



Centro de Estudios Sociológicos
Maestría en Ciencia Social con Especialidad en Sociología
Promoción II: 2019-2021

Comerciantes atomizados en vía pública: Condiciones de trabajo, gestión de necesidades y modos de organización en barrios de clase media-media alta al sur de la Ciudad de México

Tesis para optar por el grado de Maestro en Ciencia Social con especialidad en Sociología

Gabriel Gallardo Estandía
Sustentante

Dr. Gustavo Adolfo Urbina Cortés
Director

Dra. Verónica Crossa Niell
Dra. María Luisa Tarrés Barraza
Lectoras

Ciudad de México
Abril 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	1
INTRODUCCIÓN	4
Objeto de estudio: comerciantes atomizados en vía pública.....	9
El comercio en vía pública frente a la COVID-19	10
Preguntas de investigación.....	12
Capitulado de la tesis	12
ESTADO DE LA CUESTIÓN SOBRE EL SECTOR INFORMAL Y EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA.....	14
Introducción	14
Distinciones conceptuales: economía informal, sector informal, trabajo informal y comercio en vía pública.....	15
Escuelas de estudio del sector informal	19
1. Escuela dualista o enfoque PREALC-OIT.....	20
2. Escuela estructuralista o de la economía subterránea	21
3. Escuela legalista o el enfoque de De Soto.....	23
4. Otras escuelas: (a) del desarrollo microempresarial y (b) voluntarista.....	26
Las escuelas de análisis frente al comercio atomizado en vía pública.....	28
La dimensión organizativa del sector informal	30
1. Organizaciones en mercados y tianguis	32
2. Organizaciones itinerantes: vagoneros y toreros.....	37
3. Organizaciones horizontales	39
4. La usurpación silenciosa de lo ordinario de Asef Bayat	40
Conclusión.....	44
MARCO METODOLÓGICO	48

Introducción	48
Objeto de estudio: comerciantes atomizados en vía pública.....	48
Tres tipos de comercio atomizado en vía pública	55
Preguntas de investigación.....	56
Diseño metodológico	57
Muestra.....	61
Trabajo de campo	65
1. Acercamiento a los puntos de venta.....	65
2. Trabajo de campo en condiciones de pandemia.....	67
3. Entrada al campo.....	69
4. Desarrollo del trabajo de campo.....	71
5. Análisis de los datos.....	74
6. Limitaciones y sesgos en el trabajo de campo	74
RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	77
Introducción	77
Tipología del comercio atomizado en vía pública	77
El comercio en vía pública durante la pandemia de COVID-19.....	80
Descripciones de los tipos de comercio atomizado en vía pública	86
1. Atomizados semifijos establecidos	86
2. Atomizados semifijos recién incorporados	97
3. Asfalteros establecidos.....	108
4. Asfalteros recién incorporados.....	116
Hallazgos sobre atomizados móviles con vehículo.....	119
CONCLUSIONES	122
Hallazgos investigativos sobre el comercio atomizado en vía pública	122
Limitaciones en el trabajo	133
Pistas analíticas para proyectos investigativos futuros	134

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	137
REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS	143

INTRODUCCIÓN

El comercio en vía pública¹ tiene una presencia notoria en América Latina. Sin embargo, su extensión real es sumamente complicada de calcular debido a una serie de factores. Por un lado, las instituciones encargadas de aplicar censos y encuestas en los distintos países de la región tienden a obviar preguntas que podrían facilitar el registro de trabajadores dedicados a la venta callejera (por ejemplo, referentes al lugar en que laboran). Por otro, incluso cuando las incluyen, las condiciones en que los comerciantes en vía pública llevan a cabo su actividad varían a tal grado que se vuelve casi imposible emprender estrategias efectivas de registro (ILO, 2002, p. 51).

Cuestiones como: (1) la longitud de las jornadas de trabajo, (2) días de la semana y (3) periodos del año que los sujetos dedican a la venta, y (4) si es una modalidad de comercio que implica movilidad por distintos espacios, se traducen en que el número de vendedores que podrían detectarse en una misma zona cambia marcadamente según la hora, día y mes en que es visitada. Hay comerciantes con jornadas de tiempo completo dedicadas a la venta callejera, mientras otros lo hacen por unas pocas horas y/o un par días a la semana para tener un ingreso extra al que perciben mensualmente, y otros más que únicamente entran al sector en temporadas específicas del año y por periodos reducidos (Hussmans, 2004, pp. 12-3).

Tomando en cuenta lo anterior, en los países latinoamericanos en que sí se han hecho esfuerzos para medir el número de comerciantes que laboran en vía pública, se ha encontrado que es una forma de trabajo que puede representar desde 1% (Costa Rica) y hasta 4% (Venezuela) y 9% (Guatemala) del total del empleo no agrícola a nivel nacional (ILO, 2002, p. 52).

En el caso de México, la organización Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (WIEGO) ha utilizado los datos recabados por la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) para establecer que durante el tercer trimestre de 2019 en el territorio nacional había 972,290 personas trabajando como comerciantes en mercados² y

¹ En la presente sección introductoria no se establecerán definiciones claras de conceptos como *comercio en vía pública*, *informalidad* o *sector informal*, dicha labor puede encontrarse en el capítulo siguiente, el primero, dedicado al estado de la cuestión sobre el tema.

² Esta cifra incluye tanto a mercados que se ubican dentro de edificaciones especialmente diseñadas para albergar puestos permanentes (es decir, que no podrían considerarse una forma de comercio en vía pública) como a mercados permanentes, itinerantes y sobre ruedas (sí se ubican en el espacio público).

1,865,688 como comerciantes en vía pública (Luján y Vanek, 2020, pp. 4-5). Estas cifras equivalen respectivamente a 1.8% y 3.4% del empleo total mexicano.

Si se pasa de un nivel de análisis a escala nacional a uno más acotado, se vuelve evidente que la distribución del comercio callejero no es equitativa entre las distintas regiones y estados de la república mexicana, sino que tiende a concentrarse en zonas urbanas. Por lo tanto, tratándose de la ciudad más poblada del país y una de las metrópolis más grandes del mundo, la Ciudad de México y el área conurbada constituyen un epicentro de la venta en vía pública a nivel nacional e internacional. En términos de tamaño, Carlos Alba (2015) estima que el número de comerciantes callejeros en la capital se ubica entre las 350 mil y 500 mil personas (p. 374). Por su parte, Luján y Vanek (2020) recurren a la ENOE para dar cuenta de 375,717 comerciantes en mercados y 440,882 en vía pública (p. 3).

Los datos recién presentados evidencian que el comercio callejero es una actividad económica prevalente en la capital mexicana. A pesar de ello, se trata de una modalidad de venta que se encuentra fuertemente regulada por un conjunto de leyes y reglamentos que oficialmente limitan las zonas y condiciones en que puede llevarse a cabo, e incluso la prohíben en ciertos espacios.³ Si bien es posible que vendedores tramiten permisos y licencias oficiales que posibilitan su uso de los puntos de comercio en que trabajan⁴, el acceso a ellos tiende a ser complicado, algo que varía dependiendo de factores como el tipo de venta, el lugar en que quieren desarrollarla y si cuentan con membresía en grupos que actúen como intermediarios entre ellos y las autoridades encargadas de emitir dichos documentos.

³ A finales de 2019 se empezó a discutir una iniciativa de ley en el Congreso de la Ciudad de México (el organismo legislativo de la capital) denominada *Ley de Trabajo No Asalariado*, la cual busca establecer nuevos marcos regulatorios del comercio en vía pública en la ciudad. Esta significaría el reconocimiento de ciertos derechos de los vendedores, como al trabajo, y facilidades como el acceso progresivo a servicios sociales como clínicas de salud y créditos de vivienda. Pero también limitaría los espacios en que pueden trabajar y facultaría a las alcaldías para ordenar el comercio en sus territorios, por medio de la expedición de permisos que autoricen el uso del espacio público, pero también facilitando el arresto de vendedores. Por lo tanto, se trata de una ley controversial que encontró resistencia entre los grupos de vendedores, algunos de los cuales se han manifestado para protestar contra su promulgación durante los últimos meses de 2020 y los primeros de 2021. Hasta marzo de 2021 se retomaron las discusiones de la ley y se espera un veredicto en los próximos meses (Cruz, 2020a, 2020b, 2020c, 2020d; Navarrete, 2020a, 2020b, 2021).

⁴ Como se verá más adelante, en el capítulo dedicado a la presentación y análisis de resultados del trabajo de campo, fue posible entrevistar a algunos comerciantes que contaban con permisos oficiales para hacer uso de sus espacios de venta. Sin embargo, tanto entre este grupo como entre quienes no poseían licencias, hubo quienes consideraron que cada vez es más difícil obtenerlos, pues identifican trabas burocráticas que dificultan los trámites y terminan incentivando que la gente trabaje sin documentación alguna.

Por ejemplo, mientras que en modalidades de venta que se llevan a cabo en mercados y *tianguis*, los responsables de la administración de estos espacios tramitan los permisos para miembros de las organizaciones que lideran, lo mismo no ocurre entre vendedores que trabajan en puestos por cuenta propia, ni entre quienes lo hacen en modalidades móviles. Cada uno debe lidiar con dificultades específicas para desarrollar la actividad, resultado de los entramados normativos específicos por los que deben transitar. Sin embargo, incluso aquellos actores dedicados a la venta en vía pública que no cuentan con licencias que posibiliten el uso oficial de sus espacios pueden mantener cierta estabilidad en el acceso a los mismos debido a las actitudes más o menos generalizadas de transigencia que las autoridades asumen con el comercio callejero.

Lo anterior ocurre porque la reglamentación oficial más restrictiva no se aplica de manera tajante, condición que posibilita la existencia de un sector de venta en vía pública del tamaño del que se encuentra en la Ciudad de México. Esto se debe a que hay una relación ambivalente entre autoridades gubernamentales y vendedores (en ciertos momentos tiende más hacia la represión y en otros a la tolerancia), así como a que los segundos son capaces de emprender estrategias de negociación e incluso resistencia para asegurar el acceso y permanencia a sus sitios de trabajo cuando estas se vuelven necesarias (Cross, 1998, p. 41).

Respecto al segundo punto, la bibliografía especializada en el tema ha identificado claramente algunas de las tácticas más comunes que emprenden los comerciantes para resistir esfuerzos por expulsarlos de sus espacios cuando los hay. Generalmente dependen del establecimiento de organizaciones o grupos de vendedores que emprenden acciones colectivas ya sea para negociar o enfrentar a las autoridades. Debido a la importancia de esta *dimensión organizativa*⁵, los trabajos empíricos más sobresalientes que aportan al campo de estudio tienden a analizar las estrategias empleadas por comerciantes en mercados, *tianguis* (mercados itinerantes y sobre ruedas), en puntos dedicados al tránsito (estaciones y vagones del sistema de transporte Metro) o en plazas públicas con alto valor cultural (Centro Histórico y la alcaldía Coyoacán). En cada caso, hay una vinculación clara entre vendedores, pero los niveles de complejidad configurativa del grupo pueden variar entre cada uno.

⁵ Se profundizará en la dimensión organizativa en el siguiente capítulo, dedicado al estado del arte, pues se trata de una cuestión central para el presente proyecto de investigación.

Por ejemplo, los comerciantes que trabajan en mercados del Centro Histórico de la Ciudad de México tienden a formar parte de organizaciones con estructuras internas claramente definidas y que son lideradas por un individuo o familia que concentra la mayor parte del poder dentro del grupo. La estrategia principal –si bien no la única– con la que cuentan para afianzar su uso de los espacios consiste en la negociación corporativa y clientelar con autoridades de gobierno (Alba, 2015; Cross, 1996, 1998). A cambio del apoyo otorgado por los vendedores miembros de la organización en eventos proselitistas y durante periodos electorales, los funcionarios les permiten emprender sus prácticas de comercio incluso en zonas restringidas.

Asimismo, los vendedores que trabajan dentro de los vagones y estaciones del sistema de transporte Metro también lo hacen bajo el paraguas de organizaciones con estructuras internas y liderazgos claros. Sin embargo, sus condiciones de comercio difieren de las de quienes laboran en los mercados del Centro. En su caso, las legislaciones en materia de venta informal son más prohibitivas, por lo que aumenta el riesgo de que sean detenidos y multados por agentes de la policía. A pesar de que también cuentan con líderes que negocian corporativa y clientelamente con funcionarios locales para reducir el acoso de las autoridades al mínimo posible, deben implementar otras estrategias para posibilitar el ejercicio de su actividad (Ruiz de los Santos, 2009, 2011; Serna, 2020). La principal es el establecimiento de normas muy estrictas que regulan su movimiento por las estaciones y vagones con el fin de evadir su detección, así como el ejercicio de la violencia para escapar en ciertas ocasiones en que son detenidos.

Los organismos gremiales como los establecidos por artesanos de Coyoacán, en cambio, evitan las negociaciones corporativas y clientelares (Tilly *et. al.*, 2014), y optan por herramientas de protesta que buscan ganar el apoyo de compradores y vecinos, así como resaltar su valor cultural para el entorno por medio de la expresión creativa y artística (Crossa, 2016, 2018). Dichas estrategias les han funcionado para limitar esfuerzos por retirarlos de sus zonas de venta. Aunque las tácticas difieren de las de los grupos anteriores, siguen dependiendo de la organización colectiva entre colegas para volver sus movimientos de resistencia efectivos, presionar a las autoridades y mantener su uso a la vía pública.

Sin embargo, teniendo en cuenta el tamaño del sector, así como la facilidad de acceso que le caracteriza, es evidente que existen segmentos dentro del comercio callejero que no

cuentan con estructuras organizativas bien definidas y que faciliten a los vendedores el uso del espacio público.

El factor principal que determina esa accesibilidad del comercio como actividad laboral consiste es que se trata de una forma de trabajo que se expande en temporadas de recesión o crisis económicas (Tokman, 2011, p. 6). Fenómenos de esta naturaleza generan incrementos acelerados en las cifras de desempleo a nivel nacional. Cuando los países no cuentan con mecanismos que permitan hacer frente a la problemática, el comercio en vía pública se convierte en una de las únicas redes de seguridad real con la que cuentan esos ciudadanos para asegurar algún ingreso que les permita subsistir (Mora y Oliveira, 2010, p. 113). En el caso mexicano, se han documentado aumentos considerables en el número de vendedores que hacen uso del espacio público tras las crisis ocurridas en las décadas de 1980 y 1990, cuando pasó a convertirse en lo que Alba (2015) caracteriza como un «fenómeno de masas» (p. 401).

Pero incluso en condiciones de crecimiento económico sostenido, el comercio en vía pública se expande, si bien no a los niveles en que lo hace durante periodos inestables (Portes y Benton, 1987, pp. 134-5). O, en caso de que sufra reducciones en tamaño, estas tienden a ser relativamente pequeñas. A modo de ejemplo general, en México, la informalidad (que incluye la venta callejera) pasó de representar 58.9% del empleo total en el país en 2013 a 56.3% en 2019 (Luján y Vanek, 2020, p. 2).

Entonces, cada año, nuevos sujetos empiezan a trabajar como comerciantes en vía pública y deben lidiar con los obstáculos propios de una actividad que ocupa un lugar ambiguo en términos jurídicos, y que se es ya sea restringida o tolerada en mayor o menor medida por las autoridades encargadas de su regulación. En ocasiones lo hacen por sí mismos y sin contar con el andamiaje organizacional que ofrecen los grupos de comerciantes establecidos.

Este segmento de vendedores callejeros no se encuentra plenamente discutido en la bibliografía especializada en el tema. Por lo tanto, el presente documento es resultado del interés por examinar quiénes son y cómo hacen dichos sujetos para mantener sus actividades de comercio en vía pública sin contar con las posibilidades organizativas típicamente retratadas en trabajos investigativos sobre el fenómeno, mismas que facilitan a los

vendedores el continuar en sus espacios. A partir de este momento, se referirá a estos actores con el término *comerciantes atomizados*.

Objeto de estudio: comerciantes atomizados en vía pública

El concepto de *comerciantes atomizados en vía pública* alude, en resumidas cuentas⁶, a un segmento dentro de los vendedores callejeros cuya característica principal es el ejercicio independiente o cuasi independiente de la actividad. El comercio emprendido por estos sujetos no es habilitado por estrategias derivadas de su pertenencia a organizaciones con otros vendedores. Por lo tanto, su condición de uso del espacio público en una modalidad autónoma significa que deben hacer frente a las dificultades propias de la ocupación (principalmente, la negociación o evasión de regulaciones impuestas por autoridades estatales) por sí solos o, en ciertos casos, echando mano de estrategias coordinadas con familiares o con un número reducido de otros vendedores con quienes comparten sus zonas de trabajo.

Derivado de su situación atomizada –ejercicio independiente del comercio en vía pública, sin formar parte de organizaciones establecidas–, las condiciones en que llevan a cabo la venta presentan patrones distintos a las que podrían asociarse con otras modalidades de comercio en vía pública. En primer lugar, cuando hay negociación con autoridades locales, esta se lleva a cabo de manera individualizada, principalmente por medio de acuerdos informales y directos entre el funcionario o policía, y el comerciante. No obstante, cuando no disponen de documentación oficial que habilite su uso de los espacios, su permanencia en ellos se torna una cuestión precaria y la movilidad se convierte en una estrategia fundamental para los vendedores atomizados. Es así como las estructuras que utilizan para exhibir sus mercancías suelen ser sencillas de ensamblar y transportar: puestos semifijos que montan y desmontan día con día, automóviles donde exponen los productos, bicicletas, motocicletas y triciclos, e incluso contenedores con los que cargan mientras se mueven a pie por las zonas de comercio.

Además, esa facilidad para levantar sus pertenencias y salir de sus espacios se traduce en que pueden cambiar de punto de venta cuando las condiciones en uno dejan de ser

⁶ Nuevamente, tratándose del capítulo introductorio, tan solo se presenta un resumen de las características de los *comerciantes atomizados en vía pública*. La descripción más detenida sobre el objeto de estudio se encuentra en el capítulo dedicado a la ruta metodológica emprendida para identificar y analizar a dichos vendedores.

propicias para continuar haciendo uso de él. La falta de anclaje a un territorio posibilita que, cuando los acuerdos con las autoridades flaquean o se implementan planes en niveles altos de gobierno para retirar a comerciantes de cierta zona de la ciudad, los atomizados pueden trasladarse a otros espacios donde la vigilancia sea menor.⁷ O, en caso de que las medidas sean temporales, dejar de visitar su punto de venta habitual hasta que el territorio se vuelva más seguro otra vez y puedan regresar a él.

La entrada al sector de buena parte de los sujetos tiende a ser accidentada y reciente, en especial cuando hay condiciones como las que prevalecían durante los meses en que se desarrolló el trabajo de campo. Pues, retomando lo establecido en la sección anterior, una de las características fundamentales del comercio en vía pública es que se expande en periodos de crisis económica. Por lo tanto, la venta en condiciones de atomización se convierte en una de las pocas alternativas con la que cuentan los recién desempleados –cuando no tienen experiencia o conocidos en grupos de vendedores callejeros– para conseguir una fuente de ingreso. Esto se vuelve un punto fundamental en la coyuntura actual, debido al impacto que la pandemia de COVID-19⁸ ha tenido en la economía mexicana.

El comercio en vía pública frente a la COVID-19

Los primeros reportes de personas contagiadas de COVID-19 en México se dieron el 28 de febrero de 2020 (Reuters, 2020). Para mediados de marzo de 2021, más de un año después, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) contabilizaba más de 2 millones de contagios y 218 mil muertes provocadas por la COVID-19 (CONACYT, 2021), y una tasa de mortalidad nacional de 156.93 muertos por cada 100 mil habitantes, suficiente para ocupar el sexto lugar a nivel mundial (Johns Hopkins University & Medicine, 2021).

⁷ No obstante, la entrada a nuevos territorios normalmente no siempre es sencilla, pues deben lidiar con las autoridades del lugar y con comerciantes previamente establecidos para poder ejercer su venta, lo cual puede generarles problemas.

⁸ La página oficial de la Organización Mundial de la Salud (OMS) establece que: «La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2» (OMS, 2020b). Por el momento no se ha determinado cuál es la tasa de contagio del virus, pero es mayor que el de la influenza estacional. Los modos de transmisión son principalmente por medio la inhalación de «gotículas respiratorias» y «aerosoles» expulsados por personas contagiadas cuando hablan o respiran, así como por medio de superficies donde se depositan las gotículas si un sujeto no contagiado entra en contacto con ellas y procede a tocarse el rostro (OMS, 2020a). La tasa de mortalidad de la enfermedad tampoco se ha determinado de manera exacta (Ioannidis, 2020), pero nuevamente es mayor que la de la influenza estacionaria, por lo que gobiernos de todo el mundo han implementado medidas de cierre para evitar la propagación del virus, mismas que han tenido graves consecuencias económicas.

Ante la propagación acelerada del virus, las autoridades de salud y de gobierno, tanto federales como estatales, implementaron una serie de medidas para contener el contagio. La principal fue el cierre de actividades económicas denominadas «no esenciales»⁹ durante periodos críticos de propagación de la enfermedad y que llegaron a extenderse por meses en la mayoría de los estados mexicanos.

Las consecuencias económicas han sido considerables. Según un reporte elaborado por la organización *México ¿cómo vamos?* (2021), durante 2020: (1) el Producto Interno Bruto (PIB) mexicano se contrajo en -8.5%; (2) cuatro de cada cinco empresas reportaron disminuciones en sus ingresos entre enero y agosto, en promedio del 49%; (3) para septiembre, una de cada cinco empresas había cerrado permanentemente; (4) las cifras de personas viviendo en pobreza laboral aumentaron en 5 millones; y (5) entre marzo y abril 12 millones de trabajadores perdieron sus empleos e ingresos, dos terceras partes de los cuales laboraban en la Ciudad de México y en el estado sureño de Quintana Roo (pp. 17-20).

Uno de los sectores más afectados por las medidas de cierre recién descritas ha sido el informal¹⁰, que incluye el comercio en vía pública. Según datos de la ENOE, a nivel nacional, la tasa de ocupación en el sector informal sufrió marcadas fluctuaciones durante el 2020: primero una caída de 27.6% a 23% entre el primer y segundo trimestre del año, seguida por un aumento a 26.8% en el tercero, para finalmente cerrar el año en 27.9% (INEGI, 2020, p. 5). Es decir, para finales de 2020, el sector informal representaba una proporción mayor del empleo en México que a inicios del mismo año. Los saltos pronunciados en las cifras complican el establecimiento de su tamaño al momento de redactar la tesis, en especial dado que durante los meses de diciembre y enero varios estados de la república (entre ellos la Ciudad de México) volvieron a implementar cierres económicos generalizados para enfrentar un segundo pico en los contagios de COVID-19 (Miranda y Lugo, 2020).

⁹ Todas aquellas que no sean: médicas, paramédicas, administrativas y en el sector público; de seguridad nacional; legislativas; de recaudación tributaria; distribución y venta de energéticos; generación de agua potable; supermercados, abarrotes y venta de alimentos preparados; transporte público y de carga; producción de alimentos, químicos, artículos de limpieza; ferreterías; servicios de mensajería; guardias de sector privado; estancias infantiles; centros de atención para mujeres víctimas de violencia; asilos y estancias para personas de la tercera edad; telecomunicaciones; servicios funerarios; aeropuertos, ferrocarriles y puertos (Redacción El Universal, 2020).

¹⁰ El sector informal está conformado por unidades económicas pequeñas o micro, que no se distinguen fácilmente de los hogares de sus trabajadores y que no mantienen registros en regla de sus actividades contables (Hussmans, 2004, p. 3; INEGI, 2014, p. 5). Se profundizará en el concepto en el capítulo siguiente.

Sin embargo, la expansión del sector informal generado por las condiciones económicas coyunturales necesariamente implica también el crecimiento del comercio en vía pública en general y del comercio atomizado en particular. Por lo tanto, las condiciones actuales se tornan idóneas para analizar esta modalidad de venta, tanto para comprender su funcionamiento en tiempos de inestabilidad social y económica como para retratar las complejidades que implica el participar en el comercio en vía pública sin el soporte organizacional identificado en la bibliografía sobre el tema.

Preguntas de investigación

Una vez establecido el objeto de estudio –comerciantes atomizados en vía pública– y las circunstancias contextuales en que se encuentra inserto debido a la coyuntura actual, las preguntas que guían la presente investigación son las siguientes:

1. ¿Cómo son las condiciones de trabajo de las y los comerciantes en vía pública que laboran de manera atomizada?
2. ¿Cuál es la trayectoria laboral que han seguido y cómo empezaron a trabajar como comerciantes atomizados en vía pública?
3. ¿De qué forma gestionan sus necesidades de venta con la autoridad?
 - a. ¿Cómo ha impactado el Covid-19 en esos procesos?
4. ¿Cuáles son las estrategias, tácticas y herramientas que emplean para asegurar el acceso a y permanencia en el espacio público, así como su supervivencia?

Cada pregunta refiere a una dimensión particular del fenómeno: (1) condiciones de empleo, (2) trayectoria laboral, (3) gestión de necesidades y (4) estrategias de supervivencia y resistencia. Estas permitirán identificar quiénes son los comerciantes atomizados en vía pública y cómo hacen para ingresar al sector y mantenerse en él. De igual manera, buscan establecer posibles vínculos entre las condiciones de informalidad y las posibilidades organizativas de sujetos que participan en la venta callejera, uno de los intereses centrales del proyecto.

Capitulado de la tesis

La tesis como tal está ordenada en cuatro capítulos. El primero está dedicado a la elaboración de un estado de la cuestión en torno a dos temas ampliamente discutidos en la bibliografía

académica y dentro de los cuales se encuentra inserto el objeto de análisis, estos son: el sector informal y el comercio en vía pública. En él se presenta un glosario conceptual para clarificar los términos que serán utilizados a lo largo del documento, seguido por un resumen breve de las corrientes más populares de análisis del sector informal, para finalmente concluir con una síntesis de trabajos empíricos que exploran la dimensión organizativa de quienes se dedican a la venta en el espacio público.

El segundo capítulo detalla el marco metodológico seguido a lo largo del proyecto para obtener datos que permitieran analizar de la manera más sistemática posible al comercio atomizado. El apartado abre con una definición detallada del objeto de estudio, seguido por la caracterización de una primera tipología de vendedores atomizados a partir de la cual se guio la elección de sujetos a quienes abordar durante el trabajo de campo. Este último es posteriormente descrito y a la luz de las complicaciones traídas por la pandemia de COVID-19, las cuales impactaron en la información obtenida y en el alcance analítico de la investigación.

El tercer capítulo consiste en la presentación de los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo, durante el cual se realizaron entrevistas semiestructuradas con un total de 29 comerciantes en vía pública en 5 zonas de la Ciudad de México. Los hallazgos están ordenados en una segunda tipología de vendedores atomizados, la cual permite arrojar luz sobre las cuatro dimensiones previamente descritas (condiciones de trabajo, trayectoria laboral, gestión de necesidades y estrategias de supervivencia y resistencia) y cómo estas interactúan entre sí en la cotidianidad de los sujetos abordados.

Por último, en el cuarto capítulo se desarrollan las conclusiones de la tesis, enfatizando algunos de los aportes que el proyecto hace al debate sobre el sector informal y el comercio en vía pública, las limitaciones y sesgos con los que acarrea, y posibles líneas investigativas que podrían seguirse para profundizar en la comprensión del fenómeno.

ESTADO DE LA CUESTIÓN SOBRE EL SECTOR INFORMAL Y EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA

Introducción

La bibliografía académica sobre informalidad y comercio en vía pública es sumamente amplia, en especial en América Latina. Por sus rasgos constitutivos de carácter económico y social, la región ha sido cuna de buena parte de los conceptos que han guiado la teorización e investigación empírica dedicada al tema. El presente apartado no pretende hacer un retrato minucioso de dicho panorama, sino que se enfocará en algunas cuestiones fundamentales que permitan edificar cimientos sobre los cuales sostener la investigación realizada con los comerciantes atomizados que se desarrollará posteriormente.

En ese sentido el capítulo abordará tres cuestiones: (1) la recuperación de los conceptos de *informalidad*, *economía informal*, *sector informal*, *trabajo informal* y *comercio en vía pública*; (2) la identificación de las corrientes principales de estudio del sector informal y qué aportes hacen a la comprensión del comercio atomizado; y (3) la aproximación a lo que se ha discutido en el campo de estudio sobre la dimensión organizativa de la actividad comercial en el espacio público.

La primera sección del capítulo pretende constituir un glosario conceptual con el propósito de facilitar la lectura de esta investigación, reduciendo la confusión en torno a algunos de los términos enumerados. Cada concepto se asocia con un fenómeno distinto, aunque todos relacionados entre sí. De manera general, la *economía informal* está conformada por el *sector informal* y el *trabajo informal*, mientras que el *comercio en vía pública* es un subsector dentro de este conjunto, en el que está incluido a su vez el comercio atomizado que interesa a la presente investigación. Asimismo, en esta y las siguientes secciones, se retratará la gran heterogeneidad que esconde la palabra *informal* y lo difícil, incluso imposible, que resulta dibujar fronteras claras entre los componentes del binomio formal/informal, a pesar de que son vocablos muy presentes en las sociedades latinoamericanas, entre otras.

El objetivo de la segunda sección es presentar un resumen breve de las principales perspectivas de análisis del sector informal. Especialistas en el tema hablan ya sea de tres o cuatro grandes escuelas, comúnmente denominadas: *dualista*, *estructuralista*, *legalista* y, en ocasiones, *voluntarista*. A pesar de que existen puntos en común entre ellas, cada una enfatiza

aspectos específicos del fenómeno, facilitando la identificación de dimensiones que no aparecen claramente en las otras. Cada dimensión a su vez abona a la comprensión del comercio atomizado en vía pública.

Finalmente, en la tercera y última sección del capítulo se presenta un esbozo de la bibliografía sobre dinámicas organizativas de los actores que forman parte del sector informal y que participan en el comercio en vía pública. Nuevamente, esta dimensión del fenómeno contiene una gran heterogeneidad; sin embargo, se propone ordenar los trabajos emprendidos sobre el tema según cuatro tendencias generales: (1) las organizaciones en mercados y *tianguis* que negocian corporativa y clientelarmente con la autoridad, (2) las formas de organización presentes en modalidades itinerantes de comercio, (3) organismos con estructuras horizontales y (4) la *usurpación silenciosa de lo ordinario* desarrollada por Asef Bayat (1997, 2004).

Distinciones conceptuales: economía informal, sector informal, trabajo informal y comercio en vía pública

Los matices propios del término *informal* tienden a perderse en discusiones sobre el particular. Una buena manera de capturarlos es haciendo un rastreo histórico de los debates que suscita y las reformulaciones que ha experimentado, como lo han hecho antes especialistas en el tema (AlSayyad, 2004; Chen, 2012; Crossa, 2018; Murray y Kornberg, 2016; Rakowski, 1994; Silva, 2006 y 2011).

El concepto tuvo su origen en el trabajo de Hart (1970, 1973), quien llevó a cabo investigaciones sobre formas de organización económica de poblaciones urbanas en Ghana. Originalmente, su noción de lo informal refería a modalidades de producción y empleo que identificó como propias de estratos populares en países del denominado Sur Global. Estas economías caracterizadas como «tradicionales» se distinguían por la presencia de unidades económicas pequeñas, poco productivas y configuradas por el autoempleo. Sin embargo, a pesar del énfasis en la marginalidad de los actores que participaban en estos espacios productivos, incluso en sus primeros acercamientos al tema, el autor ya percibía complejidades en el análisis del fenómeno.

Por ejemplo: el ingreso de estas poblaciones al sector informal podía sustentarse en explicaciones provenientes de esquemas analíticos disonantes. Da pie a interpretaciones

orientadas por marcos marxistas, que resaltan la exclusión de segmentos amplios de las poblaciones en países económicamente subdesarrollados, mismos que son orillados a la informalidad para lograr su supervivencia cotidiana. Pero también hay sustento en interpretaciones de corte voluntarista, celebratorias del espíritu empresarial de individuos que, sin importar las dificultades de su entorno, hacen lo posible por salir adelante y mejorar su calidad de vida (Hart, 1973, pp. 88-9). Como se verá más adelante, este punto es una de las principales fuentes de diferencia entre las escuelas dominantes de estudio de la informalidad.

Aún así, la concepción de Hart sobre la informalidad –más tarde retomada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (Chen, 2012, p. 2; Silva, 2006, p. 18)– descansaba sobre nociones dualistas del fenómeno (AlSayyad, 2004, p. 48). A la luz de ella, lo informal (actividades que existían fuera de la regulación estatal, emprendidas por miembros de estratos populares y marginados) se colocaba analíticamente como contraparte de lo formal, en oposición al empleo regulado, protegido y con acceso a prestaciones claramente delimitadas. A pesar de que han surgido cuestionamientos importantes a dichas formulaciones (Roy y AlSayyad, 2004), hasta el día de hoy el binomio aparece frecuentemente en la bibliografía.

Por lo tanto, cuando se habla de lo informal o del *sector informal*, se alude a una modalidad de organización económica o a un segmento de la economía que cumple con las siguientes características: (1) unidades económicas pequeñas o micro, que no pueden distinguirse fácilmente de los hogares de quienes laboran en ellas; y (2) que no cuentan con un registro contable de sus actividades, o sea, no cumplen con regulaciones fiscales y laborales estipuladas en las leyes propias de su contexto (Hussmans, 2004, p. 3; INEGI, 2014, p. 5).

Sin embargo, más allá de las características de las unidades económicas, con el paso del tiempo se volvió evidente que había modalidades de actividad económica que no quedaban retratadas en esa primera definición. Es entonces cuando surge el concepto de *informalidad laboral*. Con ello se hacía referencia a modalidades de empleo en las cuales la persona trabaja para empresas que no cumplen con las características necesarias para ser incluidas dentro del sector informal (o sea, formalmente constituidas), pero sin que se le respeten a cabalidad los derechos laborales contemplados por la ley (Hussmans, 2004, p. 5).

Entre ellos se encuentran: (1) falta de contrato a largo plazo, (2) falta de acceso a «seguridad social, beneficios no salariales, liquidación o finiquito» y a (3) «instituciones de salud» (INEGI, 2014, p. 5).

Mientras que el concepto de sector informal presume una dualidad entre los estratos formales e informales de la economía, el que se pueda hablar de empleo informal, que tiene lugar dentro de unidades económicas formales, difumina cada vez más esa frontera, que nunca fue del todo clara (AlSayyad, 2004, pp. 80, 96-7; Bayat, 2004, p. 262). En otras palabras, hay vínculos entre ambos sectores de la economía, mismos que se volvieron obvios en los estudios académicos del fenómeno.

Tanto el sector informal como el empleo informal configuran el concepto de *economía informal* o de *informalidad*. Siguiendo estas definiciones, se ha encontrado una gran prevalencia de la informalidad, tanto sectorial como laboral, en la región latinoamericana en general y en México en particular. Según cifras del INEGI (2019), 22.5% del Producto Interno Bruto (PIB) mexicano es informal y generado por 56.7% de la población económicamente activa del país que trabaja en condiciones de informalidad. Esta a su vez se subdivide de la siguiente manera: 27.4% labora en el sector informal (definido, como ya se dijo, a partir del tipo de unidad económica que les emplea) y 29.3% tiene un empleo informal (p. 1).

Las cifras recién presentadas corresponden a 2018, por lo que retratan el panorama previo al inicio de la pandemia de COVID-19 y a los reordenamientos económicos que ha traído.¹ Esto es deliberado, pues la situación coyuntural ha significado fluctuaciones importantes en las estadísticas de informalidad en México, mismas que tienen lugar mensual o incluso semanalmente. Ante estas condiciones coyunturales tan poco claras, las estadísticas de 2018 muestran que la enorme prevalencia de la informalidad en el país ya era una realidad previa a la llegada del virus SARS-CoV-2.

Ahora bien, respecto al concepto de *comercio en vía pública*. Dentro del sector informal –que incluye talleres artesanos, fondas y puestos callejeros, entre otros negocios– se ubica la modalidad de venta a la que se ha referido como *comercio en vía pública*, más comúnmente conocida como *comercio ambulante* o *venta ambulante*. Se trata de un tipo de

¹ Un primer esbozo de la condición actual del sector informal puede encontrarse en el capítulo introductorio, así como un retrato más aterrizado al campo de investigación que aparece en el siguiente capítulo, dedicado a la ruta metodológica emprendida durante la elaboración de la presente tesis.

comercio informal, con unidades económicas propias del sector, que llevan a cabo agentes privados haciendo uso del espacio público: calles, avenidas, banquetas, plazas, o incluso espacios reservados para negocios formalmente establecidos como estacionamientos de centros comerciales.

La preferencia por utilizar el término *comercio en vía pública* en lugar de *comercio o venta ambulante*, a pesar de la popularidad del segundo, es seguir lo propuesto por Diana Silva (2006), quien señala que esta forma de comercio puede darse en modalidades fijas, semifijas o móviles, por lo que englobarlo todo bajo el adjetivo *ambulante* sería caer en una forma de exclusión de las otras clases de comercio que tienen lugar sobre la vía pública (p. 33). Además, la distinción entre tipos de venta en vía pública es central para el objeto de análisis que ancla la presente investigación: los comerciantes atomizados, que pueden ejercer la actividad en modalidades estáticas o ambulantes/móviles, como se verá en capítulos posteriores.

A pesar de ser tan solo un subsector dentro del sector informal, el comercio en vía pública es probablemente su tipo más conocido y fácilmente identificable, en especial en contextos como el mexicano, donde hay una gran presencia de vendedores informales en los espacios urbanos. Como ya se mencionó en el capítulo introductorio, es sumamente complicado hacer mediciones precisas sobre el número de vendedores en vía pública que hay a nivel nacional, así como en la Ciudad de México y sus distintas alcaldías. Las características propias del sector son tales que quienes laboran en él pueden verse en la constante necesidad de cambiar sus espacios de trabajo, dificultando su conteo, además de que hay sujetos que comercian en el espacio público solo en temporadas específicas del año o de manera ocasional para tener un ingreso extra al de los salarios que perciben en el sector formal (Hussmans, 2004, pp. 12-3).

No obstante, autores como Alba (2015) estiman que el número de comerciantes en vía pública se ubica entre los 350 mil y los 500 mil, únicamente en la Ciudad de México (p. 374); mientras que Luján y Vanek (2020) reportan 375,717 personas trabajando como comerciantes en mercados² y 440,882 como comerciantes en vía pública (p. 3). Es posible y

² Como ya se dijo en la introducción, esta cifra incluye tanto a mercados que se ubican dentro de edificaciones especialmente diseñadas para albergar puestos permanentes (es decir, que no podrían considerarse una forma de comercio en vía pública) como a mercados permanentes, itinerantes y sobre ruedas (sí se ubican en el espacio público).

probable que el número real quede fuera de esos límites, en especial si se considera la coyuntura generada por la COVID-19. Esto se debe a que una constante en la bibliografía sobre la informalidad es que, en condiciones de crisis económica, el sector informal y particularmente el del comercio en vía pública tienden a expandirse (Rakowski, 1994), por lo que es factible que el número de comerciantes callejeros haya aumentado de manera importante en los últimos meses de 2020 y que continuará creciendo a lo largo de 2021 (p. 503).

Finalmente, el *comercio atomizado en vía pública* es una modalidad de venta contenida dentro del concepto mayor de comercio en vía pública. Algunas de sus características particulares ya fueron brevemente descritas en el capítulo anterior y serán esbozadas con mayor detalle en el próximo. Basta establecer en este glosario conceptual que es una forma de venta informal, dentro del sector informal y que forma parte a su vez de la economía informal.

Tras haber establecido un piso conceptual por medio de la definición de: *economía informal, sector informal, empleo informal y comercio en vía pública*, en la siguiente sección se presenta a las principales escuelas dedicadas a su estudio. Cada una resalta aspectos específicos del fenómeno, mismo que, como ya se ha visto, es sumamente heterogéneo.

Escuelas de estudio del sector informal

No hay un consenso sobre el número de corrientes principales de análisis del sector informal. Diana Silva (2006) sugiere la existencia de tres tradiciones, mientras otras contribuciones como las de AlSayyad (2004), Chen (2012), Rakowski (1994), Murray y Kornberg (2016) hablan de cuatro grandes escuelas.

Hay puntos de acuerdo entre las posturas. El primero de ellos radica en el reconocimiento de tres mismos acercamientos al tema de la informalidad, aunque cada autor puede referirse a ellos con nombres diferentes. Siguiendo la terminología propuesta por Chen (2012), estos son: *dualista, estructuralista y legalista* (pp. 4-5). Es en el cuarto enfoque en el que surgen discrepancias. Se empezará por hacer retratos breves de las tres escuelas más comúnmente representadas en la bibliografía.

1. Escuela dualista o enfoque PREALC-OIT

Retomando las bases establecidas en el trabajo de Hart (1970, 1973), la escuela *dualista* resalta los contrastes que hay entre el sector formal y el informal. Quienes se adhieren a esta orientación analítica observan la informalidad como un fenómeno que es, entre otras cosas: (1) exclusivo de los países del Sur Global, (2) integrado por poblaciones económicamente marginadas, (3) que se ven orilladas a ingresar al sector para asegurar su supervivencia, ya sea porque nacen en condiciones de pobreza o porque eventos coyunturales no les dejan alternativas de empleo, y (4) sin vínculos claros con el sector formal de la economía.

Rakowski (1994) señala que los académicos que integraron esta primera corriente eran en su mayoría economistas, miembros del Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC), por lo que las explicaciones que ofrecieron sobre el surgimiento y expansión del sector informal descansaban sobre procesos como: flujos de mano de obra, niveles de preparación de los trabajadores y migraciones campo-ciudad (pp. 502-3). Orientados por los postulados de la teoría de la dependencia, consideraban que las dinámicas centro-periferia del capitalismo en países del Sur Global significaban una incapacidad de las industrias formales para absorber a la totalidad de la población económicamente activa y poco preparada que buscaba ingresar al mercado laboral. Ante esta marginación económica, los individuos debían buscar sustento en actividades alternativas, lo que llevaba al surgimiento del sector informal (Chen, 2012, pp. 4-5).

Asimismo, consideraban a las unidades económicas informales como pequeñas, fácilmente accesibles, poco productivas y organizadas rudimentariamente (Silva, 2006, p. 22). En otras palabras, quienes formaban parte del sector informal eran vistos casi automáticamente como sujetos pobres, marginados y que aportaban poco al desarrollo económico de sus países de origen. De hecho, uno de los principales objetivos de los dualistas, a la par de su interés académico por el tema, era el de realizar diagnósticos que permitieran diseñar políticas públicas para expandir el sector formal e incorporar en él a quienes integraban el informal, lo que puede dar cuenta de la concepción un tanto homogénea que tienen del fenómeno (Crossa, 2018, p. 76).

La escuela dualista ha sido criticada desde sus inicios por tener una visión limitada sobre la informalidad, pero sentó las bases sobre las cuales otros teóricos construyeron corrientes analíticas rivales, algo que reconocen autores como Portes (1989, p. 373). Además,

a pesar de que ignoran matices importantes, algunos de sus postulados fundamentales siguen resonando hasta el día de hoy. Por ejemplo, el carácter contracíclico del sector informal –que se expande en tiempos de crisis o ajuste macroeconómico– es una cuestión central para los dualistas (Tokman, 2011, p. 6) y es correcta, aunque solo parcialmente (Chen, 2015, pp. 6 y 11).

En México, este último aspecto puede notarse en los datos estadísticos que emergieron tras las crisis económicas que tuvieron lugar en el país durante las décadas de 1980 y 1990, cuando el comercio en vía pública se volvió un «fenómeno de masas» (Alba, 2015, p. 401). Asimismo, en datos estadísticos registrados tras la crisis de 2008, cuando la participación del sector informal en el PIB mexicano tuvo un crecimiento sustancial, pasando de 22.9% en 2008 a 24.4% en 2009 (INEGI, 2019, p. 4). Es decir, siguiendo a los dualistas, el sector aparentemente funciona como una red de seguridad que absorbe a los trabajadores que no encuentran empleo formal. Lo anterior no es una cuestión menor, pues ilumina las condiciones del fenómeno durante la coyuntura provocada por la COVID-19, cuyos efectos ya fueron presentados brevemente en páginas anteriores, pero serán retratados con mayor amplitud en el siguiente capítulo.

2. Escuela estructuralista o de la economía subterránea

Complementando y en ciertos puntos contradiciendo lo propuesto por la escuela dualista, la *estructuralista* es la siguiente de las grandes corrientes de estudio del sector informal. Autoras como Rakowski (1994) le llaman también escuela de la «economía subterránea» (p. 503), pero, a pesar de la diferencia de términos, ambas etiquetas son usadas para referirse a la teoría derivada del trabajo de dos autores principales: Alejandro Portes y Manuel Castells.

Los estructuralistas concuerdan con los dualistas al asociar informalidad con pobreza, hecho que puede notarse en las diferencias de ingreso entre quienes laboran en el sector formal y quienes lo hacen en el informal (Mora y Oliveira, 2010, p. 126; Portes y Hoffman, 2003, p. 24). Asimismo, coinciden en que la aparición y crecimiento del sector es resultado de dinámicas normales en el funcionamiento de economías capitalistas (Rakowski, 1994, p. 504). Ambos puntos en común son resultado de que las dos escuelas sostienen marcos analíticos marxistas. Sin embargo, es en las cuestiones en que no hay acuerdo donde la

escuela estructuralista captura una mayor heterogeneidad en el campo de estudio de la informalidad.

En primer lugar, mientras los dualistas conciben al sector informal como marginado respecto al sector formal o de la economía «moderna», los estructuralistas identifican vínculos sustanciales entre ambos. No solo eso, sino que encuentran que el sector informal tiene un rol de gran peso en el proceso de acumulación capitalista (Silva, 2006, p. 24). Lo anterior ocurre porque las unidades económicas formalmente constituidas «aprovechan» las condiciones ofrecidas por el sector informal –bajos salarios y falta de prestaciones– para beneficio propio:

Las empresas «optan por la clandestinidad» –empresas grandes subcontratan empresas pequeñas, empresas grandes incurren en prácticas ilegales de contratación– para reducir costos asociados con leyes de protección de los trabajadores. [...] La «informalización» es un mecanismo para revertir los costosos procesos de proletarización, debilitar los derechos de los trabajadores y a los sindicatos, y marginar a un gran sector de la clase trabajadora –con el consentimiento del Estado, que busca generar crecimiento económico–.³ (Rakowski, 1994, p. 504)

Como señala Silva (2006), al establecer esto, la concepción sobre lo que es la *informalidad* cambia: la definición dualista se centra en las características de unidades económicas; la estructuralista, por otro lado, ve a la informalidad como un *proceso* intrínseco al capitalismo, pues facilita la acumulación de riqueza, en especial en circunstancias de competencia globalizada como las que han prevalecido en décadas recientes tras la implementación de medidas de ajuste económico de corte neoliberal (p. 24; Chen, 2015, p. 5; Crossa, 2018, p. 77). Entonces la informalidad deja de ser exclusiva a países del Sur Global como proponían los dualistas, sino que se presenta en toda economía capitalista, sin importar su grado de desarrollo (Murray y Kornberg, 2016, p. 3).

Resaltan también el papel que juega el Estado para impulsar la informalización de la economía. Por un lado, es el encargado de definir cuáles actividades califican de

³ Traducción propia.

«informales» y cuáles no, lo que añade una dimensión *política* al proceso; por el otro, tolera ciertas modalidades de informalidad para incentivar el crecimiento económico (especialmente aquellas que son aprovechadas por las empresas formales), a la vez que regula otras más estrictamente (como el comercio en vía pública) (Crossa, 2018, p. 77; Silva, 2006, p. 25). Esto último constituye una arista fundamental para la comprensión de la informalidad, pues deja de ser un fenómeno exclusivamente contracíclico. Es decir, si las dinámicas capitalistas normales generan una vinculación tan fuerte entre los sectores formal e informal, entonces la informalidad continúa creciendo incluso en periodos de estabilidad económica, algo que se ve reflejado en el contexto latinoamericano (Portes y Hoffman, 2003, p. 22).

Las nociones estructuralistas sobre la informalidad capturan una parte importante de la heterogeneidad presente en el sector, puesto que en él interactúan actores informales, formales y estatales, cada uno jugando un papel central en su funcionamiento y que no puede ignorarse en investigaciones sobre el tema. Se trata de una vinculación clara, visible en lazos como los establecidos entre comerciantes en vía pública y grandes empresas productoras de alimentos, o entre comerciantes y autoridades políticas, o entre comerciantes y distribuidores de mercancía de contrabando que a la vez actúan como proveedores de empresas formalmente establecidas (Alba, 2015, p. 378; Parra, 2017, p. 271). Asimismo, difumina más la frontera entre el sector formal y el informal, pues el criterio que define si una actividad pudiera asignarse a una u otra categoría es en gran medida el posicionamiento de las autoridades gubernamentales.

3. Escuela legalista o el enfoque de De Soto

Si bien las dos escuelas anteriores –dualista y estructuralista– mantienen una relación más complementaria entre sí, el tercer enfoque principal de estudio de la informalidad, el legalista, asume una postura en muchos sentidos opositora frente a ambas. La figura central de esta corriente es el economista peruano Hernando de Soto, por lo que algunas autoras utilizan su nombre por sí solo para referirse a la escuela en su totalidad (Rakowski, 1994, p. 505; Silva, 2006, p. 25).

De Soto (2001) propone que el sector informal surge por un exceso de regulación y de trabas burocráticas que dificultan a quienes pertenecen a estratos bajos de una sociedad el satisfacer sus impulsos empresariales en una modalidad que pueda calificarse como

«formal». Por lo tanto, deben buscar opciones de empleo alternativo, de corte «informal» o «extralegal».⁴ Es decir, el que una propiedad o unidad económica sea «formal» o «informal» depende únicamente de los instrumentos legales (por ello el adjetivo «legalista») que existen en un contexto particular, mismos que privilegian los intereses de las élites locales, a la vez que marginan a los pobres en términos económicos y políticos. La mejor manera de lidiar con esta situación, entonces, es por medio de la implementación de medidas de desregulación y liberalización económica, para integrar a los previamente excluidos y que compitan en condición de igualdad legal con los grandes capitales (p. 6).

Hay varios puntos a resaltar de esta corriente. En primer lugar, en contraposición a los dualistas y estructuralistas, los legalistas conceptualizan a quienes trabajan en el sector informal no como víctimas de sus contextos institucionales, sino como actores capaces, trabajadores y «emprendedores», que reaccionan de forma inventiva ante los obstáculos estatales que les impiden desarrollar sus proyectos de vida (De Soto, 2001, p. 2). Incluso son vistos como una población rebelde o revolucionaria, que lucha en contra de un *statu quo* injusto (privilegiado por los poderosos), y como actores clave para lograr una verdadera democratización en sus respectivos países (AlSayyad, 2004, p. 56; Rakowski, 1994, p. 506; Silva, 2006, p. 25; Silva, 2011, p. 30).

Segundo, en lugar de acercarse al sector informal como un problema a resolver, optan por mirarlo como un espacio de gran dinamismo económico que puede ser aprovechado para lograr estabilidad y florecimiento financiero en los países del Sur Global (pues consideran que es un fenómeno que no se da en economías desarrolladas). Según Crossa (2018): para los legalistas, «[...] el sector informal debía ser visto como una mina de oro con potencial de ser excavada para fortalecer una economía capitalista competitiva» (p. 78). En otras palabras, hay una especie de celebración del sector.

Tercero, a diferencia de los estructuralistas, su análisis se centra únicamente en el sector informal: no se interesan por los posibles vínculos que pueda tener con el sector formal de la economía, más allá de que el orden social en que aparece la informalidad es resultado de una alianza Estado-élites mercantiles (Silva, 2006, p. 26). Por lo tanto, su modelo teórico no contempla las dinámicas de explotación o aprovechamiento de quienes laboran en condiciones de informalidad a manos de empresas formalmente constituidas.

⁴ De Soto utiliza el término «extralegal» como sinónimo de «informal» (Bromley, 2004, p. 857).

Si bien los tres puntos anteriores muestran que la escuela legalista se acerca al análisis del sector informal de una manera original, resaltando dimensiones que no aparecían en las corrientes anteriores, también permiten vislumbrar algunos de los puntos débiles de la misma. Retomando argumentos propuestos por los estructuralistas, Bromley (2004) señala que la dualidad extrema sobre la que De Soto construye su teoría –formal/informal– le hace ignorar matices importantes de la realidad social. La frontera entre lo formal y lo informal es sumamente difusa y muchas de las prácticas que el autor peruano asocia con el sector informal (evasión de regulaciones e impuestos, acuerdos tácitos entre particulares, etc.) también son empleadas comúnmente por empresas formales (p. 878).

Lo mismo ocurre con el hecho de que no toma en cuenta factores estructurales que impactan en la aparición y expansión del sector, algo que distintos autores atribuyen al marco ideológico desde donde De Soto se acerca al fenómeno (Rakowski, 1994, pp. 506, 506-7; Silva, 2006, p. 27). En el mundo de los legalistas, no parece haber lugar para dinámicas de explotación como parte intrínseca del modelo económico capitalista, a lo mucho tan solo hay un pacto difuso entre gobiernos y élites que interfieren con los impulsos individualistas de los pobres (Bromley, 2004, pp. 890-1).

Por último, hay críticas metodológicas sobre el trabajo empírico legalista, pues los estudios que emprenden y sobre los cuales sostienen sus argumentos teóricos son vistos como opacos, poco explícitos respecto al proceso que se siguió para construir sus modelos y propensos a caer en falacias de composición al extrapolar a niveles macro explicaciones que funcionan a niveles meso (Bromley, 2004, p. 865). Por ejemplo, De Soto calcula la cantidad de riqueza en bienes extralegales que poseen los estratos bajos a partir de las cifras registradas en un puñado de ciudades en ciertas regiones específicas, pero después utiliza esos resultados para estimar el mismo dato a nivel global, sin tomar en cuenta diferencias entre contextos locales y nacionales.

A pesar de estas consideraciones, la escuela legalista aporta dimensiones interesantes al estudio del sector informal, especialmente al destacar la agencia de quienes laboran en esas condiciones, así como la importancia que tienen las trabas burocráticas para favorecer el crecimiento del fenómeno (Arana, 2020). Es decir, encuentra que los trabajadores informales no solo ingresan al sector como medida de supervivencia o porque no tienen otra opción, también hay quienes encuentran oportunidades deseables de desarrollo económico en esos

espacios. Por lo tanto, los comerciantes en vía pública no son una masa homogénea de sujetos con disposiciones de acción equivalentes.

4. Otras escuelas: (a) del desarrollo microempresarial y (b) voluntarista

Finalmente, hay otras dos escuelas identificadas por algunas especialistas, mismas que comparten mucho con el enfoque legalista de De Soto.

Rakowski (1994) denomina «enfoque del desarrollo microempresarial» al marco preferido por organizaciones no gubernamentales (ONGs) que buscan incidir activamente en contextos nacionales del Sur Global para nivelar el campo de competencia económica. Más que una orientación teórica como tal, se trata de una postura pragmática de instituciones que abogan por el «empoderamiento» de quienes forman parte de estratos pobres, lo cual logran por medio de créditos y talleres de entrenamiento que les permitan desarrollar sus proyectos laborales y de emprendimiento (p. 507).

En ese sentido, la influencia de De Soto es clara en esta escuela, pues miran al sector informal como uno poblado por actores económicos competentes y que tan solo necesitan dominar ciertas técnicas para contender en igualdad de condiciones con compañías formalmente establecidas. Si bien no se enfocan en las trabas legales que se los impide (como sí lo hace el autor peruano), sostienen un discurso de superación personal y desarrollo individual muy al estilo de los legalistas, a la vez que descartan el rol que juegan otros actores –como el Estado o las grandes empresas– en la aparición y expansión del sector, mismos que sí son tomados en cuenta por partidarios de la postura estructuralista (Rakowski, 1994, p. 508).

Por último, la escuela que Chen (2012) llama *voluntarista* conceptualiza a los empresarios del sector informal como individuos que eligen ingresar a este por voluntad propia (p. 5). Nuevamente es una continuación de la teoría legalista, pero que le da un giro de tuerca importante: no es por impedimentos burocráticos que las personas optan por opciones informales de trabajo, sino que encuentran ventajas en el sector que les permitirán alcanzar sus objetivos empresariales. Algunos de estos beneficios son: los menores costos de operación, resultado de la evasión de impuestos y de la posibilidad de incumplir con regulaciones laborales; la obtención de mayores ingresos que en empleos formales; el acceso a alternativas de seguridad social más baratas, principalmente basadas en redes familiares de

apoyo; y mayores oportunidades de desarrollo profesional y de escalar en puestos de trabajo que en otros empleos están reservados para una élite nepotista (Chen, 2012, p. 5; Maloney, 2004, pp. 1163, 1165-6).

El núcleo de la propuesta radica en un cuestionamiento abierto a los presupuestos fundamentales de las escuelas dualista y estructuralista. Nuevamente siguiendo la pauta originada por De Soto (2000), Maloney (2004) enfatiza la agencia de quienes laboran en el sector informal:

[...] buena parte del sector es voluntario, en el sentido de que los trabajadores prefieren su empleo actual que uno en el sector formal, por lo tanto, el empleo informal debe ser por lo menos de una calidad equivalente si se comparan a partir de una serie de características de trabajo más amplias y relevantes. Los trabajadores parecen encontrar sustitutos para las protecciones o servicios ofrecidos por instituciones formales o están dispuestos a intercambiar dichas protecciones formales por alguna otra dimensión de calidad de empleo.⁵ (pp. 1159-60)

De igual manera, encuentra una función alternativa del sector informal: como espacio de entrenamiento de habilidades que aprovechan los jóvenes provenientes de estratos pobres previo a su ingreso a trabajos formales (p. 1160). Por lo cual, para muchos de los sujetos que el autor entrevista en su trabajo de campo, empleos de este tipo resultan ser una opción deseable de desarrollo, aunque también inevitable, pues no encuentran otras avenidas para conseguir la preparación adecuada que les permita ingresar al sector formal.

Sin embargo, Maloney (2004) acota el alcance de sus aseveraciones voluntaristas a circunstancias de estabilidad económica en las cuales el sector informal funciona a partir de las dinámicas recién explicadas, pues da la razón a los dualistas respecto al carácter contracíclico que juega en periodos de crisis y recesión, cuando actúa como red de seguridad para quienes pierden sus empleos formales (p. 1162). En ese sentido, coincide con los estructuralistas al argumentar que incluso en periodos de florecimiento macroeconómico (o

⁵ Traducción propia.

«periodos normales», como él les llama) el sector informal continúa creciendo, solo que por razones opuestas a las defendidas por dichos teóricos.

Ahora bien, es preciso indicar que las unidades de observación en las que Maloney (2004) concentra su investigación empírica, mismos que utiliza para argumentar en favor de sus posturas, consisten mayoritariamente en los dueños de negocios informales: los autoempleados. Por lo tanto, hay un sesgo muy claro en su trabajo y que él mismo reconoce (p. 1160), ya que busca explicar el ingreso de individuos al sector informal a partir del punto de vista de un subsector muy específico del mismo y que probablemente es el que toma esas decisiones en las condiciones de menor restricción entre todos los segmentos que configuran a la totalidad del sector informal. Para precisar, sus interpretaciones voluntaristas también podrían ser analizadas desde una perspectiva de constreñimiento estructural, especialmente como resultado de políticas económicas que limitan las posibilidades de desarrollo profesional de los estratos pobres de las sociedades.

Incluso acotando así el alcance de su trabajo, como ya ocurrió con escuelas anteriores, la postura voluntarista de análisis del sector informal rescata la agencia de los comerciantes incluso de manera más clara que la legalista y enfatiza que la satisfacción profesional de quienes participan en él juega un papel importante en el fenómeno.

Las escuelas de análisis frente al comercio atomizado en vía pública

Ahora bien, tras este repaso de escuelas vale la pena preguntar ¿qué aporta cada una al estudio del comercio atomizado en vía pública?

En conjunto retratan la inmensa heterogeneidad contenida dentro del concepto de informalidad. Principalmente, cómo no es sencillo distinguir entre una actividad formal y otra informal, pues hay una serie de factores no económicos que influyen en la definición adecuada del término. Por ejemplo, si bien lo informal es frecuentemente caracterizado como toda actividad comercial que se lleva a cabo fuera del aparato regulatorio estatal, el hecho de que ciertas prácticas empresariales que cumplen con este criterio sean a su vez toleradas e incluso impulsadas por las autoridades a cargo de sancionarlas significa que la aplicación correcta del concepto es nebulosa. La delimitación de lo que es informal depende en gran medida de aquello que el Estado define como informal: las unidades y actividades

económicas que sí decide condenar, al mismo tiempo que legitima otras (Crossa, 2018, p. 86).

Asimismo, la porosidad en la frontera entre formal e informal es evidenciada por los lazos entre unidades económicas pertenecientes a cada sector. Las micro y pequeñas empresas informales no existen completamente marginadas de sus contrapartes formales. Al contrario, cumplen un papel fundamental en las cadenas de producción y en las redes de distribución de mercancía de las segundas para que puedan acceder a consumidores en estratos populares de la ciudadanía (Duhau y Giglia, 2015, pp. 141-2). Cabe esperar que los comerciantes atomizados en vía pública también se encuentren insertos en estas dinámicas y que la mercancía que venden provenga de distribuidores que no puedan ser fácilmente etiquetados como informales.

Finalmente, las posturas distintivas de cada escuela caracterizan al sector informal como uno conformado por una variedad de sujetos con motivaciones diferenciadas: individuos provenientes de estratos marginados, trabajadores sometidos a modalidades de explotación cada vez más normalizadas, emprendedores rebeldes, empresarios oportunistas, jóvenes en busca de experiencia profesional y autoempleados que encuentran beneficios objetivos y subjetivos fuera de la economía formal. Esta pluralidad también está presente entre los comerciantes en vía pública y ha quedado retratada en otros trabajos de investigación dedicados a su análisis.

La faceta contracíclica de la venta callejera es fácilmente identificable por medio de datos estadísticos (INEGI, 2020a) y da cuenta de la condición marginal de un segmento amplio de los vendedores, que están sometidos a constricciones estructurales que los empujan al comercio en vía pública. Esta dimensión es fundamental, en especial dada la coyuntura de la COVID-19.

Pero también hay registros de comerciantes que señalan aspectos del empleo que les resultan preferibles a las ofrecidas en el sector formal. Entre ellas se encuentran: flexibilidad de horarios (Alba, 2015, p. 383), ingresos mayores (Ruiz de los Santos, 2009, 2011) y el atractivo de administrar un negocio propio (Maloney, 2004, p. 1163), por nombrar algunas. De tal forma que la agencia de los individuos juega un papel fundamental en la conformación de la venta callejera: no son únicamente víctimas de las circunstancias, también son sujetos

competentes que encuentran beneficios en sus empleos, así sea comerciando atomizadamente en el espacio público.

La dimensión organizativa del sector informal

Más allá del debate conceptual en torno al análisis de la informalidad propuesta por las escuelas recién presentadas, parte de la heterogeneidad constitutiva del sector informal es resultado de la variedad de dinámicas organizativas en que participan los sujetos que lo conforman. Como ya se mencionó anteriormente, al tratarse de una actividad regulada en términos oficiales por los aparatos jurídicos, pero a su vez tolerada en mayor o menor grado por las autoridades, su existencia y crecimiento en gran medida son resultado de las acciones de negociación y resistencia de las que son capaces estos actores y que pueden darse con distintos niveles de coordinación colectiva (Cross, 1998, p. 42).

La investigación empírica que aborda la cuestión da cuenta de lo anterior e identifica ciertas regularidades en el desarrollo de las actividades comerciales que tienen lugar en vía pública, particularmente sobre el modo en que comerciantes informales irrumpen en y ocupan sus espacios. Se trata de trabajos donde se profundiza en las interacciones entre el contexto de ubicación, las paradojas económicas y los repertorios y prácticas que emplea la gente para ingresar y mantenerse en el circuito comercial.

A grandes rasgos, cuatro cuerpos bibliográficos condensan el panorama investigativo: (1) el de comerciantes en mercados permanentes y *tianguis*, donde hay niveles considerables de institucionalización en sus organizaciones y una forma de interacción más estructurada con la autoridad política; (2) el de los comerciantes itinerantes, que cuentan con capacidades organizativas considerables, pero la relación con los funcionarios resulta más contingente; (3) el de artesanos y otros comerciantes que configuran grupos con estructuras horizontales; y (4) la *usurpación silenciosa de lo ordinario* identificada por Asef Bayat (1997, 2004).

En América Latina, las tres primeras modalidades –mercados y *tianguis*, itinerantes, y organizaciones horizontales– han sido exploradas a profundidad, al tratarse de un contexto en el que, según Labazée (2015, pp. 515-8), el sector informal goza de un grado alto de

institucionalización⁶; mientras que la cuarta –*usurpación silenciosa de lo ordinario*– ha sido trabajada por Bayat en países de Medio Oriente, el sureste asiático y África, donde la precariedad inmanente a la actividad dificulta la organización colectiva de actores informales.

Es así como las cuatro corrientes de estudio capturan un nivel considerable de heterogeneidad. Es más, los tipos de comercio que abordan son altamente discrepantes entre sí. Sin embargo, su inclusión en el presente capítulo busca cumplir con dos objetivos: (1) resaltar la importancia que los autores revisados conceden a la dimensión organizativa como factor que posibilita y/o facilita el ejercicio del comercio informal, sin importar las condiciones contextuales en que este se lleve a cabo, mismas que pueden variar de manera considerable, sobre todo en lo que refiere a los niveles de institucionalización de la actividad en los espacios donde se desarrolla; y (2) presentar un panorama general con el cual contrastar los hallazgos obtenidos durante el estudio realizado con los comerciantes atomizados en vía pública –el objeto de análisis de la tesis–, quienes en la mayoría de los casos registrados logran trabajar en el espacio urbano sin necesidad de adherirse a grupos establecidos como los que proliferan en los tres primeros cuerpos bibliográficos y que, en muchos sentidos, se asemejan más al cuarto: la *usurpación silenciosa de lo ordinario* de Bayat.

Un criterio que resultó ser central para distinguir entre las tres modalidades iniciales de organización fue el de la presencia y forma que asumen las dinámicas de intercambio clientelar y corporativo en las que incurren (o no) las distintas organizaciones de vendedores y sus liderazgos con las autoridades gubernamentales, algo que es resultado del alto nivel de institucionalización del que goza el sector informal en los países de América Latina, pues significa que hay una interacción constante entre funcionarios y comerciantes (Labazée, 2015, pp. 215-8). La revisión de textos especializados evidenció el enorme peso que se le asigna a dichos lazos entre funcionarios y comerciantes para explicar la existencia y permanencia de un sector de venta con el tamaño del que hay en la Ciudad de México. Por lo tanto, en concordancia con lo encontrado en la bibliografía que se consultó, una parte importante de la descripción presentada en las siguientes secciones gira en torno a este tipo de vínculos y negociaciones.

⁶ Más allá del caso de México, Javier Auyero (2001), ha registrado las dinámicas de intercambio clientelar que persisten en los barrios populares de la periferia bonairense en Argentina, donde operadores del partido peronista facilitan el acceso a bienes y servicios públicos de los pobladores a cambio de apoyo político.

1. Organizaciones en mercados y *tianguis*

Al tratarse de uno de los epicentros globales de la venta informal, el Centro Histórico de la Ciudad de México concentra una gran cantidad de comerciantes en vía pública. Alba (2015) cita estadísticas oficiales que estiman que en 2007 habían cerca de 19 mil vendedores trabajando dentro de sus fronteras territoriales (p. 382). Además, históricamente es un punto importante para comprender las dinámicas organizativas del sector informal en la capital, ya que ahí nacieron buena parte de las prácticas empleadas por las autoridades estatales para lidiar con los comerciantes.

A partir de la revisión bibliográfica, se encontró que el análisis del comercio que tiende a llevarse a cabo en la zona se centra en las dinámicas de intercambio corporativo⁷ y clientelar establecidas entre autoridades gubernamentales (tanto federales como locales) y liderazgos de grupos de comerciantes⁸. Si bien no se trata de las únicas estrategias con las que cuentan los vendedores para velar por sus intereses (Crossa, 2009, pp. 53-7), los autores consultados las identifican como las herramientas que mayor peso tienen para posibilitar el ejercicio de la actividad. Por lo tanto, en las siguientes páginas de la sección se presentarán algunos de los hallazgos más representativos de los estudios sobre dichos actores, prestando especial atención a los lazos de intercambio, pero sin que esto pretenda obviar la inmensa

⁷ En las décadas de mediados de siglo, la mayor parte de las organizaciones grandes de vendedores formaban parte de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), alineada con el PRI y que integraba a sectores populares de la ciudadanía (Alba y Braig, 2012, p. 133).

⁸ El origen de estas estructuras organizativas se remonta a las políticas de saneamiento de la ciudad implementadas por el regente Ernesto P. Uruchurtu, quien a mediados del siglo XX desalojó a los comerciantes informales de las calles del Centro Histórico y trasladó a quienes configuraran grupos (con más de 100 miembros y líderes que les representaran) a plazas comerciales construidas en la zona. El ingreso a los mercados se daba a discreción de las autoridades, por lo que las organizaciones que apoyaran al Partido Revolucionario Institucional (PRI) en eventos proselitistas y durante periodos electorales eran las que accedían a los espacios (Cross, 1996). Para la década de 1990, la alternancia política en el gobierno de la capital llevó a que la variedad de patrones políticos disponibles para los comerciantes se ampliara, por lo que grupos de menor tamaño también pudieron establecer vínculos más personalizados de intercambio con autoridades para que toleraran su presencia en el espacio público (Alba, 2015; Alba y Braig, 2012; Cross 1996, 1998; Zaremberg, 2011). Estos lazos son flexibles y fácilmente intercambiables por los comerciantes, por lo que cuentan con espacios moderadamente amplios de acción para evitar la expulsión de sus espacios y acceder a beneficios estatales como seguridad social y créditos de distintos tipos (Zaremberg, 2011). Sin embargo, se sostienen debido a que los grupos de comerciantes son una vía que los partidos en el poder aprovechan para acceder a sectores populares de la ciudadanía, una forma de relación que cuenta con un grado elevado de institucionalización en la capital.

heterogeneidad organizativa presente en las agrupaciones, ni dar por sentado que toda agrupación necesariamente participa en estas dinámicas, como se verá un poco más adelante.⁹

En términos generales, los vínculos corporativos y clientelares derivan en que los funcionarios de gobierno encargados de regular el espacio público permitan a los miembros de las organizaciones de comerciantes con las que establecen relaciones el acceder a espacios oficialmente diseñados para albergarlos, como edificios de mercados. Asimismo, también desemboca en que se tolere la presencia de los vendedores en partes del territorio donde la actividad se encuentra más restringida, como las calles de la alcaldía. A cambio, los liderazgos se encargan de que los comerciantes de a pie participen en eventos proselitistas y a que, en periodos electorales, voten por el partido político en el que militan los funcionarios que fungen como sus patrones políticos (Cross, 1996). Las dinámicas se traducen en que los vendedores que trabajan principalmente en mercados bajo techo y en concentraciones de puestos lo hacen bajo el paraguas de organizaciones con estructuras sumamente jerárquicas y cargos administrativos internos bien definidos, ya sea que estas cuenten con años de trayectoria en los territorios o que su formación sea reciente, pues las avenidas disponibles para establecer vínculos con políticos y lograr que se tolere su venta son relativamente accesibles (Cross, 1998, p. 47).

En la cima del organigrama se encuentra el líder o lideresa, que concentra la mayor parte del poder político, mientras en escalones inferiores se ubican: (1) *delegados* y asesores, que se encargan de la administración que el líder no puede cubrir, son puestos generalmente reservados para individuos con experiencia laboral en instituciones de gobierno y que pueden ejercer cabildeo con funcionarios locales; (2) *chalanés* o ayudantes de los líderes y asesores que pueden ser empleados para atender cuestiones menores que se ofrezcan en el día a día; (3) *charoleros*, los cobradores de las cuotas para el derecho de piso que todo comerciante que trabaja en el territorio debe pagar a los grupos y que varían según el espacio del que hagan uso y si utilizan puestos o no, entre otras cosas; y, en ocasiones, (4) *grupos de choque* o equipos de seguridad que son utilizados para ejercer violencia cuando se vuelve necesario hacerlo (Alba, 2015, p. 388, 394-7; Peña, 1999, p. 368).

⁹ Hay registros de organizaciones de comerciantes que pudieron actuar de manera efectiva para velar por sus intereses sin aprovecharse de lazos corporativos y clientelares, el principal siendo el Movimiento Urbano Popular (MUB), que tuvo una presencia importante en la política capitalina durante la segunda mitad del siglo XX (Ramírez Saíz, 2006).

Seguendo a Alba (2015), el líder –hombre o mujer, aunque las más famosas han sido en su mayoría mujeres– cumple con cinco características principales: (1) arraigo al espacio bajo su control, que conocen a profundidad; (2) persistencia y competencia al hacer frente a las dificultades propias del comercio informal en vía pública: mantener el orden en sus territorios, mediar en relaciones entre miembros, con autoridades (en ocasiones incluye el pago de sobornos) y clientes, y asegurar que el espacio sea seguro para atraer compradores; (3) «capacidad de lucha», tanto física como simbólica, contra autoridades y grupos rivales para mantener y expandir sus territorios; (4) talento discursivo para negociar con miembros y asegurar su apoyo; y (5) habilidad empresarial para lograr vínculos con empresas formales e informales (pp. 378, 381, 385, 389-92, 401-2).

Aunque dichos actores concentran un poder sustancial e incluso ejercen una forma de dominación sobre los miembros de las organizaciones, su continuidad en el puesto de dirigente depende en gran medida de que mantengan el apoyo de los comerciantes de a pie (Alba, 2015, p. 385). Esto lo hacen por medio de la defensa y expansión de los territorios, que después distribuyen entre sus allegados. La principal herramienta que tienen para lograrlo es la negociación clientelar con funcionarios locales, la cual es sumamente adaptable y flexible, resultado de la extrema competencia que hay por el espacio entre los distintos grupos de comerciantes de la zona. Así, la membresía a grupos con líderes eficientes le significa estabilidad de trabajo a los comerciantes de mercados, así como la posibilidad de acceder a beneficios sociales que no son comunes en el sector informal (Zarembeg, 2011, pp. 51-2). Al mismo tiempo, mantienen *cierta* libertad de acción en vista de que pueden apoyar a rivales del líder en turno para que asuman su cargo en el momento en que las ventajas territoriales y sociales empiezan a escasear o para cambiar de afiliación grupal.

Ahora bien, más allá de los beneficios relativos que derivan de los intercambios corporativos y clientelares, la pertenencia a grupos habilita el aprovechamiento de otras herramientas de movilización que permiten a sus miembros mantener el acceso a sus zonas de trabajo. Crossa (2009) identifica las siguientes: (1) uso de la violencia, (2) formación de alianzas temporales con grupos rivales, (3) vinculación con comerciantes formales, y – cuando son removidos de sus espacios– (4) *toreo*, que es una forma de comercio móvil que llevan a cabo los vendedores que trabajan en zonas restringidas para evadir a las autoridades: cargan con la mercancía sobre sus cuerpos, en mochilas o sábanas para *torear* o escapar

rápidamente cuando se acercan policías a detenerlos (pp. 53-6). El hecho de que emprendan las estrategias como miembros de una organización les significa mayores recursos a su disposición y capacidades de actuar coordinadamente.

De hecho, la mera pertenencia al grupo resulta ser un elemento fundamental para que los miembros participen en las actividades de movilización colectiva, pues el poder que ostentan los liderazgos les permite ejercer presión sobre sus allegados para que asistan a los mítines y marchas en apoyo políticos, pero también de protesta en contra de legislación que les afecte u acciones emprendidas por las autoridades que les resulten perjudiciales. Asimismo, también facilita el cumplimiento de los acuerdos que establezcan con terceros. En caso de faltar a lo indicado por los liderazgos, los vendedores pueden sufrir represalias (por ejemplo, que se les prohíba trabajar en el territorio controlado por la organización o que sean expulsados de esta) (Cross, 1998, p. 53).

Estas capacidades organizativas ejercidas verticalmente son notorias incluso en circunstancias de gran adversidad; por ejemplo: cuando se implementan programas de «rescate» o «saneamiento» de sus espacios de trabajo y los comerciantes son expulsados en consecuencia, algo que ha ocurrido en zonas de la ciudad como el Centro Histórico o el centro de Coyoacán. Silva (2010) señala que, si bien las contiendas por el espacio público ocurren en condiciones de tensión entre la necesidad de presionar al Estado y la dependencia de los comerciantes con el mismo, situación que podría limitar su actuar, los comerciantes consiguen incidir en las decisiones que toman sobre su destino y ganan concesiones –así sean mínimas– a las autoridades hasta en momentos en que las posturas oficiales son de lo más severas (pp. 209, 221-2).

En los *tianguis* (mercados itinerantes y sobre ruedas) pueden observarse estructuras muy similares a las de los comerciantes en mercados permanentes como las recién descritas. Gayosso (2008) caracteriza el organigrama en este tipo de concentraciones de la siguiente manera: (1) *delegado* o *administrador*, quien concede los permisos a los vendedores y convoca a eventos y reuniones; (2) *cobradores de cuotas*; (3) *representante* o *líder de tianguistas*, el intermediario entre vendedores y la administración; (4) *dueños de puestos fijos*; (5) *comerciantes en puestos transitorios*; (6) *vendedores ambulantes*; y (6) *trabajadores asalariados*, empleados en los puestos (p. 62). Es decir, los roles administrativos (puntos 1 a 4) no difieren mucho de los observados en el Centro Histórico.

Se repiten también las formas de vinculación corporativa y clientelar, pues en palabras del autor:

Por lo general, la mayoría de los tianguis de la Ciudad de México se encuentra vinculada a organizaciones sociales y partidos políticos (Partido Revolucionario Institucional y Partido de la Revolución Democrática, principalmente), quienes utilizan su monopolio para la gestión de los permisos, con el fin de dominar a los comerciantes, utilizándolos como clientela política en procesos electorales y disputas por el control de los espacios de venta. (Gayosso, 2008, p. 63)

Este hecho lo confirma Gómez (2012), quien también resalta los vínculos entre los liderazgos tianguistas y los funcionarios capitalinos, mismos que mantienen su característica flexibilidad y permiten suficiente libertad de acción a los comerciantes para lograr incidir en las decisiones de las autoridades en favor de sus intereses colectivos. Nuevamente, los vendedores de tianguis buscan patrones políticos que satisfagan de mejor manera sus intereses y los sustituyen por otros en cuanto se tornan incapaces de cumplir a cabalidad con ellas (p. 108). Asimismo, también cuentan con niveles elevados de coordinación para emprender estrategias de movilización colectiva, como ocurría en los mercados permanentes y concentraciones, como la participación en marchas de protesta ordenadas por los liderazgos tianguistas.

Las similitudes organizativas podrían deberse a que las condiciones de trabajo entre mercados y tianguis son poco divergentes, y dependen en gran medida de la coordinación que se ejerce desde la cima del organigrama, por líderes que definen las acciones a seguir de los comerciantes de a pie y presionan para que las cumplan, aunque los segundos también cuentan con espacio de acción para exigir a los líderes y empujarlos en ciertas direcciones que les beneficien. Sin embargo, incluso en modalidades alternativas se forman grupos con características similares, aunque repertorios de movilización que varían en ciertos aspectos y en los que el clientelismo y corporativismo pesan menos. Es el caso de las y los comerciantes que laboran a bordo de los vagones del sistema de transporte Metro en la Ciudad de México, popularmente conocidos como *vagoneros*; y de los *toreros*.

2. Organizaciones itinerantes: vagoneros y toreros

Al igual que ocurre con otras modalidades de comercio informal en vía pública, es complicado establecer el número de *vagoneros* que trabajan en las 12 líneas que hay en el Metro de la Ciudad de México y el área conurbada. Ruiz de los Santos (2009, 2011) presenta estimaciones que los ubican entre mil y 3 mil; pero según entrevistas emprendidas por Serna (2020), los propios comerciantes sitúan la cifra como cercana a 13 mil (p. 3). Nuevamente, dichos vendedores laboran bajo el paraguas de por lo menos siete organizaciones jerárquicas (con estructuras similares a las anteriores, pero en muchos sentidos más verticales que las que hay en mercados) que regulan e incluso controlan el desarrollo de toda forma de comercio que se lleva a cabo dentro de las estaciones y vagones del Metro (Ruiz de los Santos, 2011, pp. 54, 57, 81-2, 100). En su caso, la necesidad de orden interno se relaciona con la mayor vigilancia a la que está sometida la actividad.

Si bien la postura del gobierno actual hacia los vagoneros ha sido más severa que la de otros –aumentaron las multas y penas a las que se arriesgan los vendedores que son capturados por las autoridades (Serna, 2020, p. 5)–, se ha tratado de una forma de trabajo jurídicamente prohibida desde hace décadas y regulada de forma más activa por los agentes de policía. A menudo los vagoneros son detenidos por estos (uniformados o vestidos de civil) y pueden verse forzados a sobornar a la autoridad en turno para que los suelten o ser remitidos al Juez Cívico para pagar sus multas e incluso ser encarcelados por varias horas, en ambos casos perdiendo dinero y tiempo valioso de trabajo (Ruiz de los Santos, 2011, pp. 70, 83).

Lo anterior ocurre a pesar de que los líderes de sus organizaciones también establecen relaciones corporativas y clientelares con políticos, a la vez que pagan a policías para que dejen trabajar a sus allegados o para recibir informes de los horarios y días en que se llevarán a cabo operativos de detención que deban evitar. Por lo tanto, las condiciones de mayor precariedad llevan a que las estrategias emprendidas por los vagoneros para laborar en sus espacios difieran de las presentes en mercados.

En primer lugar, su modalidad de venta se lleva a cabo en movimiento constante, mismo que es regido por reglas muy estrictas sobre las formas y tiempos en que deben transitar por los espacios. Con ellas buscan evadir a las autoridades y evitar incomodar a los clientes, pues el descontento de los segundos puede generar quejas y desembocar en una

mayor presencia policial en las estaciones. Aunado a lo anterior, también permiten reducir los conflictos entre distintas organizaciones lo más posible, pues cada una cuenta con su territorio, solo accesible a sus propios comerciantes, salvo que los líderes lleguen a acuerdos para compartir una misma estación o línea. Cualquier falta a las reglas en que incurra un vagonero es sancionada por el resto de sus colegas –pues fungen a la vez como inspectores de todos los demás–, por intermediarios elegidos por el líder o por el líder mismo, y pueden ir desde multas y suspensiones temporales o permanentes, hasta golpizas.

En segundo, el ejercicio de la violencia parece adquirir mayor importancia para los vagoneros. Entre comerciantes hombres¹⁰, una avenida disponible para escalar dentro de la organización es volviéndose *golpeador*. Es decir, un miembro que hace uso de la violencia para defender al grupo y al líder cuando sea necesario, ya sea contra miembros que rompen las reglas, vendedores rivales o las propias autoridades. Sin embargo, incluso entre los vagoneros que no ostentan este título se dan acciones de violencia colectiva para defender sus posibilidades de trabajo en el Metro (Ruiz de los Santos, 2009, p. 127; Ruiz de los Santos, 2011, pp. 59, 80).

Las condiciones de los vagoneros son similares también a las de comerciantes móviles que trabajan en el perímetro A del Centro Histórico de la Ciudad de México¹¹, donde toda forma de venta en vía pública está estrictamente prohibida. A estos vendedores se les conoce como *toreros* y, como ya se mencionó en páginas anteriores, evaden a las fuerzas policíacas moviéndose constantemente por los espacios en que trabajan o lo que es lo mismo: *toreando* a las autoridades.

Al igual que ocurre dentro de las estaciones del Metro, la movilidad se vuelve la principal herramienta de estos sujetos para asegurar sus posibilidades de trabajo. Pero no se trata de una actividad caótica, sino que nuevamente es regida por un complejo de reglas dictadas por las organizaciones de las que forman parte. En su caso, los grupos a los que pertenecen tienden a ser los mismos que incorporan a comerciantes de mercados de la zona

¹⁰ En el caso de las mujeres, el ascenso en la organización puede darse por medio de favores sexuales al líder (Ruiz de los Santos, 2009, p. 126).

¹¹ Según el Fideicomiso Centro Histórico de la Ciudad de México (2014): «El perímetro “A” es un área aproximada de 3 kilómetros cuadrados, que concentra la parte más antigua de la ciudad y el mayor número de edificios históricos. A su alrededor se conforma el perímetro “B”, con cerca de 7 kilómetros cuadrados, el cual corresponde al crecimiento de la ciudad hasta el siglo X» (p. 10).

o de aquellas que fueron desplazados de territorios «recuperados» por el gobierno de la ciudad.

El nivel de organización del tereo depende en gran medida del tamaño y los recursos con los que cuente el grupo de comerciantes (Crossa, 2009, p. 56). Mientras que algunos son capaces de pagar a miembros para que vigilen los espacios en que trabajan los vendedores y avisen a los mismos por medio de radios y celulares en cuanto aparezcan policías, otros tan solo dependen de la movilidad constante para evitar ser detectados por las autoridades y las señales que pueden darse entre sí son de tipo «espontáneo», como silbidos (Crossa, 2018, pp. 230-1).

Se trata de una modalidad de comercio en vía pública que comparte el nivel de precariedad de la que se lleva a cabo dentro de los vagones del Metro (aunque en ambos casos esta no es absoluta, pues sí hay negociación que permite cierta estabilidad en el trabajo de las y los vendedores, así como acuerdos tácitos con las autoridades), pero que nuevamente cuenta con un nivel más o menos alto de organización, coordinada desde la cima del grupo, para mantener el uso del espacio.

3. Organizaciones horizontales

Hay trabajos empíricos sobre organizaciones de vendedores en vía pública que rompen con las estructuras verticales y centralizadas en la figura del líder que caracterizan a las modalidades anteriores, optando en su lugar por organismos en que el poder se distribuye de manera más horizontal y poniendo contrapesos a los cargos administrativos.

Uno de los ejemplos más claros de este tipo de organizaciones son las de los vendedores artesanos del centro de la alcaldía Coyoacán. Sus grupos cuentan con estructuras horizontales y democráticas (Tilly et. al., 2014, p. 171), y su forma de ejercer la protesta ante esfuerzos por retirarlos de sus espacios tampoco se asemeja a las del resto de los comerciantes. Las estrategias son caracterizadas por Crossa (2016) como «lúdicas»: implican el uso creativo de la música, teatro, fotografía, videos, etc., para buscar el apoyo político de los clientes y vecinos de la zona en que trabajan (pp. 292-4). Asimismo, se distancian de las prácticas corporativas y clientelares tan resaltadas por autores que se especializan en el estudio de las modalidades de comercio en vía pública previamente revisadas e incluso consideran que hacerlo les da mayor fuerza a los grupos para alcanzar metas colectivas, pues

sus demandas no son corrompidas por los intereses de líderes o de los patrones políticos con quienes se alíen (Crossa, 2016, p. 296; Tilly et. al., 2014).¹²

En 2008, cuando hubo esfuerzos en la alcaldía por retirar al comercio en vía pública de las calles, los artesanos rompieron con otros grupos de vendedores en la zona, quienes se movilizaron para ejercer resistencia según las pautas comunes en el Centro Histórico. Escudándose en un discurso de diferenciación respecto a los comerciantes ambulantes y resaltando que su presencia en Coyoacán empataba con el legado cultural del lugar –se caracterizaban como personas preparadas y cultas, con un estilo de vida bohemio–, se posicionaron como un sector que merecía mayor respeto por parte de las autoridades. Eventualmente lograron establecer un diálogo directo con funcionarios a cargo del programa de rescate que derivó en que les asignaran un mercado donde continuar comerciando sus artesanías (Crossa, 2016, pp. 296-9). Es decir, fueron efectivos en su movilización, pero sin echar mano de las herramientas y estrategias que aprovechan otros comerciantes retratados en la bibliografía especializada: estructuras jerárquicas, negociación corporativa y clientelar, troteo, uso de violencia, etc., lo cual agrega matices interesantes al estudio del sector, un esfuerzo al que Crossa (2016) llama la «deshomogenización» del comercio ambulante.

Algo similar ocurre con las organizaciones de vendedores de libros y agrupaciones de comerciantes indígenas analizadas por Zaremborg (2011, pp. 50-65), donde la participación de todos los miembros del grupo en asambleas colectivas es parte constitutiva de la toma de decisiones interna. De igual manera, tienden a contar con mecanismos electorales para que la selección de los líderes o cargos administrativos se dé a través del ejercicio del sufragio y no por voluntad de quienes acumulan la mayor cantidad de capital político dentro de la zona de comercio.

4. La usurpación silenciosa de lo ordinario de Asef Bayat

Tras haber presentado algunas de las formas de organización y acción política empleadas por distintos tipos de comerciantes en vía pública que trabajan en la Ciudad de México (de

¹² Olivo Pérez (2009) argumenta que la organización corporativa y clientelar en los grupos de comerciantes en vía pública del Centro Histórico ha derivado en el desprestigio de la actividad y en un aumento en la vulnerabilidad de los vendedores que no están alineados con alguno de las organizaciones más poderosas, facilitando la implementación de los programas de «rescate» de la zona. El carácter de arma doble filo que tiene el clientelismo parece tener sustento, como también evidencia el trabajo de Ramírez Sáiz (2006) sobre el Movimiento Urbano Popular (MUP).

mercados, *tianguis*, *vagoneros*, *toreros* y artesanos), la bibliografía sobre el sector informal permite vislumbrar que en la mayoría de los casos sí hay un nivel moderado u alto de institucionalización en sus organizaciones, como señala Labazée (2015).

Más allá de lo registrado por Peña (1999), estos arreglos parecen significarle una serie de ventajas a los vendedores, entre ellas: (1) facilidad de acceso a y permanencia en el espacio, pues es negociado por líderes y los vendedores afiliados no deben inmiscuirse en arduos procesos burocráticos para poder trabajar; (2) mantenimiento del orden a partir de reglamentos internos sobre la propiedad informal en ese espacio y normas de comportamiento cotidianas; (3) capacidades elevadas y efectivas de movilización cuando corren peligro de ser expulsados de sus territorios y para velar por sus intereses; y (4) acceso a beneficios sociales posibilitados por la organización y los liderazgos. Dicho lo anterior, es hora de dirigir la mirada brevemente hacia el trabajo que se ha hecho sobre el sector informal en contextos distintos al mexicano.

Como se ha visto, en México y América Latina las formas de organización y movilización emprendidas por comerciantes en vía pública que más se han retratado en la bibliografía especializada se dan principalmente por medio de la pertenencia a grupos con jerarquías y liderazgos claros, y con el clientelismo y corporativismo jugando roles fundamentales en la articulación de la actividad. En cambio, Asef Bayat (1997, 2004) resalta que en países del Medio Oriente, sureste asiático y África pueden identificarse tipos más atomizados de resistencia emprendidas por sujetos equivalentes para asegurar su acceso al espacio público.¹³ Lo anterior ocurre porque no cuentan con los canales disponibles en América Latina para insertarse en dinámicas corporativas y clientelares (aunque, como ya se vio, no todas las agrupaciones dependen de ellas para existir), algo que considera puede ser resultado del mayor grado de autoritarismo que caracteriza a los regímenes que ostentan el poder en esos contextos (AlSayyad, 2004, pp. 58-9; Bayat, 1997, pp. 67-8).

¹³ No obstante, como pasa siempre que se analiza el comercio informal en vía pública, no se trata de una condición homogénea en ninguna región. Por ejemplo, en Filipinas, el establecimiento de grupos de vendedores itinerantes que negocian con las autoridades también juega un papel fundamental en el funcionamiento del sector (Recio y Gomez, 2013, p. 181) y se han estudiado casos de formación de sindicatos de trabajadores informales en la India (Kapur y Sethy, 2014). Asimismo, hay ONGs que impulsan la organización de trabajadores del sector informal en agrupaciones de corte sindical para velar por sus condiciones y derechos laborales, dos de las más grandes son SEWA y WIEGO, también con presencia en América Latina (Chen, Bonner y Carré, 2015; Nayak, 2013; WIEGO, 2018).

Ante dicha situación, actores pertenecientes o recién ingresados al sector informal emprenden una forma de resistencia individualizada, que busca redistribuir bienes y oportunidades sociales (en el caso de los comerciantes en vía pública: acceso a y permanencia en espacios que les permitan trabajar), y asegurar autonomía frente a regulaciones e instituciones estatales cuyos costos les son inaccesibles. Ambas cuestiones parten de un posicionamiento inicialmente no político de los actores, que justifican sus prácticas ilegales –como el uso privado del espacio público, pago de sobornos a policías, evasión de impuestos, etc.– por medio de nociones morales de la necesidad y el derecho a la supervivencia y al mejoramiento de su calidad de vida. Las llevan a cabo de manera discreta, aprovechando la tolerancia y/o incapacidad regulatoria de las autoridades estatales, mismas que incrementan durante periodos de inestabilidad social, como crisis económicas o guerras. Es decir, en sus inicios no es una política de protesta.

Sin embargo, las acciones individualizadas se tornan colectivas y evidentemente políticas en el momento en que el Estado reacciona para intentar reducir sus avances territoriales una vez que su presencia en los espacios se vuelve visible y socialmente intolerable. Por ejemplo: si el número de comerciantes informales en una calle excede cierto límite injustificable para un gobierno que estaría obligado a regular actividades de esa naturaleza. Cuando los comerciantes perciben que las ganancias que han alcanzado a raíz de sus operaciones discretas corren peligro, responden por medio de la movilización colectiva para defender intereses en común, hasta entonces sostenidos solo por acciones individuales. Dicha coordinación surge porque se trata de sujetos que comparten un estatus e identidad sociales, a la vez que interactúan cotidianamente en sus espacios de trabajo, lo que lleva a la configuración de lo que el autor llama *redes pasivas*¹⁴ que luego pueden tornarse *activas* cuando aparece una amenaza general, llevando a la formación de un frente común y a la movilización colectiva.

Bayat (1997, 2004) denomina a esta forma de acción política *quiet encroachment of the ordinary*, traducida aquí como *usurpación silenciosa de lo ordinario*, y la caracteriza de la siguiente manera:

¹⁴ Bayat (1997) define *redes pasivas* como: «la comunicación instantánea que se da entre individuos atomizados, establecida a partir del reconocimiento tácito de su identidad en común y mediada por el espacio» (p. 64).

[...] acción directa no colectiva, pero prolongada, emprendida por individuos y familias para adquirir necesidades básicas de vida (tierra para refugiarse, consumo urbano colectivo, trabajo informal, oportunidades de negocios y espacio público) de una forma silenciosa y modesta, pero ilegal¹⁵. (Bayat, 2004, p. 265)

Así como:

La noción de “usurpación silenciosa” describe el avance silencioso, prolongado, pero penetrante, de personas ordinarias para sobrevivir y mejorar sus vidas. Se distingue por una movilización silenciosa, prolongada y en su mayoría atomizada, pero con episodios de acción colectiva –luchas abiertas y fugaces sin liderazgos claros, ideología u organización estructurada–.¹⁶ (Bayat, 2004, p. 295)

El autor apunta que el paso de las acciones individualizadas a la movilización colectiva no se da en todos los casos donde aparecen las primeras, pues depende en gran medida de una serie de factores propios del contexto en que tiene lugar la usurpación. En caso de que no ocurra, una forma de resistencia alternativa en que pueden incurrir los sujetos consiste en la resistencia discreta al cumplimiento de las normas. Por ejemplo: el cambio de punto de venta a zonas menos reguladas por cierto tiempo antes de regresar al territorio original cuando vuelven a relajarse las medidas. Además, considera que incluso cuando sí ocurren movilizaciones colectivas importantes, estas se dan únicamente para resolver problemas concretos e inmediatos, no para propiciar un orden social más justo a mayor escala.

Ahora bien, como ya se ha indicado en secciones anteriores, la heterogeneidad propia del comercio en vía pública hace que cualquier generalización sobre el tema termine por sobresimplificar la realidad del fenómeno, hecho que también aplica a esfuerzos por distinguir de manera absoluta entre contextos regionales, como podría parecer que se está

¹⁵ Traducción propia.

¹⁶ Traducción propia.

haciendo ahora mismo. Por lo tanto, vale la pena aclarar que la diferencia que se hace entre el trabajo de Bayat y el de autores en América Latina como los previamente abordados consiste tan solo en una herramienta heurística empleada para resaltar ciertas tendencias en líneas investigativas, sin que esto signifique que las modalidades de organización más relacionadas con algún contexto no se presenten en regiones alternativas.¹⁷ De hecho, el objetivo de la tesis es precisamente abordar el análisis de un sector de comerciantes en vía pública –los atomizados– que en muchos sentidos comparten más rasgos con los sujetos estudiados por Bayat fuera de América Latina que con los vendedores que forman parte de grupos ya establecidos en México, para así arrojar luz sobre una forma de ejercer el comercio informal en el que se aprovechan estrategias que no se encuentran plenamente discutidas en la bibliografía desarrollada a nivel local.

De tal manera que la obra de Bayat facilita la comprensión de modalidades de organización del comercio en vía pública que se dan en condiciones en que la vinculación grupal no predomina. Es el caso de países como Irán –donde el autor ha emprendido proyectos de investigación empírica– y Hanói, Vietnam (Turner y Schoenberger, 2011). Asimismo, puede aportar al estudio de modalidades de venta como la que interesa a la presente tesis: el comercio atomizado.

Conclusión

El objetivo central del capítulo dedicado al estado de la cuestión sobre la informalidad y el comercio en vía pública es el de situar la investigación desarrollada con vendedores atomizados en vía pública dentro de un panorama bibliográfico general que ha abordado distintas manifestaciones asumidas por la venta callejera. Asimismo, permite retomar ideas y hallazgos presentes en esos otros trabajos para orientar el análisis del objeto de estudio que interesa al presente texto.

La discusión en torno a las escuelas de estudio de la informalidad muestra la enorme heterogeneidad que caracteriza al comercio en vía pública; sin embargo, evidencia un sesgo particular en favor de explicaciones de corte estructural, que dificultan hacer un registro claro

¹⁷ Por ejemplo, el trabajo emprendido por Recio y Gomez (2013) en Filipinas muestran que en el país asiático hay estructuras organizativas de vendedores en vía pública que se asemejan a las presentes en México, incluso en el sentido de que establecen vínculos de intercambio clientelar con las autoridades que regulan sus espacios de trabajo (pp. 186-7).

de la multiplicidad de experiencias a partir de las cuales los sujetos ingresan a la actividad, mismas que trascienden las condiciones contextuales en que se encuentran inmersos.

Hablar de la naturaleza contracíclica o inherente al proceso de desarrollo capitalista que distingue a la venta en vía pública borra matices particulares y, en cierto modo, homogeniza las trayectorias seguidas por los comerciantes, en especial entre quienes se inauguran en esa forma de trabajo durante periodos de crisis económica y más aún entre quienes hacen lo propio cuando hay mayor estabilidad y no se ven obligados a ingresar al sector por falta de empleo. Es decir, se elabora una caracterización relativamente victimista de los comerciantes, que son vistos como presas de sus circunstancias y no como seres que activamente actúan en favor de sus intereses dentro de contextos que en mayor o menor medida habilitan o restringen sus espacios de desarrollo personal. Si bien los seguidores de la escuela voluntarista y en menor grado la legalista cuestionan dicha inclinación, también es cierto que tienden a caer del lado contrario en el espectro, ignorando relativamente las consideraciones macrosociales y sobreenfatizando las decisiones tomadas por individuos.

Ante esto, el análisis emprendido con los comerciantes atomizados buscó posicionarse en un punto equilibrado desde el cual se pudieran tomar en cuenta las fuerzas de escala macro que impactan en las trayectorias profesionales de los vendedores (en especial dado el contexto de crisis generado por la pandemia de COVID-19), pero sin perder de vista las distintas motivaciones personales que desempeñan un papel de peso en que estos den el paso y se adentren en el medio del comercio en vía pública por distintas vías, aún sin contar con el amparo de organizaciones establecidas y sin experiencia previa en la actividad.

Más allá de lo anterior, el énfasis que se coloca en la sección final del capítulo sobre la dimensión organizativa del fenómeno permite dar cuenta de otra serie de tendencias en la bibliografía que dificultan el estudio de quienes participan en una forma atomizada de venta en vía pública. A pesar de la enorme heterogeneidad presente en el fenómeno, la inclinación general entre la mayoría de los autores revisados es a centrar la atención en comerciantes ya asentados en el sector y con experiencia desempeñando la actividad, misma que llevan a cabo formando parte de organizaciones establecidas de vendedores, sean estas democráticas o no. Precisamente la elección del objeto de estudio –los comerciantes atomizados–, se planteó como una forma de ampliar la comprensión de la venta informal en contextos como el de la

Ciudad de México, para así poder captar los repertorios organizativos con los que cuentan sujetos en dicha condición de empleo.

La bibliografía especializada pareciera sugerir que una condición necesaria para ejercer el comercio en vía pública es la de contar con respaldo organizacional. En los ejemplos provistos anteriormente, este puede asumir distintas formas: la de las agrupaciones claramente estructuradas que hay en los mercados y *tianguis*, donde los liderazgos funcionan como intermediarios entre autoridades y vendedores para regular los espacios de comercio, a la vez que hacen las veces de coordinadores de las acciones colectivas emprendidas por sus miembros; las vistas en estaciones de Metro y zonas restringidas del Centro Histórico, donde los comerciantes se encuentran sometidos a mayores niveles de acoso policial y echan mano principalmente de estrategias de movilidad reglamentada por ellos mismos para continuar accediendo a sus zonas de venta; o las identificadas entre comerciantes que configuran organizaciones de corte más democrático, donde los miembros participan activamente en la toma de decisiones y emprenden acciones innovadoras de protesta coordinada.

En contraposición a este supuesto, el presente texto opta por centrar la mirada en modalidades de comercio en las que el respaldo organizacional no es tan evidente como el que puede observarse en grupos como los descritos anteriormente. Es decir, se trabajó con sujetos que lidian con las autoridades de manera individualizada (ya sea para negociar o resistir) y que hacen frente a las complicaciones y riesgos característicos de la actividad por sus propios medios, sin importar si su ingreso al sector de la venta informal en vía pública se dio recientemente o que ya poseyeran experiencia previa. Por lo tanto, también se busca encontrar dinámicas de interacción entre vendedores y autoridades que no necesariamente encajen con lo antes descrito.

Sin embargo, esto no significaría que haya una ausencia absoluta de organización colectiva. Es aquí donde el trabajo de Bayat se vuelve central para la investigación, pues proporciona las herramientas analíticas necesarias para comprender de mejor manera los modos en que sujetos que participan en el sector informal pueden acceder y permanecer en el espacio público por medio de un avance discreto, individualizado y silencioso. De igual manera, echa luz sobre estrategias de resistencia que emergen ante esfuerzos para expulsarlos, por medio de una coordinación entre iguales que nace de la convivencia cotidiana y no de la adhesión a estructuras organizativas previamente existentes. La mirada

particular del autor facilita la captación de matices de la actividad que no son tan evidentes en otros textos revisados durante la elaboración del presente trabajo, pues reconoce que la organización compleja no es un factor indispensable para desempeñar la venta en vía pública.

MARCO METODOLÓGICO

Introducción

Después de abordar algunas de las discusiones principales que hay en torno a los temas de informalidad, comercio en vía pública y modos de organización entre vendedores, es preciso detallar la ruta metodológica emprendida en el presente documento para identificar y analizar el objeto de interés: los comerciantes atomizados en vía pública. Como ya se estableció previamente, la investigación consiste en un acercamiento analítico a un segmento de sujetos dentro de la venta informal que no se encuentra plenamente discutido en la bibliografía latinoamericana sobre el particular. El objetivo es retratar cuatro dimensiones e identificar vínculos entre ellas: condiciones de trabajo, trayectorias laborales, gestión de necesidades frente a la autoridad, y estrategias de supervivencia y resistencia.

En aras de facilitar la comprensión de la ruta metodológica seguida para obtener datos que permitieran dar respuesta a las preguntas de investigación, el capítulo se divide en seis secciones: (1) definición detallada del objeto de estudio, (2) tipos de comercio atomizado, (3) preguntas de investigación, (4) diseño metodológico, (5) muestra y (6) trabajo de campo.

Objeto de estudio: comerciantes atomizados en vía pública

Si bien en la introducción se definió a grandes rasgos el concepto de *comercio atomizado en vía pública*, ahora se profundizará en él para detallar las dimensiones movilizadas en su construcción como objeto de estudio. La meta es clarificar quiénes fueron los sujetos abordados durante el trabajo de campo.

En total se utilizaron cinco características del comercio en vía pública para elaborar la categoría atomizada, a las cuales se llegó por medio de la revisión de bibliografía especializada en el tema, complementada con ejercicios de observación con vendedores atomizados en sus espacios de trabajo. Estas son: (a) movilidad, (b) uso del espacio público, (c) mercancía, (d) vínculos con otros comerciantes atomizados y (e) vínculos con autoridades y con comerciantes no atomizados. Las primeras tres categorías se refieren a condiciones de trabajo, mientras que las dos restantes abordan el tipo de dinámicas de interacción con otros sujetos en que incurren al llevar a cabo sus actividades laborales.

Respecto al primer criterio, *movilidad*, el comercio atomizado en vía pública puede llevarse a cabo en dos modalidades: semifija o móvil. El primer tipo corresponde a

vendedores cuyas jornadas laborales completas se desarrollan en un solo punto de venta y sin exigencias de movimiento inherentes a la actividad, más allá de la llegada y partida diarias para iniciar con las labores comerciales en el espacio. El prefijo «semi-», sin embargo, enfatiza la no permanencia de los sujetos y sus accesorios de venta en la zona durante las horas en que no se encuentran trabajando. En caso de utilizar un puesto, por ejemplo, este es armado, desarmado y transportado de y a puntos de almacenamiento día con día, ya sea al hogar del comerciante o bodegas formales o informales.

El comercio atomizado también puede darse en una modalidad móvil, ya sea que el movimiento consista en recorridos cortos y constantes dentro de un área reducida de venta o que implique rutas amplias que abarquen múltiples calles en distintas colonias y alcaldías durante una sola jornada de trabajo. En el primer caso, los vendedores no hacen uso de puestos, sino que utilizan contenedores o carritos donde cargan con su mercancía y la ofrecen a potenciales clientes mientras se mueven a pie por sus espacios de trabajo. En el segundo, recurren a vehículos no motorizados (bicicletas y triciclos) o motorizados (motocicletas, automóviles, camionetas y camiones), anunciando sus productos por medio de gritos, cornetas o bocinas.

El *uso del espacio*, entonces, depende en gran medida de si los comerciantes deben o no moverse durante sus jornadas de trabajo. En caso de permanecer estáticos, eligen puntos en la ciudad donde haya un flujo constante de personas a quienes ofrecer su mercancía: alrededores de hospitales, edificios de gobierno, parques, calles con tráfico moderado y con espacio para que automóviles se orillen, etc. Utilizan puestos semifijos (armables y desarmables) con grados diferenciados de complejidad y tamaño. Siguiendo la tipología propuesta por Li et. al. (2018), puede tratarse de puestos que se aprovechan de rasgos espaciales de los lugares de venta (paredes, escaleras, barandales, rejas, etc.) o de puestos que se sostienen por sí mismos (manteles sobre los que se coloca la mercancía, mesas, estantes, etc.) (p. 19). De igual manera, pueden contar con techos improvisados de tela para proteger a los vendedores de los rayos del sol, sombrillas o carpas con estructuras de metal o plástico y paredes de lona para separar el espacio de negocio del exterior.

También hay comerciantes que utilizan automóviles como puestos, aprovechando aspectos de su estructura para que funcionen como estantes donde exhibir su mercancía o incluso interviniendo los vehículos para convertirlos en tiendas motorizadas. Nuevamente, la

complejidad del arreglo varía según el vendedor. Algunos tan solo ordenan sus productos en las cajuelas abiertas de sus autos y cuelgan cartulinas en las carrocerías para anunciar mercancía y precios; otros aprovechan la totalidad del automóvil y cuelgan objetos en las ventanas, los colocan sobre el cofre y el techo, o incluso ponen mesas junto al vehículo sobre las cuales exponen aún más mercancía de la que despliegan en el vehículo. Finalmente, hay quienes alteran los autos a profundidad, quitando asientos y sustituyéndolos con estantes y mostradores para facilitar el comercio. En caso de usar automóviles como puestos semifijos, no necesitan montar y desmontar estructuras, pero sí ordenan y guardan los productos cada día al iniciar y concluir sus jornadas de trabajo.

Los comerciantes atomizados que sí se mueven constantemente por sus espacios de venta, en cambio, no utilizan puestos. Cuando el vendedor transita a pie en zonas reducidas de comercio, utiliza carritos o contenedores (cajas de madera, bolsas de plástico y tela, mochilas y estantes portátiles) con los que carga a la vez que exhibe su mercancía. Estos puntos de venta pueden ser: semáforos, esquinas de avenidas, puntos de transporte, plazas y parques. En caso de que vendan productos de mayor tamaño y peso, colocan la mayor parte de ellos en un punto del territorio y caminan solo con algunas piezas para atraer la atención de compradores potenciales.

Si la ruta que recorren es amplia, utilizan vehículos como herramientas de transporte y exhibición. Como sus espacios de trabajo tienden a ser calles en barrios habitacionales, su mero transitar por ellas no es suficiente para conseguir clientes. Por lo tanto, el sonido se convierte en un mecanismo para notificar a los locales de su presencia en la zona y de la mercancía que ofertan, este puede consistir en grabaciones reproducidas con bocinas, cornetas, silbidos o gritos.

Finalmente, el criterio de uso del espacio también contempla la densidad de comerciantes y puestos en una zona de venta. La modalidad atomizada de comercio en vía pública implica la autonomía espacial relativa de los vendedores, por lo tanto, la densidad es baja. En contraposición a las concentraciones de puestos como las que caracterizan a los mercados y *tianguis*, donde cada comerciante se encuentra a distancias reducidas de sus colegas, los atomizados mantienen varios metros de separación entre cada uno y, en ocasiones, puede trabajar un solo vendedor en un punto de venta. El grado de separación depende en gran medida del tipo de movilidad propio de cada comerciante. Por ejemplo, los

atomizados que se mueven en vehículos alcanzan el nivel más alto de aislamiento en el espacio, mientras quienes trabajan en puestos semifijos tienden a compartir los territorios con otros vendedores, tanto atomizados como no atomizados.

La *mercancía* con la que comercian los atomizados varía enormemente, pero se distingue por ser fácil de transportar y guardar. Nuevamente, la movilidad determina el tipo de productos que ofrecen. Cuando utilizan puestos, sus productos no difieren de los ofrecidos por comerciantes en mercados y *tianguis*, excepto en el caso de quienes comercian con alimentos preparados en la zona de venta. Las herramientas que utilizan para confeccionar los platillos deben ser relativamente fáciles de mover, de tal forma que no pueden utilizar estufas demasiado pesadas y, cuando lo son, cuentan con ruedas que les permiten empujarlas para transportarlas sin demasiada dificultad.

Más allá de esto, los comerciantes atomizados en puestos semifijos pueden ofrecer productos como: alimentos empaquetados y de manufactura industrial, hechos en sus casas o elaborados en el lugar de venta, así como productos frescos como frutas, verduras, panes, huevos, etc.; cigarros; ropa; productos electrónicos; CDs y DVDs; dispositivos para teléfonos inteligentes como cargadores y fundas; juguetes; lociones y perfumes; peluches; entre otros. Además, incorporan mercancías de temporada en sus inventarios durante fechas específicas del año. Por ejemplo, venden adornos navideños durante los últimos meses del año, disfraces y máscaras en octubre, y peluches y flores en febrero, por nombrar algunas. Finalmente, un segmento importante de vendedores atomizados ha incursionado en el mercado de accesorios relacionados con la COVID-19: cubrebocas, caretas, gel antibacterial e incluso oxímetros, respiradores y pruebas para detectar el virus.

Los atomizados móviles, por su parte, se dedican principalmente a vender alimentos empaquetados, pero también de manufactura casera: tamales, dulces, papas fritas, fruta picada, pan dulce, merengues, tostadas, etc. De igual manera, comercian con dispositivos para celular como fundas y cargadores, artículos para automóviles como limpiaparabrisas, además de cigarros, flores, cubrebocas y gel antibacterial, entre otros. Cuando se mueven a pie, cargan con cantidades reducidas de sus productos, pero tienen mayor capacidad de transporte si utilizan vehículos motorizados o no motorizados.

El abastecimiento de mercancías puede ser por medio de mercados en distintos puntos de la ciudad (entre ellos la Central de Abasto¹) o incluso en otros estados de la república; asimismo, acuden a empresas importadoras con las que también tratan comerciantes del Centro Histórico (Alba, 2015, p. 378) o directamente con productores locales, en especial si son conocidos o familiares.

Los *vínculos que establecen con otros comerciantes atomizados* es una variable fundamental para distinguir a esta modalidad de venta en vía pública del resto. Como ya se dijo previamente, se trata de comerciantes que no forman parte de organizaciones con estructuras internas y liderazgos claros. En ese sentido, la interacción que establecen con otros vendedores en su misma situación y con quienes comparten espacios es de rivalidad, indiferencia, cordialidad cotidiana y superficial, o, en algunos casos, amistad. Por lo tanto, es una forma de comercio con niveles bajos de vinculación y organización colectiva, que se asemeja a la analizada por Bayat (1997, 2004) en países de Medio Oriente.

Dentro de la categoría están incluidos vendedores que incursionan por primera vez al sector sin ninguna experiencia previa ni contactos dentro del mismo que puedan guiarlos en su ingreso. Pero también contempla a sujetos con familiares o conocidos de confianza que anteriormente se han dedicado o siguen dedicándose a la actividad. Los lazos familiares que facilitan la venta en vía pública han sido resaltados por autoras como Silva (2006), pero tienden a referir a grupos bien organizados cuyos miembros son todos parientes que trabajan en un mismo punto de venta. En el caso de los comerciantes atomizados, no hay cercanía espacial con esos otros sujetos, incluso cuando se trata de una misma familia que opera más de un puesto en zonas distintas de la ciudad, pues cada miembro o miembros administran sus espacios por sí mismos durante la mayor parte del día.

Los lazos familiares, entonces, consistirían en el nivel más alto de organización inicial con el que podrían contar los comerciantes atomizados; sin embargo, el interés de la tesis es encontrar otras modalidades de vinculación que emerjan entre vendedores una vez dentro de los espacios de trabajo y que puedan llevar a formas de acción colectiva que emerjan de la condición atomizada.

¹ La Central de Abasto de la Ciudad de México es, según la página de la institución, «el centro de suministro de alimentos más grande del mundo» (Gobierno de la Ciudad de México, n. d.). Se encuentra en la zona oriente de la capital mexicana, en la alcaldía Iztapalapa. Es un punto de abastecimiento fundamental para comerciantes porque es posible acceder a mercancías a precios menores que en mercados y tiendas minoristas.

Tomando en cuenta lo anterior, el criterio *vínculos que establecen con autoridades y comerciantes no atomizados* refiere precisamente a las formas en que lidian con otros actores en sus espacios de trabajo. A falta de una organización real de vendedores que funcione como intermediaria con las autoridades encargadas de regular el acceso al espacio público, los comerciantes atomizados interactúan de manera individual con ellas, sean funcionarios de las alcaldías u oficiales de policía. Las relaciones como tal pueden ser contenciosas o afables.

En el primer caso, si hay esfuerzos por expulsarlos de sus puntos de venta, no cuentan con el respaldo organizacional para ejercer resistencia que hay en otros tipos de comerciantes, pero sí pueden echar mano de estrategias de evasión para evitar la pérdida de ingresos. El hecho de que puedan moverse con relativa facilidad hace que el cambio de espacios siempre sea una opción de respuesta cuando la hostilidad aumenta en sus lugares habituales. Si logran vínculos de negociación con autoridades, esta puede implicar prácticas ilegales como el pago de sobornos, o el establecimiento de acuerdos informales que deriven en una actitud tolerante hacia su presencia en el espacio público.

Sobre las relaciones con comerciantes no atomizados, es común que vendedores atomizados se ubiquen en los alrededores de aglomeraciones, mercados, *tianguis*, bazares u otras concentraciones de comerciantes típicas en la Ciudad de México y que se llevan a cabo con grados altos de organización colectiva (Peña, 1999). Por lo tanto, además de lidiar con la regulación emprendida por las autoridades, también deben hacer lo propio con vendedores que ya estaban en el territorio previo a su llegada. El espacio público es un bien escaso y peleado para los vendedores (Cross, 1998), por lo que los comerciantes atomizados que comparten zonas de venta con vendedores organizados pueden despertar reacciones negativas en los segundos si trabajan demasiado cerca de sus territorios o si venden productos similares a ellos. Sin embargo, también es posible que haya mera indiferencia o cordialidad cotidiana entre ambos segmentos si se respetan acuerdos tácitos.

Criterios	Características de comerciantes atomizados
Movilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Semifijos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estáticos excepto al llegar y partir del espacio de trabajo. ○ No dejan accesorios de venta en espacios cuando no están ahí. • Móviles. <ul style="list-style-type: none"> ○ Movimiento constante por área reducida. ○ Movimiento constante por área extensa.

<p>Uso del espacio público</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Semifijos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Puestos fácilmente armables y desarmables, o vehículos estacionarios. ○ Puntos de venta en sitios con flujo constante de peatones o automóviles que pueden orillarse para consumir sus productos. • Móviles. <ul style="list-style-type: none"> ○ Si área de venta es reducida. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Usan contenedores, carritos, bicicletas, triciclos. ▪ Puntos de venta con flujo constante de peatones y tránsito lento de vehículos: semáforos, cruces de avenidas, parques. ○ Si área de venta es extensa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vehículos motorizados o no motorizados: camiones, camionetas, automóviles, motocicletas, triciclos, bicicletas. ▪ Puntos de venta: áreas residenciales, de oficinas y puntos de transporte. ▪ Usan sonido para atraer clientes. • Independencia espacial respecto a otros vendedores.
<p>Mercancía</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil de montar, guardar y transportar. • Liviana en atomizados móviles. • Alimentos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Alimentos preparados en casa. ○ Alimentos preparados en el lugar de venta. ○ Alimentos empaquetados. ○ Productos comestibles frescos. • Otros: <ul style="list-style-type: none"> ○ Cigarros. ○ Ropa. ○ Peluches y juguetes. ○ Productos electrónicos. ○ CDs y DVDs. ○ Accesorios para automóvil. ○ Productos de temporada. ○ Productos relacionados con la COVID-19. • Abastecimiento: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mercados. ○ Tiendas. ○ Productores locales.
<p>Vínculos con comerciantes atomizados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No forman parte de grupos con estructuras internas y liderazgos claros. • Rivalidad. • Convivencia cotidiana superficial. • Amistad.
<p>Vínculos con autoridades y comerciantes no atomizados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades: <ul style="list-style-type: none"> ○ Negociación individual ○ Evasión individual. • Comerciantes no atomizados: <ul style="list-style-type: none"> ○ Rivalidad. ○ Indiferencia. ○ Cordialidad cotidiana.

Tres tipos de comercio atomizado en vía pública

En vista de que el objetivo central de la presente tesis es encontrar vínculos entre las condiciones de trabajo en que se lleva a cabo el comercio atomizado en vía pública y las capacidades organizativas de los vendedores, se utilizaron algunos de los cinco criterios recién presentados para elaborar una tipología de formas de atomización. Al tratarse de un segmento sumamente heterogéneo de vendedores, era necesario distinguir entre modalidades particulares de la actividad para orientar el trabajo de campo de una manera tal que se facilitara el registro de la mayor varianza posible. Las categorías de *movilidad* y *uso del espacio* resultaron ideales para distinguir entre condiciones de trabajo. En total, se identificaron tres tipos de comerciantes atomizados en vía pública: (1) *atomizados semifijos*, (2) *atomizados móviles con vehículo* y (3) *atomizados móviles sin vehículo (asfalteros)*.

Los *comerciantes atomizados semifijos* utilizan ya sea puestos desarmables o vehículos estacionarios para exponer su mercancía. Su jornada laboral no requiere movimiento excepto para llegar y retirarse de sus puntos de venta, momentos del día en que montan y desmontan sus estructuras de exhibición. Mantienen relativa independencia espacial respecto a otros vendedores, ya que sus puestos tienden a ubicarse a por lo menos cuatro o cinco metros de otros similares, o están solos en áreas extendidas. Estos pueden ser de distintos tamaños y con grados variables de complejidad: tan solo una mesa, silla y sombrilla, o múltiples mesas, muebles para exponer la mercancía y toldos de gran tamaño. Quienes utilizan automóviles como puesto pueden hacerlo exponiendo sus productos en la cajuela, aprovechando también el techo, ventanillas y cofre, o incluso colocando una mesa al lado del vehículo para tener más espacio, así como toldos que lo cubran.

Por su parte, los *comerciantes atomizados móviles con vehículo* utilizan bicicletas, triciclos, motocicletas, automóviles, camionetas o camiones para transportar y exponer su mercancía, pero en su caso se mantienen en movimiento constante durante la mayor parte de sus jornadas laborales. Cuentan con rutas que recorren en horarios determinados cada día de la semana y cuya extensión territorial es variable, dependiendo del tipo de vehículo del que dispongan. Por lo mismo, su uso del espacio es altamente atomizado: no interactúan con otros comerciantes salvo en momentos en que sus rutas y horarios coinciden, o al inicio y final de la jornada, cuando vuelven a sus puntos de abastecimiento o regresan los vehículos a sus dueños, pues en ocasiones los rentan.

Finalmente, los *comerciantes atomizados móviles sin vehículo* o *asfalteros*, también mantienen niveles altos de movilidad por sus lugares de trabajo, pero, a diferencia de la categoría anterior, está circunscrita a zonas reducidas: el área alrededor de semáforos, paradas de autobuses o tramos cortos de calles y avenidas por las que caminan para ofrecer su mercancía a conductores de vehículos. En un mismo punto de venta puede trabajar más de un vendedor con estas características, pero sus números tienden a ser reducidos: no más de cinco o seis comerciantes por semáforo y en ocasiones laboran solos o en pares.

Tipo de comerciante	Uso del espacio	Movilidad	Mercancía
Atomizados semifijos	Puestos desarmables o automóviles estacionarios	Sin movilidad, excepto al llegar y partir del espacio de venta	Alimentos y otros
Atomizados móviles con vehículo	Automóviles, camionetas, camiones, motocicletas, bicicletas o triciclos	Movilidad constante por espacios amplios	Principalmente alimentos
Atomizados móviles sin vehículo o asfalteros	Contenedores portátiles o carritos	Movilidad constante por espacios reducidos	Alimentos y otros

Preguntas de investigación

Son cuatro las dimensiones del comercio atomizado en vía pública que se analizan en el presente proyecto, cada una asociada con una pregunta de investigación particular. Estas son:

- **Condiciones de trabajo:** ¿cómo son las condiciones de trabajo de las y los comerciantes en vía pública que laboran de manera atomizada?
- **Trayectoria laboral:** ¿cuáles son las trayectorias laborales que han seguido y cómo ingresaron al comercio atomizado en vía pública?
- **Gestión de necesidades:** ¿de qué forma gestionan sus necesidades de venta con la autoridad?
 - ¿Cómo ha impactado la COVID-19 en esos procesos?

- **Estrategias de supervivencia:** ¿cuáles son las estrategias, tácticas y herramientas que emplean los comerciantes atomizados para asegurar el acceso a y permanencia en el espacio público, así como su supervivencia?

Los objetivos analíticos, por su parte, son los siguientes:

- Identificar particularidades en el ejercicio del comercio atomizado en vía pública que difieran de lo retratado en la bibliografía especializada sobre otras modalidades de venta callejera.
- Identificar capacidades organizativas de los comerciantes que ejercen su actividad de manera atomizada.
- Encontrar relaciones entre condiciones de trabajo por un lado y formas de gestión de necesidades, estrategias de resistencia y modalidades de organización en el comercio atomizado en vía pública por el otro.

Las preguntas fueron construidas a la luz de la revisión de bibliografía especializada en el análisis del comercio informal en vía pública y de ejercicios de observación de vendedores en estas condiciones. Previo al inicio del trabajo de campo, se realizaron visitas a puntos de la ciudad con presencia visible de comerciantes atomizados. Durante estos primeros acercamientos no se entabló contacto con los sujetos, pues tan solo se buscaba identificar ciertas dinámicas presentes en sus espacios de venta: horarios de trabajo, mercancía que ofertaban, características de su uso del espacio, presencia de autoridades y de otros comerciantes, y flujo de clientes.

Diseño metodológico

Sin embargo, la mera observación a distancia no permite dar respuesta a las preguntas de investigación recién planteadas, por lo que se elaboró una ruta metodológica que incorporara otras técnicas para facilitar la obtención de información sobre las dimensiones de interés.

Debido al carácter de estas, los datos cuantitativos sobre comercio en vía pública no resultaron ilustrativos sobre formas de negociación y organización empleadas por los comerciantes atomizados, pues tan solo retratan variables demográficas sobre sujetos en el

sector informal: número de vendedores, sexo, edad, nivel de ingreso, etc. Además, incluso esas mediciones tienden a ser imprecisas por limitaciones en los instrumentos de captura y debido a las dinámicas propias de la actividad. No obstante, sí aportaron al establecimiento de las condiciones contextuales en que se desarrolla la venta en la Ciudad de México. Por lo tanto, se optó por complementarlas con un diseño metodológico de corte cualitativo que permitiera acceder a información sobre el trabajo emprendido por los vendedores atomizados desde sus propios puntos de vista.

La herramienta principal fue la entrevista sociológica. Taylor y Bogdan (1987) señalan que se trata de una técnica útil cuando es necesario estudiar un fenómeno que implica la recopilación de testimonios dados por un número amplio de personas si hay poca disponibilidad de tiempo para hacer observación participante (p. 103). De tal forma que se torna ideal ante el hecho de que las distintas modalidades de comercio atomizado identificadas previamente exigen el registro de múltiples actores inmersos en la actividad para retratarlas con la mayor complejidad posible. Más allá de lo anterior, se contó con un lapso limitado para hacer el trabajo de campo, mismo que se redujo aún más debido a la pandemia de COVID-19, condición que afectó la captura de datos y sobre el cual se ahondará en las próximas páginas.

Hay una variedad de entrevistas sociológicas disponibles para llevar a cabo una investigación cualitativa. Para cumplir con los objetivos del presente documento, se optó por hacer *entrevistas semiestructuradas* con los comerciantes atomizados. Esta herramienta de análisis cualitativo combina aspectos de dos modalidades alternativas de entrevista: estructurada y no estructurada. De la primera incorpora el uso de una guía de puntos a abordar que permite conducir la conversación que se desarrolla con el informante hacia los temas que interesan al investigador. De la segunda, evita caer en intercambios sobreestructurados, consistentes en un formato pregunta-respuesta que no abren la puerta a que el sujeto profundice a su manera en aspectos sobre los cuales se le pide que hable. En palabras de Bernard (1988): «Así, en la entrevista semiestructurada, el entrevistador mantiene la conversación enfocada en un tema particular, y le proporciona al informante el espacio y la libertad suficientes para definir el contenido de la discusión» (citado en Vela, 2013, p. 75).

Una de las ventajas ofrecidas por la entrevista semiestructurada es que permite trabajar con sujetos que no disponen de demasiado tiempo para dialogar con el investigador,

resultado de sus dinámicas cotidianas (Vela, 2013, p. 75). En vista de que la totalidad del trabajo de campo se llevó a cabo en los espacios de venta de los comerciantes atomizados y durante sus jornadas normales de empleo, contar con una guía clara de entrevista fue fundamental para asegurar una transición rápida entre puntos de interés y evitar que los intercambios se extendieran demasiado, afectando los ingresos del día percibidos por los vendedores. De hecho, en la mayor parte de los casos, las entrevistas se interrumpían por momentos para que atendieran clientes y en ocasiones duraron poco menos de 10 minutos en total.

La guía de entrevista como tal consistió en una lista de indicadores derivados de las dimensiones de interés representadas en las preguntas de investigación, aunque algunos de ellos fueron registrados por medio de la observación de la actividad del comerciante, sin necesidad de hacerles preguntas. Los indicadores son:

Dimensiones	Indicadores
Condiciones de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ● Punto de venta: semáforos, cruceros de avenidas o zonas concurridas. ● Ubicación en la zona de comercio: tipos de vendedores en la zona y distancia entre vendedores. ● Movilidad. ● Horarios de venta. ● Herramientas de exhibición. ● Mercancía. ● Presencia de autoridades. ● Formas de interacción con otros vendedores y con clientes. ● Posesión y tipo de permiso para comercio en vía pública. ● Formas de abastecimiento. ● Alteraciones traídas por la COVID-19. ● Riesgos: seguridad personal, solvencia económica, relación con la autoridad y condiciones de trabajo.
Trayectoria laboral	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajos previos. ● Tiempo dedicándose al comercio en vía pública. ● Razones de ingreso a la actividad.
Gestión de necesidades	<ul style="list-style-type: none"> ● Relaciones con autoridades. ● Relaciones con otros comerciantes. ● Pertenencia a grupo de comerciantes. ● Cambios en relaciones por la COVID-19.
Estrategias de supervivencia y resistencia	<ul style="list-style-type: none"> ● Formas de acceder y mantener espacios. ● Estrategias para lidiar con comerciantes establecidos. ● Estrategias para lograr ingresos suficientes: cambios de mercancía, movilidad. ● Adaptaciones por la COVID-19.

Durante el trabajo de campo, no se siguió un orden estricto para abordar cada punto incluido en la lista, pues, al tratarse de entrevistas semiestructuradas, se dejó espacio a que

los vendedores definieran el hilo conductor de la conversación. Sin embargo, durante las primeras aplicaciones del instrumento, se hizo notorio que era preferible empezar el diálogo con preguntas sobre la dimensión de trayectoria laboral –específicamente sobre sus empleos pasados–, pues llevaban a que los sujetos hablaran con mayor soltura sobre sus vidas y que se generara un ambiente de confianza con el investigador.

Además de las entrevistas, también se realizó un análisis hemerográfico para dar seguimiento a las condiciones económicas, políticas y sociales en que el comercio en vía pública se desarrollaba previo, durante y después del periodo dedicado al trabajo de campo. Lo anterior debido a la influencia que ha tenido la pandemia de COVID-19 en el sector y que se ha vuelto notoria en cuestiones como: las prácticas de vendedores con amplia trayectoria, el ingreso de sujetos sin experiencia al comercio en vía pública y el posicionamiento de las autoridades frente al fenómeno. Para estar al tanto de fluctuaciones posibles que sesgaran los datos capturados por medio de las entrevistas, se utilizó la herramienta digital «Google Alerts» para recibir resúmenes semanales de noticias que abordaran el tema del comercio informal en vía pública. De igual manera, se utilizaron los sitios web de periódicos como *Animal Político*, *El Universal*, *Milenio*, *La Jornada*, *Reforma* y *Proceso* para acceder a contenidos relacionados con el tema.

Los datos obtenidos de fuentes hemerográficas se sistematizaron en una matriz donde quedarán plasmadas las siguientes dimensiones contextuales sobre el sector informal en general y el comercio en vía pública en particular: (1) condiciones económicas, (2) acciones de comerciantes, (3) COVID-19, (4) políticas públicas, (5) pronunciamientos de funcionarios públicos, (6) acciones policiacas, (7) movilizaciones sociales de apoyo a vendedores y (8) crimen organizado.

A modo de resumen, las herramientas metodológicas utilizadas para responder a las preguntas planteadas por la presente investigación fueron tres: (1) entrevistas semiestructuradas con comerciantes atomizados en vía pública; (2) análisis hemerográfico y seguimiento de datos estadísticos sobre condiciones en que desarrollan la actividad; y (3) observación *in situ* de características del espacio y de la venta.

Muestra

El criterio central para seleccionar a los comerciantes con quienes hacer las entrevistas fue lograr registros de los tres tipos de vendedor atomizado previamente identificados: semifijos, móviles con vehículo y móviles sin vehículo/asfalteros. Además, se buscó capturar la mayor variabilidad posible entre sujetos incluidos en cada categoría en términos de grupos etarios, género y mercancía que ofertaban. No obstante, las limitaciones de tiempo, las características del sector y las condiciones generadas por la pandemia de COVID-19 derivaron en que el acceso al campo se complicara y que la muestra terminara siendo más acotada de lo esperado en un principio.

En total se lograron hacer 29 entrevistas con comerciantes en vía pública. Sin embargo, 20 de ellas fueron con atomizados semifijos, 6 con móviles sin vehículo/asfalteros y apenas 2 con móviles con vehículo. En otras palabras, hay una sobrerrepresentación de vendedores que hacen uso del espacio público ya sea con puestos desarmables o automóviles estacionarios, a la vez que puede notarse una subrepresentación de quienes utilizan vehículos para recorrer sus rutas de comercio. Además, se entrevistó a una mujer que vendía en un puesto fijo, por lo que no cumplía con los criterios previamente descritos para considerarse comerciantes atomizada. No obstante, había trabajado previamente como atomizada semifija, por lo que su entrevista aportó a la comprensión del fenómeno.

Como consecuencia de lo anterior, el núcleo analítico que se desarrollará en los dos capítulos siguientes de la tesis se centrará en la identificación de las cuatro dimensiones de interés en solo dos modalidades de comercio atomizado en vía pública: semifija y móvil sin vehículo. Aún así, también se presentarán algunos hallazgos sobre comerciantes móviles con vehículo, pues las dos entrevistas breves que se lograron llevar a cabo con representantes de la categoría arrojan datos interesantes sobre ella y en los que se buscaría profundizar en proyectos de investigación posteriores que se hagan en condiciones menos adversas.

Otro sesgo importante en la muestra que debe resaltarse es que los puntos de venta donde se realizó el trabajo de campo se ubican en colonias de clase media-media alta en la zona sur de la Ciudad de México y la mayoría en zonas donde no hay gran prevalencia del comercio en vía pública. Esto significa que las dinámicas de interacción entre vendedores y autoridades pueden ser distintas a las que se registrarían en alcaldías que son reconocidas por

la gran presencia de comerciantes callejeros dentro de sus limitaciones territoriales, como es el caso de la Cuauhtémoc o Iztapalapa.

La elección de puntos se dio por cuestiones de accesibilidad y precaución sanitaria: se buscaron zonas con presencia de vendedores cercanas al lugar de residencia del investigador para reducir los traslados lo más posible en un contexto de pandemia, a la vez que se optó por espacios con baja densidad de comerciantes y clientes, así el riesgo de contagio sería menor para todos los involucrados. Sin embargo, cabe señalar que este sesgo es a la vez un área de oportunidad, pues ha permitido retratar las configuraciones que asume la venta en vía pública cuando se lleva a cabo en espacios de la capital que no se encuentran plenamente discutidos en la bibliografía sobre el particular.

La mayor parte de los trabajos empíricos se han desarrollado precisamente en las alcaldías que aglomeran las cifras más altas de comerciantes, hecho que puede influir en las dinámicas organizativas y las modalidades de relación que establecen los vendedores con las autoridades. Al enfocar la investigación en puntos de la ciudad donde hay menor prevalencia del comercio en estas condiciones, se retrata un panorama distinto que aporta también a la comprensión más profunda del fenómeno de interés.

En total fueron cinco los puntos de venta donde se entrevistó a comerciantes. Se enumeran a continuación, junto con una breve descripción de los espacios e indicaciones del número de vendedores contactados en cada uno y la categoría de atomización a la que pertenecen:

- **Calles en colonias San Jerónimo Lídice y San Jerónimo Aculco** (alcaldía La Magdalena Contreras): zona residencial de clase media-media alta con poca presencia de comercio en vía pública. Sin embargo, sí hay atomizados móviles con vehículo que transitan por las calles, principalmente en triciclos, para vender tamales y pan dulce. Asimismo, en meses recientes llegaron atomizados móviles sin vehículo o asfalteros a ubicarse en los alrededores de semáforos de la zona.
 - 1 atomizado móvil sin vehículo/asfaltero.
 - 2 atomizados móviles con vehículo (motocicleta y triciclo).

- **Tramo de ciclovia²** en colonias San Jerónimo Lídice y San Jerónimo Aculco (alcaldía La Magdalena Contreras): debido a su carácter de vía de tránsito para peatones y ciclistas, la ciclovia ha atraído la presencia de comerciantes en vía pública de distintas modalidades. Hay cuatro puestos semifijos espaciados a lo largo de los 1.5 kilómetros designados para el trabajo de campo (entre las calles La Presa y Benito Juárez), a la vez que forma parte de las rutas seguidas por atomizados móviles con vehículo que utilizan bicicletas y triciclos para transportar sus productos.
 - 2 atomizados semifijos (puestos).
- **Glorieta del Periférico** en San Jerónimo (frontera de alcaldías La Magdalena Contreras y Álvaro Obregón): el Anillo Periférico es una de las vías rápidas más grandes de la Ciudad de México, por lo que la glorieta –conformada por sus calles laterales– es una zona con niveles altos de congestión de automóviles y concentraciones moderadamente altas de peatones, en especial en los alrededores de paraderos de camiones. Ante el flujo constante de personas, hay una presencia alta de comerciantes en vía pública en todas sus modalidades: puestos fijos y las tres variedades de venta atomizada.
 - 5 atomizados móviles sin vehículos/asfalteros.
 - 3 atomizados semifijos (2 puestos y 1 automóvil).
- Inmediaciones de unidades habitacionales en **Avenida del Imán** (alcaldía Coyoacán): se trata de una avenida de cinco carriles en ambos sentidos. En el tramo elegido para el trabajo de campo hay únicamente edificios habitacionales. Ante la falta de comercios en los alrededores, tres puestos fijos ofrecen principalmente alimentos empaquetados, a la vez que hay comerciantes semifijos y móviles que llegan en distintos momentos del día con alimentos de elaboración casera.
 - 1 atomizada semifija (automóvil) y 1 comerciante en puesto fijo con experiencia laboral previa como atomizada semifija.

² La Ciudad de México cuenta con una red de carriles exclusivos para bicicleta denominados «ciclovías», uno de los cuales se extiende desde la localidad Fierro del Toro en el estado de Morelos y al sur de la ciudad, hasta la avenida Ejército Nacional, en la colonia céntrica de Anzures. Parte del trabajo de campo se desarrolló en uno de los tramos de ella, el que atraviesa por las colonias de San Jerónimo Lídice y Aculco en la alcaldía La Magdalena Contreras.

- Inmediaciones de **hospital de Pemex Sur** (alcaldía Tlalpan): inmediatamente enfrente de las instalaciones hospitalarias hay una concentración de comerciantes en puestos fijos dedicados a la venta de alimentos preparados. Sin embargo, sobre la misma calle (Línea Uno) y en la siguiente (Línea 4), se ubican vendedores atomizados semifijos, tanto en puestos desarmables como en automóviles. La distancia entre estos y los comerciantes permanentes es de aproximadamente 20 o 30 metros, y los puestos semifijos mantienen independencia espacial relativa entre sí, pues tiende a haber por lo menos 3 o 4 metros de separación entre cada uno. Además, los fines de semana se monta un *tianguis* en la esquina entre ambas calles y llegan comerciantes atomizados distintos a los que trabajan en el espacio de lunes a viernes.
 - 14 atomizados semifijos (6 puestos y 5 automóviles).

En términos demográficos, la muestra se configuró de la siguiente manera, representada en una tabla similar a la elaborada por Diana Silva (2006, pp. 51-2):

Variables		Total	Calles San Jerónimo	Ciclovía	Glorieta	Av. del Imán	Hospital Pemex
Tipo de comercio atomizado	Semifijo	20	-	2	3	1 ³	14
	Móvil con vehículo	2	2	-	-	-	-
	Móvil sin vehículo-asfaltero	6	1	-	5	-	-
Mercancía	Alimentos	15	3	1	4	1	6
	Otros	13	-	1	4	-	8
Sexo	Femenino	10	-	1	1	1	7
	Masculino	18	3	1	7	-	7
Edad	16-29	12	2	-	4	-	6
	30-45	8	-	-	-	-	8
	46-60	6	1	1	4	-	-
	61 o más	2	-	1	-	1	-
Años de trabajo como comerciante atomizado	Menos de 1	13	1	-	1	-	11
	1 a 5	5	-	1	3	-	1
	6 a 10	3	1	-	-	-	2
	11 o más	7	1	1	4	1	-
	Escrito	5	-	-	2	1	2

³ Además de la comerciante atomizada semifija que se entrevistó en Avenida del Imán, también se hizo otra entrevista a una comerciante que trabajaba en la misma zona, pero en un puesto fijo. Si bien no cumplía con los criterios para ser considerada una comerciante atomizada, había ejercido anteriormente la actividad en su modalidad móvil sin vehículo y semifija, por lo que su testimonio fue de gran valor para la investigación.

Permiso⁴	Oral	9	-	-	-	-	9
	Acuerdo informal	7	-	2	4	-	1
	Sin permiso	4	3	-	1	-	-
	No sabe	3	-	-	1	-	2

Trabajo de campo

1. Acercamiento a los puntos de venta

Previo al inicio de los procesos de entrevista, durante el último trimestre del 2020 se realizaron una serie de primeros acercamientos al campo por medio de visitas a los puntos de venta donde se planeaba llevar a cabo el trabajo investigativo.

La intención detrás de ellos era identificar si los espacios contaban con la presencia de comerciantes atomizados, así como determinar la viabilidad de los entornos para entablar diálogos con estos actores. En caso de que se tratara de lugares bulliciosos donde los vendedores no tuvieran posibilidad de detener su actividad para ser entrevistados por un tiempo relativamente prolongado, se optaría por encontrar otros más adecuados para los objetivos del proyecto. Asimismo, fue una medida precautoria para evitar ingresar a zonas de venta con una densidad poblacional elevada donde el riesgo de contagio de COVID-19 fuera alto.

En total se hicieron tres recorridos en cuatro de los cinco espacios enumerados en la sección anterior del documento: (1) las calles, (2) ciclovía y (3) glorieta del Periférico en la alcaldía La Magdalena Contreras, así como (4) las inmediaciones del hospital de Pemex en la alcaldía Tlalpan. Las visitas permitieron confirmar que ninguna de las zonas contaba con concentraciones altas de peatones, pues era posible mantener una distancia de por lo menos

⁴ Se distingue entre los siguientes tipos de permiso. «Escrito»: el o la comerciante cuenta con un documento que evita que las autoridades puedan retirarle de su espacio, este puede ser un permiso oficial de comercio en vía pública en condiciones atomizadas; un permiso emitido en el mercado o tianguis en el que trabaja otros días de la semana, pero que aprovecha también en su punto de venta atomizada; o un amparo tramitado a raíz de un retiro que sufrió en el pasado y que desde entonces le ha funcionado para evitar que se repita el suceso. «Oral»: las y los comerciantes atomizados que trabajan en la alcaldía Tlalpan comentan que los funcionarios locales no están tramitando permisos oficiales por el cierre de oficinas generado por el Covid, pero les dan autorizaciones orales para trabajar en vía pública en lo que se regulariza el funcionamiento de las oficinas: pagan cuotas semanales directamente a los funcionarios. «Acuerdo informal»: en alcaldías distintas a Tlalpan, las y los comerciantes que no cuentan con permiso tienden a negociar directamente con funcionarios de la alcaldía para que les permitan trabajar, a cambio de cuotas o que no les cobren por la mercancía que consuman en sus negocios. «Sin permiso»: no cuentan con permiso ni acuerdo alguno por el momento. «No sabe»: la persona entrevistada es empleada y no está al tanto de si su jefa o jefe cuenta con algún permiso o no.

metro y medio en prácticamente todo momento y la inmensa mayoría de las personas portaba cubrebocas.

De igual manera, se identificaron los horarios de trabajo de los comerciantes. En el caso de los atomizados semifijos, la mayoría mantienen jornadas laborales constantes: en promedio comienzan a trabajar a las 10 de la mañana y concluyen a las 5 o 6 de la tarde. En ningún momento del día el flujo de clientes era tal que se volviera imposible entablar conversación con ellos para llevar a cabo las entrevistas. Al tratarse de una actividad estacionaria, buena parte de sus horas de trabajo las pasan sentados en sus puestos o autos, hasta los momentos en que llegan compradores que deban atender.

La situación era distinta con ambas modalidades de atomizados móviles. Los asfalteros (sin vehículo) se mantienen en movimiento casi constante durante sus jornadas de trabajo, pues deben transitar por sus espacios de venta (en este caso, tramos de calles y avenidas en las inmediaciones de semáforos y paradas de camiones) para ofrecer sus mercancías a conductores de automóviles o a pasajeros del transporte público. Sin embargo, entre recorrido y recorrido toman descansos en las aceras del lugar, mientras esperan a que la luz del semáforo se ponga en rojo o a que pase un camión nuevo al que puedan subir para anunciar sus productos. Durante esos momentos se abrían ventanas de oportunidad para llevar a cabo las entrevistas.

Los obstáculos mayores se encontraron con los atomizados móviles con vehículo. Las zonas donde se registró la presencia de múltiples representantes de esta modalidad de venta en vía pública fueron las calles y ciclovía de San Jerónimo, en la alcaldía La Magdalena Contreras, así como en la glorieta del Periférico. Sus rutas parecían fijas y pasaban por los mismos puntos de la zona en los mismos horarios y días de la semana, pero no se encontraron espacios donde se detuvieran para descansar y que posibilitaran acercamientos para entablar conversaciones. En todas las instancias, se trataba de comerciantes que se movían constantemente por los espacios y sus únicas pausas las hacían cuando un cliente les indicaba sus intenciones de comprar alguno de sus productos.

A pesar de las dificultades, en el último trimestre de 2020 se determinó que las cuatro ubicaciones serían las elegidas para desarrollar el trabajo de campo. La inclusión del quinto punto de venta (avenida del Imán en la alcaldía Coyoacán) se dio por intermediación de una

residente del lugar que mantenía una buena relación con dos vendedoras en vía pública de la zona, mismas que se mostraron abiertas a ser entrevistadas para el proyecto de tesis.

2. Trabajo de campo en condiciones de pandemia

Para noviembre de 2020 se tomó la decisión de arrancar con el trabajo de campo en la segunda mitad de diciembre y durante todo el mes de enero. Sin embargo, este tuvo que ser aplazado. Las fechas coincidieron con el pico más alto de contagios y muertos por COVID-19 del que se ha tenido registro en México desde el inicio de la pandemia en marzo de 2020. La enfermedad como tal ha tenido un impacto considerable en el tipo de trabajo investigativo que pudo emprenderse, por lo que es pertinente dedicar una sección del capítulo a relatar el trayecto recorrido para adaptar los objetivos y procesos a las condiciones coyunturales.

Según datos oficiales, al cierre de marzo de 2021, más de 200 mil personas han muerto por COVID-19 en México (CONACYT, 2021). Esta cifra corresponde únicamente a defunciones cuya causa confirmada por medio de pruebas de laboratorio es la enfermedad y, dado que una proporción importante de personas fallece en condiciones en que no es posible aplicarlas, el número real es mayor. En un informe publicado por la Secretaría de Salud (SSa) y basado en las actas de defunción registradas por el Registro Nacional de Población (RENAPO), se estimó que en realidad se superaban los 321 mil fallecimientos por complicaciones derivadas del virus, 62% más de lo previamente reportado (Miranda, 2021).

La mayor parte de las muertes contenidas en esa cifra se dieron en dos periodos específicos de la pandemia. Durante los meses de junio, julio y agosto de 2020, los registros de defunciones por COVID-19 oscilaron entre 500 y 800 personas al día. Además, durante las peores semanas de agosto, hubo un exceso de mortalidad a la esperada que se acercó al 100% (es decir, el doble de lo normal), en comparación con defunciones reportadas en años anteriores (Gobierno de México, 2021). La situación durante el cierre de año e inicio de 2021 fue aún más crítica. El reporte de fallecimientos diarios superó las mil personas durante la mayor parte de enero, llegando al punto más alto el día 20, con 1,326 decesos registrados. De igual manera, la segunda semana de ese mes hubo un exceso de mortalidad de 164.1%.

En vista de que el primer pico de contagios y muertes tuvo lugar a mediados de 2020 y coincidió con la temporada durante la cual se empezó a planear el trabajo de campo que se llevaría a cabo con los comerciantes atomizados, se sabía que las condiciones del entorno

implicarían un riesgo moderado a alto de exposición al virus. Por lo tanto, se tuvo contemplado desde un inicio que habría que implementar medidas de seguridad para reducir al mínimo la posibilidad de contaminación. Estas fueron dos: (1) elegir espacios que cumplieran con criterios de seguridad y (2) seguir las medidas de prevención indicadas por autoridades del sector salud, tanto nacionales como extranjeras.

Ya se habló brevemente en la sección previa dedicada al muestreo sobre las características que se buscaron en los lugares donde se llevó a cabo el trabajo de campo: básicamente que tuvieran niveles bajos de concentración de personas. Respecto al segundo punto, en su página web, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021) recomienda las siguientes estrategias para reducir el riesgo de contagio por SARS-CoV-2: (a) evitar espacios cerrados, congestionados o que impliquen contacto cercano con personas, y procurar reunirse en lugares abiertos; (b) usar mascarilla⁵; (c) mantener una distancia de por lo menos un metro cuando se interactúe con otros; (d) lavar o desinfectar las manos periódicamente; (e) evitar tocarse ojos, nariz y boca; y (f) evitar saludar de mano o beso. Se cumpliría con todas durante el transcurso del trabajo de campo.

Sin embargo, cuando durante el mes de diciembre las cifras de contagios, hospitalizados y muertos empezaron a ascender de manera drástica tras un periodo de relativa contención de la enfermedad, se decidió evitar ingresar a campo en condiciones en que el riesgo de infección era mayor al previamente contemplado. La resolución fue reforzada cuando el 19 de diciembre la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, anunció que se volverían a implementar medidas de cierre de actividades para reducir la transmisión del virus y desahogar a los hospitales designados para el tratamiento de enfermos de COVID-19, pues el porcentaje de ocupación de camas superaba el 75% para ese momento (Miranda y Lugo, 2021).

Ya en la semana final de enero de 2021, las autoridades de salud empezaron a dar cuenta de una desaceleración en las tasas de contagio y defunción (Redacción Animal Político, 2021). Por lo tanto, fue entonces que se hicieron los primeros acercamientos con comerciantes en vía pública con el fin de agendar entrevistas en el futuro cercano.

⁵ Durante el mes de enero de 2021, el Asesor Médico en Jefe del Presidente de los Estados Unidos, Anthony Fauci, recomendó que el uso de dos cubrebocas podría ser efectivo para reducir aún más el riesgo de contagio (Stieg, 2021), una medida que se implementó durante las entrevistas con comerciantes.

Para extremar precauciones, se determinó que estas no se extendieran demasiado tiempo si se desarrollaban en puntos de venta donde hubiera mayor acumulación de personas, como en las inmediaciones del hospital Pemex y en la glorieta del Periférico. Lo anterior fue por el hecho de que, incluso siguiendo las indicaciones para prevenir posibles contagios, el riesgo de contraer la enfermedad aumenta conforme mayor es el tiempo de interacción y aún más si se lleva a cabo en espacios con presencia elevada de sujetos.

3. Entrada al campo

Originalmente, se buscó acceder al campo por medio de contactos que tuvieran conocidos trabajando en el sector de venta en vía pública (Hammersley y Atkinson, 1994, p. 75). Sin embargo, siguiendo esta ruta tan solo se consiguió agendar entrevistas con las dos comerciantes que trabajan en avenida del Imán. Una de ellas se llevó a cabo el 29 de enero de 2021, con Chayo⁶, una mujer mayor de 60 años que administra dos puestos fijos en la zona desde hace más de 15 años y quien terminaría siendo la primera vendedora entrevistada para la investigación. Las características de su actividad actual no corresponden con las de modalidades atomizadas que interesan al proyecto, pero su trayectoria laboral como comerciante en vía pública había comenzado más de 30 años atrás y en condiciones de atomización semifija, por lo que aportó datos valiosos para la comprensión del fenómeno.

La segunda entrevista que se logró por medio de la misma intermediaria fue con Luisa, también una mujer mayor de 60 años que trabaja en avenida del Imán. En su caso sí cumple con los criterios necesarios para clasificarla como comerciante atomizada semifija, pues utiliza su automóvil como puesto para vender guisados, estacionándolo sobre la banqueta a unos 20 metros de Chayo. En ambas ocasiones, la intermediaria que conocía a las comerciantes les informó previamente sobre las características del trabajo que se estaba haciendo y el tipo de preguntas que podían esperar durante las conversaciones.

Con el resto de los vendedores entrevistados, se optó por abordarlos directamente en sus espacios de trabajo y preguntarles si estarían abiertos a conversar durante unos minutos sobre sus experiencias laborales, información que se utilizaría para elaborar una tesis de maestría sobre el comercio en vía pública. Un criterio obligado para seleccionar sujetos en

⁶ Para proteger la identidad de los comerciantes entrevistados, los nombres que aparecen en el documento son pseudónimos.

los distintos espacios fue que utilizaran cubrebocas. Tomando en cuenta las condiciones sanitarias, resultó sorprendente que la tasa de aceptación fue alta: la gran mayoría de los comerciantes a quienes se contactó durante el trabajo de campo se mostraron dispuestos a participar en la dinámica y respondieron a las preguntas que se les planteaba sin resistencia aparente.

No obstante, como ya se mencionó antes, la modalidad de comercio atomizado resultó ser un factor importante a la hora de asegurar entrevistas con los vendedores. Mientras que tan solo 2 de 22 atomizados semifijos rechazaron los acercamientos del investigador, hubo 4 de 10 asfalteros y 6 de 8 móviles con vehículo que hicieron lo mismo. La principal razón dada para explicar sus negativas refería a la incapacidad de detener sus actividades para ser entrevistados, pues les implicaba tiempo de trabajo perdido y, por lo mismo, menores ingresos en el día. Aquí se hizo notorio el impacto de la COVID-19, ya que, según dijeron algunos comerciantes, las ventas habían disminuido considerablemente en el último año y había ocasiones en que vendían tan solo un par de productos en toda la jornada de trabajo.

En el caso específico de los comerciantes atomizados con vehículo, algunos dijeron tener horarios fijos para cumplir con sus rutas de venta, por lo que cualquier retraso de más de unos minutos afectaba sus itinerarios. De hecho, Julián, quien sí fue entrevistado brevemente, explicó que rentaba el triciclo que usaba para transportar su mercancía (tamales) a una señora, misma que podía sancionarlo si llegaba tarde para retornarlo al final del día o si no cumplía con cierta cuota de unidades vendidas. Puede inferirse de este intercambio que la mayor dificultad encontrada para conseguir atomizados con vehículo a quienes entrevistar se debe en parte a la condición de empleados o subcontratados en que ejercen la actividad. Sin embargo, esta conclusión es tentativa únicamente, pues faltaría emprender un estudio más profundo sobre la categoría antes de presentar explicaciones bien sustentadas sobre su funcionamiento.

Por su parte, a pesar de que se temía que los asfalteros o atomizados móviles sin vehículo resultarían el tipo más complicado de venta al cual acceder durante el trabajo de campo, la mayoría de los sujetos abordados se mostraron dispuestos a ser entrevistados. Quienes rechazaron la petición mencionaron la falta de tiempo y los ingresos magros que lograban en un día normal.

Finalmente, los atomizados semifijos rara vez se negaron a la propuesta de entrevista. Sin embargo, hubo una instancia a destacar en que se agendó la conversación con una vendedora mujer, pero que terminó cancelándola cuando se hicieron las primeras preguntas. La razón que dio fue que no estaba en un buen estado emocional para responderlas porque en el último año habían fallecido su esposo e hijo, el primero por complicaciones derivadas de la COVID-19 y el segundo por suicidio. El factor pandémico también se hizo notorio en la realización de entrevistas con otros comerciantes, pues más de uno había contraído la enfermedad en el último año o tenía familiares o amigos contagiados, incluso algunos que murieron por complicaciones derivadas de la misma. Luisa, por ejemplo, tardó varias semanas en responder a la propuesta de entrevista, ya que su madre se encontraba hospitalizada y terminó muriendo por la enfermedad.

4. Desarrollo del trabajo de campo

Como ya se dijo anteriormente, en total se realizaron entrevistas con 29 comerciantes en vía pública. La primera tuvo lugar el 29 de enero de 2021 y la última el 28 de febrero del mismo año.

Los registros obtenidos varían ampliamente en términos de extensión y estructura de la conversación. Si bien en todo momento se intentó privilegiar un formato de diálogo más que de entrevista estructurada, no siempre se logró cumplir con el objetivo. Algunos comerciantes hablaban con soltura cuando se les pedía que abordaran los temas presentes en la guía de entrevista, lo que derivaba en respuestas largas que aportaban múltiples datos a la investigación. Sin embargo, otros ofrecían contestaciones escuetas y puntuales, también sumamente útiles para el trabajo, pero sin profundizar en sus experiencias como vendedores en vía pública.

Nuevamente, la modalidad de comercio atomizado parece ser un factor en el tipo de entrevista obtenida. En general, las conversaciones entabladas con comerciantes semifijos fueron más largas que las emprendidas con móviles con vehículo y asfalteros. Pero el grupo etario y los años de experiencia en la actividad también parece influir en esta cuestión, pues los vendedores de mayor edad y con más años trabajando en vía pública tendieron a ser los que más se extendían en sus respuestas y los que aparentaban estar más cómodos durante las interacciones.

Aunado a lo anterior, la apertura de los comerciantes varió en torno a una cuestión particular: el uso de la grabadora. En total, cinco vendedores no aceptaron que se grabara la entrevista, por lo que en estos casos tan solo se está confiando en la memoria del investigador para reconstruir lo discutido durante el intercambio. En el resto de las ocasiones, cuando sí había consentimiento sobre la utilización de la herramienta de registro, se procuró esconderla debajo de una libreta donde se tenía una lista de los puntos a bordar durante la conversación para evitar que los sujetos se cohibieran al hablar sobre sus actividades (Taylor y Bogdan, 1987, p. 131). En general, los comerciantes que no quisieron ser grabados fueron los que menos se extendieron en sus respuestas y narraciones, por lo que la labor de memoria se volvió menos exigente que si hubiera ocurrido con los demás integrantes de la muestra.

Ahora bien, al llevarse a cabo en cinco puntos de venta en tres alcaldías de la Ciudad de México, el trabajo de campo emprendido para el presente proyecto de investigación permitió registrar modalidades de comercio atomizado en zonas muy distintas de la capital, sobre las cuales es preciso profundizar.

El espacio donde se realizó la mayor cantidad de entrevistas fue en las inmediaciones del hospital de Pemex Sur. Se trata de un sitio donde se concentran distintas modalidades de comercio en vía pública, tanto atomizadas como no atomizadas, así como un número considerable de vendedores. Como edificio de gobierno, atrae un flujo constante de personas. Además, se encuentra en la intersección entre el Anillo Periférico y la calle Línea Uno, que ostenta niveles elevados de congestión de automóviles al ser una de las pocas vialidades que permiten llegar a colonias residenciales en las partes altas del Ajusco y La Magdalena Contreras.

Línea Uno es una avenida de seis carriles, tres en cada sentido, separados por un camellón sobre el cual se ha edificado un mercado al aire libre. Los puestos que se encuentran inmediatamente enfrente del hospital son fijos: estructuras metálicas donde se venden principalmente alimentos preparados y flores para atraer a familiares y pacientes de la institución de salud. Pero unos metros más adelante, las características de los establecimientos cambian a las asociadas con modalidades atomizadas: puestos desarmables y automóviles estacionarios que se ubican a todo lo largo de Línea Uno y la avenida que le sigue, Línea 4. Previo al comienzo de la pandemia, la presencia de vendedores atomizados en el tramo de 500 metros era poco notoria, tan solo unos nueve o diez puestos. Sin embargo,

en el último año, el número ha aumentado de manera considerable y ahora hay por lo menos 30 puestos semifijos y automóviles estacionarios con mercancía en la zona, separados entre sí por un mínimo de cuatro metros, generalmente más.

La zona resultó ser idónea para llevar a cabo el trabajo de campo, pues era posible entablar conversación con múltiples comerciantes en un mismo día sin tener que trasladarse a otro espacio, mismo que era relativamente silencioso y tranquilo. Además, los vendedores resultaron ser muy abiertos a participar en el proyecto de investigación y rara vez se resistieron a responder a las preguntas incluidas en la guía de entrevista que se consideraba más delicadas: por ejemplo, si contaban con permiso para llevar a cabo su venta o si habían tenido que pagar sobornos para mantener sus espacios.

Otro punto con gran presencia de comercio en vía pública de los visitados durante el proceso de trabajo de campo fue la glorieta del Periférico, donde se pudo entrevistar a ocho vendedores. Al igual que en la zona anterior, cuenta con una presencia considerable de comercio en vía pública, al tratarse de un espacio con niveles altos de congestionamiento de automóviles prácticamente en todo momento del día.

La mayor parte de los vendedores se ubican en las inmediaciones de paraderos de camiones, donde pueden encontrarse aglomeraciones pequeñas de puestos fijos de metal y unos pocos puestos semifijos intercalados entre ellos. Pero la razón principal por la que se escogió este sitio fue la presencia de asfalteros o atomizados sin vehículo en distintas regiones dentro del mismo: en los tramos de calle frente a semáforos (cuatro zonas así) y en los puntos donde hace parada el transporte público, pues suben a los camiones a ofrecer sus productos a los pasajeros.

La glorieta resultó ser un punto analíticamente fértil para el trabajo, pero uno donde el proceso de registro de las entrevistas fue más complicado debido a que el ruido era considerablemente mayor que en las inmediaciones del hospital de Pemex. Asimismo, había más movimiento de personas y vehículos, por lo que los vendedores no tenían tanta disponibilidad de tiempo para conversar.

En las calles y ciclovía de San Jerónimo, por su parte, hay una presencia reducida de comerciantes en vía pública (aunque también ha aumentado en meses recientes). De tal manera que sus puestos tienden a estar solos en expansiones amplias de espacio. Al ser una zona residencial, no hay una carga vehicular que genere mucho ruido, lo que fomentó el

intercambio sostenido y prolongado con la mayoría de los vendedores a quienes se abordó en la vía pública. Se logró recopilar testimonios de representantes de las tres modalidades de comercio atomizado, pero, a diferencia de las de vendedores semifijos y asfalteros, los de los móviles con vehículo fueron sumamente cortas.

Por último, el tramo de avenida del Imán donde se hicieron las entrevistas a comerciantes tiene una densidad muy baja de comerciantes en vía pública. En total, se contabilizaron tres puestos fijos y dos puestos semifijos que se ponen solo en ciertos momentos del día en un tramo de 200 metros. La avenida como tal es de nueve carriles, cuatro en un sentido y cinco en el otro, y sí llega a congestionarse severamente en horas pico. Sin embargo, los intercambios con las dos vendedoras con quienes se conversó se hicieron por la noche, de tal manera que el ruido era poco y el flujo de clientes menor que en otros momentos del día. Ambas fueron de las entrevistas más largas que se condujeron durante el trabajo de campo.

5. Análisis de los datos

Una vez concluidas las entrevistas, se utilizó una matriz en Excel para sistematizar la información compartida por los comerciantes según los indicadores definidos en la guía de entrevista y observación presentada en páginas anteriores. De esta manera, se facilitó el proceso de comparación de testimonios para identificar las dimensiones de interés en lo dicho por los vendedores y detectar patrones de ordenamiento entre los distintos casos. Los hallazgos analíticos se detallarán en los siguientes capítulos de la tesis.

6. Limitaciones y sesgos en el trabajo de campo

El objetivo central del presente documento es llevar a cabo un primer acercamiento de investigación empírica con un segmento de actores dentro del comercio en vía pública que no se encuentra plenamente discutido en la bibliografía sobre el tema. Por lo tanto, no es un trabajo que en esta etapa aspire a la exhaustividad analítica sobre el fenómeno. Aunado a esto, es preciso explicitar algunas de las limitaciones y sesgos presentes en la investigación, y sobre los cuales se tendría que profundizar en el futuro.

En primera instancia, solo se están considerando los testimonios ofrecidos por los propios comerciantes atomizados sobre su actividad, tanto en términos de sus condiciones de

trabajo como de las dinámicas de interacción que establecen con las autoridades y con otros vendedores. Es decir, no se agendaron entrevistas con actores que comparten y/o regulan el espacio público del que hacen uso los atomizados. Por ejemplo: autoridades de las alcaldías, policías, vecinos, clientes o comerciantes que pertenecen a categorías distintas de venta, tanto formal como informal. Se optó por enfocar la atención tan solo en los atomizados para evitar complicaciones mayores una vez que se volvió evidente que la pandemia de COVID-19 se alargaría a tal punto que no sería posible hacer el trabajo de campo en condiciones normales de investigación.

Asimismo, ante la imposibilidad de hacer observación participante, la totalidad de los datos se obtuvieron a partir de lo expresado por comerciantes en entrevistas. De tal manera que no fue posible hacer controles cruzados entre lo dicho y lo hecho por los actores para corroborar la veracidad de la información. Si bien sí se emprendieron ejercicios de observación sobre el contexto y las actividades de los vendedores cuando se visitaban los puntos donde se desarrolló el trabajo de campo, estos fueron limitados y únicamente en un par de instancias aportaron algo a la comprensión de las dimensiones organizativas o de interacción con autoridades.

De igual manera, por razones de seguridad para todas las partes involucradas en el trabajo de campo, se hizo lo posible por limitar el contacto durante las entrevistas. Esto impactó en distintos niveles. Para empezar, se procuró que las entrevistas fluyeran de la manera más rápida posible. No se interrumpía a los vendedores cuando hablaban sobre algún tema, pero en cuanto un silencio se extendía, se pasaba a la siguiente pregunta. Esta dinámica estuvo especialmente presente cuando se habló con ambas modalidades de atomizados móviles si las conversaciones se llevaban a cabo en alguno de los sitios con mayor densidad de peatones y automóviles. Por lo tanto, en condiciones normales, podrían hacerse entrevistas menos apresuradas y en las cuales se aborden los temas de interés a mayor profundidad.

Aunado al punto anterior, no se hicieron entrevistas de seguimiento, sino que se habló con cada comerciante una sola vez durante el mes de febrero de 2021 y en la mayoría de las ocasiones ese diálogo se daba inmediatamente después de haber establecido el primer contacto. Nuevamente, se decidió proceder de esa manera para limitar la interacción y reducir las posibilidades de contagio lo más posible. Una cuestión negativa de la dinámica es que no fue posible construir un verdadero *rapport* con los informantes, pues no hubo relaciones

sostenidas durante un periodo más o menos extendido de tiempo que fomentara la confianza y el flujo más sostenido de datos sobre su actividad.

Tomando todo esto en cuenta, los próximos capítulos constituyen el núcleo analítico de la tesis, pues dan cuenta de los patrones identificados en la modalidad atomizada de comercio en vía pública y proponen una serie de categorías para entender la forma en que las dimensiones de condiciones de venta y posibilidades organizativas interactúan entre quienes ejercen la actividad por cuenta propia en los espacios urbanos de la Ciudad de México.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Introducción

A pesar de las dificultades encontradas para desarrollar el trabajo de campo, fue posible registrar datos suficientes para arrojar luz sobre las dimensiones del comercio atomizado en vía pública que interesan a la investigación (condiciones de trabajo, trayectoria laboral, gestión de necesidades y estrategias de supervivencia y resistencia). La presentación de los hallazgos –objetivo central del capítulo– se ordena a partir de una segunda tipología de venta en condiciones de autonomía, constituida por cuatro categorías: (1) semifijos establecidos, (2) semifijos recién incorporados, (3) asfalteros establecidos y (4) asfalteros recién incorporados. Su elaboración fue conducida por los criterios analíticos planteados en el proyecto (las preguntas de investigación), en conjunción con lo observado y escuchado durante la fase de indagación empírica en que se entrevistó a los comerciantes en sus espacios de trabajo.

El capítulo se divide en cuatro secciones, estructuradas de forma tal que se clarifique de la mejor manera posible el proceso de construcción lógica emprendido durante la etapa de análisis de datos a la luz de la bibliografía especializada en el comercio en vía pública. Estas son: (1) caracterización de la tipología propuesta sobre el comercio atomizado, (2) retrato hemerográfico general de las condiciones de trabajo en el sector informal durante la pandemia de COVID-19, (3) descripciones densas de cada uno de los cuatro tipos de venta atomizada recién enumerados y (4) presentación breve de hallazgos sobre atomizados móviles con vehículo.

Tipología del comercio atomizado en vía pública

Conforme se desarrollaba el trabajo de campo, fue posible identificar dos aspectos del fenómeno que impactaban en la configuración que asumían las cuatro dimensiones de interés en la venta emprendida por cada sujeto abordado: (1) modalidad de comercio y (2) experiencia en el sector. Ante esto, surgió la idea de ordenar los resultados de manera tal que se pudiera distinguir entre formas de venta a partir de la intersección de ambas.

Su importancia se ha vislumbrado ya en capítulos previos del documento, si bien solo en cuestiones prácticas sobre el acceso al campo y el desarrollo de las entrevistas. La modalidad de venta atomizada resultó ser un criterio fundamental de variación en las

posibilidades de establecer contacto con comerciantes debido a las marcadas diferencias en el tiempo del que disponían los actores para conversar durante sus jornadas. Pero impacta también en las condiciones de trabajo y las avenidas disponibles para la gestión de necesidades y la definición de estrategias de supervivencia y resistencia reportadas por los comerciantes.

Por ejemplo, mientras que la autonomía espacial relativa en que laboran los atomizados semifijos se traduce en niveles reducidos de vinculación con otros vendedores con quienes comparten las zonas de trabajo, el uso estático que hacen de los espacios implica una interacción más estable con las autoridades encargadas de regularlos. En cambio, la movilidad constante de los asfalteros reduce el contacto con autoridades, pero aumenta las probabilidades de convivencia entre ellos mismos en sus sitios de venta. Por lo tanto, la distinción entre modalidad de comercio atomizado se torna una dimensión pertinente para comprender el funcionamiento de la venta atomizada y que se incorporó en la tipología que se desarrollará en las próximas páginas. En vista de que solo se cuenta con dos registros de comerciantes atomizados móviles con vehículo, únicamente se incluyeron los valores de (1) atomizados semifijos y (2) atomizados móviles sin vehículo o asfalteros dentro de la dimensión.

Por su parte, la influencia de la experiencia laboral en el sector durante el trabajo de campo no es tan clara, más allá de que en términos generales eran los vendedores con más años de trayectoria en la actividad los que se mostraban más accesibles a participar y que se extendían más durante las entrevistas. Sin embargo, su importancia en cuanto a condiciones de trabajo y formas de organización se vuelve evidente si se retoman algunos de los puntos que se resaltaron previamente en el capítulo de revisión del estado de la cuestión.

Las diferencias entre escuelas de análisis del sector informal resultan orientadoras sobre las condiciones de ingreso al comercio en vía pública. Mientras que dualistas y estructuralistas identifican factores propios de las economías capitalistas como fundamentales para dar cuenta de la aparición y expansión de la informalidad en distintos contextos nacionales, partidarios de los enfoques legalista y voluntarista optan por enfatizar las capacidades agenciales de los sujetos, quienes deciden con distintos grados de libertad continuar con su desarrollo profesional fuera de los mecanismos reguladores del Estado.

Al recopilar los datos en campo fue posible establecer distinciones marcadas entre comerciantes cuyo ingreso al sector era reciente y principalmente resultado de la coyuntura económica traída por la pandemia de COVID-19, y aquellos con experiencia más extendida como vendedores en vía pública y que se adentraron en la actividad por razones de otra naturaleza (principalmente, la influencia de sus parientes).

Debido a las contingencias que derivaron en su ingreso al sector, la mayoría de los recién llegados no contaban con lazos personales que funcionaran como guías para facilitar su entrada al comercio callejero, ni para sobreponerse a los obstáculos más prevalentes que hay en este: lidiar con autoridades y vendedores establecidos, así como lograr ingresos suficientes. Por lo tanto, tienen que movilizar sus propias capacidades para hacer frente a esfuerzos emprendidos por otros actores sociales para expulsarlos de sus espacios de trabajo y a las complicaciones traídas por la carencia de una base establecida de clientes que consuman sus productos con relativa constancia. En los casos en que los nuevos atomizados sí disponen de contactos dentro del sector informal, pueden maniobrar de manera más efectiva para evitar descalabros al llevar a cabo su actividad. Pero, incluso entonces, las dificultades intrínsecas a la venta en vía pública les exigen adaptabilidad respecto a sus nuevas condiciones de empleo, principalmente porque están ingresando a espacios nuevos.

Se trata entonces del segmento dentro de la muestra de comerciantes atomizados que se encuentra en situaciones de mayor vulnerabilidad. La falta de experiencia para negociar con autoridades y, especialmente, para lidiar con comerciantes establecidos rivales se traduce en cierta inestabilidad en su permanencia en los espacios. Asimismo, como ocurre con cualquier negocio que abre sus puertas por primera vez, deben atravesar por un proceso de dar a conocer su mercancía y atraer clientes para lograr un ingreso sostenido. Ante la falta de interacción con otros sujetos en condiciones similares, sus estrategias para lidiar con amenazas externas y con la falta de liquidez las emprendían mayoritariamente de manera individualizada. No obstante, también se presentó un caso de comerciantes de reciente ingreso que empezaban a establecer vínculos con otra vendedora también nueva, quien les brindó consejo sobre el punto de venta para que no tuvieran que enfrentarse a las mismas dificultades que ella.

En cambio, los vendedores con experiencia cuentan con mayor estabilidad en sus condiciones de trabajo, resultado de sus años de trayectoria dentro del sector del comercio en

vía pública, al cual no siempre ingresan por pérdida de empleo. Múltiples sujetos explicaron que su comienzo en la actividad se dio porque era el negocio familiar o porque encontraron ventajas en ella que no estaban disponibles en modalidades de trabajo formal. En contraposición a los recién llegados, muchos mantienen relaciones relativamente estables con las autoridades encargadas de regular sus espacios (aunque pueden sufrir alteraciones cuando cambian las administraciones políticas locales o la legislación que regula la materia) y con otros vendedores dentro de estos. Sin embargo, disponen de lazos con otros actores del entorno, como vecinos y clientes, que pueden movilizar para disminuir los niveles de riesgo a los que se expondrían en situaciones de emergencia, como esfuerzos por expulsarlos del espacio o falta de venta por condiciones económicas adversas.

Como ocurrió con la anterior, se identificaron dos valores en la dimensión de experiencia en el sector de comercio en vía pública: (1) establecidos y (2) recién incorporados. El punto de corte para distinguir entre uno y otro fue el inicio de la pandemia de COVID-19, es decir, marzo de 2020. Todo vendedor que empezara a ejercer la venta atomizada previo a esta fecha es considerado establecido y todo el que haya tenido un ingreso posterior está catalogado como recién incorporado.

La tipología, entonces, contiene cuatro categorías de comercio atomizado en vía pública: (1) *semifijos establecidos*, (2) *semifijos recién incorporados*, (3) *asfalteros semifijos* y (4) *asfalteros recién incorporados*. Las próximas secciones del capítulo están dedicadas a la elaboración de descripciones densas de cada una, estructuradas a partir de las cuatro dimensiones analíticas que interesan al presente trabajo: condiciones de trabajo, trayectoria laboral, gestión de necesidades y estrategias de supervivencia y resistencia. Sin embargo, antes de pasar a ellas es necesario hacer un retrato del contexto político en que están ejerciendo su venta, particularmente en lo que refiere a los discursos y acciones de autoridades gubernamentales respecto al comercio en vía pública durante la coyuntura pandémica.

El comercio en vía pública durante la pandemia de COVID-19

El objetivo de la presente sección es hacer una descripción breve del contexto político y social de la venta en vía pública antes y durante el periodo de tiempo en que se desarrolló el

trabajo de campo: febrero de 2021 –11 meses después de que se reportara el primer caso de COVID-19 en el país–.

Como ya se mencionó anteriormente, la relación entre autoridades gubernamentales de la Ciudad de México y comerciantes en vía pública tiende a moverse en un espectro que va de la represión a la tolerancia (Cross, 1998, p. 41). Asimismo, distintos autores han encontrado que, en lapsos de inestabilidad social y económica, la actitud de funcionarios y oficiales de policía tiende a ser de permisividad con los vendedores, resultado de que el sector informal funciona como una red de seguridad que absorbe a los desempleados y facilita que los estratos pobres salgan adelante por sí mismos, sin necesidad de recibir apoyos estatales.

No obstante, si bien la revisión hemerográfica y las entrevistas realizadas con comerciantes sí permiten dar cuenta de un contexto general más tolerante con el comercio en vía pública durante la coyuntura de crisis sanitaria y económica, no se trata de una postura abierta y completamente coherente asumida por las autoridades. Es decir, las relaciones entre vendedores y gobierno se mantienen en una dinámica de negociación constante (Silva, 2010, p. 218), incluso en periodos de inestabilidad generalizada.

En ese sentido, también hay instancias de medidas de corte más represivo implementadas por las autoridades estatales antes y durante la pandemia de COVID-19, como expulsiones (Agencia Notimex, 2019; Andrew, 2019; Campos, 2019; Stettin, 2020a; Vargas, 2020); reordenamiento de los espacios de venta (Argüelles, 2020; Stettin, 2020b); limitación en los horarios y días en que pueden trabajar los comerciantes (Bravo, 2020); aumento en las sanciones y multas en que pueden incurrir (Serna, 2020, p. 5); detenciones de vendedores (Estrada, 2020; Redacción Animal Político, 2020; Rivas, 2020); e incluso el arrestos de algunas de las lideresas más poderosas de los grupos del Centro Histórico, si bien no por asuntos relacionados directamente con el uso del espacio (González, 2021; Redacción Expansión Política, 2021; Pantoja, 2021b).

Discursivamente, durante el mes de febrero de 2020, en una conferencia de prensa la jefa de gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum Prado¹, se pronunció en contra

¹ Claudia Sheinbaum es militante del partido político Movimiento Regeneración Nacional (Morena), que durante las elecciones de 2017 ganó el control de 11 de las 16 alcaldías de la Ciudad de México junto con sus aliados (Partido Encuentro Social [PES] y Partido del Trabajo [PT]), las 5 restantes se reparten de la siguiente manera: 4 están en manos de políticos de la coalición Por México al Frente (conformada por el Partido

de la falta de cumplimiento en que incurren los comerciantes del Centro Histórico respecto a los acuerdos establecidos con las autoridades, pues continúan vendiendo en áreas restringidas a pesar de que hay un compromiso de no hacerlo (Gobierno de la Ciudad de México, 2020a). Ese mismo posicionamiento lo han presentado otros funcionarios de la administración actual, encargados de regular la venta en vía pública. Un caso notorio ha sido el de Dunia Ludlow Deloya, Coordinadora General de la Autoridad del Centro Histórico (ACH), quien por diversos medios ha expresado su intención de lograr un supuesto balance entre el respeto al derecho al trabajo de los vendedores y el del acceso al espacio público de los ciudadanos, así como reducir la figura del líder como intermediario entre la autoridad y los comerciantes, lo que parece haberse traducido en mayor intransigencia en el trato que tienen funcionarios de a pie y policías con vendedores de la zona (Ludlow, 2020; samnbk, 2020).

Sin embargo, en la práctica, las posturas oficiales más inflexibles chocan con la capacidad de los comerciantes de ejercer presión sobre las autoridades, algo que ha sido notorio durante el último año. Por ejemplo, desde finales de 2019 se empezaron a tener discusiones en el Congreso de la Ciudad de México –el principal órgano legislativo de la capital– para aprobar una iniciativa de ley que regulara más claramente el comercio en vía pública, denominada Ley de Trabajadores No Asalariados y popularmente conocida como Ley «Chambeando Ando». A pesar de que su redacción se hizo a partir del diálogo entre legisladores y lideresas de los grupos más poderosos de comerciantes del Centro Histórico, las segundas se han mostrado inconformes con la versión final del documento, lo que ha derivado en movilizaciones de protesta contra la proposición y a que los representantes políticos pausaran la discusión y atrasaran la fecha de publicación por considerar que el momento coyuntural era inapropiado para hacerlo (Cruz, 2019, 2020a, 2020b, 2020c, 2020d; Navarrete, 2020a, 2020b, 2021; Redacción 24 Horas, 2020).

Lo mismo ocurre en el trato de oficiales de policía con vendedores en vía pública. Ante las circunstancias de mayor dificultad para ejercer su actividad, durante el 2020 tuvieron lugar manifestaciones colectivas emprendidas por comerciantes y en ocasiones activistas

Acción Nacional [PAN], Partido Revolución Democrática [PRD] y Movimiento Ciudadano [MC]) y 1 está bajo la administración del Partido Revolucionario Institucional (PRI) (Redacción Milenio Digital, 2021). La alcaldía Cuauhtémoc, dentro de la cual se encuentra la zona del Centro Histórico, epicentro del comercio en vía pública en la capital, actualmente es gobernada por Néstor Núñez, militante de Morena, aunque recientemente quedó fuera de la contienda para reelegirse en 2021, por lo que habrá un reordenamiento de la administración en el futuro cercano (Juárez 2021a, 2021b; Morales, 2021; Pantoja, 2021a).

para exigir acceso a los espacios de venta y mayor tolerancia en el trato de las autoridades, entre otras estrategias movilizadas para continuar trabajando incluso en condiciones de cierre por la pandemia de COVID-19 (Dimayuga, 2020; Grappa, 2020; Redacción ContraRéplica, 2020; Redacción El Imparcial, 2020; Ruiz y Jiménez, 2020; Salazar, A., 2020; Salazar, D., 2020; Vela, 2020; Velázquez y Ramírez, 2021).

El posicionamiento oficial de los gobernantes se ha mantenido constante, instando a los comerciantes a que respeten las restricciones espaciales, así como que suspendan sus actividades completamente durante los periodos de mayor incidencia de contagio del virus. Pero incluso en los meses en que las cifras de casos positivos, ocupación hospitalaria y muertes en la capital mexicana sobrepasaron los límites tras los cuales fue necesario implementar cierres a las actividades económicas no esenciales, las calles de la ciudad realmente nunca se vaciaron de comerciantes (Arteta, 2021; García, 2021; Gómez Flores, 2021; López, 2020; Ordaz Díaz, 2020; Pradilla, 2020; Redacción Excélsior, 2020b; Rivera y Olvera, 2020; Ruiz y Jiménez, 2020).

En zonas donde en condiciones normales hay mayor presencia de venta en vía pública y en las que se concentran buena parte de los esfuerzos regulatorios reportados en medios de comunicación masiva, la actividad continuaba (Roa, 2020; Redacción AN/LP, 2021). Los comerciantes justificaban su presencia en el espacio público aludiendo a su incapacidad de suspender sus trabajos, aun cuando corren peligro de contagiarse de la enfermedad, pues les sería imposible subsistir sin esos ingresos diarios, así como la insuficiencia de los apoyos ofrecidos por las autoridades y que en ocasiones necesitaban ser complementados por los propios liderazgos de sus grupos (Alarcón, 2020; Cedillo Cano, 2020; Ramírez, 2021; Redacción Sin Embargo, 2020).

Además de las dificultades presentadas por el contexto de pandemia y las restricciones implementadas por autoridades estatales, también hay reportajes periodísticos sobre ralentización en las cadenas de distribución de mercancía importadas desde países del sureste asiático (punto cero de la pandemia) (Cruz Vargas, 2020a); incremento en los casos de extorsión y cobro de derecho de piso a comerciantes por miembros de organizaciones del crimen organizado (Alzaga, 2020; Noticieros Televisa, 2020; Argüelles, 2021; Bravo, 2021); y presiones mediáticas ejercidas por organizaciones gremiales de comerciantes formales para que se regule más severamente la venta en vía pública, pues acusan competencia desleal en

el hecho de que se tolera que los informales continúen con sus actividades mientras ellos dicen cumplir con las restricciones sanitarias (Navarro, 2021; Patiño y Ávila, 2020).

Ahora bien, la gran mayoría de las notas periodísticas que abordan el tema del comercio en vía pública se concentran en la zona del Centro Histórico de la Ciudad de México, misma que –como ya se dijo anteriormente– es uno de los epicentros continentales y globales de venta informal. Al tratarse también del territorio donde se encuentran los grupos de comerciantes mas antiguos y con liderazgos más protagónicos, las acciones reguladoras y movilizaciones de vendedores que tienen lugar en sus calles acaparan buena parte de la atención de los medios de comunicación.

En cambio, en alcaldías como las elegidas para elaborar el trabajo de campo descrito en el presente documento, donde la presencia de comerciantes es menor y las dinámicas de interacción entre estos y las autoridades no alcanzan niveles tan altos de organización, institucionalización y visibilidad, no es posible hacer un seguimiento hemerográfico sistemático de las condiciones de venta. Sin embargo, los hallazgos del proceso investigativo parecen mostrar que prevalece un ambiente de mayor tolerancia con los vendedores que trabajan en el espacio público, incluso durante las semanas en que la suspensión de actividades no esenciales fue más severa.

Algunos de los sujetos entrevistados reportan haber tenido que interrumpir su comercio durante el segundo pico de contagios de COVID-19 por indicación expresa de las autoridades de vía pública. No obstante, lo hicieron por periodos reducidos de tiempo, a pesar de que la prohibición de venta debía extenderse durante los meses enteros en que la capital estuvo en condiciones de semáforo rojo epidemiológico. En dos casos, Octavio y Rodrigo² –comerciantes atomizados semifijos en las zonas de ciclovía y glorieta, respectivamente– pudieron regresar a sus espacios a las dos semanas. Para los vendedores en las inmediaciones de Pemex, los funcionarios toleraron que retornaran al sitio a los pocos días. Miguel –también semifijo entrevistado en este mismo espacio– tuvo que dejar su empleo como asfaltero que vendía guisados en un carrito, porque la implementación de cierre fue total en las colonias que conformaban su ruta y no le fue posible continuar con su actividad. Aún así, tan solo

² Como ya se mencionó anteriormente, todos los nombres de comerciantes que aparecen en el documento son pseudónimos, pues se busca proteger la identidad de los entrevistados.

unas semanas después volvió a trabajar, ahora en el puesto de flores donde se realizó la entrevista y en el cual ya tenía experiencia previa de empleo.

Lo anterior no significa que la venta en las alcaldías y colonias elegidas existiera en circunstancias completamente ajenas a la situación traída por la pandemia de COVID-19, pues las medidas de cierre económico impactaron notoriamente en las jornadas laborales de los comerciantes. El golpe más duro fue a los ingresos que han logrado durante todo 2020 y los dos primeros meses de 2021: la gran mayoría de los vendedores reportan disminuciones en sus ganancias.³ Además, muchos dicen sentir temor a enfermarse en el trabajo y han tenido que modificar sus prácticas higiénicas para protegerse y para que los clientes no desconfíen de la limpieza de su mercancía. Finalmente, el costo de los ingredientes y productos que algunos venden ha subido en meses recientes, consecuencia de las condiciones económicas nacionales y las trabas que han atrofiado las cadenas de distribución de mercancía importada.

Por lo tanto, a pesar de las diferencias aparentes entre el comercio en vía pública que se lleva a cabo en zonas como el Centro Histórico de la Ciudad de México y el desarrollado en colonias como las elegidas para el proyecto de tesis, el panorama contextual elaborado hasta ahora permite vislumbrar a grandes rasgos cuáles eran las condiciones políticas, económicas y sociales que permeaban la actividad durante el mes de febrero de 2021. El trabajo de campo se desarrolló en una atmósfera de relativa incertidumbre, con discursos represivos de las autoridades, pero aparente tolerancia en la práctica y una en que los niveles de precariedad en el ingreso –que en condiciones normales ya resultan considerables para un segmento amplio de vendedores– aumentaron de manera notoria para la mayoría de los sujetos.

Es así como en las siguientes secciones se presentarán descripciones lo más densas posibles de los cuatro tipos de comercio atomizado en vía pública que pudieron identificarse en los cinco espacios de venta donde se trabajó, mismos en que la situación coyuntural tuvo un impacto más o menos perceptible en las formas de trabajo desarrolladas por los sujetos. Nuevamente, estas caracterizaciones buscarán dar respuesta a las cuatro preguntas de investigación, relacionadas con las dimensiones de: (1) condiciones de trabajo, (2) trayectoria laboral, (3) gestión de necesidades y (4) estrategias de supervivencia y resistencia.

³ Hay unos cuantos que dicen haber logrado sus mejores ventas durante los periodos más álgidos de contagio, pues se convirtieron en la única fuente de acceso a las mercancías que ofertaban en sus zonas de venta, una vez que el resto de los negocios formales cerraron sus puertas por las medidas sanitarias.

Descripciones de los tipos de comercio atomizado en vía pública

1. Atomizados semifijos establecidos

En total se lograron hacer nueve registros de comerciantes atomizados que trabajaban en la modalidad semifija y cuya trayectoria en el sector se remontaba a tiempos anteriores a la crisis sanitaria y económica traída por la COVID-19. De estos, seis utilizan puestos desarmables, dos usan vehículos estacionarios y una, Chayo, actualmente es dueña de dos puestos fijos, pero antes de eso trabajó por años en puestos semifijos.

Nombre	Punto de venta	Mercancía	Rango de edad (años)	Años de experiencia	Tipo de puesto	Permiso	Razón de ingreso
Carlos	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Alimentos artesanales	30-45	8	Automóvil estacionario	Documento oficial ⁴	Preferencia personal
Chayo	Avenida del Imán	Alimentos empaquetados y bebidas embotelladas, frutas y verduras	61 o más	30	Fijo	Documento oficial	Preferencia personal
Griselda	Ciclovía	Flores	61 o más	50	Semifijo	Acuerdo oral ⁵	Influencia de parientes
Humberto	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Alimentos artesanales	16-29	5	Semifijo	Documento oficial	Influencia de parientes
Luisa	Avenida del Imán	Guisados	46-60	42	Automóvil estacionario	Documento extraoficial ⁶	Influencia de parientes

⁴ Permisos o licencias para vender en vía pública que los comerciantes tramitan en las instancias de gobierno correspondientes. Según lo reportado por algunos vendedores, con los años se ha complicado considerablemente la gestión de dichas licencias.

⁵ Los acuerdos orales son aquellos establecidos entre comerciantes y representantes de las autoridades encargadas de regular el uso del espacio público por medio de negociaciones individuales.

⁶ Con documento extraoficial se hace referencia a cualquier forma de documento escrito, distinto a las licencias oficiales que pueden tramitarse en instancias gubernamentales, que el vendedor utilice para justificar su utilización del espacio público, en especial cuando es increpado por algún representante de la autoridad para así evitar o dificultar el ser sancionado o retirado de la zona. Luisa, por ejemplo, trabaja en un *tianguis* los fines de semana y cuenta con una licencia para trabajar en el mercado, pero considera que esta también la habilita para vender sobre la banqueta de Avenida del Imán, si bien esto no es cierto en estricto sentido. Hasta el momento no ha tenido problemas con las autoridades en su sitio de trabajo, pero considera que la posesión del documento evitaría su retiro en caso de que se presentara la ocasión. En el caso de Rodrigo, redactó una carta dirigida a las autoridades de la alcaldía, explicando el motivo de su venta, dónde se ubica su puesto y la mercancía que ofrece para «amparar» su actividad y que sea tolerada. Aunque la carta no constituye una licencia oficial, sí le ha servido para evitar que policías y funcionarios de Vía Pública lo sancionen. Por lo tanto, se hace esa distinción entre documento oficial y extraoficial porque pareciera ser que la posesión de ciertos documentos, aunque no sean licencias oficiales tramitadas en las instancias correspondientes, cuentan con algún grado de efectividad para reducir las sanciones en que incurrir los comerciantes por trabajar en la vía pública.

Miguel	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Flores	16-29	2	Semifijo	No sabe	Pérdida de empleo y preferencia personal
Nelson	Glorieta del Periférico	Alimentos empaquetados	16-29	3	Semifijo	No sabe	Preferencia personal
Octavio	Ciclovía	Galletas artesanales, bebidas embotelladas y cigarros	46-60	3	Semifijo	Acuerdo oral	Preferencia personal
Rodrigo	Glorieta del Periférico	Antigüedades y decoraciones	46-60	30	Semifijo	Documento extraoficial	Pérdida de empleo

Los nueve sujetos desarrollan su actividad en zonas distintas de la Ciudad de México: tres en las inmediaciones del hospital de Pemex, dos en avenida del Imán, dos en la glorieta del Periférico y dos más en la ciclovía de San Jerónimo, por lo que hay diferencias marcadas en sus entornos de venta, particularmente en lo que refiere a su distribución en el espacio, el trato que reciben de las autoridades y las interacciones que predominan con otros comerciantes.

Sin embargo, en términos generales, hay puntos en común en lo expresado por los sujetos, quienes parecen coincidir en que, durante los últimos años, su permanencia en vía pública no pelagra tanto como en otros momentos y con gobiernos capitalinos anteriores. Tan solo en los periodos más críticos de la pandemia algunos tuvieron que suspender sus actividades temporalmente por indicación expresa de las autoridades (Octavio y Rodrigo) y uno más perdió permanentemente su empleo anterior como asfaltero en la colonia de San Bernabé, consecuencia de las medidas de cierre económico (Miguel). El nivel de estabilidad varía según distintos factores en sus condiciones de trabajo, el principal de los cuales es la posesión o no posesión de permisos oficiales o extraoficiales para la venta en vía pública, cuya emisión depende en gran medida del lugar donde comercian.

En las inmediaciones del hospital de Pemex Sur, por ejemplo, hay normativas formales e informales que rigen el acceso, permanencia y distribución del espacio, mismas que los funcionarios de Vía Pública de la alcaldía Tlalpan hacen cumplir. Al tratarse de una zona con flujo constante de peatones y automovilistas, la densidad de comerciantes en vía pública es de las más altas entre los lugares elegidos para el trabajo de campo. Por lo tanto, en condiciones normales las autoridades regulan la actividad por medio de la emisión de permisos para vendedores, así como la delimitación de puntos en las calles en que pueden

montar sus puestos y el establecimiento de características físicas con los que estos deben cumplir.

Dos de los tres comerciantes semifijos establecidos a quienes se entrevistó en la zona, Carlos y Humberto, dicen contar con permisos oficiales y por escrito para ejercer su comercio. Humberto, tramitó el suyo a finales de 2019, previo a su ingreso al espacio y directamente en las oficinas de la alcaldía. El documento tiene una vigencia de tres años y debe ser renovado al cumplirse el plazo. Comenta que a los funcionarios «hay que tratarlos bien» e «ir a pedir permiso para que te dejen trabajar», de lo contrario podrían «recogerles las cosas»: un puesto de nieves que administra con su hermano. Hasta el momento, no ha tenido problema con ellos ni con los policías que patrullan las calles. Carlos trabaja vendiendo alimentos artesanales en una camioneta cuyo dueño ya había tramitado el permiso para cuando él ascendió a administrador de la misma y tampoco ha tenido conflicto alguno con las autoridades. El tercero, Miguel, desconoce si el puesto de flores en el que labora como empleado cuenta con licencia oficial, pero, cuando le ofreció el trabajo, su jefe le dijo que «tenía arreglado todo». En las pocas ocasiones en que funcionarios le han preguntado por su permiso, tan solo da el nombre del patrón y lo dejan laborar sin interferencia.

Chayo –dueña de dos puestos fijos que se ubican sobre avenida del Imán, en la alcaldía Coyoacán– también se encuentra en una condición similar, pues cuenta con permiso oficial, tramitado a finales de la década de 1990. Su historia permite establecer claramente la diferencia que puede significarle a un vendedor el poseer una licencia oficial para desarrollar la actividad, pues por años trabajó como comerciante autoempleada en puestos semifijos de la zona y continuamente era sancionada por las autoridades de Vía Pública, quienes le retiraban sus pertenencias y la multaban. Asimismo, su transición de puestos semifijos a fijos fue una estrategia para reducir el asedio de los funcionarios:

Antes Vía Pública me quitaba mis cosas: me quitaba mi mesa, me quitaba mis aparatos, me dejaba sin nada. Y tenía que ir yo a pagar multa y recoger mis cosas. Así duré como un año, hasta cuando pensé en el puesto y dije: «Pues ni modo, a ver, que se lleven el puesto». Aunque sí se lo podían llevar, ¿verdad? Pero no, ya después, pues fui para que me dieran permiso y sí me dieron un permiso ahí. En ese tiempo era fácil conseguir los permisos. [...] [Fue] en el

'93, '94... como en el '97. [...] Me dieron un papel por si acaso llegaban los de la camioneta [de Vía Pública] y se los enseñara. Y ya de ahí, ya, empecé, y gracias a Dios ya no me molestaron. [...] [Hoy en día está] mucho [más complicado], mucho. Ahora no hay permisos, ahora sí no hay permisos de nada.

El resto de los atomizados semifijos establecidos a quienes se entrevistó no cuentan con permisos oficiales que habiliten su venta. No obstante, hay algunos que utilizan documentos alternativos para evitar o complicar que autoridades los retiren de sus espacios, como en los casos de Rodrigo y Luisa.

El primero tiene más de 30 años de experiencia vendiendo lo que él denomina «chucherías» (antigüedades y artículos decorativos de segunda mano) en un puesto que monta y desmonta diariamente en uno de los costados de la glorieta del Periférico, cerca de una parada de camiones. Dice que durante el sexenio anterior sí tuvo que lidiar con policías que le pedían que se retirara de su punto de venta sin ofrecer justificación para hacerlo, algo que no le parecía correcto, pues ni siquiera son la autoridad encargada de regular el comercio informal. Pero en los últimos años pudo establecer diálogo con los funcionarios de Vía Pública –la autoridad competente en esa materia–, quienes le indicaron que escribiera una carta dirigida al titular de la alcaldía, misma que funciona como una forma de amparo para que «toleren» su puesto. Desde entonces ha podido vender sin contratiempos. Tan solo durante el inicio del semáforo rojo pandémico las autoridades le pidieron que suspendiera su actividad, pero un par de semanas después pudo regresar sin incurrir en sanción alguna.

Luisa y su esposo, por su parte, trabajan las noches de lunes a viernes vendiendo guisados desde la cajuela de su auto, que estacionan sobre la banqueta de avenida del Imán, frente a la entrada de una unidad habitacional. No cuentan con permiso formal para trabajar en ese espacio, pero, desde 1985, todos los domingos venden comida en un *tianguis* que se coloca sobre la misma vía, actividad para la cual el delegado del mercado les tramitó un documento oficial que habilita esa forma de comercio. Si bien en los 18 años que llevan vendiendo comida en la modalidad atomizada, han tenido pocos conflictos con las autoridades, Luisa considera que el permiso podría funcionarle para evitar que la retiren del espacio si se da la ocasión:

Si llegara a venir una patrulla, yo tengo un permiso que me respalda del mercado. Porque el mercado me da una credencial y autoriza que podemos vender en vía pública por la... con un permiso de la delegación [alcaldía].

Finalmente, Griselda y Octavio –quienes trabajan en los costados de la ciclovía, parte de la alcaldía La Magdalena Contreras– no cuentan con ningún tipo de documento que habilite su uso del espacio público. Sin embargo, rara vez lidian con esfuerzos de las autoridades para expulsarlos de sus lugares de venta. Ambos han establecido acuerdos verbales, es decir, extraoficiales, con funcionarios de Vía Pública para que les permitan ejercer la actividad.

Griselda, menciona que las pocas ocasiones en que las autoridades confiscaron su mercancía se dieron a raíz de quejas emitidas por una comerciante de flores rival que también trabaja en la zona y que la denuncia para reducir la competencia. Pero incluso entonces, puede dialogar con los funcionarios para que le devuelvan sus pertenencias sin pagar multa y le permiten regresar a su punto de venta inmediatamente. Su llegada a ese territorio, de hecho, se dio 10 años atrás y fue motivada por la mayor permisividad de las autoridades de la alcaldía con el comercio en vía pública, por lo menos en comparación con las de la Miguel Hidalgo, donde trabajó por décadas con temor constante de ser detenida por vender leña y flores en las calles de la demarcación.

Precisamente Octavio habla de la mayor flexibilidad mostrada por las autoridades de La Magdalena Contreras, algo que atribuye a que la composición social y la historia de la alcaldía hacen que se mantengan reglamentaciones extraoficiales, regidas por nociones de usos y costumbres:

Aquí [San Jerónimo Lídice y Aculco] es pueblo, no es considerada, este... cómo se puede decir... una colonia libre de provincia. Aquí es el pueblo de San Jerónimo todavía. Y más arriba, pues es más. Todavía hay establos, hay rancherías. Entonces aquí todavía es pueblo. Entonces según lo que yo tenía entendido es que los nativos de aquí eran como que los que tenían preferencia para algo así [comercio en vía pública], no la gente que venía de otros lados.

Te digo, los consideraban como que invasores. [...] Todo eso fue cambiando y cambiando, inclusive ya hay gente que no es de aquí, pero vende por todos lados. Aquí como que se marcó mucho el acuerdo con los de Vía Pública por eso.

Hace tres años, cuando recién empezó a dedicarse al comercio atomizado en vía pública, intentó tramitar un permiso oficial sin éxito, pues dice que las autoridades de la alcaldía ponen demasiadas trabas burocráticas para llevar la gestión a buen término. Aún así logró «arreglarse» con un funcionario de Vía Pública, quien le permite hacer uso del espacio a cambio de que ocasionalmente lo deje consumir productos en su puesto sin que haya cobro de por medio, algo que le implica una pérdida casi insignificante de ingreso. Sin embargo, la falta de un documento oficial que habilite su venta sí le afectó durante las primeras semanas del segundo periodo de semáforo rojo pandémico, pues las autoridades le indicaron que debía suspender y no tuvo manera de argumentar contra el retiro. La prohibición no se mantuvo mucho tiempo, a los 15 días pudo negociar para que le permitieran regresar a su punto de comercio, a pesar de que las restricciones de actividades económicas no esenciales seguían en vigor.

Además de las distintas formas de permisos a las que pueden acceder los atomizados semifijos con experiencia –mismas que facilitan su permanencia en el espacio público–, el hecho de que su llegada a esas zonas no se haya dado en épocas recientes es un factor importante para evitar retiros y mantener ingresos estables en condiciones de precariedad elevada. Es decir, cuando el vendedor se ha vuelto una cara familiar para autoridades, vecinos y clientes, su continuidad en el espacio es más segura y puede disfrutar de una serie de beneficios en el corto plazo.

Para Carlos, el vendedor de alimentos artesanales a un costado del hospital de Pemex, el hecho de que la camioneta que administra tuviera años comerciando en los dos mismos puntos de la ciudad⁷ ha derivado en que residentes de ambas zonas se conviertan en clientes frecuentes que consumen sus productos semanal, quincenal o mensualmente. Por lo mismo, incluso durante la coyuntura de crisis económica sus ingresos diarios no solo no han

⁷ Trabaja en las inmediaciones del hospital de Pemex Sur el sábado y domingo, pero entre semana su sitio de venta es en los alrededores de los Viveros de Coyoacán, un parque que se ubica en una colonia de clase alta donde logra ingresos sustanciales, mucho mejores que los que hay en Tlalpan.

disminuido, sino que aumentaron. Probablemente esto se debe a que las restricciones de movilidad experimentadas por los capitalinos incentivaron el consumo de productos locales como los ofrecidos por comerciantes en su situación. De igual manera, el único conflicto que ha tenido con autoridades de las alcaldías en que trabaja se dio en meses recientes, cuando un funcionario de Coyoacán condicionó su permanencia en el espacio de venta en que no le cobrara por consumir cantidades considerables de mercancía en el establecimiento. Carlos comenta que algunos de sus clientes asiduos más adinerados se ofrecieron a ayudarlo para poner fin a los abusos, incluso queriendo emprender acciones legales contra la persona, pero prefiere evitar conflictos y esperar a que termine el mandato actual.

Los casos de Octavio y Luisa se asemejan al anterior. A pesar de que las condiciones traídas por la pandemia les han significado caídas significativas en sus ingresos, estos continúan siendo suficientes para salir adelante mes a mes gracias al apoyo proporcionado por los clientes frecuentes. Son los que «salvan» a Octavio: la base dura de ganancia que después complementa con lo vendido a los pocos compradores nuevos que llegan a su puesto, principalmente porque el cierre de gimnasios y clubes deportivos han hecho que el tráfico de peatones y ciclistas aumenten en la ciclo vía. Incluso cuando una comerciante rival empezó a vender mercancías parecidas a las suyas (refrescos y aguas) en las inmediaciones de su puesto, tuvo que retirarse a los pocos días, pues la gente prefería comprarle a Octavio.

De manera similar, Luisa ha logrado sobreponerse a una reducción del 30% en la venta por medio de la movilización de lo que ella llama su «carpeta de clientes»: residentes de la unidad habitacional enfrente de la cual trabaja en avenida del Imán, quienes le han proporcionado su número telefónico para que les informe vía WhatsApp sobre los menús que ofertará cada día al llegar al espacio de venta. Es así como logra un mínimo de comercio semanal que le ha permitido salir adelante con los gastos del mes incluso en los periodos de menor demanda. La vendedora también considera que, en caso de necesitarlo, los vecinos intercederían por ella si las autoridades locales intentaran detenerla o confiscar sus pertenencias por estar comerciando en el espacio público:

Yo tengo aquí 30 años vendiendo. Y esos 30 años tuve una manera de trabajar honrada. Y eso generó una estimación hacia mi persona con la gente que empecé a trabajar. La honradez con la que tú trabajas, con la que tú te

desenvuelvas, va generando esa confianza. Yo antes de vender comida y antes de esto trabajaba en los departamentos haciendo limpieza. Cuando empiezo a vender la comida, la misma gente me fue apoyando. Si llegase a venir una patrulla, la gente me apoyaba.

Rodrigo mantiene una buena relación con residentes de la unidad habitacional enfrente de la cual monta su puesto todos los días, en la glorieta del Periférico. Si bien él no habla de beneficios como apoyo ante esfuerzos por retirarlo o consumo sostenido de sus productos, esos lazos sí le han funcionado para abastecerse de mercancía que ofertar. La mayor parte de sus productos la obtiene de vecinos de la zona que le ofrecen que visite sus casas para inspeccionar sus «chucherías» y que las incorpore en su repertorio de venta si le interesara hacerlo, algo que resulta frecuente en su actividad.

Sin embargo, el caso más notorio de estabilidad en el comercio derivada de la trayectoria extendida en un mismo punto de venta es el de Chayo. Aunque su modalidad actual de negocio no pertenece al tipo atomizado que interesa a la tesis, los años que ha pasado trabajando en las intermediaciones de unidades habitacionales en avenida del Imán también le han generado familiaridad con los residentes de estas, quienes la «cuidan» durante la pandemia. Pero también la han vuelto una especie de intermediaria entre las autoridades de Vía Pública y los comerciantes atomizados que buscan ingresar a la zona en que se ubica su puesto fijo. No solo su presencia es tolerada por vecinos, funcionarios y policías, sino que, cuando va a las oficinas de la alcaldía a renovar su permiso bimestralmente, las autoridades le han dicho en ocasiones que debe encargarse de que no proliferen el comercio en vía pública en su punto de venta:

La delegación [alcaldía] a nosotros [ella y su hija, que son quienes se reparten las obligaciones administrativas de los dos puestos fijos] nos dijeron: «No pueden dejar poner a otra persona o más puestos, porque se van ustedes con todo y ellos». Entonces yo tengo que cuidar mi lugar, no puedo dejar a personas que se pongan por acá. [...] [Tengo que] decirles que no se pueden poner. [...] Se enojan y todo, pero no puede uno hacer otra cosa. Además, los

vecinos no los dejan tampoco. [...] Si ven que ya son dos, tres días y todavía están, salen y los quitan.

En lo dicho por Chayo, es posible vislumbrar con mayor claridad que con el resto de los sujetos entrevistados cuáles son las líneas divisorias existentes entre comerciantes establecidos y recién llegados en cuanto a los niveles de dificultad que les implica realizar la venta en el espacio público. El mayor tiempo de trabajo en una misma zona puede derivar en: (1) facilidades aumentadas para mantener un nivel de ingreso que habilite la supervivencia del sujeto; (2) el aprovechamiento de vías informales de negociación con autoridades locales para evadir o reducir sanciones; (3) la posibilidad de acceder a avenidas más o menos institucionalizadas de regulación del espacio, como permisos oficiales y extraoficiales; e, incluso, (4) la asignación al comerciante de un rol regulatorio para el acceso al espacio público de otros vendedores.

Vinculado a lo anterior, la mayor parte de los atomizados semifijos establecidos a quienes se entrevistó ingresaron a la actividad por razones distintas a la pérdida de empleo y la incapacidad de encontrar alternativas de trabajo en el sector formal (tan solo Miguel⁸ y Rodrigo se encuentran en esa situación), algo que parece reducir las condiciones adversas en que ejercen la actividad. Tres lo hicieron por intermediación de familiares que ya trabajaban como comerciantes atomizados y quienes resultaron ser guías para que se posicionaran más fácilmente en el sector al enseñarles cómo moverse dentro de él. Cuatro más lo hicieron por preferencias personales, ya que esa modalidad de venta les resultó más atractiva que sus empleos anteriores.

Sin embargo, no se trata de una cuestión puramente voluntarista como la esbozada por Maloney (2004). Chayo encontró mayor oportunidad de ingreso y desarrollo profesional en la venta que trabajando como auxiliar educadora en la Secretaría de Turismo, porque el ascenso a puestos con mejor paga estaba fuera de su alcance por dinámicas nepotistas:

⁸ El caso de Miguel es muy particular en comparación con el resto de la muestra, pues la venta que lleva a cabo en el puesto de flores tan solo es un empleo complementario. Entre semana trabaja como jardinero en una empresa formal del sector y el comercio en el puesto semifijo es una actividad que desarrolla únicamente los fines de semana, para tener un ingreso extra, y que le ofreció el que también es su jefe en la compañía de jardinería.

Las personas que tienen buenos trabajos, buenos puestos en el gobierno, es porque tienen a sus «padrinos» arriba. Si no, no... Siempre llega uno con un sueldo mínimo y no sale uno de ese sueldo. Entonces por eso digo mejor: yo ya aprendí. Me salí con los brazos cruzados, sin nada. Me vine a la calle y dije: «¿Y ahora?». Se siente uno mal. Pero ya después se impulsa uno, sabe uno salir adelante y gracias a Dios no nos hace falta [nada].

Octavio trabajó como policía siete años en el puerto de Veracruz y, debido a la extrema violencia de la que fue testigo y al mal funcionamiento interno de la institución, decidió dejar su empleo y empezar a vender en la ciclovía, incluso cuando el ingreso era mucho menor. Es decir, ambos sujetos se enfrentaron con limitaciones estructurales en sus trayectorias laborales dentro el sector formal y optaron por el comercio en vía pública como alternativa una vez que estas les parecieron infranqueables.

Aún así, los historiales de trabajo menos accidentados que caracterizan a los atomizados establecidos en sus modalidades semifija y –como se verá más adelante– móvil sin vehículo hacen que puedan evitar algunas de las dificultades presentes en la actividad. Ya sea que cuenten con respaldo de conocidos o familiares, o que su ingreso no se dé en condiciones desesperadas, han logrado alcanzar una estabilidad aparente en cuanto a su permanencia en los espacios de venta y capacidad de ganancia sostenida.

No obstante, esas trayectorias extendidas en un mismo sitio no parecen traducirse en formas de vinculación y, posteriormente, organización colectiva con otros comerciantes en sus zonas de trabajo. De los nueve atomizados semifijos establecidos a quienes se entrevistó, tan solo dos dijeron tener alguna relación que trascendiera la cordialidad cotidiana con vendedores cercanos en igualdad de circunstancias. El resto respondió a preguntas sobre el particular diciendo que su jornada laboral la transcurrían completamente dedicados a su actividad, por lo que no convivían con nadie excepto los clientes, o que la distancia entre puestos era tal que se les dificultaba dialogar con otros comerciantes salvo ocasiones muy específicas.

En los dos únicos casos que sí establecieron lazos de naturaleza más amistosa, estos les traían ciertos beneficios a los vendedores. Octavio dice mantener una buena relación con los pocos comerciantes que se encuentran en los alrededores de su puesto en la ciclovía, entre

ellos Griselda. Dicha situación le ha permitido insertarse en una red de contactos que recomienda los productos de los demás a clientes que preguntan por mercancía que ellos no manejan:

Sí nos conocemos entre todos. [...] Es buena [la relación], realmente no estás metido ahí todo el día. Normalmente solo: «¿Qué pasó?». Normal. Inclusive si a mí me llegan a preguntar por algo de comer, les digo que allá hay tortas. También los recomiendo, no me quita nada. [...] [Y ellos] también [me recomiendan a mí], exactamente. Más que nada por el cigarro suelto, porque ellos no venden.

De tal manera que compradores potenciales pueden arribar al puesto de Octavio gracias a la información compartida por el resto de los comerciantes de la zona, en especial si quieren comprar cigarrillos sueltos, un giro de negocio que está prohibido en la alcaldía, pero que él lleva a cabo discretamente para no incurrir en sanciones.

Rodrigo describe sus vínculos con otros comerciantes en la glorieta del Periférico como atravesados por dinámicas de «compañerismo», que incluso han permitido la coordinación con algunos de ellos para intervenir en caso de que las autoridades realicen detenciones de vendedores «sin que haya una razón que acredite que se los tengan que llevar». Hay «apoyo» entre compañeros si perciben que el trato que uno está recibiendo es injusto. Además de esto, también desarrollan conversaciones cordiales continuamente durante las jornadas de venta y mantienen buenas relaciones.

En contraparte a estos puntos, también se detectaron instancias de tensión y rivalidad entre atomizados semifijos con experiencia y otros comerciantes en sus zonas de trabajo. Así le ocurre a Chayo, Griselda, Humberto y Octavio. Las razones ofrecidas para ello tienden a ser dos: (1) faltas a las normas que rigen la venta en sus respectivos territorios o (2) competencia con otros comerciantes que venden la misma mercancía o una similar a la de ellos, en especial si lo hace un recién llegado.

Sobre la primera cuestión, según Humberto, en las inmediaciones del hospital de Pemex Sur los puestos deben cumplir con ciertas medidas y, en caso de excederse de sus lotes asignados, surgen tensiones entre vendedores. Se trata de un fenómeno relativamente

constante y que representa buena parte de las interacciones entre sujetos de la zona. De manera similar y como ya se dijo anteriormente, Chayo se encarga de limitar el acceso de comerciantes externos a su espacio de venta, por indicaciones de las autoridades locales y apoyada por los vecinos del lugar, quienes limitan la proliferación de la venta en vía pública en las inmediaciones de las unidades habitacionales.

Respecto al segundo, tanto Griselda como Octavio han tenido conflictos con comerciantes rivales en sus espacios cuando venden productos similares a los suyos. Las pocas ocasiones en que la vendedora de flores es detenida por las autoridades de la alcaldía ha sido por iniciativa de otra comerciante que la reporta con los funcionarios. Y Octavio compitió con otra vendedora que vendía refrescos y botellas de agua hasta que ella tuvo que retirarse porque la mayoría de los clientes prefería consumir con él.

Es así como, según los hallazgos obtenidos durante el trabajo de campo, la modalidad de comercio atomizado semifijo establecido se caracteriza por contar con los niveles más altos de estabilidad en el acceso a y permanencia en vía pública de entre las categorías estudiadas en el presente documento. Sin embargo, la disponibilidad de avenidas variadas de negociación con las autoridades –tanto formales como informales– para reducir el riesgo de retiro derivan en una menor vinculación entre vendedores y a que solo se registrara una única instancia de respuesta colectiva a sanciones impartidas por funcionarios o policías. En ese sentido y valga la redundancia, se trata de comerciantes atomizados en condiciones muy elevadas de atomización.

2. Atomizados semifijos recién incorporados

Pasando a la siguiente categoría incluida en la propuesta tipológica, se lograron hacer 12 registros de comerciantes atomizados semifijos, repartidos en 9 puestos, cuyo ingreso a la actividad se había dado en meses recientes y a raíz de consecuencias traídas por la pandemia de COVID-19. Es decir, su trayectoria dentro del sector de venta en vía pública inició en fechas posteriores a marzo de 2020.

Nombre	Punto de venta	Mercancía	Rango de edad (años)	Tipo de puesto	Permiso	Razón de ingreso

Beatriz	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Perfumes, peluches, calcetines	30-45	Automóvil estacionario	Acuerdo oral	Pérdida de empleo
Édgar y Marco	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Productos relacionados con COVID-19	30-45 y 30-45	Automóvil estacionario	Acuerdo oral	Preferencia personal y pérdida de empleo
Enrique	Glorieta del Periférico	Frutas y verduras	16-29	Automóvil estacionario	No tiene	Pérdida de empleo
Helena y María Luisa	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Ropa y artículos para perros	30-45 y 16-29	Semifijo	Acuerdo oral	Pérdida de empleo
Marcela	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Ropa y accesorios para teléfonos inteligentes	30-45	Automóvil estacionario	Acuerdo oral	Pérdida de empleo
María y Miguel	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Alimentos orgánicos	30-45 y 30-45	Semifijo	Acuerdo oral	Pérdida de empleo
Mateo	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Fruta	16-29	Automóvil estacionario	Acuerdo oral	Pérdida de empleo
Mireya	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Accesorios para teléfonos inteligentes	16-29	Semifijo	Documento oficial	Pérdida de empleo
Nancy	Inmediaciones hospital Pemex Sur	Fruta picada	16-29	Semifijo	No sabe	Pérdida de empleo

En contraste con la sección pasada, la gran mayoría de los vendedores asignados al presente tipo (11 de 12) se concentran en una única zona de las exploradas durante la etapa de trabajo de campo: las inmediaciones del hospital Pemex Sur, en Tlalpan.

En la glorieta del Periférico, Enrique llevaba tres semanas vendiendo frutas y verduras desde la caja de su camioneta pickup sin que funcionario o policía alguno lo abordara. Sin embargo, en Tlalpan sí hay una variabilidad considerable en lo que refiere a las interacciones entre comerciantes y autoridades, particularmente por el tipo de permisos que poseen los que se ubican en dicho espacio.

De entre los sujetos que supieron responder a preguntas sobre documentos que habiliten su presencia en la zona, tan solo una comerciante (Mireya) cuenta con licencia oficial y por escrito. La mayor parte del resto ha establecido acuerdos verbales con las autoridades de la alcaldía Tlalpan para hacer uso del espacio, ya sea que los tramiten en el edificio de la demarcación; contacten directamente y de manera individual a funcionarios de

Vía Pública previo a su ingreso al territorio; o pongan su puesto sin preguntar a nadie y luego negocien con quien llegue a retirarlos (Mateo).

El caso de Mireya es único en la muestra porque el puesto que administra –un carrito dedicado a la venta de artículos para teléfonos inteligentes que puso con su familia a finales de 2020 y para compensar la pérdida de ingresos sufrida por sus padres a raíz de la COVID-19– es propiedad de su primo, quien cuenta con cerca de 20 años de experiencia como comerciante en la zona, donde opera tres puestos más. Precisamente ese vínculo personal con alguien que ya tenía una trayectoria extendida en el sector informal y en ese territorio le permitió movilizar contactos dentro de la alcaldía que pudieron proporcionarle un documento oficial para habilitar su uso del espacio público.

Los demás vendedores en las inmediaciones del hospital de Pemex no disponen de escritos similares que avalen la presencia de sus puestos y vehículos. No obstante, como ya se dijo antes, se trata del punto con niveles más elevados de regulación oficial del comercio informal, pues los funcionarios de Vía Pública han implementado medidas relativamente claras para determinar cómo y en qué condiciones los sujetos pueden acceder y desarrollar la actividad dentro del territorio.

Según explican distintos comerciantes, esto se debe a que las autoridades han sido muy tolerantes con la venta en vía pública debido a las condiciones coyunturales y, por razones sanitarias, no han podido realizar trámites de permisos en las instalaciones de la alcaldía. Por lo tanto, han optado por otorgar autorizaciones verbales temporales que podrían transformarse en licencias impresas una vez que se normalice la situación. En palabras de Beatriz:

[El permiso lo tramité] con la delegación [alcaldía]. O sea, vas, hablas con un supervisor de la vía pública y ellos te toman datos del coche o te preguntan si vas a traer algún puesto, o en el coche, o así. Y sacas tu permiso... Hay permisos impresos, literal, que pegas en tu coche, pero, por pandemia, ahorita no están. Entonces viene el supervisor todos los fines de semana y pagas tu plaza semanal.

El pago de cuotas es algo que confirman el resto de los comerciantes entrevistados y parece constar de 150 pesos semanales por persona. Quienes las cobran son funcionarios de Vía Pública: hay por lo menos dos inspectores que pasan por la zona durante los fines de semana para recolectar el dinero, a la vez que piden a los comerciantes que muestren sus permisos. En caso de que no cuenten con documentos impresos –como ocurre con la mayoría de los entrevistados–, tan solo proporcionan el nombre del funcionario con quien llevaron a cabo el trámite, lo que es suficiente para no ser sancionados y que se les permita trabajar sin interferencia.

Más allá de lo anterior, las autoridades de Vía Pública desempeñan otra serie de funciones regulatorias en ese territorio.⁹ Algunos comerciantes cuentan con sus números de teléfono personales y les llaman si llega a presentárseles algún contratiempo en la zona de venta, para que les ayuden a solucionarlo. La mayor parte de esos percances giran en torno a conflictos con ciertos vendedores establecidos que ya llevan años trabajando en el lugar. No se trata de acciones que emprendan la mayoría o todos los comerciantes de la zona –en general los entrevistados dicen que las interacciones tienden a ser esporádicas, tan solo cortesías cotidianas y peticiones de favores menores–, pero sí le han ocurrido a la mayor parte de los recién llegados.

Entre las instancias mencionadas por los sujetos abordados se encuentran: denuncias a funcionarios de Vía Pública cuando montan sus puestos por primera vez para que los retiren del espacio; acusaciones de invasión de lotes asignados; y maniobras de intimidación para que paguen derecho de piso o dejen de ofertar alguna mercancía que el establecido ya maneja.

En términos concretos, Beatriz, Édgar y Marco, Helena y María Luisa, María y Miguel, y Mateo han tenido que lidiar con una o más de las acciones recién enumeradas, emprendidas por comerciantes con experiencia. En casi todas las instancias, lograron solucionar el problema llamando al funcionario con quien negociaron previamente, para que fungiera como intermediario y pacificara la situación en mayor o menor medida. Tan solo Mateo –quien vende aguacate desde la cajuela de su auto– no dispuso de esa avenida cuando

⁹ En la presente sección no se aborda el tema de interacción entre comerciantes y policías porque tan solo una vendedora, Nancy, dijo tener conflicto con ellos: le cobran derecho de piso diariamente. El hecho contrasta con lo reportado por el resto de los entrevistados, quienes declararon nunca haber tenido problema con los policías y que la única autoridad con la que deben mantener contacto es con los funcionarios de Vía Pública de la alcaldía Tlalpan. Asimismo, Mireya paga semanalmente a los policías para que cuiden su puesto, pues aunque es un carrito móvil, lo deja en el espacio de venta por las noches.

recién llegó a la zona en noviembre de 2020, pues lo hizo sin antes establecer contacto con alguna de las autoridades de la alcaldía:

Me quisieron quitar de aquí porque, cuando llegué, otro señor de acá enfrente vendía verdura y vendía aguacate. En ese entonces lo daba en 80 pesos el kilo. Y pues yo llegué con el precio de 40, entonces obviamente quiso quitarme. Me movieron hasta allá abajo [cerca del Periférico]. Ya con el tiempo llegué a un acuerdo con ellos, con el de la delegación [alcaldía], y me pusieron aquí.

En contraste con Mateo, tanto Helena y María Luisa, como Édgar y Marco, también fueron reportados por otros comerciantes a las autoridades de Vía Pública cuando montaron sus puestos por vez primera, pero los esfuerzos de retiro no se concretaron, ya que dieron el nombre del funcionario con quien habían acordado su acceso al espacio. En el caso de los segundos –hermanos que al momento de la entrevista llevaban apenas tres semanas vendiendo cubrebocas, caretas y otros artículos relacionados con la COVID-19 desde la cajuela de su auto–, fueron increpados por una vendedora establecida que también manejaba mercancía del mismo giro en su puesto. Según Marco:

Se puso muy pesada [la comerciante], dijo que iba a mandar a los de la delegación [alcaldía] y cosas así. Y ya pues él [Édgar] le dijo: «Pues mándelos, cualquier cosa aquí nos vemos». Entonces, como a los dos días, llegó una persona de la delegación [alcaldía], también me dijo medio grosero: «Necesito que te muevas ya». «¿Y por qué me voy a mover?». «Porque estás en la vía pública». «Ok», le digo, «¿pero por que razón?». «Es que no tienes permiso». «Ah, ok, pues bueno, yo ya platicué con tal persona, me dice que es de la delegación [alcaldía]... No sé qué...» «Ay, ¿a poco?» «Sí». «Pues sí, es uno de mis compañeros. ¿Entonces ya apalabraste con él?». «Sí, ya apalabramos, nos dijo que la semana que viene vamos a platicar y todo para ver cómo quedamos». Hasta eso, ya después de ahí no hubo ningún problema. Llegó el otro, el chavo este que te digo, y desde ahí no nos han dicho nada.

Por su parte, María y Miguel, y Beatriz tuvieron que cambiar de lugar para evitar conflictos con comerciantes establecidos, nuevamente con las autoridades de la alcaldía desempeñando un papel mediador. Es decir, aunque no fueron expulsados de la zona de venta por completo, el funcionario les pidió que alejaran sus puestos de los de comerciantes que había presentado la queja, para evitar que las tensiones escalaran. Las razones principales por las que esto ocurre tienden a ser la coincidencia en mercancía ofertada.

Por ejemplo, María y Miguel –comerciantes de hortalizas y alimentos orgánicos que solo trabajan en las inmediaciones del hospital Pemex los días domingo– pidieron permiso para ingresar a un *tianguis* que se coloca en la zona durante los fines de semana, pero se les negó el acceso porque el delegado del mercado vendía verduras y no quería que le hicieran competencia. Fue así como el funcionario de la alcaldía con quien originalmente habían negociado su entrada al lugar les dijo que se ubicaran en un punto más alejado y fuera del *tianguis*, para que trabajaran sin generarle descontento al líder tianguista, cosa que hicieron.

Es así como el obstáculo principal que se le presenta a los comerciantes atomizados semifijos sin experiencia al ingresar a los espacios de venta tiende a ser las reacciones de algunos vendedores establecidos contra su presencia.¹⁰ Sin embargo, ya estando ahí, para algunos de los recién llegados las tensiones no desaparecen del todo. Beatriz dice tener que soportar agresiones verbales constantemente, tanto de comerciantes como de taxistas, automovilistas y peatones que pasan junto a su automóvil –donde exhibe la mercancía–, así como intentos esporádicos emprendidos por otra vendedora de cobrarle derecho de piso. Más aún, los hechos parecen tener un componente de género, pues insultos e intimidaciones dejan de ocurrir cuando su esposo la acompaña durante la jornada de trabajo.

De manera similar, Helena y María Luisa –dueña y empleada respectivamente de un puesto de ropa, juguetes y artículos para perros– han entrado en conflicto con el dueño de un puesto de barbacoa –contiguo al suyo y que se pone solo durante los fines de semana–, quien les reclama por ocupar el espacio que solían aprovechar sus clientes para estacionarse. Además, en el mes y medio que llevaban en el sitio, ya se habían suscitado dos ocasiones en

¹⁰ Estas tensiones se suscitan solo entre comerciantes atomizados, pues no hubo registros de interacciones conflictivas entre atomizados y comerciantes con puestos fijos. Las razones de ello ofrecidas por Marcela y Miguel –los entrevistados que trabajan más cerca de la zona de mercado al aire libre que se encuentra exactamente enfrente del hospital de Pemex– es que hay mucho espacio de separación entre vendedores fijos y ellos, por lo que no se genera rivalidad ni ocurren desencuentros.

que el hombre envía gente a intimidarlas, así como a funcionarios de la alcaldía para que las retiren, sin éxito, pues ya tienen el visto de bueno para montar la estructura donde lo hacen. Nuevamente, el género juega un papel importante en la dinámica, pues los percances no se dan cuando el esposo de Helena se encuentra en el espacio.

Más allá del desinterés, las tensiones y los conflictos que pueden suscitarse con ciertos comerciantes establecidos, también se registraron tres modalidades de vinculación entre vendedores recién llegados con otros recién llegados. La primera y la más común consiste en dinámicas de interacción que tienden a la indiferencia o convivencia superficial. Pero también hay quienes reportan prácticas de competencia y rivalidad que prevalecen en la zona, si bien unas que no se dan de manera abierta, sino por medio de acciones poco perceptibles.

El caso más representativo es el narrado por Édgar y Marco, pero es algo de lo que da cuenta también Beatriz, y es que comerciantes atomizados rivales (establecidos, pero también recién llegados) inspeccionan la mercancía que venden y posteriormente incorporan productos que solo ellos manejan a sus propios inventarios, o tratan de ajustarse a sus horarios laborales para llegar antes e irse después. Explican que:

Édgar: Es tanta la... no sé... envidia... no sé.

Marco: Sí, porque de repente ves y dices: «Bueno, sí pueden llegar y se paran los coches aquí [enfrente de su puesto]...». Pero igual y ni te compran, nomás te preguntan. Pero la gente ve y dice: «Ay no, pues esos güeyes cuánto venden, ¿cuánto venderán? ¿O qué más venden?».

Édgar: Sí, te digo, ponemos una cosa, anunciamos una cosa. Ah no, al otro día, el güey ya lo trae. Traemos esto, ah no, ya lo trae. Si pones esto, yo lo pongo.

Marco: Sí, de verdad. Llegamos a una hora y ya está [el otro vendedor]. Ahora vamos a quitarnos a una hora, ¿no? Pues ya cuando se está moviendo el otro, pues vamos a quitarnos...

Édgar: Te juro, cuando nos movemos nosotros –porque sí nos hemos dado una vuelta– ya pasamos y ya están recogiendo.

Marco: O sea, se esperan hasta que te vas...

En contraste con esto, los mismos dos comerciantes dijeron que, cuando recién llegaron a la zona, otra vendedora que tenía un negocio unos metros más adelante se les acercó para advertirles que no se dejaran intimidar si llegaban otros a expulsarlos, pues a ella ya le había ocurrido. Se trata de la única instancia registrada durante el trabajo de campo con atomizados semifijos recién ingresados al sector en que se dio cuenta de una interacción de apoyo o solidaridad entre vendedores en condiciones de trabajo similares.

Sin embargo, esto puede deberse a que, como en el caso de los atomizados semifijos con experiencia, su uso del espacio se desarrolla con niveles elevados de autonomía y a que en territorios como las inmediaciones del hospital de Pemex sí hay avenidas institucionalizadas disponibles para ordenar el comercio en vía pública, por lo que no hay una sensación de que corran peligro de ser expulsados de un momento a otro. Asimismo, la mayoría llevaban poco tiempo dedicándose a la actividad y sus condiciones de ingreso a la misma hacen que la vean como algo temporal, por lo que no interactúan con gente del entorno.

De los 12 comerciantes entrevistados, 10 perdieron sus empleos en el último año y se vieron forzados a probar suerte en la venta en vía pública. Los otros dos, Édgar y María Luisa, dicen haber empezado por motivaciones personales, respectivamente: para «apoyar» a las personas durante la pandemia (por eso dice vender mercancía relacionada con el virus) y porque prefiere trabajar que estar en su casa mientras estudia para un examen extraordinario de la preparatoria.

Marco y Mateo se encuentran en un punto medio entre ellos y los otros entrevistados, pues ambos perdieron sus respectivos empleos, pero no empezaron a vender en vía pública por necesidad, ya que viven con sus padres por el momento –al igual que los dos sujetos anteriores– y sus necesidades básicas se encuentran cubiertas. El primero repite lo dicho por su hermano, Édgar: que su comercio está motivado por ganas de ayudar a la gente a acceder a productos que las protejan del contagio de COVID-19, y lo complementa diciendo que también quiere tener algo que hacer mientras continúen las medidas de contención sanitaria, pues trabajaba como hotelero en Cancún, hasta que la industria turística se vio forzada a cerrar temporalmente por indicación de las autoridades. Mateo también vende aguacates por ejercer una actividad que lo mantenga ocupado y para conseguir algo de dinero, incluso la

califica más como un «*hobby*» o pasatiempo que como un trabajo real, pues le genera ingresos muy bajos.

El resto se han visto obligados a trabajar en la vía pública para lograr algún nivel de ganancia que les permita cubrir parte de sus gastos mensuales o para apoyar a sus familias. A diferencia de algunos de los atomizados semifijos establecidos, descritos en la sección anterior, ninguno de ellos dice estar ingresando cantidades equivalentes a las que conseguían antes de la pandemia, cuando trabajaban como, entre otras cosas: meseros, taxistas y empleados asalariados en empresas formales, e incluso hay dueños de negocios en locales establecidos.

Un indicador que clarifica la precariedad en el ingreso de los comerciantes incluidos en la presente categoría es que todos, con la excepción de Mateo, trabajan por lo menos seis días a la semana y en jornadas mínimas de seis horas, sin tomar en cuenta el montaje y desmontaje de sus puestos. Los casos que resultan más extremos son los de Enrique y Nancy. El primero trabaja 6 días de la semana, en la mayoría de los cuales se levanta a las 4 de la madrugada para ir a abastecerse de frutas y verduras a la Central de Abasto en la alcaldía Iztapalapa, llega a su punto de venta en la glorieta del Periférico a las 10 de la mañana y finalmente parte a su casa en Álvaro Obregón a las 5 de la tarde, una jornada de 13 horas en total. Sin embargo, le parece menos demandante que su empleo anterior como taxista, cuando llegaba a laborar hasta 16 horas diariamente. Nancy, por su parte, trabaja los siete días de la semana, llegando a las inmediaciones del hospital de Pemex a las 6 de la mañana para montar el puesto, mismo que termina de desmontar a las 4 de la tarde.

Ambos dicen que es necesario mantener ritmos de trabajo tan exigentes para generar ingresos que les permitan subsistir. En el caso de Enrique porque el negocio recién arranca y desea posicionarlo para que florezca a mediano y largo plazo –como hizo en su momento su padre, también comerciante atomizado–. En el de Nancy, porque debe proveer para su hijo de dos años, algo que se le ha dificultado después de que perdiera su empleo como mesera cuando cerró el restaurante en que trabajaba y que sus ingresos disminuyeran en 30%, pues eso percibe de salario en el puesto de fruta picada que es propiedad de su hermano.

Los demás comerciantes, quienes en sus empleos anteriores tendían a mantener jornadas normales de cinco días a la semana y 8 a 9 horas de trabajo diario, también se han adaptado a las exigencias de su nueva actividad, pues dicen que, si no trabajan por lo menos

seis días a la semana, no generan lo suficiente para subsistir. Incluso haciendo esto, entre los entrevistados que eran dueños de sus establecimientos hubo quienes dijeron que aún no consiguen recuperar las primeras inversiones que hicieron en su mercancía (Édgar y Marco) y otros que ya las habían recobrado, pero hasta el momento solo habían logrado ganancias pequeñas (Marcela, Mateo, Mireya).

Aunado al punto anterior, para incrementar los niveles de rentabilidad de sus negocios, los comerciantes atomizados semifijos recién ingresados al sector parecen mantener una rotación mucho más acelerada de la mercancía que ofertan. Esto contrasta con los vendedores con más amplias trayectorias analizados en la sección anterior del presente capítulo, pues ellos se dedican a un giro principal –como flores, cierto platillo específico o alimentos empaquetados–, y solo expanden su inventario temporalmente cuando ven una oportunidad de lograr algún ingreso extra. En cambio, algunos de los comerciantes semifijos sin experiencia que fueron entrevistados resaltan la importancia de renovar su mercancía constantemente y estar al pendiente de lo que los clientes les piden para ajustarse a la demanda coyuntural. La consecuencia de dicha situación es que los puestos semifijos que llevan poco tiempo de haber iniciado sus actividades tienden a ser más eclécticos.

Como ejemplos de lo recién planteado están los inventarios de Beatriz, Helena y María Luisa, y María y Miguel. El producto principal ofertado por la primera son perfumes que importa con ayuda de su hermana, quien trabaja en aduanas y se los consigue a precios accesibles. Sin embargo, el resto de su catálogo lo determina según la temporada: a finales de 2020 vendía calcetines de borrega; y en el momento de la entrevista había conseguido peluches, pensando en que fueran buena opción para regalos de San Valentín. Encima de esto, también manejaba oxímetros –dada la coyuntura de la COVID-19–, aunque no vendía cubrebocas porque consideraba que ese mercado ya estaba saturado en la zona. Se abastece con un distribuidor chino que trabaja en Tepito y que le envía catálogos cada cierto tiempo para que elija lo que necesite.

La situación es similar en el puesto de Helena y María Luisa, pues además de mamelucos para niños –con diseños de personajes animados– y camas para perro, también ofertaban cubrebocas, caretas, y prendas de ropa. Helena explica que se van adaptando siempre a las «necesidades del cliente» y busca cubrirlas visitando distintos mercados, tanto

en la Ciudad de México como en otros estados, para comparar precios y asegurar mejores ingresos.

Finalmente, María y Miguel comenzaron únicamente vendiendo hortalizas que crecían en sus propios invernaderos en Texcoco, Estado de México. Pero, con el tiempo, expandieron su inventario tras establecer contacto con distintos productores de alimentos orgánicos a quienes conocieron en *tianguis* en los que trabajan los días de la semana que no van a las inmediaciones del hospital Pemex Sur. Ahora también venden pan, huevo y otras variedades de hortalizas. La decisión fue en gran parte influida por comentarios de clientes, como explica María:

Tenemos más hortalizas orgánicas, pero pues son de tierra, de otros compañeros y algunas veces las traemos también. Porque está bien su producto, por darle más variedad a los clientes. Porque te piden más variedad. Yo empecé con pura lechuga y no eran tantas variedades. Ahora manejamos cinco variedades de lechugas. Y ya de ahí fuimos metiendo cilantro, perejil, acelga, arúgula, la albahaca. La misma gente, aunque tú ya lo sabes, se te pasan cosas. La gente te va diciendo lo que tú necesitas vender.

Tomando en cuenta todos los puntos anteriores, es posible avanzar una serie de primeras conclusiones analíticas sobre los comerciantes atomizados semifijos recién ingresados a la actividad.

En primer lugar, mantienen cierta estabilidad en su venta cuando la desarrollan en espacios donde hay avenidas moderadamente institucionalizadas de regulación en el uso de la vía pública –como ocurre en las inmediaciones del hospital Pemex Sur, en la alcaldía Tlalpan–. Sin embargo, su incorporación tiende a estar atravesada por instancias de conflicto con otros comerciantes atomizados previamente establecidos en la zona, quienes emprenden acciones para evitar su entrada y permanencia en el territorio, ya sea denunciándolos con funcionarios de Vía Pública o echando mano de maniobras intimidatorias.

Asimismo, esa estabilidad no es tan visible en lo que refiere a los ingresos que pueden lograr, ya que atraviesan por un periodo de tiempo en el que sus ganancias son pocas,

mientras dan a conocer sus productos y atraen clientes, algo que también puede traducirse en una rotación considerable en sus inventarios.

Más aún, prácticamente todas las trayectorias de ingreso registradas en la muestra se dieron por situaciones de pérdida de empleo, traída por condiciones macroeconómicas en las cuales el sector informal confirma su naturaleza contracíclica, ampliamente retratada en la bibliografía especializada.

Por último, las condiciones de autonomía espacial en que desarrollan la actividad, el poco tiempo que llevan dedicándose a ella y el hecho de que la consideren un asunto temporal parecen impactar en las capacidades organizativas presentes en la categoría. Aunque también es posible interpretar la falta de registros de vinculación entre comerciantes pensando en que aún se encuentran en una primera etapa en el proceso de usurpación silenciosa de lo ordinario promovido por Bayat (1997, 2004), cuando los actores informales recién empiezan a ganar terreno al Estado por vías individualizadas y sin que su actividad corra un peligro generalizado que, de existir, podría activar respuestas colectivas en las condiciones adecuadas.

3. Asfalteros establecidos

La penúltima categoría en la tipología de comercio atomizado propuesta en el presente documento corresponde a vendedores móviles sin vehículo –a quienes también se ha referido como asfalteros– cuya experiencia en el sector se extendía hasta antes del comienzo de la pandemia de COVID-19. A diferencia de los tipos anteriores, tan solo se lograron hacer seis registros de vendedores que cumplieran con ambos criterios, dos de los cuales eran pareja y trabajaban juntos.

Nombre	Punto de venta	Mercancía	Rango de edad (años)	Años de experiencia	Permiso	Razón de ingreso
Emanuel	Glorieta del Periférico	Peluches, accesorios para automóvil y mesas portátiles	46-60	18	Documento extraoficial	Invitación de conocido
Francisca y Omar	Glorieta del Periférico	Flores	16-29 y 16-29	5	Sin permiso	Preferencia personal

Horacio	Glorieta del Periférico	Alimentos empaquetados	46-60	31	Sin permiso	Preferencia personal
Néstor	Glorieta del Periférico	Alimentos preparados	46-60	40+	Sin permiso	Influencia de parientes
Roberto	Calles de San Jerónimo	Alimentos preparados	46-60	15	Sin permiso	Actividad complementaria

Los sujetos fueron abordados únicamente en dos de los puntos de venta descritos previamente: cinco trabajan en la glorieta del Periférico y uno más en las inmediaciones de un semáforo en la colonia San Jerónimo Lídice. De los primeros, cuatro se reparten en tramos de calle frente a dos semáforos de la glorieta y el restante labora frente a una parada de camiones, ya que su principal fuente de comercio son los usuarios de dicha modalidad de transporte público, y sube y baja de las unidades para anunciar sus productos.

En esta ocasión, tan solo uno de los comerciantes entrevistados cuenta con algún tipo de documento que avale su presencia en el espacio público; sin embargo, no se trata de un permiso oficial como los descritos en secciones anteriores. Según explicó Emanuel –quien junto con su esposa vende lo que denomina «novedades»¹¹ frente a uno de los semáforos de la glorieta–, tras sufrir una serie de detenciones y multas por trabajar en vía pública durante el sexenio anterior, tramitó un amparo de seis meses con una licenciada que conocía para evitar ser sancionado en el futuro. Sigue cargando con el escrito durante su jornada laboral, pues le funcionó en su momento, pero menciona que con el nuevo gobierno no han tenido problema con las autoridades, quienes los han dejado trabajar. La misma situación se da en las calles de San Jerónimo, donde Roberto –comerciante de tortas en un semáforo de la colonia, pero que cambia de espacio de venta según el día de la semana– percibe un ambiente de tolerancia traído por la pandemia.

Con los asfalteros de la glorieta y San Jerónimo, cabe aclarar, la autoridad encargada de regular su actividad tiende a ser la policía y no los funcionarios de Vía Pública –como con los comerciantes semifijos–, algo de lo que dan cuenta varios de los sujetos abordados. «La camioneta [de Vía Pública] no se mete con nosotros», explica Emanuel. Sin embargo, sigue

¹¹ Al momento de establecer el contacto, estas «novedades» consistían en peluches, mesitas portátiles y accesorios para limpiar automóviles: cubetas, esponjas y jaladores miniatura. Sin embargo, dice que constantemente está buscando mercancía nueva que incorporar en su inventario, para lo cual se mete a internet y pregunta a otros vendedores qué consideran que se está moviendo más.

habiendo zonas de la ciudad, distintas a las estudiadas durante el trabajo de campo, en que sí hay instancias claras de sanción al comercio atomizado sin vehículo por dichos trabajadores de las alcaldías.

Es lo que le ocurre a Roberto cuando prueba suerte vendiendo en Insurgentes o Coyoacán, donde los funcionarios de Vía Pública son más estrictos y en ocasiones le quitan su mercancía. Así como a Francisca y Omar –vendedores de flores en otro semáforo de la glorieta–, quienes dicen variar sus espacios de trabajo a lo largo de la semana para diversificar clientes y generar mayores ingresos, mismos que han caído considerablemente desde que empezó la pandemia. A diferencia de Emanuel, también han encontrado limitaciones para su comercio cuando lo llevan a cabo fuera de la glorieta, implementadas tanto por oficiales de policía como por funcionarios de Vía Pública. Según explica Francisca:

Sí hay algunos [policías] que luego se ponen pesados, hay unos que no te dejan. Pero hasta ahorita no hemos tenido un contratiempo. [...] Pues ahorita, hasta el momento, ha sido así. No ha habido lugares que no nos dejen trabajar de hecho, de hecho. Nomás nos dejan un poquito, un ratito. [...] Esos [los funcionarios de Vía Pública] sí no nos dejan vender, no nos permiten el acceso a vender a algún lugar. Menos si es así [dejando parte de su mercancía sobre la banqueta], como esto, no. Tenemos que andar caminando y no nos dejan de plano vender. [...] Para vender: ir vendiendo caminando, ya sea de aquí hasta la esquina o de aquí al otro semáforo. Solamente así. Solamente así nos dejan vender.

Por lo tanto, hay zonas en que los oficiales de policía limitan el tiempo que los asfalteros pueden dedicar al comercio antes de pedirles que se retiren. Además, si quieren ingresar a ciertos espacios para ejercer la actividad, los funcionarios de Vía Pública no se los permiten o les exigen que se mantengan en movimiento, cargando con su mercancía en todo momento bajo amenaza de ser removidos. Este condicionamiento orientado hacia la movilidad en la venta parece ser una norma no oficial establecida por las autoridades y que comerciantes como Roberto tienen muy presente:

Aquí la cosa es que hay dos tipos de comercio: el que está estable y el que está moviéndose. El que está estático, ahí, corre el riesgo de que llegue la camioneta [de Vía Pública] y lo levante con todo y las cosas. Andando, caminando no tienes problema porque prácticamente no estás molestando a nadie, no le estás robando a nadie. [...] No [nos dicen nada] porque estás ganándote la vida limpiamente. Si estuvieras haciendo algo de... intentando vender y estar haciendo otra cosa, pues sí tienes problemas. Pero prácticamente, bueno, al menos yo no tengo problemas.

En ese sentido, se asemeja a lo dicho por autores que han estudiado a *toreros* en el Centro Histórico de la Ciudad de México: comerciantes que se mantienen en movimiento para esquivar a las autoridades encargadas de sancionarlos (Crossa, 2009, 2016). Pero hay una distinción importante: el movimiento de los asfalteros no resulta ser una maniobra de evasión, sino una exigencia emanada de las autoridades para que estas toleren su uso del espacio público, cabe suponer que para volverlo menos invasivo que si utilizaran un puesto u otra estructura de exhibición de mercancía que entorpezca el paso a peatones o vehículos.

Ahora bien, la tolerancia de las autoridades reportada por comerciantes en la glorieta no parece implementarse de manera equitativa entre todos los vendedores que trabajan en el espacio. Según Horacio –comerciante de dulces en una parada de camiones que se encuentra sobre la misma calle en que se ubican Francisca y Omar–, desde hace un tiempo ya no lo detienen los policías, pero considera que esto es resultado de que ya lo conocen porque ha pasado 31 años vendiendo en el mismo sitio. En cambio, dice que, cuando llega gente nueva a probar suerte vendiendo en las inmediaciones de la parada, sí se dan ocasiones en que los oficiales los expulsan o los detienen y remiten al Juez Cívico, por lo que los recién ingresados se ven forzados a torear a las autoridades:

Aquí nada más, como los toros. Ahora sí que torearlos. [...] [Si veo que se acerca la patrulla] Me aguanto, porque a mí no me dicen nada, pero a la demás gente sí les dicen: «Muévete, muévete». Por lo mismo que... luego los entiendo [a los policías] porque la gente se ha quejado... se ha quejado aquí

porque ven los robos y todo eso. Que está en todos lados, ¿no? Pero pues aquí la gente es más delicada. Hay mucha queja en ese aspecto.

Tanto él como Néstor –vendedor de merengues que lleva más de 25 años trabajando en el tramo de calle frente al cual se encuentra la parada de camiones donde labora Horacio y a unos metros de Francisca y Omar– reconocen que cuando hay instancias de asaltos en la zona de venta¹², se genera un ambiente de sospecha con los comerciantes, pues vecinos, peatones y autoridades piensan que trabajan en coordinación con los criminales. Esta condición del ambiente tiene un impacto significativo en el comercio que se lleva a cabo en él, mismo que se refleja en dos cuestiones principales.

En primer lugar, funciona como un incentivo para que los asfalteros establecidos activamente regulen el acceso a y funcionamiento de la venta en su espacio de trabajo, y así evitar que la actividad se torne demasiado visible, generando quejas que a su vez deriven en detenciones y multas. En la zona en que laboran Néstor, Horacio, Francisca y Omar, hay por lo menos ocho comerciantes con trayectorias de varios años, que se conocen entre sí y que han establecido un sistema de reglas informales y sobreentendidas por todos que deben cumplirse para que no incurrir en sanciones impartidas por el resto de los establecidos.

Mientras que Francisca y Omar no profundizaron en estas dinámicas de interacción y organización, Néstor y Horacio sí lo hicieron. Ambos dijeron ser amigos desde hace varios años¹³ y ofrecieron detalles sobre la manera en que se reparten el territorio y limitan el ingreso de nuevos sujetos a la zona. Horacio dice:

Ya cada quien conoce su esquina, cada quien ya ... cómo se puede decir... Si yo tengo un conocido, pues aquí lo traigo, pero no lo puedo ir a meter a otra esquina, pues porque se ponen al brinco los demás compañeros. [...] Sí se

¹² Sucesos de esa naturaleza son relativamente comunes en el tramo de calle donde ambos trabajan, pues cuenta con una carga vehicular significativa y se presta para robos armados a automovilistas cuando el semáforo está en rojo. Además, Horacio dice que, en sus 31 años trabajando en la parada de camiones, ha sido testigo de fenómenos como: secuestros, atropellamientos, muertes por paros cardiacos, gente que se suicida aventándose de los puentes peatonales, incluso en una época comenta que aparecía ropa de mujer debajo de uno de los puentes, misma que reportaron varias veces a la autoridad.

¹³ Antes de que iniciara la pandemia, recurrentemente iban a trabajar a la Plaza de Toros México los fines de semana que había corrida, una oportunidad de trabajo que Néstor le ofreció a Horacio a raíz de la amistad que establecieron en la glorieta del Periférico.

ponen al brinco. [...] [Si aquí llega alguien nuevo] Pues igual, a lo mejor lo dejamos chambear un rato, un día, y ya le decimos y se van. Es una «ley no escrita», de que cada quien tiene su lugar en su esquina. Yo no me meto abajo [del puente], ellos no se meten pa' acá y viceversa.

A su vez, Néstor comenta:

Pues uno que otro problema... Digamos que con [un asfaltero] que se quiera pelear con el otro. O con gente que quiere llegara a vender y se aferra a no irse, pues sí. Sí hemos tenido problemas así. O sea, no a golpes, pero sí a palabras.

En ese sentido, se trata de una forma de regulación del espacio similar a la que se da en las modalidades más institucionalizadas de comercio en vía pública, como mercados o *tianguis*, donde la repartición del espacio es una de las obligaciones principales de las estructuras administrativas de los grupos (Peña, 1999). Pero se asemeja aún más a la registrada en los vagones del sistema de transporte Metro, donde la necesidad de disminuir las afectaciones a usuarios por medio del control de sus movimientos es fundamental para los vagoneros, pues evita que aumente la presencia policial en sus territorios (Ruiz de los Santos, 2009, 2011). Sin embargo, difiere de todas en una cuestión central: los asfalteros entrevistados no cuentan con un líder que coordine el comercio que desarrollan, sino que establecen directrices de comportamiento por sí mismos y adaptándose a las condiciones contextuales que identifiquen en el momento.

El segundo impacto que tiene la amenaza constante de que la actividad se vuelva visible y genere quejas y represión policial tiene que ver con las posibilidades de organización colectiva para la resistencia que pueden emprender los asfalteros establecidos. Se trata de la categoría en la tipología de comercio atomizado propuesta en el presente documento en la que hay registros más claros de movilización de los sujetos para evitar retiros y detenciones policiales. La condición de mayor precariedad a la que se enfrentan los comerciantes entrevistados parece generarles una vinculación profunda con su territorio de

venta, misma que puede vislumbrarse ya en la manera en que lo defienden ante esfuerzos de externos por ingresar a él.

Un ejemplo de ese lazo con el espacio es el que da Néstor, quien explica que, después de que se publicara la Ley de Cultura Cívica en 2004 –la cual regula el comercio en vía pública en la Ciudad de México–, las detenciones policiales incrementaron y ellos tuvieron que «batallar» por su lugar:

Lo que pasa es que, ahora sí que, por lo mismo de que cuando entró la Ley Cívica, a nosotros [los policías] nos estuvieron remitiendo [al Juez Cívico]... pues nosotros nos aferramos, nos aferramos. Aparte de que ya teníamos aquí... yo ya tengo casi 27 años. Entonces muchas veces no los dejamos [entrar a vender] porque nada más quieren venir, trabajar y ya se van, ya se van, ya se van. Batalla uno para conseguir un lugar, como para dejarlo que se llene... Si nosotros dejamos que se llene mucho más, nos van a quitar a todos.

Ese «aferramiento» que menciona refiere a acciones de resistencia colectiva en contra de las expulsiones y detenciones policiales que proliferaron en la glorieta durante el periodo posterior a la publicación de la Ley de Cultura Cívica. Horacio es el que ofrece descripciones más detalladas de las estrategias que movilizan cuando las autoridades asumen actitudes más represoras:

Ahora sí que somos compañeros. Sí, [nos echamos la mano]. Cuando nos llevaba la policía, pues todos o ninguno. No, pues todos, y ahí vamos en bola. [...] Nosotros les decíamos [a los policías]. «No, que uno, para presionar». No, pos todos o ninguno. O si íbamos, le dábamos una lana al Juez Cívico y ya lo dejaban salir. O nos arreglábamos aquí [en la glorieta] y ya. «Ya nos vamos». Equis cosa les decías y ya te dejaban. [...] Si, [los ocho nos poníamos de acuerdo]. O nos avisábamos y ya, a correr.

Dichas herramientas de resistencia se asemejan a los repertorios utilizados por otros comerciantes en vía pública analizados en la bibliografía sobre el tema (Crossa, 2009). Pero,

nuevamente, surgen a raíz de la coordinación horizontal entre sujetos que comparten un mismo espacio de trabajo y en condiciones de empleo similares, no por iniciativa de un líder que ejerce presión sobre miembros del grupo que dirige. Además, son acciones de resistencia que aparecen hasta que se presenta una amenaza exterior y generalizada contra el medio de subsistencia de todos los comerciantes, y ante la cual reaccionan como un frente común y solidario.

Por todo lo anterior, es posible aprovechar el concepto de usurpación silenciosa de lo ordinario propuesto por Asef Bayat (1997, 2004) para analizar la dimensión organizativa detectada entre asfalteros establecidos en la glorieta del Periférico. Se trata de sujetos que lograron ingresar al espacio público por vías individualizadas (Horacio por invitación de un primo que ya trabajaba ahí, Néstor llegó por su cuenta). La interacción reiterada en el espacio, que se extendió a lo largo de muchos años, permitió la formación de redes pasivas basadas en la convivencia cotidiana, y posteriormente derivó en vínculos de compañerismo y amistad entre ocho comerciantes. Si bien en las entrevistas dieron a entender que la relación con las autoridades siempre ha sido fluctuante, hubo un periodo particularmente difícil en que su condición de acceso al espacio de venta del que dependen para subsistir corrió grave peligro, resultado de la implementación de la Ley de Cultura Cívica, en 2004.

Ante los esfuerzos reiterados por expulsarlos a todos del territorio, emprendieron acciones coordinadas de resistencia colectiva para evitar el retiro. Estas terminaron siendo efectivas, pues 17 años después, continúan trabajando en la zona y ahora disfrutan de mayor tolerancia por parte de los policías. No solo eso, sino que se han convertido en reguladores del comercio en vía pública que se desarrolla en su sector de la glorieta del Periférico, pues limitan el acceso de asfalteros nuevos a la misma, en ocasiones por medio del ejercicio de la violencia verbal.

Además de instancias tan claras de organización colectiva, la permanencia en un mismo punto de venta y los lazos construidos dentro del mismo también le traen ventajas a otros asfalteros en puntos de venta distintos a los de Horacio y Néstor. En el caso de Emanuel—quien también trabaja en la glorieta, pero un semáforo distinto—, desde hace años comparte el espacio con el tío de su esposa. No trabajan coordinadamente, sino que cada uno se desarrolla la venta por su cuenta, pero se apoyan a la hora de conseguir mercancía o cuando

organizan viajes fuera de la ciudad si perciben que los productos no se están moviendo lo suficiente en la capital.

Las conjeturas recién presentadas están basadas en apenas seis entrevistas realizadas a asfalteros, pero permiten vislumbrar instancias de vinculación y organización colectiva similares a las detectadas en regiones distintas a la latinoamericana, donde no se presentan avenidas institucionalizadas para que los gobiernos negocien con representantes del comercio en vía pública. Por lo tanto, es posible aventurar la hipótesis de que, en zonas de la Ciudad de México donde la venta callejera no está tan difundida ni hay vínculos robustos entre autoridades y comerciantes que lleven a intercambios clientelares o corporativos, emergen otras modalidades de organización que no están basadas en estructuras jerárquicas con liderazgos claros. En cambio, los vendedores aprovechan repertorios de movilización surgidos a partir de lazos espontáneos y convivencia cotidiana que terminan habilitando la defensa efectiva de los espacios ganados a través de años de trabajo y esfuerzos individualizados.

4. Asfalteros recién incorporados

Finalmente, el cuarto tipo de comercio atomizado está compuesto por asfalteros cuyo ingreso a la actividad se dio a raíz de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, no fue posible obtener registros de vendedores que cumplieran con ambos criterios de selección. A pesar de ello, la información proporcionada por asfalteros establecidos –la categoría anterior– permite vislumbrar las condiciones ambientales con las lidian para llevar a cabo su actividad.

En primera instancia, su ingreso a espacios de venta donde hay presencia de otros asfalteros parece ser sumamente complicada, pues se enfrentan tanto a esfuerzos coordinados por estos sujetos para no permitirles el acceso a su territorio, como a mayor presión ejercida por las autoridades policiales y de Vía Pública por evitar que se establezcan en sus zonas más allá del corto plazo. Como explicaron Horacio y Néstor, el que ellos ya fueran rostros conocidos en su punto de venta –tanto para vecinos como autoridades– les traía mayor estabilidad laboral, misma que no se extendía a los recién llegados.

Por lo tanto, es posible suponer que los asfalteros recién ingresados se ven forzados a buscar espacios de comercio donde no haya otros vendedores experimentados. En ese sentido, el caso de Roberto –asfaltero establecido quien fue entrevistado vendiendo tortas en

un semáforo de San Jerónimo— puede iluminar el tipo de situación a la que se enfrentan quienes no cuentan con experiencia en el sector. A pesar de que lleva 15 años dedicándose al comercio callejero como trabajo complementario¹⁴, no lo hace en un lugar fijo, sino que cubre múltiples espacios en un mismo día.

Trabaja toda la semana. Su jornada comienza vendiendo alimentos por las mañanas en las inmediaciones de un edificio del Ministerio Público cercano a su casa, en Copilco, alcaldía Coyoacán. Posteriormente, se mueve a distintos puntos de la ciudad: lunes, miércoles, jueves y viernes va al semáforo de San Jerónimo donde se le entrevistó; martes en el Parque Hundido, alcaldía Benito Juárez; sábados en la Alameda Sur, alcaldía Coyoacán; y domingos en el centro histórico de Coyoacán. Sus traslados a cada uno de estos sitios tiende a hacerlos a pie y vendiendo conforme camina, pues sus ingresos se han caído considerablemente con la pandemia y procura no gastar en pasajes de transporte público.

Si bien esto constituye una estrategia para incrementar la ganancia recibida durante sus horas de trabajo, Roberto dice que no le ha sido suficiente para cubrir los gastos mensuales de él, su esposa y sus tres hijos. Como ocurrió en secciones anteriores, cuando se contrastaron las condiciones de empleo entre semifijos establecidos y semifijos recién incorporados, no cuenta con una base amplia de clientes frecuentes, construida a lo largo de años y que le permita mantener un mínimo de ingreso para salir adelante durante las condiciones de crisis traídas por la pandemia de COVID-19. En contraposición a esto, tanto Horacio como Néstor han señalado que el apoyo de personas que los conocen —quienes compran sus productos y ocasionalmente les donan despensas o algún billete de baja denominación— les han facilitado generar ingresos suficientes para subsistir a pesar de las considerables bajas en la venta que han notado desde marzo de 2020.

Por lo tanto, la falta de afianzamiento en un espacio fijo de trabajo impacta tanto en la estabilidad de la actividad ejercida por los asfalteros como en la suma monetaria que reciben mes a mes, particularmente en condiciones de crisis económica. Los puntos de venta donde hay mayor flujo de peatones y automóviles —como el semáforo de la glorieta donde se

¹⁴ Su forma de empleo preferida es haciendo trabajos de barniz, impermeabilización, jardinería y decoración de interiores. Cuando consigue un contrato temporal de esta naturaleza, suspende la venta en vía pública, pues los ingresos que obtiene en los primeros son muy superiores. Por lo tanto, su comercio en vía pública tan solo funciona como un empleo de supervivencia cuando no se está dedicando a las otras actividades. En el último año, ha trabajado únicamente como asfaltero porque no le ha sido posible conseguir contrataciones alternativas y sus ingresos se encuentran muy castigados.

concentran la mayor parte de los asfalteros entrevistados– resultan atractivos para comerciantes en vía pública e ingresar a ellos se vuelve complicado si ya hay otros con mucho tiempo trabajando ahí.

Mientras que Emanuel, Horacio y Néstor llevan más de una década en el mismo lugar y han podido sostener cierto nivel de vida en circunstancias tan adversas, Roberto no puede acceder a una variedad demasiado amplia de clientes que compren su mercancía. Además de la falta de clientes frecuentes (hay un par que lo conocen y le compran cada dos semanas aproximadamente, pero siguen siendo pocos), el paso de automóviles y peatones en el semáforo de San Jerónimo –su principal lugar de venta y en el cual es el único comerciante trabajando– no es suficiente para que pueda vender más 15 tortas al día, cada una con un costo de 20 pesos, a pesar de que dice que necesitaría despachar por lo menos 40 para ganar lo que necesita para solventar sus gastos. Durante las semanas previas a la entrevista, apenas logró vender 10 diarias.

Más allá de lo anterior, la falta de una base espacial para el comercio se traduce en ausencia de organización con asfalteros con quienes comparte los espacios de trabajo. En la sección anterior ya se discutió sobre las modalidades de vinculación y movilización para la protesta emprendidas por los comerciantes establecidos en la glorieta del Periférico y cómo les permitieron sobreponerse a esfuerzos generalizados por expulsarles de sus territorios, así como acceder a mercancías que se vendan mejor que las que manejan en un momento dado. Ante la falta de convivencia con otros vendedores en condiciones similares, los asfalteros recién ingresados al sector no cuentan con lazos que faciliten el acceso a herramientas de esa naturaleza, por lo que se encuentran en una situación de mayor precariedad frente a las autoridades que regulan su actividad y son menos propensos a adaptarse a las demandas coyunturales del mercado.

Se trata entonces de la modalidad de venta atomizada que se desarrolla en las condiciones más precarias de entre las tres previamente identificadas. Sin embargo, las pocas conjeturas presentadas sobre asfalteros recién ingresados al sector están basadas únicamente en lo expresado por comerciantes pertenecientes a otras categorías y sería necesario corroborarlas por medio de investigaciones empíricas posteriores en las que se pueda acceder a una muestra que permita profundizar en el tipo.

Hallazgos sobre atomizados móviles con vehículo

Una vez cubiertas las descripciones densas de las cuatro categorías en la tipología propuesta sobre el comercio atomizado en vía pública, también se presentarán los resultados obtenidos en el par de entrevistas que pudieron llevarse a cabo con vendedores móviles con vehículo.

Nombre	Punto de venta	Mercancía	Rango de edad (años)	Años de experiencia	Tipo de vehículo	Permiso	Razón de ingreso
Jorge	Calles de San Jerónimo	Tamales	16-29	6 meses	Motocicleta	No	Preferencia personal
Julián	Calles de San Jerónimo	Tamales	16-29	7	Triciclo	No	-

En términos generales, se trata de la modalidad de comercio atomizado en la que se reportan menores niveles de interacción con las autoridades. Ambas entrevistas se llevaron a cabo en la misma zona de comercio: las calles de San Jerónimo, donde hay una aparente tolerancia por parte de policías y funcionarios de vía pública hacia el tránsito de vendedores. Tanto Julián como Jorge –ambos comerciantes de tamales– dijeron no tener que preocuparse por ser detenidos, a no ser que fuera por cuestiones relacionadas con la motocicleta que el segundo utiliza para transportarse y de la que es el dueño. Con esto se refería a que los policías de tránsito le piden sus papeles, los cuales debe traer en orden para no ser multado. Sin embargo, esta situación de tolerancia no se presenta en toda la ciudad, pues al inicio de la pandemia hubo casos muy sonados en los medios de comunicación sobre detenciones de vendedores en triciclos, a quienes las autoridades confiscaban sus vehículos hasta que pagaran una multa (Montes de Oca, 2020; Rodríguez, 2020; Salazar, 2020).

Acotando el hallazgo al lugar en que se hicieron los registros, no parece haber distinción evidente entre las condiciones de comercio que desarrollan los atomizados móviles con vehículo que tienen experiencia en el sector y aquellos que recién ingresaron. Mientras que Julián lleva siete años trabajando en la zona, Jorge había empezado apenas seis meses antes, durante el primer pico de contagio de COVID-19 en la Ciudad de México. Aún así, ambos dicen poder llevar a cabo los recorridos por sus rutas de venta en circunstancias libres

de temor a ser detenidos. De manera similar, no reportan haber tenido mucho contacto con otros comerciantes atomizados con vehículos ni conflicto con vecinos de la zona.

La primera cuestión es particularmente notoria, pues los dos trabajan con otros vendedores en igualdad de circunstancias, como empleados subcontratados en negocios de producción de tamales. Cada día pasan a recoger la mercancía a los lugares donde se cocinan y los fabricantes fungen a la vez como sus jefes. En el caso de Jorge, esa relación patrón-empleado le implica tener que cumplir con cuotas diarias de venta. Sus ingresos los obtiene por medio de comisiones del 50% por cada unidad despachada: equivalente a 7.50 de los 15 pesos que constituyen el precio total. El negocio cuenta con «ocho o nueve motos», cuyos conductores definen sus propias rutas de trabajo, y pertenece a su tío, a quien en ocasiones ayuda con el acomodo de las hojas de los tamales para ordenarlos de la mejor manera posible en las hieleras que utilizan para su transporte. Jorge dice que vende principalmente en San Jerónimo, el Ajusco y Tlalpan, y visita cada zona en distintos días de la semana y con horarios fijos.

Por su parte, Julián utiliza un triciclo de metal para trasladar la mercancía, por lo que su ruta de trabajo es menos extensa que las de Jorge. Se desarrolla principalmente en la delegación La Magdalena Contreras, la cual atraviesa usando los carriles de la ciclovía. Sin embargo, una cuestión en la que se distingue con el comerciante en motocicleta y que ya se había mencionado en capítulos anteriores es que no es dueño de su vehículo, sino que lo renta en conjunto con otro vendedor a la dueña de otro negocio de tamales. Sus ingresos también los logra por medio de comisiones de venta que se reparte con su compañero y también definen las rutas que recorren día con día, pero el hecho de que el triciclo no sea de su propiedad hace que haya una influencia externa en los horarios de trabajo con los que deben cumplir, pues pueden incurrir en sanciones si llegan tarde al final de la jornada laboral.¹⁵

Este dato parecería generalizable al resto de los comerciantes en la zona que utilizan triciclos (ya sea para vender tamales, pan dulce o bísquets), pues todos los días entre las 6 y 7 de la tarde, las calles y ciclovía de San Jerónimo se llenan de vendedores que regresan a sus puntos de abasto tras terminar la jornada y, cabe suponer, también los vehículos que

¹⁵ Esta fue una de las limitaciones principales por las que no se pudo desarrollar una entrevista más extendida a la que se hizo. Originalmente agendó una reunión con el investigador en un domingo (su único día libre de la semana), pero tuvo que cancelar de último momento y ya no fue posible cambiarla para una fecha posterior.

rentan. Su condición aparentemente extendida como subcontratados los vuelve un segmento dentro del comercio atomizado en el que vale la pena profundizar para entender qué rol desempeñan sus patrones para gestionar el acceso al espacio público de sus vendedores y si establecen negociaciones con las autoridades locales para que se mantenga un nivel de tolerancia que beneficie la actividad. En especial cuando se toma en cuenta que ninguno de los vendedores entrevistados contaba con permiso para comerciar en el espacio público.

Una vez concluidas las descripciones densas de las cuatro categorías de comerciantes atomizados propuestas en la presente tesis, así como la caracterización breve de los móviles con vehículo, el siguiente y último capítulo del documento está dedicado a presentar una serie de conclusiones analíticas sobre el objeto de estudio y las distintas formas que este asume. De igual manera, plantea posibles interrogantes a resolver en investigaciones futuras. Esto último se da como consecuencia de las limitaciones previamente enumeradas en el trabajo y que en su mayoría son consecuencia de las condiciones desfavorables para desarrollar el estudio empírico sobre el particular.

CONCLUSIONES

Una de las constantes en la bibliografía especializada en el estudio del sector informal y el comercio en vía pública es la caracterización de ambas cuestiones como sumamente heterogéneas. La valoración deriva de factores previamente mencionados, entre ellos: la dificultad para distinguir claramente entre lo formal e informal, los vínculos existentes entre unidades económicas pertenecientes a los distintos sectores, y las dinámicas de negociación y conflicto que se dan entre comerciantes y autoridades, por nombrar algunos. El objeto de estudio del presente documento, los comerciantes atomizados, no es ajeno a estas consideraciones. Incluso trabajando con una muestra reducida como la que se utilizó para obtener los datos que nutren la investigación, en cada paso emprendido antes, durante y una vez terminado el trabajo de campo, la heterogeneidad se mantenía como un aspecto ineludible del fenómeno.

Es así como desarrollar un capítulo de cierre que permita sistematizar con la mayor claridad posible los hallazgos obtenidos en torno a un tema cuya paleta de matices se distingue por su indefinición se torna un proyecto complejo. No obstante, en aras de cumplir de la mejor manera con el objetivo, la sección final de la tesis se divide en tres partes: (1) un resumen de los hallazgos obtenidos durante el desarrollo del proceso investigativo y en el cual se explicitan algunos aportes que hace a la literatura sobre informalidad y venta en el espacio público; (2) una reiteración de los límites presentes en el proyecto, ya previamente enumerados en el capítulo dedicado al marco metodológico; para finalmente terminar (3) detallando posibles líneas investigativas que podrían seguirse en el futuro para ampliar la comprensión del comercio atomizado.

Hallazgos investigativos sobre el comercio atomizado en vía pública

Una de las metas centrales del proyecto de tesis, aquella que inspiró la elección y definición del objeto de estudio, ha sido la de establecer cuáles son las condiciones de posibilidad de llevar a cabo alguna forma de venta en vía pública en la Ciudad de México sin contar con el respaldo proporcionado por estructuras organizativas como las que se encuentran retratadas en buena parte de la bibliografía especializada en el tema. Fue así como se llegó a delimitar el tipo de sujeto que sería abordado durante el trabajo de campo y los espacios donde este se desarrollaría. Los resultados presentados en el capítulo anterior muestran que en la capital

mexicana hay presencia de las tres formas atomizadas o autónomas de ejercer el comercio en el espacio público: semifija, móvil con vehículo y móvil sin vehículo.

Sin embargo, la configuración que asumen las cuatro dimensiones que guiaron la labor investigativa desde un principio (condiciones de trabajo, trayectoria laboral, gestión de necesidades y estrategias de supervivencia y resistencia) varían significativamente a partir de una serie de factores previamente mencionados en el documento. El principal es la modalidad de comercio atomizado desarrollada por el vendedor, así como el tiempo que lleve dedicándose a la actividad y el lugar donde trabaje. Por ello, se optó por elaborar una tipología que simplificara la presentación de los resultados según las interacciones entre dimensiones que pudieron identificarse durante el trabajo de campo y cómo estas se relacionan con la bibliografía previa sobre comercio en vía pública.

La tipología como tal está constituida por las siguientes cuatro categorías de comercio atomizado en vía pública, obtenidas a partir del cruce de las dimensiones de modalidad de comercio y experiencia en el sector: (1) semifijos establecidos, (2) semifijos recién incorporados, (3) asfalteros establecidos y (4) asfalteros recién incorporados. El comercio móvil con vehículo no se incluyó porque no fue posible conseguir suficientes registros empíricos que permitieran edificar conclusiones robustas.

El análisis como tal ilumina aspectos de la venta en vía pública desarrollada en la Ciudad de México que no se encuentran del todo discutidos en la bibliografía especializada, los cuales constituyen las principales aportaciones que hace la presente tesis a los debates sobre el tema.

En primera instancia, fue posible hacer un acercamiento analítico para comprender cómo se desarrolla el comercio callejero en alcaldías y colonias de la capital mexicana donde no hay una presencia extendida de la actividad (en este caso zonas mayoritariamente residenciales y de estratos medios-medios altos), algo que no es del todo común, pues la mayor parte de los estudios dedicados a la cuestión que se revisaron tienden a hacerse en territorios con niveles altos de venta. Aún así, a pesar de dicha condición, se encontró que los vendedores siguen contando con avenidas más o menos institucionalizadas por las que pueden transitar para ingresar y mantenerse en el espacio público, haciéndolo de manera individualizada y sin intermediación de liderazgos grupales. El ejemplo más claro de la versión más institucionalizada de lo anterior lo proporciona el punto de venta identificado en

las inmediaciones del hospital de Pemex Sur, donde los funcionarios de la alcaldía Tlalpan tramitan permisos oficiales u orales, y cobran cuotas semanales para regular el acceso y distribución del territorio de comercio. En cambio, en La Magdalena Contreras hay sistemas de reglas informales que se aplican laxamente y los vendedores pueden llevar a cabo su actividad sin necesidad de interactuar constantemente con las autoridades, las cuales toleran su presencia sin pedir mucho a cambio, exceptuando situaciones especiales.

Autores como Peña (1999) identifican dos roles sociales que desempeñan los grupos de vendedores: (1) intermediación con autoridades gubernamentales para resolver problemas regulatorios que puedan presentárseles a sus miembros y (2) repartición de lotes donde poner puestos, así como establecimiento de reglas de comportamiento con los que deben cumplir los comerciantes para dar cierta estabilidad al desarrollo de la actividad (p. 368). Alba (2015), por su parte, considera que los comerciantes capitalinos requieren de un «alto grado de organización» en grupos para trabajar en sus espacios (p. 376). Sin embargo, el acercamiento realizado con los vendedores atomizados muestra que es posible prescindir de las organizaciones estructuradas sin que esto vuelva imposible la venta en vía pública, por lo menos en lo que respecta a las colonias visitadas durante el trabajo de campo.

Entonces, pareciera que cuando el número de comerciantes es relativamente reducido en un punto dado, las autoridades cuentan con las herramientas necesarias para regular efectivamente el uso de los espacios de una manera que resulta satisfactoria para las partes involucradas, volviendo innecesario el recurrir a la organización colectiva para representar y defender los intereses de los vendedores. Asimismo, también se vio que los propios comerciantes pueden ser los que establezcan la mayor parte de las normas que rigen la actividad dentro de sus propios territorios, sin necesidad de que intervengan funcionarios o líderes grupales que las definan verticalmente. Sin embargo, existen distinciones importantes en las condiciones de venta, las cuales dependen de la modalidad que esta asume.

Entre los entrevistados, cuando el comercio se lleva a cabo en su forma semifija, la continuidad en el espacio es menos incierta, precisamente porque tienden a contar con alguna variedad de autorización que reduce el riesgo que corren de ser retirados de un momento a otro, por lo menos durante periodos de tiempo como el que prevalecía al realizarse el trabajo de campo y que muchos describieron como tolerante. Sin embargo, la experiencia previa en el sector influye de manera considerable en la atmósfera laboral donde desarrollan sus

actividades, pues los riesgos a los que se exponen dependen más de las relaciones que establezcan con otros comerciantes en la zona de venta y no tanto con las autoridades.

Los semifijos establecidos se han vuelto rostros conocidos para policías, funcionarios, vecinos y clientes, hecho que impacta en su interacción con estos actores sociales, pues tiende a traducirse en mayor transigencia con su uso del espacio público y a que reciban alguna forma de apoyo cuando incrementan los esfuerzos gubernamentales por limitar su comercio o si sus ingresos disminuyen como resultado de condiciones económicas inciertas. Incluso se habló con sujetos que habían salido beneficiados por el cierre pandémico, pues disponían de una base de clientes frecuentes que privilegiaba el consumo en sus negocios sobre otros o porque se convirtieron en la única opción disponible en la zona para acceder al tipo de productos que ofertaban.

Por su parte, entre los semifijos recién ingresados se obtuvieron muy pocos registros que dieran cuenta de dificultades con las autoridades locales para acceder y trabajar en vía pública, pues estos sujetos también aprovecharon las avenidas oficiales y extraoficiales presentes en sus puntos de venta para ingresar a ellos. No obstante, las ocasiones más prevalentes de conflicto ocurrían con otros comerciantes atomizados, principalmente con aquellos que ya llevaban mucho tiempo trabajando en la zona y que implementaban distintas estrategias para evitar su asentamiento, lograr que pagaran derecho de piso o que excluyeran ciertas mercancías de sus repertorios de venta. Asimismo, no contaban con una base de clientes que les permitiera obtener un ingreso mínimo mes con mes y muchos habían tenido que pasar o seguían pasando por periodos de ganancias reducidas. Derivado de lo anterior, se daban niveles de competencia elevados con otros comerciantes, tanto establecidos como recién ingresados, y sus catálogos de productos podían ser más heterogéneos que los de semifijos establecidos.

Ahora bien, ambos tipos de atomizados semifijos también se distinguían el uno del otro por el patrón de trayectorias laborales que solían seguir en cada categoría. Entre recién ingresados proliferaron los historiales de trabajo más accidentados y la inmensa mayoría se había visto forzado a ingresar al comercio en vía pública como consecuencia de pérdidas de empleo por la crisis económica y sanitaria traída por la COVID-19, aunque los recorridos seguidos para hacerlo variaban de manera considerable. Había quienes movilizaban contactos en el sector, otros que acudían a instancias gubernamentales para obtener el visto

bueno con las autoridades previo a montar los puestos y otros que los instalaban sin preguntar a nadie. Asimismo, se detectó una variedad más amplia de motivaciones de ingreso entre semifijos establecidos, donde el factor de la influencia familiar es dominante, así como la identificación de ventajas laborales ofrecidas en el sector informal y a las que no se puede acceder en el formal.

Una cuestión compartida tanto por semifijos establecidos como recién ingresados refiere a la dimensión de estrategias de supervivencia y resistencia, pues ninguna de las categorías ostentaba niveles elevados de vinculación y organización con otros comerciantes en situaciones similares. La mayor parte de las interacciones sostenidas con sujetos en sus espacios de trabajo tendían a ser superficiales, a la vez que proliferaban tensiones y rivalidades. En los pocos casos en que los vendedores sí habían constituido lazos amistosos o solidarios con colegas, obtenían ciertos beneficios en consecuencia, pero se trató más de excepciones que de la tendencia generalizada.

Por lo tanto, el análisis del comercio atomizado semifijo en sus dos modalidades permite establecer que es posible llevar a cabo la venta en vía pública en condiciones de autonomía y sin necesidad de un andamiaje organizacional como el que prolifera en mercados, *tianguis*, puntos de la ciudad dedicados al transporte o plazas en que abunda el comercio callejero. A su vez, arroja luz sobre la existencia de avenidas más o menos institucionalizadas de regulación del espacio público que se traducen en un nivel moderado a alto de estabilidad en su uso, por lo menos en términos de las relaciones con las autoridades gubernamentales, pero también entre comerciantes, que cumplen con una serie de normas no escritas para permanecer en sus espacios. A diferencia de lo que ocurre en las zonas enlistadas al inicio del párrafo, el establecimiento de lazos colectivos de negociación, sean o no corporativos o clientelares en su naturaleza, no resulta un factor necesario para desarrollar la actividad. Alternativamente, se privilegian los intercambios directos entre vendedor y funcionario de a pie de las alcaldías, que se materializan en pagos de cuotas fijas previamente establecidas, sobornos en dinero o especie definidos por cada inspector, o en que se tolere la presencia del comerciante sin que le implique retribución alguna.

Entre los atomizados semifijos, los niveles elevados de individualización en las negociaciones, lo estables que estas resultan ser debido a las vías institucionalizadas de regulación del espacio y la forma en que los vendedores se distribuyen por el espacio,

manteniendo distancias moderadas entre sí, impactan a su vez en sus capacidades organizativas, pues parece haber poca interacción entre colegas y casi ningún registro de vinculación y organización colectiva para evitar retiros o mejorar las condiciones del ambiente en que desarrollan sus actividades. Al contrario, proliferan las interacciones superficiales, así como dinámicas de competencia y rivalidad, en especial entre semifijos establecidos y semifijos recién incorporados al sector.

Respecto a las dos categorías restantes –asfalteros establecidos y asfalteros recién ingresados– hay paralelismos, pero también contrastes con lo identificado entre atomizados semifijos. Una primera diferencia consiste en que, según lo registrado durante el trabajo de campo, se trata de una modalidad de venta en la cual no es posible obtener permisos de uso del espacio público por medio de vías oficiales. El acceso a y permanencia en sus zonas de trabajo depende exclusivamente de la tolerancia de las autoridades (en su mayoría policías y no funcionarios de alcaldías) y de las posibles negociaciones que los comerciantes entablen con ellas.

Hay ciertas constantes en la actitud que asumen los oficiales hacia estos tipos de venta en vía pública e inclusive existe una serie de reglas no oficiales que regulan el uso del espacio para los asfalteros, principalmente que deben mantenerse en movimiento continuo y sin depositar sus mercancías en el suelo de la zona. Sin embargo, la tolerancia hacia la actividad puede sufrir variaciones importantes de un momento a otro, lo que la vuelven una forma de trabajo comparativamente más precaria a la que se lleva a cabo con puestos desarmables. La principal razón que los asfalteros dan para ello es que su comercio carga con un estigma social considerable, pues tiende a atribuírseles responsabilidad cuando se cometen crímenes en los espacios de venta y los vecinos emiten quejas contra los vendedores en consecuencia.

Dicha condición impacta a su vez en las dimensiones de gestión de necesidades y estrategias de supervivencia y resistencia. Para evitar aumentos considerables en el riesgo de ser retirados, los asfalteros establecidos asumen el papel de reguladores de los espacios de trabajo, tanto por medio de la implementación de reglas de ingreso a la zona como de definición de criterios para determinar cómo esta se reparte entre los comerciantes que trabajan ahí. Al igual que ocurre con los semifijos establecidos, los años de experiencia en el sector se tornan una pauta fundamental para que el ejercicio de la actividad sea tolerado, por los otros vendedores y por los policías y vecinos, algunos de los cuales también los apoyan

en momentos de precariedad en el ingreso. Los que llevan años laborando en el mismo punto tienden a ser ignorados por las autoridades y a establecer vínculos no superficiales con colegas en igualdad de circunstancias, con quienes a su vez definen las normativas no oficiales que rigen los espacios. Los intentos emprendidos por externos para ingresar al territorio tienden a ser detenidos de manera eficiente, principalmente por medio del diálogo, que en ocasiones deriva en insultos.

Asimismo, la condición de mayor precariedad inherente al asfalterismo se traduce en que se dan periodos durante los cuales las autoridades que normalmente toleran su presencia en los espacios emprenden acciones generalizadas más represoras para expulsarlos de ellos. Es así como la categoría de comercio atomizado donde pudieron registrarse instancias más claras de vinculación, organización y movilización colectiva para asegurar la permanencia en las zonas de venta resultó ser la ejercida por los asfalteros establecidos. El afianzamiento que tienen con sus territorios, dentro de los cuales en ocasiones han trabajado por años, resulta en que emprendan estrategias de resistencia cuando la seguridad de su acceso corre peligro.

En contraste con lo ocurrido entre quienes participan en formas de comercio no atomizado, estos vendedores móviles no dependen de organizaciones ordenadas a partir de grupos con estructuras internas y liderazgos claros para emprender acciones colectivas de rebeldía. En cambio, el concepto de *usurpación silenciosa de lo ordinario* propuesta por Asef Bayat (1997, 2004) arroja luz sobre las dinámicas de lucha de las que son capaces los asfalteros, incluso tomando en cuenta que el mismo autor considera que no tienden a presentarse en países de América Latina por las condiciones de institucionalización en que se encuentra el comercio en vía pública.

Las acciones como tal nacen a partir de un uso despolitizado del espacio, al cual ingresan por sus propios medios individuales y en donde los comerciantes logran establecer vínculos de convivencia cotidiana entre sí, mismos que luego son activados para llevar a la formación de un frente en común cuando aparecen fuerzas externas que amenazan con imposibilitar la supervivencia de la mayoría. Se trata de movilizaciones grupales e improvisadas que buscan proteger lo ganado por actores individuales ante esfuerzos por arrebatárselos, en este caso el bien disputado consistiría en el espacio público necesario para ejercer la venta.

Por lo tanto, uno de los principales hallazgos presentados en la tesis consiste precisamente en la identificación de dinámicas de organización como las mostradas por asfalteros establecidos. Este sector lleva a cabo acciones de resistencia sobre las que se ha discutido poco en contextos latinoamericanos y que nuevamente no dependen de la vinculación colectiva con funcionarios públicos, ni en el establecimiento de grupos con estructuras internas bien definidas. Aún así, son efectivos en sus movilizaciones, al punto que algunos de los sujetos entrevistados habían soportado intentos de retiro emprendidos por las autoridades en periodos sumamente álgidos de regulación del comercio en vía pública.

Las capacidades organizativas de los asfalteros establecidos, sin embargo, obstaculizan las posibilidades de ingreso a sus territorios de los asfalteros recién incorporados al sector. Si bien no se lograron hacer registros de esta categoría de venta atomizada, los testimonios ofrecidos por el tipo anterior permitieron comprender las dificultades presentes en su modalidad de comercio. Ante la regulación emprendida por sus contrapartes establecidas, aunado a la falta de tolerancia que reciben de las autoridades asignadas a esos lugares, se les dificulta el acceso a espacios donde el flujo de peatones y automóviles es sostenido y la venta es mejor. De igual manera, no cuentan con bases establecidas de clientes que puedan apoyarlos cuando llevan a cabo la actividad, ya sea para evitar presiones de las autoridades o para asegurar un ingreso sostenido en temporadas difíciles. Cabe suponer, entonces, que se trata de la categoría de venta atomizada que experimenta los niveles más altos de precariedad, tanto en términos de su uso del espacio como de las ganancias que perciben.

Por último, tampoco fue posible reunir registros suficientes sobre los atomizados móviles con vehículo para elaborar conclusiones robustas sobre el desarrollo de su venta. Entre los pocos hallazgos encontrados, parece tratarse de una categoría en la cual hay pocas instancias de acoso policial, cuando menos en los puntos donde se realizó el trabajo de campo, pues sí hay reportes periodísticos de detenciones y multas ejercidas contra comerciantes en esta situación que trabajan en alcaldías distintas a las abordadas en el presente documento. Asimismo, los dos vendedores entrevistados no reportan vínculos organizativos con colegas en igualdad de condiciones y parecen ejercer la actividad en absoluta autonomía espacial, aunque subcontratados por los productores de sus mercancías

alimentarias, quienes les exigen cumplir con ciertas cuotas de venta y dentro de horarios determinados.

A modo de cierre de la sección, se enfatizarán algunas contribuciones que los hallazgos obtenidos durante la elaboración del proyecto permiten hacer a los debates que proliferan en la bibliografía académica sobre el comercio en vía pública.

En primer lugar, la mayor parte de los estudios empíricos realizados sobre la venta callejera en la Ciudad de México tienden a concentrarse en territorios donde dicha actividad económica es más prevalente, como el Centro Histórico en la alcaldía Cuauhtémoc (Alba, 2015; Cross, 1996, 1998; Olivo Pérez, 2009; Parra, 2017; Silva, 2010, 2011), concentraciones, mercados y bazares en Coyoacán (Crossa, 2016, 2018; Tilly *et. al.*, 2014) e Iztapalapa (Silva, 2006; Gayosso, 2009; Gómez, 2012), o en los interiores de las estaciones y vagones del sistema de transporte Metro (Ruiz de los Santos, 2009, 2011; Serna, 2020), por nombrar algunos. Ante esto, las formas de comercio que se representan en la bibliografía usualmente son más estructuradas, con la organización en grupo cobrando especial importancia, al igual que el establecimiento de vínculos de negociación colectiva entre autoridades y comerciantes, no importa si son clientelares o no.

Al centrar el análisis en la venta que se desarrolla en colonias de estratos medio-medios altos donde el comercio no constituye un fenómeno masivo, se identificaron otras articulaciones entre ambos actores que posibilitan la actividad: a partir de la negociación individualizada, tanto en su formato más institucionalizado (en Tlalpan, donde las autoridades mantienen un rol activo para administrar el comercio en el espacio público: cobrando cuotas y definiendo los lotes donde pueden colocarse puestos) como menos institucionalizado (en La Magdalena Contreras, donde la interacción entre vendedores y funcionarios es poco frecuente y las normas no escritas de comportamiento se aplican con más laxitud). Es decir, la organización grupal no parece ser una condición necesaria para trabajar en vía pública, por lo menos cuando se hace en ciertas zonas de la capital mexicana donde las autoridades son capaces de regular el comercio efectivamente, porque este no constituye un fenómeno masivo, y de tal manera que no afecte a los vendedores a tal nivel que deban optar por la organización colectiva como avenida para hacer valer sus intereses.

Segundo, ante la tendencia a la generalización explicativa sobre el papel que juegan los factores macroestructurales para determinar la expansión del sector informal en un

contexto dado (Portes y Benton, 1987, pp. 134-5) –en especial en condiciones de crisis económica (Tokman, 2011, p. 6)–, las entrevistas realizadas con los comerciantes evidenciaron la enorme variedad que hay en las trayectorias profesionales seguidas por estos sujetos.

Si bien entre los recién incorporados al comercio en vía pública (y algunos de los más experimentados), la mayoría se habían visto empujados a hacerlo tras perder sus empleos previos, las formas en que dieron el paso variaban de manera considerable: algunos movilizaban contactos ya insertos en el sector para recibir apoyo, otros se acercaban a los funcionarios de las alcaldías para obtener su visto bueno antes de empezar a trabajar en el espacio público, otros más montaban sus puestos o llegaban a sus espacio y vendían hasta que alguien les llamara la atención. Hubo sujetos que iniciaban sus propios negocios, echando mano de proveedores de mercancía que conocían de sus empleos anteriores o buscaban dónde abastecerse por sí solos; otros trabajaban como asalariados en puestos ya existentes. Hay quienes ven la actividad como una cuestión a largo plazo y otros que la consideran temporal. De igual manera, entre los establecidos las motivaciones personales eran aún más variadas y la cuestión de las ventajas percibidas en el sector informal sobre el formal se volvía más aparente como determinante en su paso a la actividad (Maloney, 2004, pp. 1159-60).

Por lo tanto, aunque el impacto de los factores macroestructurales es notorio y una cuestión explicativa central, el conjunto de estrategias que moviliza la gente para empezar a vender en las calles de la Ciudad de México es altamente heterogéneo, tanto en el sentido de motivaciones personales como de los tipos de obstáculos a los que se enfrentan para llevarlo a cabo, en especial si lo hacen en una modalidad semifija o móvil.

Tercero y vinculado con el anterior, se detectó que la dimensión de experiencia transcurrida en el sector de comercio en vía pública resulta central para comprender las condiciones de trabajo que se presentan entre los vendedores. Autores como Cross (1998) encuentran que incluso las organizaciones de comerciantes más pequeñas y de reciente creación resultan ser actores políticos efectivos que logran el acceso y permanencia de sus miembros en los espacios de venta, aun cuando estos ya forman parte del territorio de grupos más influyentes (pp. 47, 56-7). En cambio, entre los atomizados –en especial cuando trabajan como asfalteros–, la llegada a un punto de venta con presencia de vendedores establecidos resulta la principal fuente de conflicto y en ocasiones una barrera insuperable para poder

llevar a cabo la actividad en la zona. Por lo tanto, la falta de respaldo organizacional puede afectar a los atomizados de reciente ingreso si optan por buscar espacios de venta donde los niveles de disputa son altos, los cuales son a su vez los que aseguran una venta de mejor calidad. Es de suponer entonces que el comercio atomizado no puede proliferar demasiado si no se da en zonas como las estudiadas en el presente proyecto, colonias con presencia reducida de comerciantes en vía pública.

Finalmente, en aras de complementar el conocimiento sobre las formas en que se organiza el comercio en vía pública en el territorio capitalino, análisis que se ha centrado principalmente en la afiliación a grupos y la negociación o disputa colectiva con las autoridades gubernamentales (Alba, 2015; Cross, 1998; Crossa, 2016, 2018; Silva, 2010), se halló que este no es un factor necesario para posibilitar la venta callejera. Como ya se dijo, la existencia de avenidas institucionalizadas para ingresar al sector se traduce en que los comerciantes cuenten con cierta estabilidad en el desarrollo de su actividad, aun cuando la desempeñan individualmente y sin contar con experiencia previa, en especial si lo hacen en una modalidad semifija. No obstante, se identificaron múltiples instancias de cursos de acción que empatan con el concepto de *usurpación silenciosa de lo ordinario* elaborado por Bayat (2004, p. 295), con avances discretos y sostenidos, echando mano de estrategias individualizadas para ganar terreno en el espacio público.

La búsqueda de discreción en el ejercicio de la actividad se torna elemental para los atomizados, pues buena parte de ellos comentaron que procuraban evitar que el comercio proliferara demasiado en sus zonas de trabajo para no llamar la atención de vecinos y autoridades, que podían reaccionar negativamente ante su presencia extendida. Sin embargo, tan solo entre los asfalteros –una modalidad de venta más precaria relativo a la de los semifijos– esa discreción podía mutar posteriormente en acciones colectivas de protesta y resistencia, una herramienta útil para hacer valer sus intereses y mantener las condiciones de posibilidad de su actividad. A modo de contrastación, en el Centro Histórico los conflictos se dan a raíz de la expansión territorial de agrupaciones rivales de vendedores que acumulan poder político y lo movilizan en pro de sus intereses, mientras que en colonias como las estudiadas, las disputas derivan de esfuerzos por contener lo más posible el crecimiento del comercio para evitar la emergencia de problemas que afecten por igual a todos los involucrados. Ante esto, la aplicación de los conceptos elaborados por Bayat en la

investigación empírica sobre el comercio en vía pública tiene mucho que aportar para la mayor comprensión del fenómeno en toda su complejidad. Incluso en urbes donde el sector informal goza de un grado considerable de institucionalización como la Ciudad de México (Labazée, 2015, pp. 215-8), sigue habiendo espacios en los cuales dichos canales no están disponibles para los actores informales y las estrategias de usurpación silenciosa resultan más efectivas en su actuar cotidiano.

Limitaciones en el trabajo

Como ya se mencionó anteriormente en el capítulo dedicado al marco metodológico que guio el trabajo de campo y el análisis posterior de los datos obtenidos, el acercamiento al objeto de estudio fue seriamente limitado por las condiciones coyunturales traídas por la pandemia de COVID-19.

La muestra obtenida de comerciantes atomizados carga con restricciones importantes, la más sustancial de las cuales es que no fue posible conseguir registros de asfalteros recién ingresados y tan solo un par de atomizados móviles con vehículo, que en sí mismos fueron acotados, pues las entrevistas duraron poco más de cinco minutos cada una. De tal forma que la tipología propuesta de venta atomizada se encuentra incompleta de momento, pues faltaría integrar dos categorías extra, correspondientes a móviles con vehículo establecidos y recién ingresados. Asimismo, las descripciones elaboradas para los tipos que sí aparecen representados podrían robustecerse más por medio de mayores acercamientos empíricos al objeto de estudio que permitan hacer registros de atomizados que trabajen en otras zonas de venta a las cinco elegidas para el proyecto, todas ubicadas en colonias de clase media y media alta.

Más allá de lo anterior, las conclusiones presentadas en el presente capítulo, así como el anterior, cargan con sesgos importantes. El principal de ellos radica en que, en aras de simplificar la investigación empírica, tan solo se registraron los testimonios ofrecidos por los propios comerciantes atomizados, sin tomar en cuenta el punto de vista de actores sociales distintos y que también participan de alguna manera en el funcionamiento de la venta atomizada en vía pública: policías, funcionarios, clientes, vecinos, etc. De tal manera que las descripciones presentadas en el documento no pudieron ser cruzadas con otras fuentes de información para así corroborar o falsear la información.

De igual manera, las condiciones pandémicas se tradujeron en la incapacidad de implementar técnicas como la observación participante para profundizar en la comprensión de las dinámicas presentes en los puntos de venta estudiados. Por lo tanto, tampoco fue posible contrastar lo dicho por los comerciantes con lo que verdaderamente hacían en sus espacios de trabajo, y que podría no alinearse completamente con los datos obtenidos a partir de las narraciones surgidas durante las entrevistas semiestructuradas.

Por último, la gran mayoría de los diálogos emprendidos con comerciantes se realizaron en el momento del primer contacto y sin llevar a cabo un proceso previo de convivencia para generar atmósferas de mayor confianza en el que la conversación fluyera de mejor manera. Además, no se hicieron entrevistas de seguimiento en las que se pudiera profundizar en temas surgidos anteriormente y que pudieran nutrir aún más las descripciones realizadas en el documento.

Tomando en cuenta todo lo anterior, sí fue posible cumplir con los objetivos centrales del proyecto de investigación: realizar un primer acercamiento al objeto de estudio que permita abrir avenidas posteriores de indagación. Las conclusiones analíticas recién presentadas, si bien acotadas, descansan sobre datos obtenidos empíricamente que clarifican aspectos del comercio atomizado en vía pública sobre los cuales podría profundizarse más adelante, para así lograr una comprensión ampliada de la venta informal que se lleva a cabo en la Ciudad de México y resaltar aún más la heterogeneidad que caracteriza al fenómeno.

Pistas analíticas para proyectos investigativos futuros

Al tratarse de un objeto cuyo estudio no queda agotado en el presente documento y en aras de facilitar los acercamientos potenciales hacia la venta atomizada, hay ciertas cuestiones a resaltar que podrían tornarse fértiles para investigaciones futuras.

La bibliografía especializada en el comercio en vía pública da cuenta de formas en que los grupos de vendedores funcionan, en mayor o menor medida, como organismos de representación de los intereses de sus miembros, pero también como mecanismos de implementación de reglas que regulan el comercio para que este se vuelva manejable (Peña, 1999; Ruiz de los Santos 2009, 2011). A lo largo del proyecto, pudieron identificarse instancias en que las normas que rigen en los espacios de venta emanaban de las propias autoridades gubernamentales, pero también otras en que son los comerciantes quienes

definen las reglas de comportamiento entre ellos, sin la necesidad de liderazgos que se encarguen de su diseño e implementación. Las dinámicas de establecimiento de normas en condiciones de venta atomizada parecen diferir de las que proliferan entre comerciantes agrupados en zonas con gran presencia del sector informal y podría ser una avenida interesante a explorar, que permita comprender cómo se dan las negociaciones a pequeña escala para que el comercio en vía pública pueda suscitarse en espacios con niveles bajos de densidad de vendedores.

Asimismo, una ampliación en la selección de los puntos de venta para incluir zonas de la ciudad donde la prevalencia del comercio en vía pública sea mayor podría complejizar el análisis presentado. La actitud tolerante de las autoridades hacia los vendedores autónomos no parece predominar en colonias y alcaldías en que la venta constituye algo cercano al «fenómeno de masas» descrito por Alba (2015, p. 401), mismo que debe ser contenido hasta cierto punto por razones políticas. Se dieron instancias de entrevistas en que los sujetos reportaban que, cuando intentan o había intentado trabajar en las calles del centro de Coyoacán o en la Miguel Hidalgo, por ejemplo, el asedio policial era mucho mayor que en los lugares donde se encontraban cuando se desarrolló el diálogo. Por lo tanto, la incorporación de registros empíricos sobre atomizados que laboran en espacios donde la represión oficial de su actividad está más presente podría permitir capturar varianza que no aparece del todo retratada por el momento.

Aunado a esto, durante el trabajo de campo fue posible capturar dinámicas de relación principalmente entre comerciantes atomizados con otros comerciantes atomizados, tanto establecidos como recién llegados, y con autoridades locales. Sin embargo, las características de las zonas donde se desarrolló el trabajo de campo eran tales que tan solo se registraron un par de instancias de interacción entre atomizados y vendedores en algún tipo de aglomeración de puestos o con dueños de puestos fijos. En textos dedicados al estudio de comerciantes en *tianguis* se menciona que vendedores que parecen cumplir con características de asfalteros también forman parte de esos espacios de venta (Gayosso, 2008), por lo que valdría la pena emprender un análisis de comercio atomizado dentro de aglomeraciones para entender cómo se desarrolla la actividad en condiciones de regulación del espacio implementadas por liderazgos verticales, como los que hay en mercados de la capital mexicana.

Finalmente, el periodo de tiempo durante el cual se llevó a cabo el trabajo de campo estuvo marcado por lo que la mayoría de los comerciantes catalogaron como una actitud tolerante por parte de las autoridades, tanto policías como funcionarios de Vía Pública. De tal manera que la aparente estabilidad en el uso del espacio que experimentaron los atomizados, particularmente quienes no contaban con experiencia previa en el sector, no necesariamente se mantendrá inalterada en el futuro cercano. La bibliografía sobre el comercio en vía pública muestra cómo los periodos de inestabilidad social y económica se traducen en ambientes de transigencia con las actividades informales (Bayat, 2004); sin embargo, emprender un seguimiento de naturaleza longitudinal con sujetos en situaciones similares podría abrir la puerta a la recopilación de datos sobre las reacciones que emprenden estos sujetos en el momento en que sus entornos se vuelven menos tolerantes.

Al igual que ocurre con otras modalidades de comercio en vía pública, la heterogeneidad es intrínseca a la venta atomizada. A pesar de que en el presente documento se procuró emprender un esfuerzo lo más sistemático posible para analizar el fenómeno y abonar a los debates sobre informalidad y comercio callejero, las líneas de investigación no están cercanas a agotarse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alba, C. (2015). La política local y la globalización desde abajo: Los líderes de los vendedores ambulantes de las calles del centro histórico de la Ciudad de México. En: Alba, C., Lins Ribeiro, G., y Mathews, G. (coordinadores), *La globalización desde abajo: La otra economía mundial* (374-404). México: El Colegio de México-Fondo de Cultura Económica.
- Alba, C., y Braig, M. (2012). Organización política local y entrelazamientos transregionales del comercio ambulante en la Ciudad de México. *Iberoamericana*, 12(48), 129-141.
- AlSayyad, N. (2004). Urban Informality as a “New” Way of Life. En: Roy, A., y AlSayyad, N. (editores), *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America, and South Asia* (38-112). Estados Unidos de América: Lexington Books.
- AlSayyad, N., y Roy, A. (2004). Urban Informality: Crossing Borders. En: Roy, A., y AlSayyad, N. (editores), *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America, and South Asia* (11-36). Estados Unidos de América: Lexington Books.
- Auyero, J. (2001). *Poor People’s Politics. Peronist Survival Networks and the Legacy of Evita*. Estados Unidos de América: Duke University Press.
- Bayat, A. (1997). Un-civil society: The politics of the ‘informal people’. *Third World Quarterly*, 18(1), 53-72.
- Bayat, A. (2004). Globalization and the Politics of the Informals in the Global South. En: Roy, A., y AlSayyad, N. (editores), *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America, and South Asia* (258-334). Estados Unidos de América: Lexington Books.
- Bromley, R. (2004). Power, Property, and Poverty: Why De Soto’s “Mystery of Capital” Cannot Be Solved. En: Roy, A., y AlSayyad, N. (editores), *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America, and South Asia* (850-907). Estados Unidos de América: Lexington Books.
- Chen, M. A. (2012). The informal economy: Definitions, theories and policies. *WIEGO Working Paper*, 1.
- Chen, M., Bonner, C., y Carré, F. (2015). *Organizing Informal Workers: Benefits, Challenges and Successes*. Estados Unidos de América: UNDP Human Development Report Office.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT (2020, 21 de marzo). *Covid-19 México. Información general*. <https://datos.covid-19.conacyt.mx/>

- Cross, J. C. (1996). El desalojo de los vendedores ambulantes: paralelismos históricos en la ciudad de México. *Revista Mexicana de Sociología*, 58(2), 95-115.
- Cross, J. C. (1998). Co-optation, Competition, and Resistance: State and Street Vendors in Mexico City. *Latin American Perspectives*, 25(2), 41-61.
- Crossa, V. (2009). Resisting the Entrepreneurial City: Street Vendors' Struggle in Mexico City's Historic Center. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1), 43-63.
- Crossa, V. (2016). Reading for difference on the street: De-homogenising street vending in Mexico City. *Urban Studies*, 53(2), 287-301.
- Crossa, V. (2018). *Luchando por un espacio en la Ciudad de México: Comerciantes ambulantes y el espacio público urbano* (1ª ed.). México: El Colegio de México.
- De Soto, H. (2001). The Mystery of Capital. *Finance and Development*, 38(1).
- Duhau, E., y Giglia, A. (2012). Prácticas de consumo y estratificación socioespacial en la Ciudad de México. En: Alba, C., y Labazée, P. (coordinadores), *Metropolización, transformaciones mercantiles y gobernanza en países emergentes* (101-44). México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales/Institut de Recherche pour le Développement.
- Fideicomiso Centro Histórico de la Ciudad de México (2014). *Manual ciudadano para el cuidado del Centro Histórico*. México: Gobierno de la Ciudad de México.
- Gayosso, J. L. (2008). Los tanguistas de la Ciudad de México: de informales a trabajadores atípicos. *Iztapalapa*, 30(enero-junio), 53-67.
- Gobierno de la Ciudad de México (n. d.). *Historia*. Central de Abastos de la Ciudad de México. Recuperado el 14 de marzo de 2021 en <https://ficeda.com.mx/index.php?id=historia>.
- Gobierno de la Ciudad de México (2020, 5 de febrero). *Conferencia de prensa 05/02/2020* [Video] [Publicación en Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/ClaudiaSheinbaumPardo/videos/654971148573700/>
- Gobierno de México (2021, 15 de marzo). *Exceso de mortalidad por todas las causas, durante la emergencia por COVID-19, México, 2020-2021*. <https://coronavirus.gob.mx/exceso-de-mortalidad-en-mexico/>.
- Gómez, N. (2012). *Liderazgos y organizaciones en el comercio en vía pública de la Ciudad de México. El caso de la delegación Iztapalapa, 1998-2008*. Tesis de doctorado: El Colegio de México, Ciudad de México.
- Hammersley, M., y Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. España: Ediciones Paidós.

- Hart, K. (1970). 8. Small-scale entrepreneurs in Ghana and development planning. *Journal of Development Studies*, 6(4), 104-120.
- Hart, K. (1971). Informal Income Opportunities and Employment in Ghana. *The Journal of Modern Africa Studies*, 11(1), 61-89.
- Hussmans, R. (2004). Measuring the informal economy: From employment in the informal sector to informal employment. *Working Papers*, 53. Suiza: International Labour Office.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2014). *La informalidad laboral. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo: Marco conceptual y metodológico*. México: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2019). *Actualización de la medición de la economía informal, 2003-2018 preliminar. Año base 2013*. México: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2020a). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (Nueva Edición) (ENOE). Resultados del cuarto trimestre de 2020*. México: INEGI, texto completo en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe_n_presentacion_ejecutiva_trim4.pdf.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2020b). *Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo (ETOE): Resultados de junio 2020*. México: INEGI.
- Ioannidis, J. P. A. (2020). *Tasa de letalidad por la infección de la COVID-19 calculada a partir de los datos de seroprevalencia* [boletín de prensa]. <https://www.who.int/bulletin/volumes/99/1/20-265892-ab/es/>
- International Labour Office, ILO (2002). *Women and Men in the Informal Sector: A Statistical Picture*. Suiza: International Labour Office.
- Johns Hopkins University & Medicine (2021). *Mortality Analyses*. <https://coronavirus.jhu.edu/data/mortality>
- Labazée, P. (2015). Informalidad en África y América Latina. Notas para una comparación. En: Alba, C., y Labazée, P. (coordinadores), *Metropolización, transformaciones mercantiles y gobernanza en los países emergentes: las grandes ciudades en las mutaciones del comercio mundial: Homenaje a Hélène Rivière d'Arc* (513-523). México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales; Institut de Recherche pour le Développement.
- Li, J., Ren, L., Hu, T., y Wang, F. (2018). A city's "urban crack" at 4 a.m.: A case study of morning market vendors in Beijing's Longfu Temple area. *Habitat International*, 71, 14-21.

- Luján, J., y Vanek, J. (2020). *Personas trabajadoras en empleo informal en México: Un panorama estadístico*. Reino Unido: WIEGO.
- Maloney, W. F. (2004). Informality Revisited. *World Development*, 32(7), 1159-1178. Recuperado en <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0305750X04000555>
- México ¿cómo vamos? (2021). *México frente a las crisis de 2020*. México. Recuperado en <https://mexicocomovamos.mx/wp-content/uploads/2021/03/Me%CC%81xico-frente-a-las-crisis-de-2020.pdf>
- Mora, M., y Oliveira, O. (2010). Las desigualdades laborales: Evolución, patrones y tendencias. En Cortés, F., y Oliveira, O. (coordinadores), *Los grandes problemas de México V: Desigualdad social* (101-139). México: El Colegio de México.
- Murray, M., y Kornberg, D. (2013). Informal Economy. En: *Oxford Bibliographies - African Studies*. DOI: 10.1093/obo/9780199846733-0128.
- Nayak, N. (2013). Organizing the Unorganized Workers: Lessons from SEWA Experiences. *The Indian Journal of Industrial Relations*, 48(3), 402-414.
- Ojeda, L., y Pino, A. (2019). Spatiality of street vendors and sociospatial disputes over public space: The case of Valparaíso, Chile. *Cities*, 95.
- Olivo Pérez, M. Á. (2009). Fragmentaciones y solidaridades entre los vendedores ambulantes de la Ciudad de México. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 66(enero-junio), 97-114.
- Organización Mundial de la Salud, OMS (2021, 7 de octubre). *Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19): orientaciones para el público*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>.
- Organización Mundial de la Salud, OMS (2020a, julio). *Preguntas y respuestas sobre la transmisión de COVID-19*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19-how-is-it-transmitted>
- Organización Mundial de la Salud, OMS (2020b, octubre). *Información básica sobre la COVID-19*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>
- Parra, J. (2017). ¿Cómo enderezar la mercancía? La figuración social del *business*. En: Agudo, A., y Estrada, M., *Estatalidades y soberanías disputadas* (269-95). México: El Colegio de México. <http://www.jstor.org/stable/10.2307/j.ctv4g1r63>
- Peña, S. (1999). Informal Markets: Street Vendors in Mexico City. *Habitat International*, 23(3), 363-372.

- Portes, A. (1989). La informalidad como parte integral de la economía moderna y no como indicador de atraso: respuesta a Klein y Tokman. *Estudios Sociológicos*, 7(20), 369-374. Recuperado en: <https://www.jstor.org/stable/40420023>.
- Portes, A., y Benton, L. (1987). Desarrollo industrial y absorción laboral: una reinterpretación. *Estudios Sociológicos*, 5(13), 111-137. Recuperado en: <https://estudiossociologicos.colmex.mx/index.php/es/article/view/1259>.
- Portes, A., y Hoffman, K. (2003). Las estructuras de clase en América Latina: composición y cambios durante la época neoliberal. *Serie políticas sociales*, 68. Chile: CEPAL
- Rakowski, C. (1994). Convergence and Divergence in the Informal Sector Debate: A Focus on Latin America, 1984-92. *World Development*, 22(4), 501-516.
- Ramírez Sáiz, J. M. (2006). Informal Politics in the Mexican Democratic Transition: The Case of the People's Urban Movement. En: Fernández-Kelly, P., y Shefner, J. (editores), *Out of the Shadows. Political Action and Informal Economy in Latin America* (219-39). Estados Unidos de América: The Pennsylvania State University Press.
- Recio, R. B., y Gomez, J. E. A. (2013). Street Vendors, their Contested Spaces, and the Policy Environment: A View from Caloócan, Metro Manila. *Environment and Urbanization ASIA*, 173-190.
- Roy, A., y AlSayyad, N. (2004). Prologue/Dialogue: Urban Informality: Crossing Borders. En Roy, A., y AlSayyad, N. (editores), *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America a South Asia* (19-36). Estados Unidos de América: Lexington Books.
- Ruiz de los Santos, S. R. (2009). Deambulando entre los vagoneros del Metro de la Ciudad de México. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 66(enero-junio), 115-135.
- Ruiz de los Santos, S. R. (2011). La identidad y la acción colectiva en los vagoneros del metro. En: De la Garza, E. (coordinador), *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva. Tomo I*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Plaza y Valdés.
- samnbk [@samnbk]. (2020, 21 de agosto). *Híjole, las justificaciones de @DianaLudlow a estas imágenes preocupan, por donde se les vea; especialmente si se leen en conjunto. Es la lógica punitiva en todo su esplendor* [Imágenes adjuntas] [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/samnbk/status/1296895965354438657>
- Secretaría de Salud, SSa (2020, junio). *Semáforo de riesgo epidemiológico COVID-19: indicadores y metodología*. https://coronavirus.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/Lineamiento_Semaforo_COVID_05Jun2020_1600.pdf

- Serna, E. (2020). El comercio popular en el Metro de la Ciudad de México. *Apuntes sobre el futuro del trabajo*
- Silva, D. (2006). *Espacio urbano y comercio en vía pública. Reglas, redes y uso del espacio público en la Ciudad de México*. Tesis de maestría, Flacso, Ciudad de México.
- Silva, D. (2010). Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1990-2007). *Revista Mexicana de Sociología*, 72(2), 195-224.
- Silva, D. (2011). *Negociando la (in)-formalidad. Las contiendas por el desalojo del comercio ambulante en el centro histórico de la Ciudad de México (1990-2008)*. Tesis de doctorado, El Colegio de México, Ciudad de México.
- Taylor, S. J., y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. España: Paidós.
- Tilly, C., De la Garza, E., Sarmiento, H., y Gayosso, J. L. (2014). Los trabajadores que se organizan en la plaza: Contra-movimiento de una fuente inesperada. *Revista de Economía Crítica*, 18(segundo semestre), 160-180.
- Tokman, V. (2011). Employment: The Dominance of the Informal Economy. En: Ocampo, J. A., y Ros, J. (editores), *The Oxford Handbook of Latin American Economics*. Reino Unido: Oxford University Press.
- Turner, S., y Schoenberger, L. (2012). Street Vendor Livelihoods and Everyday Politics in Hanoi, Vietnam: The Seeds of a Diverse Economy?. *Urban Studies*, 49(5), 1027-1044.
- Vela, F. (2013). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa. En: Tarrés, M. L. (coordinadora), *Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (63-92). México: El Colegio de México-Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede México.
- Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing, WIEGO (2018). *Propuestas y demandas de las trabajadoras y los trabajadores en el empleo informal para el nuevo gobierno de la Ciudad de México*. México: WIEGO.
- Zaremborg, G. (2011). *¿Corporativismo informal? Organizaciones de ambulantes y partidos políticos a partir de la alternancia electoral en México, Distrito Federal 2000-2005*. Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS

- Agencia Notimex (2019, 11 de mayo). *Retiran a vendedores de túnel del Metro Pantitlán a Mexibús*. Milenio. <https://www.milenio.com/policia/metro-retiran-vendedores-ambulantes-pantitlan-mexibus>
- Alarcón, J. C. (2020, 22 de marzo). *Piden apoyos para comerciantes del espacio público por crisis sanitaria*. MVS Noticias. <https://mvsnoticias.com/noticias/nacionales/piden-apoyos-para-comerciantes-del-espacio-publico-por-crisis-sanitaria/>
- Alzaga, I. (2020, 10 de marzo). *Unión Tepito mantiene cobro de piso pese a coronavirus, dicen comerciantes*. Milenio. <https://www.milenio.com/policia/coronavirus-union-tepito-mantiene-cobro-piso-pese-covid19>
- Andrew Herrera, K. (2019, 16 de octubre). *Vendedores ambulantes bloquean Eje 3 Sur e Insurgentes por retiro de puestos*. Televisa News. <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/bloqueo-eje3-insurgentes-vendedores-ambulantes-retiro-puestos/>
- Argüelles, E. (2020, 3 de diciembre). *Va Cuauhtémoc por ordenamiento de 70 mil ambulantes*. Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/va-cuauhtemoc-por-ordenamiento-de-70-mil-ambulantes/1420334>
- Argüelles, E. (2021, 28 de enero). *Ambulantes del Mercado de Sonora acusan cobro de piso; toman la calle*. Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/ambulantes-del-mercado-de-sonora-acusan-cobro-de-piso-toman-la-calle/1429571>
- Arteta, I. (2021, 17 de marzo). *‘¿Nosotros qué vamos a hacer?’: Comerciantes temen que emergencia por COVID-19 los deje sin ingresos*. Animal Político. <https://www.animalpolitico.com/2020/03/comerciantes-covid-coronavirus-temor-ventas/>
- Bravo, E. M. (2020, 28 de noviembre). *Centro de la CDMX sin ambulantes los domingos, lunes y martes*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/ultimas/capital/2020/11/28/centro-de-la-cdmx-sin-ambulantes-los-domingos-lunes-y-martes-1087.html>
- Bravo, E. M. (2021, 24 de febrero). *Detiene SSC de la CDMX a "El Güero", integrante de la Unión Tepito*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/notas/2021/02/24/capital/detiene-ssc-de-la-cdmx-a-el-guero-integrante-de-la-union-tepito/>
- Campos, G. (2019, 19 de agosto). *Neza, Iztacalco e Iztapalapa acuerdan retirar (sic) ambulantes de periférico oriente*. El Sol de México. <https://www.elsoldemexico.com.mx/metropoli/valle-de-mexico/nezahualcoyotl-iztacalco-iztapalapa-ambulantes-periferico-oriente-comercio-vialidad-puestos-4060735.html>

- Cedillo Cano, A. (2020, 7 de abril). *Diana Sánchez Barrios ayudará a ambulantes con \$1,500*. Crónica. https://www.cronica.com.mx/notas-diana_sanchez_barrios_ayudara_a_ambulantes_con_1500-1150374-2020
- Cruz, H. (2019, 18 de diciembre). *Congreso verá hasta febrero ley de trabajo no asalariado*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/congreso-vera-hasta-febrero-ley-de-trabajo-no-asalariado>
- Cruz, H. (2020a, 14 de febrero). *Este mes sale ley de trabajo no asalariado: diputado*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx/este-mes-sale-ley-de-trabajo-no-asalariado-diputado>
- Cruz, H. (2020b, 4 de noviembre). *Avanza en Congreso CDMX dictamen que reconoce la desaparición del comercio ambulante*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/avanza-en-congreso-cdmx-dictamen-que-reconoce-la-desaparicion-del-comercio-ambulante>
- Cruz, H. (2020c, 10 de noviembre). *Comerciantes buscan frenar ley de no asalariados*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx/este-mes-sale-ley-de-trabajo-no-asalariado-diputado>
- Cruz, H. (2020d, 25 de noviembre). *Congreso CDMX retira dictamen sobre Ley de Trabajadores No Asalariados*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/congreso-cdmx-retira-dictamen-sobre-ley-de-trabajadores-no-asalariados>
- Cruz Vargas, J. C. (2020a, 22 de marzo). *La pandemia se ensaña con el comercio informal. Proceso, 2264, 14-7*.
- Cruz Vargas, J. C. (2020b, 6 de diciembre). *Dilema de las mipymes: Cerrar... o la informalidad. Proceso, 2301, 32-4*. <https://www.proceso.com.mx/reportajes/2020/12/10/dilema-de-las-mipymes-cerrar-la-informalidad-254273.html>
- Dimayuga, M. (2020, 6 de diciembre). *De la estrategia a la tragedia. Proceso, 2301, 28-30*.
- Estrada, A. (2020, 21 de agosto). *¡Buenas noticias! Lady Tacos de Canasta ya tendrá un lugar estable para vender*. Animal MX. <https://animal.mx/2020/08/lady-tacos-de-canasta-vendera-en-pino-suarez-centro-cdmx/>
- García, J. A. (2021, 3 de febrero). *Se manifiestan ambulantes, dicen que una despensa no es suficiente*. Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/se-manifiestan-ambulantes-dicen-que-una-despensa-no-es-suficiente/1430643>
- Gómez Flores, L. (2021, 19 de enero). *Ambulantaje aprovecha reapertura y se desborda*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/notas/2021/01/19/capital/ambulantaje-aprovecha-reapertura-y-se-desborda/>

- González, J. (2021, 25 de marzo). *Comerciantes marchan para exigir liberación de Diana Sánchez*. Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/comerciantes-marchan-para-exigir-liberacion-de-diana-sanchez/1439793>
- Grappa, B. (2020, 7 de diciembre). *Vendedores ambulantes indígenas exigen espacios para trabajar* [Video]. La Jornada. <https://videos.jornada.com.mx/video/46015310/vendedores-ambulantes-indigenas-exigen-espacios-pa/>
- Juárez, V. (2021a, 27 de febrero). Salen a las calles a apoyar a Néstor Núñez. *Reforma*.
- Juárez, V. (2021b, 26 de marzo). Ratifican a Padierna. *Reforma*.
- López, J. (2020, 12 de agosto). *En una semana, 20% más de ambulantes en el Centro Histórico*. Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/en-una-semana-20-mas-de-ambulantes-en-el-centro-historico/1399366>
- Ludlow, D. (2020, 25 de agosto). Colaborador invitado / Dunia Ludlow Deloya: Comercio y Patrimonio. *Reforma*.
- Miranda, P. (2021, 29 de marzo). *Gobierno federal admite 321 mil muertos por Covid*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/gobierno-federal-admite-321-mil-muertes-por-covid>.
- Miranda, F., y Lugo, L. (2020, 19 de diciembre). *CdMx y Edomex, al rojo vivo por covid-19 con hospitales al 75%*. Milenio. <https://www.milenio.com/politica/cdmx-edomex-rojo-vivo-covid-19-hospitales-75>
- Montes de Oca, F. (2020, 27 de agosto). *La tricicleteada, una rodada contra la criminalización del trabajo en las calles de la CDMX*. Animal MX. <https://animal.mx/2020/08/rodada-cdmx-tricicleteada-kermes/>
- Morales, A. (2021, 6 de abril). Ofrece Padierna ordenar comercio en Tepito. *Reforma*.
- Navarrete, S. (2020a, 10 de marzo). *La ley de trabajo no asalariado en la CDMX está en puerta: estas son sus claves*. Expansión Política. <https://politica.expansion.mx/cdmx/2020/03/10/la-ley-de-trabajo-no-asalariado-en-cdmx-claves>
- Navarrete, S. (2020b, 9 de noviembre). *La CDMX perfila quitar ambulantes del transporte y darles zonas definidas*. Expansión Política. <https://politica.expansion.mx/cdmx/2020/11/09/la-cdmx-perfila-quitar-ambulantes-del-transporte-y-darles-zonas-definidas>
- Navarrete, S. (2021, 10 de marzo). *La ley de trabajo no asalariado en la CDMX está en puerta: estas son sus claves*. Expansión Política. <https://politica.expansion.mx/cdmx/2020/03/10/la-ley-de-trabajo-no-asalariado-en-cdmx-claves>

- Navarro, M. F. (2020, 19 de noviembre). *Informalidad, aliada de la crisis sanitaria*. Reporte Índigo. <https://www.reporteindigo.com/indigonomics/informalidad-aliada-de-la-criisis-sanitaria-aumento-contagios-economia/>
- Noticieros Televisa (2020, 24 de noviembre). *Detienen a tres presuntos extorsionadores de comerciantes del Centro Histórico de la CDMX*. Noticieros Televisa. <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/detienen-extorsionadores-comerciantes-union-tepito-centro-historico-cdmx/>
- Ordaz Díaz, A. (2021, 5 de enero). *Comercio informal no respeta semáforo rojo en CDMX: negocios acusan desventaja*. Forbes. <https://www.forbes.com.mx/negocios-comercio-informal-semaforo-rojo-cdmx-desventaja/>
- Pantoja, S. (2021a, 17 de marzo). *Estos son los candidatos a los gobiernos de las 16 alcaldías de la CDMX*. Proceso. <https://www.proceso.com.mx/nacional/cdmx/2021/3/17/estos-son-los-candidatos-los-gobiernos-de-las-16-alcaldias-de-la-cdmx-260209.html>
- Pantoja, S. (2021b, 18 de marzo). *Detienen a Diana Sánchez Barrios, lideresa de ambulantes del Centro de la CDMX*. Proceso. <https://www.proceso.com.mx/nacional/cdmx/2021/3/18/detienen-diana-sanchez-barrios-lideresa-de-ambulantes-del-centro-de-la-cdmx-260295.html>
- Patiño, D., y, Ávila, J. (2020, 18 de diciembre). *La Coparmex CDMX pide incluir en el semáforo rojo a la economía informal*. Expansión Política. <https://expansion.mx/economia/2020/12/18/coparmex-cdmx-pide-incluir-semaforo-rojo-economia-informal>
- Pradilla, A. (2020, 15 de diciembre). *"No podríamos resistir otro cierre": vendedores de CDMX ante nuevas medidas por COVID*. Animal Político. <https://www.animalpolitico.com/2020/12/no-podriamos-resistir-otro-cierre-vendedores-cdmx-covid/>
- Ramírez, B. T. (2021, 17 de febrero). *Lideresa del Centro Histórico busca lote de vacunas para comerciantes*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/notas/2021/02/17/capital/lideresa-del-centro-historico-busca-lote-de-vacunas-para-comerciantes/>
- Redacción 24 Horas (2020, 1 de septiembre). *A un año de Chambeando Ando*. 24 Horas. <https://www.24-horas.mx/2020/09/01/a-un-ano-de-chambeando-ando/>
- Redacción AN/LP (2020, 16 de diciembre). *Habitantes de la CDMX desafían al coronavirus y abarrotan tiendas por compras navideñas | Fotos*. Aristegui Noticias. <https://aristeginoticias.com/1612/mexico/habitantes-de-la-cdmx-desafian-al-coronavirus-y-abarrotan-tiendas-por-compras-navidenas-fotos/>

- Redacción Animal Político (2021, 1 de febrero). *México llega a 159 mil muertes por COVID; estiman reducción del 19% de casos.* Animal Político. <https://www.animalpolitico.com/2021/02/mexico-159-mil-muertes-covid/>
- Redacción ContraRéplica (2020, 7 de abril). *Vendedores de Tepito piden trabajar tres días por Covid-19.* ContraRéplica. <https://www.contrareplica.mx/nota-Vendedores-de-Tepito-piden-trabajar-tres-dias-por-Covid-1920207414>
- Redacción El Imparcial (2020, 22 de abril). *“Vagoneros” cambian ventas por limpieza de vagones del Metro ante coronavirus.* El Imparcial. https://www.google.com/url?rct=j&sa=t&url=https://www.elimparcial.com/mexico/Vagoneros-cambian-ventas-por-limpieza-del-Metro-ante-coronavirus-20200422-0272.html&ct=ga&cd=CAEYASoUMTA1OTYxMjg4NDg3MjkyMzI4ODUyHTkzNDNINTAxMDEzMDA0OGY6Y29tOmVzOk1YOlJM&usg=AFQjCNGea0wMiaFeetUC8v1wW83gdCCd_A
- Redacción El Universal (2020, 31 de marzo). *¿Cuáles son las actividades esenciales, las que no pararán pese a contingencia sanitaria?.* El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/cuales-son-las-actividades-esenciales-las-que-no-pararan-pese-contingencia-sanitaria>
- Redacción Excélsior (2020a, 6 de noviembre). *En el Centro Histórico recrudece inseguridad; reportan disparos de arma de fuego diario.* Excélsior. <https://m.excelsior.com.mx/comunidad/en-el-centro-historico-recrudece-inseguridad-reportan-disparos-de-arma-de-fuego-a-diario>
- Redacción Excélsior (2020b, 27 de enero). *Vuelven ambulantes a Mercado de Sonora por San Valentín ¡así luce!.* Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/vuelven-ambulantes-a-mercado-sonora-por-san-valentin-asi-luce/1429478>
- Redacción Expansión Política (2021, 23 de marzo). *Alejandra Barrios, líder de ambulantes, obtiene suspensión a orden de arresto.* Expansión Política. <https://politica.expansion.mx/cdmx/2021/03/23/alejandra-barrios-lider-de-ambulantes-obtiene-suspension-a-orden-de-arresto>
- Redacción Milenio Digital (2021, 20 de marzo). *PAN, Morena y PRI; así es el mapa político de la CdMx rumbo a elecciones 2021.* Milenio. <https://www.milenio.com/politica/elecciones-2021/alcaldias-cdmx-por-partido-politico-2021>
- Redacción Sin Embargo (2020, 17 de abril). *El gobierno apoyará a pequeños negocios formales e informales con 3 millones de créditos: AMLO.* Sin Embargo. <https://www.sinembargo.mx/17-04-2020/3769633>

- Reuters (2020, 28 de febrero). *Mexico confirms first coronavirus cases in two men returned from Italy*. Reuters. <https://news.trust.org/item/20200228134645-auoh9/>
- Rivas, J. (2020, 14 de agosto). *Mujeres policías aprenden “llaves” para realizar detenciones en CDMX*. UnoTV. <https://www.unotv.com/estados/ciudad-de-mexico/mujeres-policias-aprenden-llaves-para-realizar-detenciones-en-cdmx/>
- Rivera, G., y Olvera, V. (2020, 22 de diciembre). *Vendedores de Tepito continúan instalando puestos pese al semáforo rojo*. Televisa News. <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/vendedores-tepito-cdmx-instalan-puestos-pese-semaforo-rojo-coronavirus-covid/>
- Roa, W. (2020, 27 de septiembre). *Ahora, invasión de puestos en el centro de Coyoacán*. Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/ahora-invasion-de-puestos-en-centro-de-coyoacan/1408062>
- Ruiz, K., y Jiménez, R. (2020, 20 de diciembre). *Capitalinos desafían el semáforo rojo*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/capitalinos-desafian-el-semaforo-rojo>
- Salazar, A. (2020, 19 de octubre). *Vendedores ambulantes se manifiestan este lunes en la CDMX*. La Silla Rota. <https://lasillarota.com/metropoli/vendedores-ambulantes-se-manifiestan-este-lunes-en-la-cdmx-ssc-cdmx-policia-grupo-secuestro/445653>
- Salazar, D. (2020, 20 de agosto). *¡Con #LadyTacosDeCanastaNo! Policías le quitan su bici y ciudadanos la recuperan*. Animal MX. <https://animal.mx/2020/08/lady-tacos-de-canasta-policia-cdmx-le-quita-bicicleta/>
- Stettin, C. (2020a, 16 de marzo). *Botargueros pierden amparo; podrán ser retirados y detenidos*. Milenio. <https://www.milenio.com/policia/botargueros-pierden-amparo-podran-ser-retirados-y-detenidos>
- Stettin, C. (2020b, 22 de octubre). *Alcalde de la Cuauhtémoc presentará iniciativa para liberar calles de vendedores ambulantes*. Milenio. <https://www.milenio.com/politica/comunidad/alcalde-cuauhtemoc-presentara-iniciativa-liberar-calles>
- Stieg, C. (2021, 25 de enero). *Dr. Fauci: Double-masking makes ‘common sense’ and is likely more effective*. CNBC. <https://www.cnbc.com/2021/01/25/dr-fauci-double-mask-during-covid-makes-common-sense-more-effective.html>.
- Vargas, M. (2020, 26 de octubre). *Ambulantes son retirados de Reforma para evitar aglomeraciones y contagios*. Publimetro. <https://www.publimetro.com.mx/mx/noticias/2020/10/26/ambulantes-retirados-reforma-evitar-aglomeraciones-contagios.html>

Vela, D. S. (2020, 25 de agosto). *Ambulantes del Centro piden tregua al Gobierno de la CDMX*. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/ambulantes-del-centro-piden-tregua-al-gobierno-de-la-cdmx>

Velázquez, C., y Ramírez, R. (2021, 16 de marzo). *Vagoneros del Metro de CdMx instalan plantón en cruce de Reforma e Insurgentes*. Milenio. <https://www.milenio.com/politica/comunidad/cdmx-manifestantes-bloquean-avenida-reforma-bucareli>