respeto al espacio en el periodo de RHV.....	28
Cuadro 6. ¿Se logró reubicar a los comerciantes en la vía pública?.....	29
Cuadro 7. Forma de pago a los proveedores.....	32
Cuadro 8. Los costos de instalación en el periodo de RHV.....	36
Cuadro 9. ¿La entrada a la organización fue sencilla?.....	38

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo analizar los factores que contribuyeron al considerable aumento en el número de comerciantes en la vía pública (54%) en el centro histórico de la ciudad de Xalapa durante 1997-2000. Este periodo se caracterizó por ser el primero en el que la ciudad fue gobernada por un partido de oposición al PRI (el PRD). La opinión pública responsabilizó al nuevo gobierno del Lic. Rafael Hernández Villalpando de provocar dicho aumento al otorgar indiscriminadamente nuevos permisos a los vendedores a cambio de apoyo político. Se analizará si las instituciones que operan en el comercio en la vía pública, propuestas por la teoría neoinstitucional, fueron alteradas por las relaciones del municipio con las organizaciones, y si esto influyó en el incremento en el número de comerciantes en la vía pública. Con este fin se revisarán las diferentes vertientes teóricas del sector informal y cómo éstas incorporan el concepto del comercio en la vía pública, además de explicar las razones por las cuales los comerciantes en la vía se organizan y, en específico, el caso de los comerciantes de la ciudad de Xalapa.

Posteriormente se hace una revisión teórica de tres instituciones que operan en el sector informal (Los derechos de propiedad, los contratos y la información y las barreras de entrada), seguido de una explicación del funcionamiento correspondiente a cada una de éstas en el comercio en la vía pública de la ciudad de Xalapa. Finalmente, se muestran los cambios de las instituciones provocados por la relación con el gobierno de Rafael Hernández Villalpando.

1.-INTRODUCCIÓN

Un elemento que caracteriza a muchas ciudades mexicanas es la proliferación de comerciantes en la vía pública; personas que instalan un puesto en las banquetas o áreas públicas y venden una gran variedad de productos nacionales e importados. Xalapa, Veracruz es un claro ejemplo de este fenómeno. El centro de la ciudad ha sido tradicionalmente el lugar donde los comerciantes instalan sus puestos, ocupando banquetas, callejones o algunos parques y lugares públicos.

En los últimos años el número de comerciantes que instalan sus puestos en el centro de la ciudad ha aumentado considerablemente. En diciembre de 1997 existían aproximadamente 600 comerciantes en el centro histórico de la ciudad (Diario de Xalapa, Enero 28, 1997, basado en el padrón del Municipio; Documento elaborado por la Organización VIVE, 1997), número que aumentó a 900 para diciembre de 1999 (Diario de Xalapa, Enero 22, 1999, basado en el padrón del Municipio, dato proporcionado por César del Moral Ortiz, coordinador de mercados y comercio en la vía pública del sector sur-centro, 2001), es decir un aumento de aproximadamente 54% en tan sólo 3 años.

El periodo de 1997-2000 correspondió al primer gobierno municipal de oposición al Partido Revolucionario Institucional (PRI). El nuevo alcalde postulado por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) fue Rafael Hernández Villalpando (RHV). RHV no militaba con el PRD, sino que proviene de un grupo disidente del PRI que se convirtió en el partido denominado Convergencia por la Democracia (CD). Dicho partido no contaba con registro en 1997, por lo que su única opción para acceder al gobierno local era presentando a su candidato, como externo al PRD. CD es un partido originalmente fundado por Dante Delgado, quien llegó a la gobernatura del Estado sustituyendo a Fernando Gutiérrez Barrios. Este último renunció a su cargo para ocupar la Secretaría de Gobernación en el periodo de Carlos Salinas de Gortari. Durante dicho periodo, Dante Delgado creó una fuerte relación clientelar con diversas organizaciones pertenecientes a los sectores populares del PRI (partido al que renunció en 1996). Estas mismas organizaciones son las que posteriormente apoyaron la campaña de RHV.

Esta coincidencia entre el cambio en el partido gobernante y un aumento en el comercio en la vía pública creó en la opinión pública la idea de que este crecimiento se debió a la facilidad con que fueron otorgados los permisos en el periodo de RHV. Muchos sectores ciudadanos creen que estos permisos fueron otorgados a las organizaciones populares a cambio de apoyo político al ayuntamiento de RHV.

La opinión pública argumenta que el sólo hecho de otorgar más permisos es condición suficiente para incrementar el número de comerciantes en la vía pública. Sin embargo, otorgar más permisos no necesariamente atrae a nuevos comerciantes, es fundamental la existencia de ganancias en el mercado. No obstante, la entrada de un nuevo gobierno pudo haber afectado la forma en la que los diferentes grupos de vendedores se organizan para respetar y defender sus espacios, permitir la entrada a nuevos comerciantes y relacionarse con sus proveedores. Cada uno de estos tres elementos corresponden a tres instituciones identificadas por la teoría económica neoinstitucional: 1) derechos de propiedad; 2) barreras de entrada; y 3) contratos e información entre los vendedores en la vía pública y su proveedores. Estas tres instituciones son básicas para que un mercado se regule y genere ganancias para sus participantes. A partir de estas instituciones se pretende describir cual es el comportamiento de los comerciantes en la vía

pública y sus organizaciones para regular sus mercados; en segunda instancia se observará cuál es la relación de las organizaciones con el municipio; y como último punto se indicará si es posible que el gobierno local haya influido sobre las tres instituciones anteriormente mencionadas, facilitando la incorporación de nuevos miembros.

La estructura del trabajo está conformada por cinco secciones. En la primera se planteará el debate en torno a la definición y las causas de la informalidad y los comerciantes en la vía pública. De la misma manera, se analizarán los motivos que tienen los comerciantes para organizarse y por último se hará una descripción de las características generales de los comerciantes en la vía pública. En la segunda sección se analizará cómo las organizaciones regulan los derechos de propiedad. En la tercera sección se revisará cómo se establecen los contratos para disminuir la asimetría de información con los proveedores. En la sección cuarta se discutirá qué papel desempeñan las organizaciones para establecer las barreras de entrada. Por último, se concluirá cuál fue el papel del gobierno local en la modificación del funcionamiento de las tres instituciones propuestas: los derechos de propiedad; los contratos y la información; y las barreras de entrada.

2.-LOS COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA

2.1.-El debate de la informalidad y la definición del comercio en la vía pública

El tema de la informalidad comenzó a trabajarse en los años setenta, aunque ya existían nociones teóricas anteriores que lo tomaban en cuenta. La evolución del concepto ha pasado de una descripción simplista y dualista a definiciones mucho más complejas y explicativas, dependiendo de cuál ha sido la variable que explica su existencia. Una característica de su definición es que se basa en lo que no es, es decir, que no es formal, por lo que construir una unidad analítica se ha convertido en un gran reto. Aun así, el fenómeno está presente, principalmente en los países del tercer mundo, aunque existen evidencias que muestran cómo formas de producción similares también se dan en los países del primer mundo (Castells, 1989: 18).

La teoría de la marginalidad surgió por la necesidad de explicar por qué existía un sector que no era incluido en los procesos de industrialización de América Latina. Este concepto fue desarrollado, en primera instancia, por el Centro de Desarrollo Social para América Latina (DESAL). Su perspectiva estaba basada en la idea desarrollista lineal, que planteaba que el proceso de desarrollo era común para todos los países y que la marginalidad en los países en América Latina era parte del atraso en las etapas de desarrollo. La perspectiva “desalina” planteaba una economía dual, compuesta por un sector moderno plenamente incorporado a los procesos de industrialización y otro sector con tendencias tradicionales, los cuales se incorporarían al primero a medida que avanzaran los procesos de industrialización en los países subdesarrollados (Bennholdt-Thomsen, 1981: 1507).

El desarrollo posterior a la teoría marginalista fue el “dependentismo” que planteaba que estos procesos eran parte inherente a la condición de América Latina. Sus bases analíticas proceden de la propuesta marxista de las contradicciones del capitalismo; sin embargo, como las condiciones de América Latina eran particulares, la masa marginal (ejército de reserva) tenía una función exclusiva de presión en los salarios. Además, como se considera que el tipo de capitalismo era de carácter monopolista, el ejército de reserva estaba muy distante de ser incluido en el proceso, por lo que la marginalidad no era una etapa más del proceso, sino que más bien era una consecuencia del mismo proceso. Sin embargo, la escuela marginalista fue severamente criticada por olvidar la vinculación del sector marginal con el sector formal de la economía, es decir, que el mundo en realidad no es dual. En otras palabras, que el sector que no es capitalista también es funcional al capitalismo. De hecho, éstas formas de producción también aportan valor a la tasa de ganancia (Kowarick, 1978).

El concepto de informalidad se ha utilizado por todo el mundo a partir de un reporte de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) basado en la aportación de Hart en 1971 y su distinción entre empleo formal e informal (Charne, 1991: 36). El trabajo de la OIT se enfocaba hacia el empleo, los ingresos y la desigualdad en Kenia; era meramente descriptivo y caracterizaba al sector informal con los siguientes rasgos.

- a) Fácil entrada
- b) Utiliza recursos locales
- c) Propiedad familiar de los empresarios
- d) Pequeña escala de producción
- e) Trabajo intensivo y tecnología adaptada
- f) Habilidades adquiridas fuera del sistema educativo formal
- g) Mercados no regulados y competitivos (OIT en Solís, 1997: 10).

Para Portes (1995:29) esta definición tiene tres grandes defectos: 1) deja afuera de su definición a los empleos de subsistencia directa, como la crianza de animales y la construcción de casas; 2) esta definición no toma en cuenta las diferencias que existen hacia adentro del sector, debido a que no todos los empleos informales tienen las características mencionadas. Por ejemplo, con respecto a la fácil entrada, Streetland (1977) asegura que este sector, como absorbente de la mano de obra, presenta importantes factores restrictivos¹; 3) éstas características no toman en cuenta a unidades que operan tanto en el sector formal como el informal.

Posteriormente De Soto (1986) se desvía del planteamiento de la OIT y desarrolla su propio concepto. Para él, este sector no puede cumplir con los difíciles procesos y regulaciones que el Estado impone, por lo que los integrantes de este sector se mantienen al margen de estos requerimientos (Solís, 1997: 10). Para Ray Bromley (1998) la definición expuesta por De Soto tiene varias fallas, entre las cuales está no considerar al sector informal como un continuo con casos intermedios y mixtos. Además, las normas legales con frecuencia tienen un carácter cuasi legal que transforma la claridad de las divisiones de formalidad e informalidad empleadas por De Soto.

Para Castells y Portes (1989) “...la economía informal no es una condición individual sino un proceso de actividades generadoras de ingresos caracterizado por un rasgo esencial: no está regulado por las instituciones de la sociedad en un medio social y legal en el cual actividades similares están reguladas” Además Portes (1995) nos advierte que las explicaciones tradicionales de la informalidad se equivocan al describirla como un fenómeno nuevo. Lo que

¹ Estos factores se analizarán con detalle en la sección 6.

sucede es que la informalidad es parte de una realidad histórica del capitalismo, que por condiciones particulares, disminuyó en una etapa y que el mismo sistema capitalista ha generado una vez más. Esto es debido a los procesos de reestructuración económica que el capitalismo avanzado ha creado en los mercados de trabajo, a partir del cambio estructural de los setenta y ochenta.

La evolución del concepto ha seguido por líneas muy similares a las anteriormente planteadas. Al parecer, la discusión ha disminuido en intensidad, por lo que se ha aceptado una definición amplia, sobre todo porque ha permitido una cobertura de un gran número de procesos que ocurren socialmente y que son aceptados como informales (Martínez, 1998: 6). Esta amplitud en el concepto ha permitido incluir dentro de este sector a los comerciantes en la vía pública.

Recientemente, la escuela de economía neoinstitucional se ha aproximado también al tema. Su marco teórico utiliza la búsqueda individual de ganancia para explicar el comportamiento interno de los mercados. Dichos mercados, a falta de un marco legal, diseñan sus propios mecanismos informales para sustituirlo. Para la escuela neoinstitucional los agentes económicos son parte del sector formal cuando sus actividades están incluidas dentro de un comportamiento institucional de reglas; por lo tanto, los que están fuera de la protección de estas instituciones son considerados informales (Baharaloglu y Leitman, 1998). Esta definición plantea a su vez un mundo dual que no toma en cuenta que en realidad existen sectores económicos que operan formalmente, pero que algunos de sus procesos son informales. Sin embargo, a pesar de esta limitación, la economía neoinstitucional ha teorizado más acerca de cómo se comportan al interior los mercados informales, cómo se organizan para generar ganancias y cómo elaboran mecanismos para regularse. En este marco teórico las variables explicativas dependen de los mismos comerciantes y su relación con el exterior y no de cambios estructurales que son independientes de los comerciantes. Según Jagannathan (1987: 3-7), teórico neoinstitucionalista, en los mercados no organizados² se crean una serie de acuerdos y contratos que permiten a los participantes generar ganancias. Estos acuerdos funcionan de manera similar a los mercados formales. En este mismo sentido Mctigue(1988) afirma que las instituciones creadas por los

² Jagannathan usa indistintamente este término y economía informal,

mercados formales para garantizar las ganancias funcionan de igual manera en los mercados informales. De hecho la función de las organización es la de regular éstas instituciones. Mctigue (1988) enlista una serie de instituciones de las cuales decidí analizar las tres más reconocibles y medibles. Estas instituciones son: 1) los derechos de propiedad, 2) los contratos y la información, y 3) las barreras de entrada. A partir de éstas tres instituciones se observará si el gobierno alteró la forma en que las organizaciones regulan el mercado de los comerciantes en la vía pública, para permitir el incremento en el número de comerciantes en la vía pública. La teoría neoinstitucional se utilizará como marco teórico para explicar cada una de las tres instituciones.

2.2 La relación economía informal y el comercio en la vía pública

Comúnmente los comerciantes en la vía pública han sido relacionados con el sector informal, aunque no ha existido un acuerdo básico en términos epistemológicos de quienes estudian el tema (Torres, 1998: 267). Para Lezama, (1991: 123) “según la acepción más usual, un vendedor ambulante estaría representado por un simple ciudadano, regularmente pobre, cuyo único espacio de reproducción económica es la calle”. Como se verá en el caso de los comerciantes en la ciudad de Xalapa, esta definición puede ser revisada dado que la pobreza no siempre es una característica de los comerciantes en la vía pública y además, en algunos casos, la calle no es el único espacio de reproducción económica de estos comerciantes. Para los fines del presente trabajo, se considera que el comerciante en la vía pública es un ciudadano que incluye dentro de su formas de reproducción económica la venta en la calle. A partir de esta concepción se observarán las instituciones que regulan el comportamiento de los participantes en el comercio en la vía pública.

2.3 Por qué existen las organizaciones de comerciantes en la vía pública

Salvo algunos casos, el comercio en la vía pública es una actividad considerada como ilegal en todas las ciudades de la México. Esto hace que los comerciantes en la vía pública estén siempre sometidos al riesgo de ser desalojados de las calles que ocupan ilegalmente. Situación que ha provocado que los comerciantes en la vía pública hayan desarrollado mecanismos para

defenderse de la incertidumbre en sus trabajos. La forma más importante de defensa es la creación de las organizaciones de comerciantes en la vía pública.

La incertidumbre de esta actividad estimula la capacidad organizativa de los comerciantes en la vía pública. Cross (1998: 35-39) al respecto menciona tres razones para explicar el surgimiento de la acción colectiva de los comerciantes en la vía pública:

1. La organización es necesaria para la regulación interna de los mercados; así, es posible sustituir a los marcos legales que existen en los mercados regulados.
2. Las organizaciones frecuentemente surgen por la necesidad de una acción colectiva para defenderse de agresiones externas, ya sea del gobierno o de otras organizaciones.
3. La organización es necesaria para poder ejercer una mayor presión en todos los procesos en los que exista negociación.

Lo que sucede una vez conformada la organización es que se minimizan los costos de ser removidos por la autoridades; esto se logra por medio del activismo político y no mediante una estrategia de evasión³ de cada uno de los comerciantes por separado. Cross además afirma que los costos de movilización disminuyen en comparación con los de la evasión, ya que en la movilización sólo se invierte mano de obra, mientras que en la evasión se arriesga el capital invertido.

Una vez planteadas las razones de por qué surgen, es necesario aclarar por qué las organizaciones de comerciantes en la vía pública, a pesar de ser ilegales, tienen el respaldo tanto de grupos políticos como de los gobiernos. Esto se puede explicar mediante el argumento de la búsqueda individual de ganancias (McTigue 1998). Tanto los funcionarios públicos (inspectores de la vía pública, policías), como los políticos en búsqueda de apoyo y votos, como los comerciantes en la vía pública y los líderes de las organizaciones, se benefician de que funcionen los mercados en la vía pública. En el caso de los funcionarios públicos, los vendedores, a través de la corrupción, les otorgan una ganancia extraordinaria que evita que los inspectores ejerzan

³ John Cross se refiere a estrategias de evasión al comportamiento que tendrían los ambulantes en caso de no estar organizados. Por ejemplo correr cada vez que viene los inspectores.

los desalojos. Los líderes de la organización también obtienen ganancias, pues mensualmente reciben una cuota de los agremiados; además, mantienen ciertos derechos sobre los puestos que su organización controla y, por lo tanto, puede vender o rentar los lugares. En algunos casos –como sucede con algunos líderes de organizaciones de comerciantes en la vía pública en la ciudad de Xalapa- a través del apoyo de la organización, el líder puede acceder a cargos en la administración pública. Asimismo, los políticos que compiten por votos generalmente buscan apoyo de organizaciones que tengan capacidad para hacer movilizaciones; a cambio, permiten que los agremiados de las organizaciones lleven a cabo el comercio en la vía pública, que adicionalmente, se benefician manteniendo estable su trabajo (Mctigue, 1998).

2.4 Las organizaciones de comerciantes en la ciudad de Xalapa

Las evidencias encontradas tanto en el trabajo de Cross como en el de Mctigue demuestran que los comerciantes en la vía pública son un sector con una gran capacidad de organización. Esta situación es similar a lo que ocurre en ciudad de Xalapa: tan sólo en el centro de la ciudad existe aproximadamente un total de 12 organizaciones que representan a los comerciantes en la vía pública. La conformación de estas 12 organizaciones es la siguiente: ocho pertenecen a diferentes centrales obreras y patronales que están afiliadas al PRI, una pertenece a la Confederación Nacional Obrero Popular (CNOP) y otras siete pertenecen a la Confederación Regional Obrero Campesina (CROC); su existencia data de hace más de 20 años. Las cuatro restantes son de formación más reciente; su fundación ocurrió entre los años 1989 y 1990. Estas cuatro a su vez tienen divisiones: dos organizaciones que pertenecen a la organización Vendedores Independientes de Veracruz (VIVE) y que simpatizan con el PRD, y las últimas dos organizaciones son independientes; una es la Unión de Vendedores Independientes del Pueblo (UVIP) y la otra es la Unión de Vendedores Independientes Benito Juárez (UVIBJ). Esta última es escisión de la UVIP y fue conformada a fines del periodo de RHV.

- Los comerciantes en la vía pública en la ciudad de Xalapa se localizan dependiendo de la organización a la que pertenecen (véase el mapa 1). Es fácil observar cómo se producen aglomeraciones en determinados espacios de ciertas organizaciones; inclusive, cuando los comerciantes se encuentran mezclados en alguna calle, se colocan de tal manera que el puesto que se localiza junto a ellos sea de la misma organización. La CNOP y CROC son las organizaciones más antiguas; por lo tanto, tienen más claramente designados cuáles son sus espacios en el centro de la ciudad. La CNOP se apropió de la Plazuela del Carbón y sus alrededores; esta zona era anteriormente un parque que ahora es ocupado por los puestos de los comerciantes. Otra zona sobre la que se tiene un claro control por alguna organización es el Parque Juárez en el centro de la ciudad, donde sólo se permite a los vendedores de la CROC instalar sus puestos. El Callejón del Diamante es otro lugar con características muy especiales; en esta zona, los únicos productos que se permite vender son artesanías, y la única organización que puede estar en este lugar es VIVE, aunque estos vendedores han sido flexibles con la entrada de comerciantes independientes que venden artesanía esporádicamente.

Además de los patrones espaciales, también existe una relación entre el tipo de puesto, el tipo de producto y la organización que los representa. Los puestos situados en la Plazuela del Carbón y que pertenecen a la CNOP, generalmente son puestos instalados permanentemente, que cuentan con corriente eléctrica y que tienen una malla de acero para proteger los puestos. Los artículos que se venden son electrónicos y van desde juegos de video, aparatos de sonido, discos compactos, hasta relojes. La CROC tiene una composición más variada; muchos de los comerciantes de edad avanzada pertenecen a esta organización. Estas personas venden artículos que son denominados “de novedad” e incluyen peines, ligas para el cabello y otros artefactos pequeños; además, cuentan con un gran número de comerciantes que venden ropa, tanto nueva como usada, y algunos venden discos compactos.

Los productos que venden los comerciantes pertenecientes a la organización VIVE son muy similares a los de la CROC, sólo que mientras los puestos de la CROC son en su mayoría fijos, los de la organización VIVE son unos cubos de aluminio que se instalan en la mañana y

luego en la noche se desinstalan; la mayoría de estos puestos se dedican a la venta de lentes o calcetines, aunque los productos cambian dependiendo de las ventas.

A la UVIP pertenecen los comerciantes que cuentan con los puestos más precarios; generalmente son los cubos de aluminio ya mencionados o sólo telas donde extienden sus productos. De acuerdo a éstas observaciones se puede afirmar que los puestos más capitalizados son los de la CNOP, y les siguen los de la CROC. Los puestos de la organización VIVE se pueden situar debajo de la CROC, porque a pesar de vender productos muy similares, muchos puestos son más pequeños. Los puestos de los vendedores pertenecientes a la UVIP son los menos capitalizados y los más dispersos en el centro. Los puestos más concurridos son los que están en la Plazuela del Carbón (pertenecientes a la CNOP), en donde se venden artículos eléctricos. Fuera de esta Plazuela los puestos más visitados son los de discos compactos y ropa, en ese orden. Los demás puestos subsisten de clientes que van caminando por el centro y realizan una compra de paso.

El aumento del número de comerciantes en la vía pública se dio con diferentes intensidades en cada una de las organizaciones. Como se observa en el cuadro 1, durante el periodo de RHV aumentó el comercio en la vía pública en un 54.6 por ciento. Por un lado está el crecimiento de las organizaciones de más reciente formación, las cuales duplicaron su cantidad de afiliados, y por otro, están las organizaciones más consolidadas que tuvieron un crecimiento más discreto en términos relativos. Sin embargo, el crecimiento absoluto no tiene tantas diferencias: mientras VIVE y UVIP incorporaron 160 nuevos integrantes a sus organizaciones, la CNOP y la CROC aumentaron en 138 integrantes; la diferencia es de tan sólo 22 comerciantes. Esto nos muestra que no se puede hablar en primera instancia de crecimiento favorable a las organizaciones que más apoyaron a RHV, aunque como veremos adelante las condiciones en las cuales creció cada organización son diferentes.

Cuadro 1. Número de vendedores en la vía pública del centro histórico de la ciudad de Xalapa, antes y al final del periodo de Gobierno de Rafael Hernández Villalpando

Organización	Antes de HV	Al final del periodo de HV	Aumento	Aumento(%)
CNOP	154	250	96	62.3
CROC	258	300	42	16.2
VIVE	84	200	116	138
UVIP	26	70	44	169.2
OTROS	60	80	20	33.3
Total	582	900	318	54.6

Fuentes: Diario de Xalapa 1997.1999, VIVE 1997 y Padrón de comerciantes 1997 y 1999.

2.5 Relación de las organizaciones y el gobierno de Rafael Hernández Villalpando⁴

Para poder entender la relación de RHV con las organizaciones tiene que tomarse en cuenta el contexto político de su camino hacia la presidencia municipal. Primero, como ya mencionamos, RHV forma parte de un grupo político liderado por Dante Delgado, donde desempeñó el cargo de Subsecretario de Gobierno es decir, estuvo a cargo de los asuntos políticos del Estado; situación que favoreció su contacto con distintas organizaciones con las que el gobierno del estado tuvo una relación clientelar; esto explica porqué se mantuvo este tipo de relación entre CD y las organizaciones del PRI. Además, durante el periodo en que fue Gobernador, Dante Delgado tuvo varios conflictos con el PRD, no obstante, el PRD negoció tanto con RHV la candidatura a presidente municipal como con Dante Delgado la de Senador.

Sería lógico pensar que la organización VIVE, que pertenece al PRD, hubiera sido la organización más beneficiada por el triunfo electoral de RHV. Sin embargo, la situación fue distinta, la candidatura externa de RHV generó dudas de los propios integrantes del PRD.

Respecto a la no filiación de RHV al PRD, el representante de VIVE, Dimas Calixto Armas, declaró:

“...Villalpando nunca perteneció al PRD y ni era perredista. Simple y sencillamente se montó en la estructura organizativa del PRD, ya que Convergencia no tenía registro en esa época... Así logró el cargo público, pero llegando al poder cortó los nexos con la organizaciones del PRD. Inclusive su relación con el PRD perjudicó al el mismo perredismo, esto debido a su mala actuación...”

Aun así, en la campaña de RHV la organización VIVE participó como brigadista y como parte de la alianza inicial de CD con el PRD. RHV le otorgó el puesto de Regidor Quinto a un integrante de la organización; sin embargo, según las palabras del representante de VIVE, Dimas Calixto Armas:

“... (El regidor designado por RHV) fue un muy mal regidor... la relación fue todo lo que no queríamos que fuera, debía ser un servidor que se debe a las organizaciones y él lo olvidó. La relación fue nula.”

Este regidor fue removido de su puesto a los pocos meses de haber entrado en funciones. En este periodo, la organización VIVE tramitó todos los nuevos permisos con RHV directamente sin recurrir al regidor. La relación positiva con RHV tan sólo duró tres meses. Unos días después del rompimiento, la organización realizó un plantón frente al Palacio Municipal, el cual duró aproximadamente otros tres meses; dicho plantón se realizó junto con la UVIP.

Al ser VIVE una organización nueva y en rápido crecimiento provocó que las dos organizaciones pertenecientes al PRI, la CROC y la CNOP, presionaran al gobierno de RHV para que esta organización no gozara los mismos privilegios que éstas tenían. Incluso la CNOP fue la que en mayor medida presionó al gobierno de RHV para que los comerciantes de VIVE fueran reubicados de la Calle Dr. Lucio; la cual cuenta con ventajas similares a las de la Plazuela del Carbón, ya que tiene una gran afluencia de personas debido a la localización de un

⁴ Para esta sección se realizaron cuatro entrevistas a líderes de las diferentes organizaciones: Dimas Calixto Armas (VIVE), Fidel Guerra (CNOP), José Juan Barrientos Lucas (CROC) y Gustavo Méndez Gallardo (UVIP). Ver anexo

importante supermercado. La estrategia de la organización de la CNOP fue la de instalarse en la misma calle para provocar conflictos viales y así elevar la presión de la opinión pública para que los comerciantes fueran desalojados por el Ayuntamiento. La intención de los comerciantes de la CNOP no era la de conseguir espacios en Dr. Lucio, ya que era una calle muy saturada, sino lograr que la organización VIVE fuera reubicada. Aunque el desenlace del conflicto se dio en el periodo de Reynaldo Escobar en diciembre del 2001,-se reubicaron los vendedores de la calle Dr. Lucio- la constante amenaza de reubicación por parte de las autoridades municipales en el periodo de RHV aumentó la incertidumbre de los comerciantes de la organización VIVE. Este caso ejemplifica de manera clara la relación del gobierno de RHV con la organización VIVE.

Ningún representante de la CROC tuvo un cargo público en el Ayuntamiento en el periodo de RHV. No obstante, apoyó la candidatura de RHV y mantuvo un buen trato por parte del grupo de CD. José Juan Barrientos Lucas, líder de la CROC, sostiene que la relación con RHV se mantuvo en “buenos términos”, por lo que la obtención de permisos continuó ocurriendo igual que cuando el PRI estaba a cargo del municipio. La CROC recompensó el buen trato de RHV apoyando al nuevo candidato Reynaldo Escobar, este último candidato por CD.

Algo parecido se dio con la CNOP, sólo que su líder, Fidel Guerra se involucró más que la CROC con el gobierno de Dante Delgado, por lo que logró consolidar su organización hasta llegar a ser la agrupación más fuerte de las cuatro antes mencionadas. Fidel Guerra y la CNOP también apoyaron a RHV en su campaña como candidato a la presidencia municipal. Otra gran diferencia entre las dos organizaciones pertenecientes al PRI, fue que la CNOP, a diferencia de la CROC, se mantuvo como una sola organización, lo que les dio una mayor capacidad de negociación con el Ayuntamiento. Contrariamente cada una de las organizaciones pertenecientes a la CROC negociaron por separado con el gobierno de RHV. En la actualidad Fidel Guerra ocupa un puesto en la Secretaría de Asuntos Políticos en el Gobierno de Reynaldo Escobar. En palabras de Fidel Guerra representante de la CNOP:

“...la relación con el Gobierno de Hernández Villalpando fue de concordia, cordialidad y nos permitió realizar nuestro trabajo.”

Una situación muy diferente a todas las anteriores padeció la UVIP. Esta organización se mantuvo independiente de cualquier partido, por lo que es considerada como una organización más radicalizada. Inclusive, el ayuntamiento no la considera como tal y no se le ha permitido constituirse en asociación civil. Al no existir jurídicamente, el Ayuntamiento ha negado cualquier tipo de relación con esta organización. La no pertenencia a ningún partido ha sido una situación que ha complicado sus condiciones de sobrevivencia. La UVIP, al no ser reconocida como una organización legítima, no pudo defender los derechos de sus agremiados, ya que no tenía posibilidades de dialogar ni negociar con las autoridades. La UVIP ha tenido que recurrir a otras estrategias como las movilizaciones y los plantones para defender sus derechos.

3. CARACTERÍSTICAS DE LOS COMERCIANTES EN LA VÍA PÚBLICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE XALAPA

3.1 Aspectos generales del comercio en la vía pública

Lo siguiente será revisar las características de los comerciantes en la vía pública de la ciudad de Xalapa; de esta manera se identificará el tipo de comercio informal que se lleva a cabo en el centro de la ciudad. Las características de los comerciantes en la vía pública fueron obtenidas a través de 51 encuestas levantadas en el centro de la ciudad⁵.

El promedio de edad de los comerciantes en la vía pública fue, tanto para los que llegaron durante el periodo de RHV como para los que llegaron antes, de 30.6 años. Sin embargo, es importante señalar que gran cantidad de las personas que no quisieron contestar la encuesta en la zona más próxima a la Plazuela del Carbón eran jóvenes. Éstas personas son generalmente empleados asalariados y que se negaron a contestar la encuesta por temor a ser sancionados por los dueños. En la encuesta realizada, los empleados promediaban una edad de 20.7 años. Este dato muestra que los comerciantes propietarios que no trabajan en sus puestos tienden a contratar mano de obra joven y por lo tanto más flexible.

⁵ De las 51 encuestas 37 pertenecen a comerciantes establecidos antes del periodo de RHV y 14 a vendedores que se instalaron durante dicho periodo. Ver anexo metodológico para observar los detalles de los procedimientos.

La mayoría de las personas que trabajaban en el comercio en la vía pública eran hombres. Sólo el 19 % de los puestos eran atendidos por mujeres. Este porcentaje era mayor en los puestos que existían antes del gobierno RHV, en los cuales el 27% de los trabajadores eran atendidos por mujeres, mientras que tan sólo el 14% lo eran en los puesto que se establecieron durante el periodo de RHV. Las mujeres consideraron como factor más importante para estar en el comercio en la vía pública la obtención de un mayor ingreso, mientras que el hecho de que un pariente las haya vinculado en esta actividad fue la segunda en importancia. Normalmente el pariente que las vinculó a dicha actividad fue el esposo o los padres, ya que era común que la mujeres trabajaran en el puesto mientras el pariente realizaba otras actividades laborales. El factor de menor importancia fue la carencia de trabajo. Esto contrasta con el caso de los hombres, quienes colocaron la falta de trabajo como la segunda causa por la cual vendían en la vía pública. Para los hombres la principal causa para vender en la vía pública fue la ventaja de ser independientes.

Tomando en cuenta sólo a los vendedores que estaban antes del periodo de RHV casi el 87% de los puestos eran atendidos por los propietarios. Del total restante, es decir los no propietarios, menos de la mitad trabajaban por paga. Esto contrasta con una disminución a 71 % en el número de propietarios de comercios en la vía pública que se establecieron en el periodo de RHV. Además, todos los que eran empleados recibían un pago, indicando una tendencia de los nuevos puestos a utilizar trabajadores asalariados, lo que habla de una mayor capitalización de los puestos. Adicionalmente, algunos propietarios tenían otras actividades aparte del comercio informal.⁶ Es importante señalar, como se observa en la siguiente sección, que muchos comerciantes estaban en la vía pública por razones distintas a la falta de empleo.

3.2 Actividad anterior y razón por la que trabajan en la vía pública.

Aproximadamente un tercio de los comerciantes en la vía pública que entraron antes del periodo de RHV tenían como primera y única actividad el comercio en la vía pública; esto contrasta con tan sólo un 21% de los que se establecieron durante el periodo de RHV. En el periodo de RHV,

el número de comerciantes que provenía de otro trabajo se incrementó en 10%, ya que pasó de ser 32.43% a 42.85% (véase cuadro 2). Para estos últimos, las causas más citadas por las cuales se incorporaron al comercio en la vía pública fueron: en primer lugar, las ventajas que proporciona ser independiente y, en segundo lugar, la conexión con algún pariente que se dedicaba a esta actividad. Para los que estaban antes del periodo de RHV, la causa más citada fue la de búsqueda de mayor ingreso. La falta de empleo fue una de las causas menos citadas por ambos grupos. Esto nos lleva a un conclusión muy importante: las personas que provienen de otras actividades al comercio en la vía pública lo hacen por las condiciones propias de esta actividad y no por razones que tienen que ver con la falta de empleo en la región.

Cuadro 2. Actividad anterior de los comerciantes en la vía pública

Antes de Hernández Villalpando		Durante el periodo de Hernández Villalpando	
Actividad anterior (%)		Actividad anterior(%)	
Siempre comerciante o similar	29.7	Siempre comerciante o similar	21.4
Otra ocupación	32.4	Otra ocupación	42.8
Campesino	8.11	Plomero electricista	7.1
Trabajador asalariado	10.81	Trabajador asalariado	7.1
Trabajadora doméstica	5.41	Trabajadora doméstica	14.2
Conserje	2.7	Seguridad	7.1
Secretaria	2.7	Chofer	7.1
Ferrocarrilero	2.7		
Estudiante	29.7	Estudiante	28.5
Ama de casa	8.1	Ama de casa	7.1
Total (N=37)	100	Total (N=14)	100

Fuente: Encuesta propia

para reforzar esta afirmación habría que observar el cambio de orden de importancia de las causas que llevaron a las personas a vender en la vía pública entre los que iniciaron esta actividad antes y durante el periodo de RHV (véase cuadro 3). El factor que cambió más

⁶ En el trabajo de campo se observó que muchos de los dueños que iban a las asambleas no se encargaban de su puesto. Además, varios comerciantes comentaron que era normal que algunas personas vendieran sus productos tanto en comercios establecidos como en la vía pública

drásticamente fue la obtención de un mayor ingreso, que de ser el primero para los comerciantes que estaban antes del gobierno de RHV, pasó a ocupar el cuarto lugar. No tener trabajo disminuyó del segundo al quinto lugar en importancia, mientras que ser independiente pasó del tercero al primero, y las ventajas del horario del quinto al segundo. Estos cambios nos indican que en el periodo de RHV la incorporación de comerciantes la vía pública respondió más a causas que se relacionan con la forma en la que se realiza el trabajo que a la ausencia del mismo. Por otro lado, el comercio en la vía pública durante el periodo de RHV, atrajo a más personas provenientes de otro trabajo (10% más), no obstante, la falta de trabajo y las remuneraciones no fueron las causas más importantes. La flexibilidad del trabajo en la vía pública parece haber sido el atractivo más relevante para los nuevos trabajadores.

Cuadro 3. Razón por la que venden en la vía pública.

Antes del periodo de RHV	Durante el periodo de RHV
1.-Obtener mayor ingreso	1.- Tiene ventajas ser independiente
2.-No tenía trabajo	2.- Tiene ventajas el horario
2.-Tiene ventajas ser independiente	3.- Tiene amigos o parientes que lo relacionaron con esta actividad
4.-Tiene amigos o parientes que lo relacionaron con esta actividad	4.- Obtener mayor ingreso
5.-Tiene ventajas el horario	5.- No tenía trabajo
6.-Otra	6.-Otra

Fuente: Encuesta propia

3.3 Evolución de las ventas.

Un incremento en las ventas puede conllevar a un aumento del número de comerciantes en la vía pública en la búsqueda de un mayor ingreso; sin embargo, la percepción de los comerciantes en la vía pública es que las ventas en el periodo de RHV no aumentaron ni disminuyeron, ya que el 62% contestaron que las ventas habían continuado más o menos en el mismo nivel, mientras que un 19% consideró que las ventas habían empeorado. Sin embargo, éstas personas consideraron que el factor más importante que afectó la disminución en las ventas fueron las reubicaciones

instrumentadas por el gobierno de RHV y, en segundo lugar, el aumento de la competencia. En la misma proporción, 19% de los comerciantes, consideró que las ventas mejoraron y dieron una mayor importancia a la disposición que tuvo el gobierno para dejarlos vender. Esto muestra cómo la permanencia en su espacio otorga certidumbre a los comerciantes y permite aumentar las ventas. Además, si la percepción de los comerciantes fue que el nivel de ventas siguió constante, y a pesar del aumento en el número de comerciantes, se puede suponer que el volumen de las ventas totales aumentó.

4. LOS DERECHOS DE PROPIEDAD

4.1 Teoría de los derechos de propiedad

Los derechos de propiedad son instituciones sociales que definen o delimitan, la obtención de ganancia, el consumo y el poder sobre un bien (Eggerston, 1990: 41; Libecap, 1989: 1; y Barezal, 1989: 2). Un sistema de derechos de propiedad es “un método mediante el cual se confiere a los individuos la potestad de seleccionar para bienes específicos, cualquier uso entre todo el conjunto de usos posibles no prohibidos” (Alchina en Eggerston, 1990: 41). Inicialmente se visualizaba a los derechos de propiedad como absolutos; sin embargo, los derechos que tienen las personas sobre los bienes no son constantes a través del tiempo, en realidad, están en función de sus propios esfuerzos y negociaciones con la otra parte, ya sea otra persona que intenta adjudicarse los derechos o el mismo gobierno. Además, los derechos legales no son condición ni necesaria ni suficiente para que se den los derechos de propiedad (Libecap, 1989: 4-5 y Barezal, 1989: 2). Los comerciantes en la vía pública ejercen sus derecho de propiedad, aunque no de manera absoluta como sería el caso de los derechos legales.

Jagannathan (1987: 12) señala dos argumentos que distinguen a los derechos de propiedad generados por procesos sociales de aquellos regulados por el sistema legal :

- 1) Los derechos de propiedad extralegales son un producto de acuerdos informales, por lo tanto, se regulan endógenamente, es decir, las dos partes cumplen la función de un juzgado y se autorregulan.

- 2) A diferencia de los derechos legales, en lugar de que exista un dueño exclusivo como precondition para hacer el intercambio del bien, mientras ambas partes estén de acuerdo, este intercambio se puede realizar. De esta manera, los individuos pueden consumir o producir sus recursos para generar ganancias, todo esto sin el reconocimiento del sistema legal, es decir, la existencia de un bien tangible puede generar ganancias aunque su uso sea prohibido, la vía pública es un claro ejemplo, ya que ambas partes reconocen que no existe un dueño de la vía pública, sin embargo, esta es utilizada como un recurso por parte de los vendedores para generar ganancias.

Eggertsson (1990: 42) argumenta que existen tres categorías para los derechos de propiedad: 1) el derecho sobre la utilización de activos, 2) el derecho a obtener una renta del activo y por último, 3) el derecho a transferir en forma permanente la propiedad. Aplicando éstas categorías a los derechos de propiedad de los comerciantes en la vía pública tendríamos que: el primer nivel corresponde a la utilización de la vía pública para vender; el segundo nivel, a la renta del espacio; y el tercero, a la venta del espacio en el momento en que se deje de utilizar. Además, explica que en el sentido económico, los resultados de los derechos de propiedad ilegítimos tienen los mismos resultados que los legítimos. Por lo que Mctigue (1998) utiliza el concepto de los derechos de propiedad como un factor determinante en los objetivos de las organizaciones de comerciantes en la vía pública. Mediante éstas organizaciones, los vendedores en la vía pública garantizan el uso de la calle para un fin legítimo que es vender, generando instituciones informales. En la medida en que éstas instituciones informales cuenten con la aceptación del Estado, los comerciantes podrán ejercer cada una de las categorías de derechos de propiedad propuesta por Eggertsson. Si estos derechos de propiedad se van implementando, los comerciantes en la vía pública disminuyen su incertidumbre y por lo tanto, existe un ambiente propicio para la generación de ganancias.

4.2 El sistema de derechos de propiedad de los comerciantes en la vía pública de Xalapa.

Como ya se explicó, una de las funciones que tiene una organización de comerciantes en la vía pública es la de asegurar sus derechos de propiedad. El hecho de que se haya dado un incremento

tan importante como el señalado en el número comerciantes en la vía pública en Xalapa durante el periodo observado, pudo haber alterado la forma en la que se establecen los derechos de propiedad. A continuación se verá cuál es la percepción de los comerciantes sobre los derechos de propiedad y si estos cambiaron en el periodo de RHV.

4.2.1 La obtención de permisos

El mecanismo para otorgar un permiso funciona de la siguiente manera: el municipio cede los lugares que son solicitados por la organización para llevar a cabo el comercio en la vía pública. Después, los líderes de cada organización se ponen de acuerdo para que no exista conflicto entre ellos; en caso de que se de un conflicto, se buscan lugares alternativos que estén cercanos a la propuesta inicial. Adicionalmente, los comerciantes se organizan y negocian con los vecinos el lugar donde los puestos deben instalarse; esto se hace para que no dañen la circulación y las entradas de las casas. La excepción a este mecanismo es la UVIP, ya que al no ser reconocida como asociación civil, pocos integrantes tienen permiso del municipio; los miembros de esta agrupación se instalan en lugares donde no hay puestos de alguna otra organización. Todos los comerciantes afirman tener permiso para vender en la vía pública,⁷ los únicos que no tienen permiso son los denominados comerciantes ambulantes⁸ y los artesanos libres que generalmente se establecen en el Callejón del Diamante (véase mapa 1).

Si la idea de la opinión pública de que el sólo hecho de otorgar más permisos es condición suficiente para incrementar el número de comerciantes en la vía pública es cierta, entonces se tuvo que haber facilitado el proceso para conseguir permisos para vender en la vía pública. Los resultados obtenidos contradicen esta idea; tan sólo un 27% de los comerciantes afirmó que el proceso de obtención de permisos se facilitó con RHV. Un 43% consideró que el proceso no se había facilitado e incluso un 24% contestó que el proceso se había dificultado durante el periodo de RHV. Algo que resulta significativo mencionar es que ninguno de los integrantes de la CNOP contestó que el proceso se había dificultado. Resulta lógica esta

⁷ Los comerciantes de la UVIP afirmaron tener permiso; sin embargo, es sólo un contrato de palabra con su líder y no con el ayuntamiento.

situación después de haber analizado cual fue la relación CNOP-RHV. Los líderes también estuvieron divididos en este sentido; el líder de la CROC, José Juan Barrientos Lucas, afirmó que sólo algunos comerciantes consiguieron los permisos con mayor facilidad, pero no quiso mencionar cuáles. El líder de VIVE, Dimas Calixto Armas, aseguró que tan sólo al inicio del periodo de RHV se les facilitó el proceso; después, la situación fue mucho más difícil y así permaneció casi todo el periodo. Fidel Guerra, líder de la CNOP, opinó que la facilidad para conseguir permisos depende de la astucia de cada líder, por lo que él aprovechó la situación y pudo obtener más permisos. La UVIP simplemente se vio imposibilitada para conseguir nuevos permisos.

4.2.2 Intercambio y venta de permisos.

Un 29% de los encuestados mencionó que la ubicación de su puesto fue asignada por la organización. No obstante, es importante mencionar que uno de los encuestados contestó que su puesto lo había adquirido a un precio de 5.000 pesos; este puesto estaba situado a una cuadra de la Plazuela del Carbón. Según información recabada en el trabajo de campo, los precios en la Plazuela del Carbón⁹ pueden llegar hasta 15.000 pesos (véase mapa 1). Esto muestra que las organizaciones pueden asignarle un precio a los espacios más demandados, especialmente la CNOP que controla esta zona.

El hecho de ejercer derechos de propiedad sobre un bien conlleva forzosamente a la capacidad de intercambiarlo o venderlo; por lo tanto si de manera informal el usuario cede o vende su espacio a otro comerciante, está ejerciendo el tercer nivel de derechos de propiedad propuesto por Eggertsson. A este respecto, un 25% de los encuestados afirmó que este procedimiento era posible, a pesar de que un 63% contestó que no era posible intercambiar o vender los permisos. Los vendedores que habían instalado su puesto en el periodo de RHV contestaron que sí era posible intercambiar el permiso apenas en un 4% adicional respecto de los

⁸ Los inspectores consideran ambulantes a los vendedores que sólo están 30 minutos en un lugar y que pueden mover el contenedor del producto que venden. Ejemplos de ellos son los dulceros móviles y algunos vendedores de comida

⁹ En el centro de la ciudad de Xalapa existen varias plazuelas que fueron utilizadas para reubicar a los comerciantes pero se encuentran en el interior de edificios; éstas plazuelas no son consideradas como vía pública por el Ayuntamiento. La Plazuela del Carbón sí es considerada vía pública.

que llegaron antes de RHV. La Organización de la CNOP es considerada como la organización que tiene los puestos más demandados; por lo tanto, el proceso de compra y venta de espacios es más frecuente. Eso explica por qué el 43% de los vendedores de esta organización contestaron que sí se podía vender el espacio. (véase cuadro 4)

Cuadro 4. Posibilidad de vender su espacio (%)

Organización	No es posible	No sabe	Si es posible	Total
Asociación de artesanos		100		100
CNOP	43	14	43	100
CROC	71	10	19	100
UVIP	60	20	20	100
VIVE	65	6	29	100

Fuente: Encuesta propia

Sin embargo, después de las entrevistas con los líderes de los comerciantes en la vía pública, se pudo observar que la idea de la imposibilidad de intercambiar los espacios por parte de los encuestados respondió a que ellos sólo se enteran de dicha posibilidad cuando están interesados en el intercambio o la venta. Cada organización tiene su forma de vender sus espacios libres. En el trabajo de campo presencié el acuerdo de venta de un espacio de una persona que llegó a preguntarle al líder de la CROC, José Juan Barrientos, si era posible intercambiar su puesto con mercancía por una consola y equipo de sonido. El líder autorizó el cambio y le pidió al vendedor el nombre del que sería el nuevo propietario para darlo de alta en la organización y asignarle un lugar. El líder de la CNOP, Fidel Guerra, dijo categóricamente que no se podía hacer el cambio por ningún motivo, pero como ya se mencionó anteriormente, uno de los entrevistados de la CNOP afirmó que el puesto lo obtuvo vía compra. También los líderes de VIVE y UVIP, Dimas Calixto Armas y Gustavo Méndez Gallardo, afirmaron que la venta de espacios era un procedimiento normal de la CNOP. El sistema de la UVIP es diferente, un

comerciante que no quiere más su espacio tiene que entregarlo al comité de lucha.¹⁰ Dicho comité le asigna un precio que tendrá que ser pagado en materiales que se utilizan para las movilizaciones de la organización o para el mantenimiento de las oficinas y personal administrativo. En el caso de esta agrupación, sus agremiados no pueden vender el espacio ya que no cuentan con una inscripción en el padrón del municipio.

4.2.3 El respeto a los derechos de propiedad por el gobierno de Hernández Villalpando

Para que los derechos de propiedad existan como institución social necesitan recibir cierta legitimidad por parte del Estado. Como en realidad la apropiación de la vía pública para obtener ganancias es una actividad ilícita, la tolerancia del Estado hacia esta actividad contribuye a la ejecución de los derechos de propiedad. En el cuadro 5 se puede observar cuál es la opinión de los comerciantes en la vía pública sobre la actitud del gobierno con respecto a la tolerancia de los vendedores en la vía pública. Durante el periodo de RHV se siguió tolerando los espacios del comercio en la vía pública; sólo un 16.22% percibió que la tolerancia disminuyó. Sin embargo, cruzando las variables se puede observar que la organización más conflictiva en el periodo de RHV, la UVIP, fue la organización que en más alta proporción de comerciantes contestó que la situación había empeorado (40%), mientras que la CNOP fue la única organización en la cual nadie contestó que la situación había empeorado. Esto muestra cómo se ejerció discrecionalidad con las diversas organizaciones.

¹⁰ El comité de lucha está compuesto por los fundadores de la organización y los comerciantes que han realizado un mayor número de movilizaciones.

Cuadro 5. Opinión de los comerciantes en la vía pública del centro histórico de Xalapa en relación al respeto a los espacios en el periodo del Rafael Hernández Villalpando

	Porcentaje	Causas
Mejóro	10.81	1.- Apoyo de la organización. 2.-Apoyo del gobierno
Empeoró	16.22	1.- Oposición de comerciantes formales 2.-Falta de apoyo del gobierno
Está Igual	72.97	

Fuente: Encuesta propia

En cuanto a la frecuencia de intentos de desalojo, un 24% de los encuestados consideró que ésta había aumentado y sólo un 8 % que había disminuido. Una vez más, al cruzar los datos con el tipo de organización se encuentra evidencia para afirmar que existió discrecionalidad del gobierno de RHV con algunas organizaciones. El 80% de los vendedores de la UVIP consideraron que la frecuencia en intentos de desalojo había aumentado.

El incremento en la frecuencia de desalojos no significa que éstos se hayan dado, ya que muchas veces las organizaciones presionan para ser regresadas al lugar del cual fueron desalojadas. Es importante observar el bajo número de reubicaciones que se dieron en el periodo de RHV, aunque en realidad no difiere mucho de los periodos anteriores (véase la cuadro 6). El 40% de los integrantes de UVIP contestó que fue removido y, por otro lado, ningún integrante de la CNOP resultó ser removido de su puesto, ni siquiera temporalmente. Al igual, se puede observar que el 41% de los comerciantes pertenecientes a la organización VIVE fue afectado por las reubicaciones. Sin embargo, sólo un 29% fue afectado en el periodo de RHV. El hecho de que los espacios de los comerciantes en la vía pública sean respetados les permite una localización estable. De esta manera pueden ser reconocidos por los clientes que obtienen mayor información, lo cual disminuye la incertidumbre del comprador. Los comerciantes consideran que una de las mayores causas en la disminución de sus ventas estaba relacionada con el cambio

de ubicación, por lo tanto el hecho de mantener su localización es una variable que es apreciada por los comerciantes.

Cuadro 6. Comerciantes del centro histórico de la Ciudad de Xalapa reubicados (%)

	Establecidos antes del período de RHV		Establecidos durante RHV
	Antes de RHV	Durante RHV	
Reubicados	13.5	10.8	14.2
No reubicados	75.7	78.4	85.7
Temporalmente	10.8	10.8	0

Fuente: Encuesta propia

5. LOS CONTRATOS Y LA INFORMACIÓN

5.1 Teoría de los contratos y la información

La importancia de la información en la economía fue introducida por primera vez por Akerlof (1978: 488-500). Su artículo sobre el mercado de autos usados muestra la importancia que tiene en un mercado la asimetría de la información y cómo el comprador puede adquirir un bien a un precio no justo debido a la falta de información. A pesar de que esta teoría fue utilizada para mercados regulados, Geertz (1978: 28-31) utiliza la teoría de la información para analizar cómo se da el comercio en un tianguis: "en la economía de bazar la información es pobre, escasa, mal distribuida, ineficientemente comunicada y muy valuada"(Geertz, 1978; 29). Geertz también señala que los comerciantes para resolver éstas asimetrías han elaborado dos instituciones:

- 1) **Clientelización:** proceso mediante el cual los compradores y vendedores, dependiendo de los resultados de la última transacción repiten la operación de tal manera que ambos disminuyen la incertidumbre y maximizan su utilidad.
- 2) **Negociación:** el comprador compara tanto los precios como la calidad del producto con varios comerciantes. Una vez seleccionado el producto, hace la compra que más le satisface.

La anterior explicación es similar a la aportada por Jagganathan (1989: 15). Según este autor, los mercados no organizados crean instituciones de contratos informales, y sugiere que un ejemplo de éstas son los contratos bilaterales simples: "...dos personas hacen un contrato informal específico. Por mencionar, un consumidor que compra un producto en una tienda. El intercambio se da en la forma de un contrato instantáneo que es negociado y ejecutado en el momento en que se paga y el bien cambia de dueño. Un cambio en las condiciones (supongamos que el producto no cumplió con las expectativas de calidad del comprador), llevará a la cancelación de futuras transacciones" (Jagganathan, 1989: 16).

El elemento común entre los dos autores es el proceso de repetición de los contratos. Esta repetición genera confianza entre los participantes de la transacción, por lo que disminuirán las asimetrías de información con respecto al producto. De esta manera, los contratos acordados por ambas partes serán ventajosos y establecerán un relación cliente-distribuidor más consolidada. La consolidación de las relaciones puede inclusive generar instituciones de crédito informal en sustitución de mecanismos formales que tienen altos costos de transacción. (Pamuk, 2000:383-385).

5.2 La relación contractual y de información de los comerciantes en el centro histórico de la ciudad de Xalapa y sus proveedores

En esta parte del trabajo se analizará de qué manera se dan los contratos entre los proveedores y los comerciantes en la vía pública, por lo que resulta importante establecer si las organizaciones y el mismo Ayuntamiento tuvieron influencia en este tipo de relaciones contractuales.

Saber si los comerciantes han tenido cambios en el tipo de productos vendidos proporciona información sobre los proveedores, ya que se puede conocer si han existido procesos clientelares. Aproximadamente 21% de los comerciantes en la vía pública reportó haber cambiado el tipo de productos que venden. El tipo de productos vendidos varió más en comerciantes que estaban antes del periodo de Hernández Villalpando (27%) que los que llegaron posteriormente (14%). Esto quizás se deba al hecho de que llevaban más tiempo efectuando esta actividad. Casi todos los cambios de productos se dan para buscar más clientela, aunque algunos comerciantes tuvieron que cambiar el tipo de producto debido a la prohibición del artículo que vendían. Sin embargo, la prohibición de un producto compete al gobierno federal. Algo que resulta muy importante observar es que en la agrupación VIVE, el 47% de los vendedores ha cambiado de producto. Esto puede deberse a que esta organización es una de las más afectadas por las reubicaciones. Cuando un comerciante es asignado a otra área, la variedad de productos con los que compete es distinta a la del lugar anterior, lo que provoca que tenga que cambiar el tipo de producto para no disminuir las ganancias por la competencia.

La forma de pago de los comerciantes a los proveedores permite la consolidación de los contratos. Si los comerciantes son sujetos de crédito, entonces la información entre ambas partes es más precisa. La mayoría de los comerciantes obtienen sus productos al contado; sin embargo, el cuadro 6 muestra que los créditos son más usados por los comerciantes que se encontraban en la vía pública antes del periodo de RHV. Esto puede indicar que para establecer algún sistema crediticio informal tiene que pasar un determinado tiempo para que los vendedores en la vía pública sean considerados como sujetos de crédito. Situación que puede ser explicada por el proceso de clientelización, ya que después de un determinado tiempo, los proveedores tienen más información sobre el comportamiento de sus compradores y por lo que dependiendo de esa información, deciden si dan créditos o no.

Cuadro 7. Forma de pago a los proveedores utilizado por los comerciantes en la vía pública en el centro histórico de la ciudad de Xalapa (%)

	Establecidos antes de HV	Establecidos después de HV
Crédito	26.4	7.1
Contado	91.8	92.8
Comisión	2.7	7.1
Otro	10.8	

Fuente: Encuesta propia

La mayoría de los comerciantes obtienen sus productos a través de pago en efectivo. Aproximadamente la mitad de los comerciantes en la vía pública obtienen sus productos mediante pequeños distribuidores que también son informales, ya sea en la Ciudad de México o en la ciudad de Puebla. Los comerciantes van en busca de los proveedores con los cuales ya han tenido contratos anteriores.

El 37% de los vendedores que estaban antes de RHV se surten con grandes distribuidores; esta cifra disminuye a 21% para los que llegaron durante dicho periodo. El hecho de tener grandes distribuidores proporciona mejores precios a los comerciantes y mayor variedad. Tepito es un lugar muy concurrido por los comerciantes. Las ventas a comisión es una forma poco utilizada y puede otorgar las mismas ventajas que tiene un sistema crediticio, ya que así los comerciantes en la vía pública no arriesgan su dinero. Como se puede observar, la variable tiempo juega un papel muy importante dentro de las relaciones contractuales entre los comerciantes y sus proveedores, ya que los comerciantes que llevan más tiempo en la vía pública realizando el proceso de compra, han disminuido las asimetrías de información que genera la falta de conocimiento del cliente. Por esta razón, los comerciantes más antiguos cuentan con crédito y distribución directa de los mayoristas.

Todos los líderes de las organizaciones afirmaron que los comerciantes tienen la libertad de comprar sus productos en donde fuera y con la forma de pago que desearan. El líder de la CROC, José Juan Barrientos, comentó que su organización trató de conseguir los proveedores para sus comerciantes, pero el proceso no funcionó debido a que los comerciantes desconfiaron de este sistema; este intento se dio antes de la llegada de RHV. Los representantes de la

organización CNOP sólo consiguen camiones para que los comerciantes acudan a la Ciudad de México. Una vez allí, los comerciantes tienen la libertad de escoger a sus propios proveedores. Salvo estos intentos, las organizaciones no influyeron en la forma en que se establecen los contratos.

6. BARRERAS DE ENTRADA

6.1 Teoría de la barreras de entrada

La descripción del sector informal hecha por la OIT en 1972 menciona a la fácil entrada como una de las principales características de este sector. Esta afirmación tenía como fundamentos que las unidades de producción de la economía informal requerían bajos niveles de capital inicial, no mantenían inventarios, no había avances tecnológicos y el proceso de aprendizaje era muy sencillo (Sinclair, 1978: 96). Para comprobar el supuesto de que la entrada a los mercados informales era tan fácil como se suponía, Sinclair (1978 : 96-107) realizó una serie de encuestas en cien mercados en las calles de Lagos, Nigeria. Lo que intentaba era recopilar información sobre qué tan fácil era para las personas conseguir un trabajo en dichos mercados. El estudio mostró que pocas personas eran aceptadas inmediatamente. Incluso los vendedores tardaban años en conseguir los puestos. Particularmente para el caso de los vendedores informales de pescado, existían algunas obligaciones institucionales a las que se tenían que enfrentar. Un requisito indispensable para poder establecerse como vendedores era unirse a una agrupación que los representara; además, tenían que pagar algunas cuotas y encontrar un lugar apropiado para sus ventas.

Al respecto se argumenta que "la elasticidad del sector terciario¹¹ está regulada y restringida por un número de factores que influyen en la capacidad de absorción de otros sectores de la economía y que pueden variar de acuerdo al tiempo y al lugar" (Streefland, 1977: 293-305). Streefland también menciona que estas barreras de entrada se pueden ubicar en cuatro categorías, que varían en forma y en intensidad dependiendo de la sociedad de la que se trate. Estas son:

¹¹ Streefland utiliza el término "sector terciario urbano" para los países del tercer mundo, sin embargo, su estudio está basado en actividades del sector informal.

1. **El control de recursos:** existen grupos que tienden a monopolizar los recursos con los que cuentan los trabajadores, de tal manera que ellos se encargan de su asignación y pueden decidir si hay nuevas entradas o no.
2. **Cambios en el ambiente urbano:** dependiendo de los procesos internos que se dan en una ciudad, un sector puede aumentar o disminuir su capacidad para absorber a la mano de obra de otros sectores. Tal sería el caso del abandono de la zonas centrales en algunas ciudades, ya que podría modificar el número de comerciantes que se establecerían en esa zona.
3. **Políticas gubernamentales:** el gobierno siempre intenta regular y establecer una serie de controles para los vendedores ambulantes. Aunque estas políticas generalmente presentan problemas en su implementación, pueden generar cuotas altas para la instalaciones de los comerciantes, alterando la facilidad de entrada; Cross (1998) afirma que la forma en la que se otorgaban los permisos en el gobierno del Distrito Federal provocó la creación de organizaciones de vendedores, que comenzaron a controlar los procesos de negociación y entrada.
4. **La penetración de las formas capitalistas de producción:** más que nada este argumento está vinculado a la manera en que la organización capitalista de producción puede cambiar la demanda de ciertos artículos. Si los individuos prefieren comprar sus artículos en establecimientos formales, las ganancias de los comerciantes en la vía pública se verán reducidas.

Sobre la misma argumentación, Mctigue (1998) afirma que, en el caso de los comerciantes en la vía pública, sus organizaciones cumplen la función de establecer barreras de entrada, de tal manera que exista un límite al número de comerciantes en la vía pública. Además, agrega que los requerimientos para tener un permiso por parte del gobierno implican costos tanto monetarios como organizativos.

Jagannathan (1987: 58-66) desarrolla una taxonomía del comportamiento de los comerciantes en la vía pública. Lo que hace es relacionar las tres instituciones, derechos de propiedad, contratos y barreras de entrada, para explicar cómo es que las organizaciones delimitan un territorio determinado para vender en la vía pública. Según el autor, el mayor costo para los comerciantes en la vía pública es el que se deriva de evitar que un territorio dado se llene de otros comerciantes que hagan disminuir sus ventas. Afirma que la mejor manera para reducir este costo es el establecimiento de contratos informales con los demás comerciantes para que no intervengan en sus respectivas zonas. Además, afirma que estos contratos establecen que los vendedores instalados en una zona determinada vendan productos que sean complementarios a los propios. En caso de que los productos fuesen del mismo tipo, los comerciantes designarían un nuevo territorio para este nuevo comerciante.

La explicación en términos de las tres instituciones sería la siguiente: a través de los contratos informales, los comerciantes logran que se respeten sus derechos de propiedad. Estos contratos imponen barreras de entrada a los otros comerciantes y previenen el exceso de competencia en un territorio dado.

6.2 Barreras de entrada en el comercio en la vía pública en el centro histórico de la ciudad de Xalapa

En el caso de los vendedores en la vía pública de la ciudad de Xalapa, el tipo barreras de entrada analizadas corresponden a la primera y la tercera categorías de Streefland, ya que depende de las organizaciones y de las funciones del municipio.

6.2.1 El costo del permiso, la mercancía y el puesto

Para ser integrante de una organización y tener un puesto, los vendedores tienen que incurrir en una serie de costos que funcionan como barreras de entrada. El ingreso a la organización consta de un pago inicial más una cuota que es pagada mensualmente. Posteriormente, existe un periodo durante el cual la organización tramita el permiso para que el comerciante pueda tener un espacio, situación que suele tardar de uno a dos meses. Aunado a esto, el comerciante tiene que

obtener su mercancía, lo cual representa un costo adicional. Por último, los puestos tienen un costo que varía dependiendo del tamaño y de si son fijos o semifijos; un ejemplo son los puestos de la Plazuela de Carbón, que tienen estructuras que cierran con cortinas de acero, instalación eléctrica, cuentan con seguridad contratada y personas que limpian la zona por las noches.

El 64% de los comerciantes en la vía pública (véase cuadro 8) considera que el costo para conseguir un permiso continuó siendo el mismo durante el periodo de RHV. Tan sólo un 10% de los comerciantes afirmó que este costo había aumentado, mientras que un 5% de los vendedores consideró que los costos del permiso habían disminuido. También el 64% de los comerciantes considera que los costos de la mercancía continúan siendo los mismos; sin embargo, se observa en el cuadro 8 cómo en mayor proporción los comerciantes consideran que la mercancía aumentó de precio (16.2%). Resultados similares se obtuvieron para los costos del puesto. Es importante recalcar que la UVIP fue la organización que en mayor proporción (40%) consideró que alguno de los costos había aumentado. Mientras que VIVE fue la organización que en menor proporción (23%) consideró que alguno de los costos habían aumentado. La organización CNOP contestó casi en la misma proporción que VIVE que los costos habían aumentado. Ambas organizaciones fueron las que mayor incremento tuvieron en el número de vendedores.

Cuadro 8. Variación en los costos de instalación de los comerciantes en la vía pública del centro histórico de la ciudad de Xalapa en el periodo de Rafael Hernández Villalpando

Tipo de costo	Aumentó (%)	Continuó Igual(%)	Disminuyó(%)
Permiso	10.8	64.8	5.4
Mercancía	16.2	64.8	
Puesto	10.8	70.2	
No sabe	20.5		

Fuente: Encuesta propia

6.2.2 Cuotas a la organización

Todos los vendedores ubicados en la vía pública pagan una cuota a su organización. Estas cuotas son pagadas mensualmente y representan un costo muy bajo para ellos. En la actualidad, las cuotas no superan los 40 pesos mensuales. Sólo los vendedores independientes están exentos de esta cuota. Tan sólo los comerciantes de la organización VIVE contestaron que las cuotas habían aumentado (23%) en el periodo de RHV. El 81% de los comerciantes contestaron que las cuotas se mantuvieron al mismo nivel.

Todos los líderes de las organizaciones mencionaron que para que un comerciante pueda ingresar, tiene que cumplir con ciertos requisitos como: llenar una solicitud de ingreso, entregar unas fotografías y un escrito que indique cuál es el producto que se pretende vender y en qué zona. En las asambleas de cada organización se decide si el comerciante es aceptado o no. El costo de la inscripción es de aproximadamente 500 pesos. El líder de la UVIP, Gustavo Méndez Gallardo, comentó que como trámite adicional los comerciantes pertenecientes a su organización tiene que demostrar de alguna manera que tienen la necesidad de trabajar en la vía pública y, dependiendo del caso, la organización ayuda a sus participantes con despensas. La UVIP es la única organización que no cobra los 500 pesos de entrada, pues la cooperación es voluntaria.

José Juan Barrientos, líder de la CROC, mencionó que para que el Ayuntamiento otorgue un permiso se tiene que pertenecer por fuerza a una organización, por lo que éstas se convierten en el único medio para adquirir un espacio. Los comerciantes en la vía pública no permiten que los vendedores que no pertenecen a alguna organización se instalen en la misma. En caso contrario, las organizaciones se movilizan para que estos grupos no ocupen sus espacios.

En cuanto a la regulación del tipo de productos, tanto el líder de la agrupación VIVE, Dimas Calixto Armas, como Fidel Guerra, líder de la agrupación que pertenece a la CNOP, explicaron que las organizaciones cumplen la función de limitar la entrada de los comerciantes en la vía pública, por lo que determinados giros se prohíben en ciertas zonas para que no exista “demasiada” competencia. Un ejemplo de este caso es el Callejón del Diamante (véase mapa 1), en donde el padrón para nuevos permisos ya está cerrado.

Los comerciantes pertenecientes a las organizaciones VIVE y UVIP fueron los que en más alta proporción contestaron que la entrada a la organización era un proceso difícil (41 y 40% respectivamente, véase cuadro 9). Sin embargo, las razones de dicha dificultad fueron distintas. Para los comerciantes de la UVIP, la entrada fue difícil principalmente por la negativa del municipio a otorgarles permisos. Por otra lado, la dificultad para ingresar a la organización VIVE radica en que sus procesos internos para aceptar a un vendedor son muy complicados. Esto provoca que los tiempos de aceptación sean bastante largos.

Cuadro 9. Percepción de los comerciantes en la vía pública del centro histórico de la Ciudad de Xalapa acerca del proceso de entrada a las organizaciones. (%)

Organización	Difícil	No contesto	No sabe	Fácil	Total
Asociación de artesanos				100	100
CNOP	14.3	14.3	14.3	57.1	100
CROC	28.6			71.4	100
UVIP	40.0			60.0	100
Vive	41.2			58.8	100
Total	33.4	2.0	2.0	62.8	100

Fuente: Encuesta propia

Por último, cabe destacar que el porcentaje de vendedores de la CROC que contestó que la entrada a la organización fue difícil antes del periodo de RHV fue de tan sólo 14%, y la proporción aumentó hasta 50% para los que llegaron durante el periodo de RHV. Algo similar sucede con los integrantes de la organización VIVE, que registraron aumento del 38% al 50%. Para ambas organizaciones la mayor dificultad a la entrada es atribuida a procesos internos de las organizaciones.

7. CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo se observó en qué medida la forma de operación de las instituciones del comercio en la vía pública se vio afectada por el cambio de gobierno a cargo de un partido de oposición al PRI. Asimismo, se analizó si dicho cambio pudo contribuir al aumento en el número

de comerciantes en la vía pública para el periodo 1997-2000. En el caso del centro histórico de la ciudad de Xalapa, se observó que la forma de operación de las instituciones del comercio en la vía pública se vio influida principalmente por los siguientes factores: 1) el funcionamiento interno de las organizaciones; 2) la relación que mantuvo el gobierno de RHV con cada una de las organizaciones; y 3) el tiempo que los comerciantes llevan realizando sus actividades en la vía pública, y sus organizaciones defendiendo dichas actividades. Estos tres factores son interdependientes entre sí, por lo que en algunos casos, la modificación de un factor altera el comportamiento de los otros y viceversa.

El funcionamiento interno de las organizaciones fue un factor determinante en la defensa y ejecución de los derechos de propiedad. Las organizaciones utilizan a los partidos para beneficiarse de una estructura organizativa que los respalde en la negociación de los derechos de propiedad. Las agrupaciones pertenecientes al PRI, las cuales ya habían mantenido relaciones con el grupo de CD, continuaron con éstas para obtener nuevos permisos. Esto les permitió incrementar el número de afiliados a cambio de apoyo político. Además, estas organizaciones cuentan con el apoyo de una central obrera que incluye a varios sectores populares. Mediante este respaldo organizativo, tanto la CNOP como la CROC, pueden presionar al Ayuntamiento para que sus espacios sean respetados. La organización VIVE, a pesar de estar respaldada por el PRD, no cuenta con el apoyo de una base sindical tan amplia como la del PRI, situación que le restó fuerza ante el municipio. Además la no afiliación perredista del nuevo gobernante dificultó esta situación.

El caso de la organización UVIP muestra cómo el hecho de ser una organización de comerciantes independiente y, por lo tanto, no estar ligada a ninguna estructura partidista de apoyo, provoca que el Ayuntamiento no la reconozca como tal y tampoco considere la negociación como una forma de relacionarse con ésta. Por lo que se puede argumentar que el municipio otorga y respeta los permisos de las agrupaciones que cuentan con una mayor capacidad organizativa basada en uniones con otros sectores sindicales y partidos políticos. Para contrarrestar la falta de una estructura organizativa amplia, las agrupaciones recurren a las movilizaciones como un mecanismo que permite ampliar el margen de negociación con el gobierno.

La división interna de las organizaciones puede afectar negativamente su capacidad de negociación. Un ejemplo de esto es diferencia de capacidad negociadora entre las agrupaciones pertenecientes al PRI. La organización CROC, al igual que la CNOP, cuenta con el respaldo tanto del partido como de una organización sindical que incluye a diversos sectores, además cuenta con un mayor número de agremiados. Sin embargo, la CNOP está conformada por un sólo grupo de comerciantes, mientras que la CROC se divide en 7, los cuales compiten entre sí. Esto ha provocado que cada organización gestione sus propios permisos, disminuyendo su capacidad negociadora.

El funcionamiento interno de las organizaciones también influye en las barreras de entrada impuestas a los nuevos comerciantes. En el caso de las organizaciones pertenecientes al PRI, ambos grupos le asignan un precio al espacio dependiendo de qué tan codiciada sea su localización. Así, los puestos mejor situados atraen a vendedores que pueden cubrir los altos costos en estas zonas, mientras que los vendedores con menores recursos ocupan los puestos que están peor situados.

La organización VIVE no maneja precios diferenciados de los puestos según su localización, sin embargo, para pertenecer a dicha organización los vendedores tienen que ser aceptados por las asambleas y, en algunos casos, por el comité de lucha. Este mecanismo interno ha provocado que las barreras de entrada de la organización VIVE dependan mayormente de los trámites para ser aceptado.

El hecho de ser una organización independiente tiene consecuencias para las barreras de entrada a las que se enfrentan los vendedores recién ingresados a la agrupación UVIP. A pesar de que este gremio es el único que no tiene cuotas de entrada, los comerciantes tienen que realizar movilizaciones costosas, que involucran una gran cantidad de recursos y un costo de oportunidad que implica, para los comerciantes, dejar sus puestos y tener que ir a manifestaciones.

El segundo factor observado que interviene en la forma en cómo operan las instituciones del comercio en la vía pública es la relación con el gobierno local. El Ayuntamiento permite a los

comerciantes ejercer su actividad en función de la organización a la que pertenecen. Por lo que ha respetado los derechos de propiedad de cada una de las organizaciones en distintos niveles. Para el caso de las organizaciones con mayor capacidad, el gobierno de RHV decidió mantener un sistema clientelar a cambio del respeto de los derechos de propiedad, por lo tanto, las dos organizaciones pertenecientes al PRI no sufrieron de reubicaciones, lo que les permitió consolidarse en el centro de la ciudad y disminuir la incertidumbre de sus vendedores. Mientras que con las otras dos organizaciones, VIVE y UVIP, el gobierno mantuvo relaciones conflictivas. Por consecuencia, los derechos de propiedad no siempre fueron respetados. Aunque las reubicaciones no se dieron, las amenazas fueron suficientes para disminuir la confianza de los vendedores que consideraban estos lugares como inestables.

El gobierno de RHV propició que algunas organizaciones tuvieran mayor capacidad de imponer barreras de entrada a los comerciantes en la vía pública. La ausencia de intentos de reubicación de los comerciantes de las organizaciones pertenecientes al PRI, les permitió cobrar altos precios por sus lugares. Adicionalmente, el Ayuntamiento facilitó los permisos que eran solicitados por dichas organizaciones, disminuyendo las barreras de entrada relacionadas con los costos de los trámites. Esta situación es contraria a lo que sucedió con la organización VIVE, ya que para esta agrupación, las barreras de entrada se incrementaron en función de lo tardado que resultaba que el gobierno de RHV otorgara los permisos a los comerciantes para instalarse en la vía pública. Por otra parte, la negativa de la administración de RHV de otorgarle existencia legal a la organización UVIP, provocó que las barreras de entrada de los nuevos comerciantes estuviera en función de los costos de la militancia.

Las organizaciones más antiguas son las que cuentan con las instituciones más consolidadas. Esta situación nos indica que el tiempo es una variable que desempeña una función importante en el fortalecimiento de dichas instituciones. En el caso de los derechos de propiedad, las organizaciones mejoran sus mecanismos auto regulatorios mediante procesos de aprendizaje que los comerciantes y los líderes reproducen y perfeccionan con el tiempo. En segunda instancia, a medida que pasa el tiempo, tanto la sociedad, como el gobierno perciben la venta en la vía pública como una actividad regular. Por lo que las acciones para evitarla disminuyen.

De la misma forma, el tiempo fue la única variable que influyó en la consolidación de la información y los contratos. Con regularidad, cada vendedor desarrolla esta institución con su respectivo proveedor, ya que estos procesos requieren de la repetición de la compra-venta para generar confianza; por lo tanto, ni el gobierno ni las organizaciones intervienen en la relación vendedores/proveedores. Lo fundamental es el tiempo para conseguir mejores tratos con los proveedores, e inclusive, cuando el proveedor tiene la información suficiente, los vendedores pueden acceder a créditos.

A partir de las tres variables analizadas, podemos concluir, al igual que Jaggannathan (1987: 63) en su modelo de control de territorio, que las instituciones creadas por los comerciantes en la vía pública para regular el acceso al territorio son altamente selectivas, lo que ocasiona distintos grados de segmentación del mercado. Esta segmentación de los comerciantes en la vía pública provocó que los establecimientos de mayor capitalización se mantuvieran en la organización CNOP, los comerciantes de grado medio de capitalización se incorporaran a la CROC, los de baja capitalización, a la agrupación VIVE, y los de subsistencia, a la UVIP.

Una de las conclusiones más interesantes mostradas por este trabajo es que, en el periodo de RHV, el comercio en la vía pública creció no por desempleo de la región sino, de acuerdo con la opinión de los comerciantes, a la independencia que posee este tipo de actividad. De hecho, la falta de trabajo fue una de las causas menos citadas por los comerciantes instalados durante el periodo de RHV. Además, como observamos en los resultados, la mayoría de los comerciantes consideró que las ventas no habían disminuido a pesar de que existían casi 300 comerciantes adicionales, es decir, el volumen de ventas tuvo que haber aumentado en proporción similar al número de nuevos comerciantes. Esto evidencia un aumento de la demanda de los productos que son ofrecidos por los comerciantes en la vía pública. Por lo que, la hipótesis manejada por la opinión pública de que el aumento en el número de comerciantes se dio por las facilidades otorgadas por la administración de RHV, puede ser descartada. Gran parte de los nuevos comerciantes de bajos recursos no se beneficiaron de la relación clientelar con el gobierno de RHV. La CNOP en cambio fue la única organización que creció, debido a que sus instituciones pudieron garantizar mayores ganancias, lo cual fue posible gracias al consentimiento y apoyo del

gobierno de RHV. Las demás organizaciones, aunque en menor grado, también garantizaron que sus comerciantes obtuvieran ganancias, aun sin el apoyo de RHV.

Por último, se observó que la forma de vinculación clientelar y el grado en que ésta se dio, no se modificó sustancialmente a partir del cambio de partido en el gobierno local. De hecho, la forma de relación siguió siendo la misma que establecieron los gobiernos pertenecientes al PRI y sus organizaciones.

El trabajo realizado deja abiertas dos líneas de investigación. Por un lado, la posibilidad de profundizar en el análisis histórico de la consolidación de las instituciones. Y por otro, el estudio de las condiciones sociales que han provocado que los trabajadores prefieran circunstancias laborales informales a trabajos formales y con relativa estabilidad. Quizá, esto nos ayudaría a entender que el sector informal no sólo es consecuencia de condiciones estructurales, como la marginalidad y la dependencia, sino que también, podríamos explicarlo a partir de condiciones generadas por los mismos comerciantes.

Bibliografía:

- Akerlof, George A. (1970), "The market for *lemons*: Quality, uncertainty and the Market Mechanism" en *Quarterly Journal of Economics*, núm 84, Agosto, pp. 488-500.
- Azuela, Antonio (1990), "Fuera del huacal, aun en la calle. El comercio y el espacio público en el centro de la ciudad", en *Trace*, núm. 17, México, pp. 20-24.
- Baharoglu, Deniz; Josef Leitman (1998), "Informal rules! Using institutional economics to understand service provision in Turkey's spontaneous settlements", en *Journal of Development Studies*, Vol 34, Junio, Londres, Inglaterra, pp. 98-122.
- Barnzel, Yoram (1989), *Economic analysis of property rights*, Cambridge University Press, Nueva York.
- Bennhold-Thomsen, Veronika (1981), "La marginalidad en América Latina: Una crítica a la teoría", en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. XLIII, núm. 4. México, pp. 1505-1545.
- Bromley, Ray (1998), "Informalidad y desarrollo: interpretando a Hernando de Soto" en *Sociológica*, Vol 17, núm 37, Universidad Autónoma Metropolitana., México, pp 15-39.
- Castells, Manuel, Alejandro Portes (1989), *The informal economy*, The John Hopkins University Press, Baltimore.
- Charme, Jaques (1991), "Una revisión crítica de los conceptos, definiciones y estudios del sector informal". Tokman, Victor (coord.) *El sector informal en América Latina. Dos décadas de análisis*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México D.F., pp. 35-79.
- Cross, C. John (1998), *Street vendors and the State in Mexico City*, Stanford University Press, Stanford California.
- Geertz, Clifford (1978), "The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing" en *American Economic Review*, núm 68, vol 2, Mayo, Nashville, Tenn, pp. 28-32.
- Illy Hans F. (1986), "Regulation and evasion: Street-Vendors in Manila", en *Political Sciences*, Julio, vol. 19, Martins Nijkoff Publishers, Dordecht Holanda, pp. 61-81.
- Jagannathan, Vijay N.(1987), *Informal markets in developing countries*, Oxford University Press, New York.
- Kowarick, Lucio (1978), "Desarrollo capitalista y marginalidad: el caso brasileño" en *Revista Mexicana de Sociología*, vol XL, núm 1, México, pp. 31-54.
- Lezama, José Luis (1991), "Ciudad y conflicto: usos del suelo y comercio ambulante en la ciudad de México", Marta Schteingart (coord.), *Espacio y vivienda en la ciudad de México*, El Colegio de México, México, D.F., pp. 121-135.
- Libecap, Gary D. (1989), *Contracting for property rights*, Cambridge University Press, Nueva York.
- Martínez Escamilla, Víctor H. (1998), "Presentación", en *Sociológica*, vol 17, núm 37, Universidad Autónoma Metropolitana, México, D.F., pp. 5-11.

- Mctigue. Sara (1998). *The political and economic institutions of informal commerce: a comparative analysis of Mexico City and Budapest*. Tesis para obtener el grado de Doctorado, University of California. San Diego.
- Pamuk. Ayse (2000). "Informal institutions arrangements in Credit, Land Markets and Infrastructure Delivery in Trinidad" en *International Journal of Urban and Regional Research*, vol 24, núm 2, Blackwell Publishers, Oxford, Inglaterra, pp. 379-395.
- Sinclair W. Stuart, (1978), *Urbanization and labour markets in developing countries*. Croom Helm, Londres, Inglaterra.
- Solis Pérez. Marlene (1997). "El comercio en la vía pública y conflicto urbano: El caso del centro histórico de la ciudad de México", Tesis de Maestría, El Colegio de México.
- Streefland. (1977), "The absorvative capacity of the urban tertiary sector third world countries", en *Development and Change*, núm 8, Institute of Social Studies, Holanda, pp. 293-305.
- Torres Jiménez. Ricardo (1998), "La reordenación del comercio en la vía pública en el Distrito Federal. Programas 1997 y 1998", en *Sociológica*, vol 17, núm 37, Universidad Autónoma Metropolitana, México D.F., pp. 267-277.

Anexo Metodológico.

La investigación de campo en la que se apoyó este trabajo se basó en la elaboración de una encuesta levantada a 51 comerciantes ubicados en la vía pública del centro Histórico de la ciudad de Xalapa, Veracruz, 37 de los cuales se habían establecido antes del gobierno de RHV y las 14 encuestas restantes fueron aplicadas a comerciantes que se habían instalado durante el periodo de RHV.

El muestreo se hizo numerando los puestos y seleccionándolos de manera aleatoria. Sin embargo, se enfrentó la dificultad de que algunos comerciantes no aceptaron contestar la encuesta, en cuyo caso se recurría al vendedor del puesto contiguo. Esta dificultad ocurrió en algunas zonas de la Plazuela del Carbón y calles cercanas a ésta.

Adicionalmente, se efectuaron entrevistas con líderes de las diferentes organizaciones: Dimas Calixto Armas (VIVE), Fidel Guerra (CNOP), José Juan Barrientos Lucas (CROC) y Gustavo Méndez Gallardo (UVIP).

El levantamiento, tanto de las encuestas como de las entrevistas, se efectuó entre los días 12 y 27 de Marzo de 2001. A continuación se presentan los dos cuestionarios utilizados y la guía de entrevista.

Cuestionario 1.- Antes para comerciantes instalados antes del periodo de Rafael Hernández Villalpando

Propuesta para cuestionario.

Nombre del encuestador: Felipe Herrera

Estudiante de la Maestría en Estudios Urbanos en El Colegio de México

Proyecto: Investigación sobre las instituciones informales de los comerciantes en la vía pública

El objetivo de este cuestionario es obtener información de uso académico con el fin de evaluar algunas características de los comerciantes en la vía pública.

La información obtenida por este cuestionario tendrá fines académicos y es confidencial. Este proyecto es ajeno a cualquier institución gubernamental

En caso de que seas vendedor en la vía pública desde el inicio del periodo de Reynaldo Escobar Pérez no contestar el cuestionario

Fecha _____

Folio _____

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo _____

1.-¿Eres propietario del puesto?

Si(pasa a la pregunta 3) No

2.-¿Qué tipo de relación mantienes con el propietario?

___ Trabajas por paga

___ Trabajas sin paga

___ Ganas por comisión.

___ Otra _____

3.-¿Eras vendedor antes del inicio del gobierno de Hernández Villalpando?

Si No

4.-¿Qué hacías o en que trabajabas antes de vender en la vía pública?

5.-¿Qué es lo que te llevó al comercio en la vía pública? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 6 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 6 como el más importantes y 1 como el menor.)

___ No tenía trabajo

___ Obtiene un mayor ingreso

___ Tiene ventajas ser independiente

___ Tiene ventajas el horario

___ Tiene amigos o parientes que lo vincularon a esta actividad

___ Otros _____

6.-¿Vendías en el centro de la ciudad antes el inicio del gobierno de Hernández Villalpando?
Si No(pasa al cuestionario 2)

7.-¿En relación con la inicio del gobierno de Hernández Villalpando como han evolucionado sus ventas?
Mejoraron Eran igual.(pasa a la pregunta 9) Empeoraron

8.- De los siguientes factores, ¿Cuál crees que tenga más importancia en el cambio de las ventas?
(Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 7 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 7 como el más importantes y 1 como el menor.)

- _____ A cambios en los clientes
- _____ A cambios en los productos
- _____ Existe más o menos estabilidad en el negocio.
- _____ Aumento(en caso de empeorar) o disminución(en caso de mejoría) en la competencia
- _____ A cambios en la ubicación de puesto
- _____ A la disponibilidad del gobierno para dejarlos vender
- _____ Otros _____

Sección 2 Derecho de uso de suelo

9.-¿Tienes algún tipo de permiso?
Si(pasa a la 11) No No Sabe

10.-¿De que manera lograste que se respete tu derecho de suelo?

(pasa a la 12)

11.-¿Cómo obtuviste el permiso?

- _____ Directamente con el gobierno
- _____ Mediante la organización que te representa
- _____ Mediante un intermediario
- _____ Otra _____
- _____ No sabes

12.-¿Se hizo más fácil obtener un permiso o establecer un puesto (aun si no tienes permiso) durante el periodo de gobierno de Hernández Villalpando?

Si No(pasa a la catorce) No sabes (pasa a la 14)

13.-¿Por qué?

14.-¿Existe alguna posibilidad de intercambiar o vender tu espacio a otros vendedores?
Si No No sabes

15.-¿Esta situación cambio durante el gobierno de Hernández Villalpando?

Si No No sabes

16-El respeto a tu espacio comercial después durante el gobierno de Hernández Villalpando:

Mejoró Está igual (pasa a la 18) Empeoró

17.-¿A cuál de los siguientes factores le atribuyes mayor cambio en esta actitud ? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 4 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 4 como el más importantes y 1 como el menor.)

En caso de mejora

En caso de empeorar

___ Apoyo de las organizaciones que los representan

___ Falta de apoyo de las organizaciones

___ Falta de oposición de los comercios establecidos

___ Oposición del los comerciantes establecidos

___ Apoyo del gobierno local.

___ Falta de apoyo del gobierno local

___ Otros _____

___ Otros _____

18.-La frecuencia en intentos de desalojo en el periodo de Hernández Villalpando

Aumentó Disminuyó Es igual

19.-¿Consiguieron los intentos de desalojo cambiarte de lugar?

Antes de Hernández Villalpando	Si	No	Temporalmente
Durante Hernández Villalpando	Si	No	Temporalmente

Sección tres: Obligatoriedad de contratos.

20.-Siempre has vendido el mismo tipo de productos

Si (pasa a la pregunta 23) no

21.-La frecuencia con la que cambiaste de productos durante el gobierno de Hernández Villalpando

Aumentó Disminuyó Continuo igual(pasa a la 23)

22.-¿Cuál de las siguientes causas consideras que cambio el tipo de producto? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 4 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 4 como el más importantes y 1 como el menor.)

___ Por los proveedores

___ Búsqueda de mayor clientela

___ Prohibición del gobierno de ciertos artículos

___ Otro _____

___ No sabes

23.-¿Cómo obtienes los productos que vendes? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 4 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 4 como el más importantes y 1 como el menor.)

___ Se venden a comisión

___ Los compras al contado

___ Los compras a crédito

___ Otros _____

___ No sabes

24.-Los productos los obtienes vía: (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 5 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 5 como el más importantes y 1 como el menor.)

- La organización
- Intermediarios
- Directamente de pequeños distribuidores
- Directamente de grandes distribuidores
- Otros _____
- No sabes

25.-¿La forma en la que consigues tus productos cambio durante el gobierno de Hernández Villalpando?

- Se hizo más fácil Sigue igual (pasa a la 27) Se dificultó No sabes(pasa a la 27)

26.-¿A qué atribuyes el cambio? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 4 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 4 como el más importantes y 1 como el menor.)

- La relación con el distribuidor
- Prohibición o aceptación (en caso de ser más fácil) del Gobierno.
- Relación con intermediarios.
- Otros _____

Sección 4: Barreras de Entrada.

27.-¿La cantidad de dinero y tramites para instalar un puesto, cambió durante el gobierno de Hernández Villalpando?:

	Aumentó	Continua igual	Disminuyó
Permiso			
Mercancia			
Puesto			
Otro			

No sabes

28.-¿Pagabas alguna cuota o dinero extra mensual?

- Si No (pasa a la 32) No sabes

29.- ¿A quién pagaste dicha cuota o dinero extra?

- Líderes de organizaciones
- Representantes
- Otros

30.-¿Estas cuotas en el periodo de Hernández Villalpando

- Aumentaron
- Disminuyeron
- Continuaron igual
- No existían antes de Hernández Villalpando

31.-¿Por qué? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 4 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 4 como el más importantes y 1 como el menor.)

- Aumento en las cuotas a la organización
- Aumento en las cuotas pagadas a representantes del gobierno
- Aumento en el numero de individuos que exigen cuota
- Otro _____

32.-¿Has pertenecido a alguna agrupación de comerciantes?

Si No(Pasa a la 42)

33.-¿Cuál(es)?

34.-¿Consideras que tu entrada a una agrupación en la vía pública es un proceso sencillo?

Si No

35.-¿Por qué?

36.-En el periodo de gobierno de Hernández Villalpando el proceso de entrada a las organizaciones:

Se facilitó Se dificultó Se mantuvo igual

37.-¿Cómo?

38.-¿Has cambiado de organización?

Si No (pasa a la 42)

39.-¿Fue antes o después del inicio del gobierno Hernández Villalpando?

Antes Después

40.-¿Cuál fue la causa del cambio de organización? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 5 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 5 como el más importantes y 1 como el menor.)

- La anterior no representaba mis intereses
- Los costos eran más altos
- Cambio de partido político
- Cambio de líderes de la organización
- Otro _____

41.-En general consideras que el gobierno Hernández Villalpando mejoró las condiciones de los trabajadores en vía pública

Si No No sabes

42.-¿Por qué?

Cuestionario 2. Para comerciantes que se instalaron durante el gobierno de Hernández Villalpando

Nombre del Encuestador: Felipe Herrera

Estudiante de la Maestría en Estudios Urbanos en El Colegio de México

Proyecto: Investigación sobre las instituciones informales de los comerciantes en la vía pública

El objetivo de este cuestionario es obtener información de uso académico con el objetivo de evaluar algunas características de los comerciantes en la vía pública.

La información obtenida por este cuestionario tendrá fines académicos y es confidencial. Este proyecto es ajeno a cualquier institución gubernamental

En caso de que hayas seas vendedor en la vía pública desde el inicio del periodo de Reynaldo Escobar Pérez no contestar el cuestionario

Fecha _____

Folio _____

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo _____

1.-¿Por qué te cambiaste de lugar o te instalaste como vendedor ambulante en este lugar? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 4 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 4 como el más importantes y 1 como el menor.)

___ Búsqueda de mayor clientela

___ Se hizo más fácil instalarse en el centro

___ Problemas con tu anterior localización

___ Otros _____

Sección 2 Derecho de uso de suelo

2.-¿Tienes algún tipo de permiso?

Si (pasa a la 4)

No

No sabes

3.-¿De que manera logras que se respete tu derecho de suelo?

(pasa a la 5)

4.-¿Cómo obtuviste el permiso?

___ Directamente con el gobierno

___ Mediante la organización que te representa

___ Mediante un intermediario

Sección 4: Barreras de Entrada.

11.-¿Pagaste alguna cuota o dinero extra mensual?

Si No (pasa a la 13)

12.- ¿A quien pagaste dicha cuota o dinero extra?

_____ Líderes de organizaciones

_____ Representantes

_____ Otros

13.-¿ Has pertenecido a alguna agrupación de comerciantes?

Si No(Pasa a la 42)

14.-¿Cuál(es)?

15.-¿Consideras que tu entrada a una agrupación en la vía pública es un proceso sencillo?

Si No

16.-¿Por qué?

17.-¿Has cambiado de organización?

Si No (termina el cuestionario)

18.-¿Cuál fue la causa del cambio de organización? (Marca varias opciones si consideras que es necesario y dales orden del 5 al 1 si crees que exista orden de importancia, tomando 5 como el más importantes y 1 como el menor.)

_____ La anterior no representaba mis intereses

_____ Los costos eran más altos

_____ Cambio de partido político

_____ Cambio de líderes de la organización

_____ Otro _____

Guía de entrevista

Fecha _____

Folio _____

Nombre Organización

Nombre

Edad

En caso de que la organización se haya formado en el inicio del periodo de Reynaldo Escobar Pérez no contestar el cuestionario

1.-¿Cuántos vendedores integran esta organización?.

2.-¿La organización pertenece a algún partido?

¿a cuál? _____

3.-¿Esta organización existía antes del Periodo de Hernández Villalpando?

4.-¿Mantenia alguna relación con la organización y el gobierno de Hernández Villalpando?

Si

No

5.- ¿Cómo era esta relación?

6.-¿Qué ventajas tenias con esta relación?.

7.-¿Esta relación sirvió para incrementar el número de vendedores afiliados a tu organización?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

8.-¿Se hizo más fácil obtener permisos o establecer un puesto para tu organización después de la llegada De Villalpando?

9.-¿Como se reparten los espacios entre los grupos de representantes de los vendedores ambulantes?

10.-¿Cómo consiguen respetar dichos acuerdos?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

11.-¿ Esto cambió en el periodo de Hernández Villalpando?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

12.-¿de que forma?

13.-¿Existe un número de vendedores fijos para cada calle?

14.- ¿De que manera deciden cuantos vendedores se establecen en cada calle?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

15.-Este número de vendedores por calle con la inicio del periodo de Hernández Villalpando:

16.-¿Cuál es el proceso mediante el cual un vendedor es aceptado en la organización?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

17.-¿Has cambiado la forma de entrada de nuevos integrantes a los grupos de vendedores ambulantes, en el periodo de Villalpando?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

18.-¿Cómo?

19.-¿Existe alguna vinculación entre las organizaciones y los distribuidores de productos?

20.-¿De que tipo?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

21.-¿Existieron cambios en este sentido con el inicio del periodo de Hernández Villalpando?

Sólo para organizaciones anteriores a Hernández Villalpando

22.-¿En que consistieron.?

23.-¿Cuál es la relación entre tu organización y los comerciantes que no tienen organización?

24.-¿En general el periodo de Hernández Villalpando fue favorable para tu organización?

25.-¿De que forma?