

Mercados y vendedores en vía pública en grandes metrópolis.

Los casos de
la Ciudad de México y Londres

Carlos Bustamante Lemus

Mercados y vendedores en vía pública en grandes metrópolis.

Los casos de la Ciudad de México y Londres

Carlos Bustamante Lemus

Universidad Nacional Autónoma de México
Coordinación de Humanidades
Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad
México 2016



Bustamante Lemus, Carlos, autor.
Mercados y vendedores en vía pública en grandes metrópolis. Los casos de la Ciudad de México y Londres/ Carlos Bustamante Lemus.

140 páginas.

ISBN: 978 607 02 8734 3

1. Vendedores ambulantes -- Ciudad de México. 2. Vendedores ambulantes -- Inglaterra – Londres.
3. Economía informal -- Ciudad de México. 4. Economía informal -- Inglaterra – Londres. 5. Centros históricos -- Ciudad de México. 6. Centros históricos -- Inglaterra -- Londres. I. Título.

HF5459.M4.B87 2016

LIBRUNAM 1922047

Mercados y vendedores en vía pública en grandes metrópolis.

Los casos de la Ciudad de México y Londres

Carlos Bustamante Lemus

Primera edición: 2016

ISBN: 978 607 02 8734 3

D.R. © Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad Universitaria, delegación Coyoacán

C.P. 04510 México, DF

Coordinación de Humanidades

www.humanidades.unam.mx

Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad

República de Cuba, núm. 79, Centro Histórico, delegación Cuauhtémoc,

C.P. 06010, Ciudad de México.

www.puec.unam.mx

Hilda Jiménez Reséndiz

CUIDADO DE LA EDICIÓN

DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES PUEC-UNAM

Asdriel Téllez

DISEÑO EDITORIAL

Alejandro Olmedo

CORRECCIÓN DE ESTILO

Ana Galindo

DISEÑO DE PORTADA

El contenido de esta obra es responsabilidad del autor.

Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio

—incluidos los electrónicos— sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Impreso y hecho en México / *Printed and made in Mexico.*

Índice

Presentación	11
Introducción	15
CAPÍTULO I. REVISIÓN DE LA LITERATURA ESPECIALIZADA	23
Informalidad/corrupción	26
CAPÍTULO II. EL PROBLEMA GENERAL	31
La problemática general de la informalidad en la Ciudad de México	33
Sobre la falta de credibilidad de las cifras relativas al comercio en vía pública en el Distrito Federal	36
Hipótesis por investigar	37
Para el caso de la Ciudad de México.	37
Para el caso de la ciudad de Londres	38
Principales propósitos de esta investigación	39
El marco teórico.	39
Método de investigación	41
CAPÍTULO III. ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS INFORMALES EN LA CIUDAD DE MÉXICO	45
Algunos aspectos de la problemática del comercio en los espacios públicos de la Ciudad de México:	54
Políticas públicas para controlar y reordenar el comercio callejero en la Ciudad de México.	56
La fuerte competencia de las grandes cadenas de tiendas minoristas	61

CAPÍTULO IV. EL CASO DE LA CIUDAD DE LONDRES	65
Datos y cifras generales de esta metrópolis	65
La importancia de los mercados en general y de los mercados de las calles en Gran Bretaña	66
Marco regulatorio para el comercio en vía pública y para los mercados en Londres.	68
A las autoridades de Londres les preocupa más la ilegalidad que la informalidad.	71
Lista de mercados en Londres.	72
CAPÍTULO V. ALGUNOS RESULTADOS IMPORTANTES DE LA INVESTIGACIÓN EN AMBOS CASOS	89
Resultados derivados del trabajo de campo en la Ciudad de México	89
Un nuevo próximo programa para modernizar algunos mercados públicos techados	91
Algunos resultados principales de la investigación comparando ambos casos.	93
CAPÍTULO VI. ALGUNAS REFLEXIONES FINALES Y RECOMENDACIONES PARA LAS AUTORIDADES DE AMBAS METRÓPOLIS	105
Los dos casos de estudio: gobernanza contra gobernanza corporativa popular.	106
Modernizar los mercados públicos de la Ciudad de México ya edificados	110
ANEXOS	113
BIBLIOGRAFÍA	131
ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICAS, FOTOGRAFÍAS Y MAPAS.	137

*El mercado es vida, nos hace mantener vivos.
El mercado es unión de culturas y clases sociales.
El mercado es historia.
El mercado es la necesidad del día a día...
La cena de los enamorados.
La cena de Navidad.
La cena de trabajo...
El mercado es,
Un triángulo perfecto.*

Placa realizada por el artista José Valencia, con el título:
Ni carne ni pescado, era una manzana,
colocada en la entrada al mercado de La Barceloneta,
Barcelona, España.*

Presentación¹

Este es un estudio comparativo derivado de una investigación sobre el comercio en vía pública en las ciudades de México y Londres. En ambas metrópolis, como en el desarrollo de muchas otras sociedades del mundo actual, ha existido una larguísima tradición de mercados al menudeo de bienes de consumo básico en espacios públicos abiertos. En la Ciudad de México, sin embargo, estas actividades no solo han crecido de manera exponencial en los últimos cuatro decenios sino se han extendido más allá de los centros originales destinados al mercadeo y, en su mayoría, se desarrollan en el llamado *sector informal de la economía*. Mientras tanto, en otros ámbitos de países desarrollados continúan funcionando dentro de “lo tradicional, aunque de manera formal”. En todo caso, cualquiera que sea la forma que estos mercados adopten, sus operaciones están sujetas a serios análisis y discusiones. Unos y otras giran principalmente en torno de:

¹Para efectos de esta obra, cuya investigación se concluyó en el 2014, por Ciudad de México se entiende su zona metropolitana, es decir, el Distrito Federal con sus 16 delegaciones políticas, más 56 municipios conurbados del Estado de México, su entidad federativa vecina, y uno más, Tizayuca, en el estado de Hidalgo. La metrópolis londinense, por su parte, está formada por la *City* más 32 *boroughs* o municipalidades y se extiende en un territorio de 1 572 km².

- su importancia como generadores de empleo, riqueza generada y elementos de oferta para una población mayoritariamente de bajos ingresos, y como factores que contribuyen a aliviar los problemas ya estructurales de desempleo formal y de gradual deterioro de los niveles de ingreso de gran parte de la población;
- la intensa competencia que deben librar los comerciantes en mercados de vía pública en relación con los establecidos formalmente y las grandes corporaciones de comercio al menudeo;
- las posibles afectaciones en el funcionamiento y el bienestar de otros actores sociales urbanos, como en las vialidades y las zonas residenciales o comerciales, por los espacios públicos de grandes ciudades (sobre todo en los países en desarrollo) crecientemente ocupados por los mercados en las calles, y
- qué tipo de políticas o estrategias deberían diseñarse y ponerse en práctica para dar atención a esos temas de análisis.

No obstante que son entendibles algunas diferencias notables en las dinámicas sociopolíticas y económicas entre estos dos tipos de ciudades, también hay similitudes que resulta importante investigar y analizar para tomar de ellas experiencias que puedan ser de beneficio para las condiciones de vida en una y otra. Por ejemplo, qué tantos conflictos se suscitan entre los propietarios o administradores de los establecimientos edificados y los comerciantes de la calle, al competir y casi ocupar el mismo espacio a lo largo de las calles u otras zonas comerciales; al instalarse en los espacios públicos urbanos, qué tantos problemas provocan los comerciantes callejeros tanto entre ellos como con los residentes y peatones, por ejemplo, la obstrucción del tránsito de vehículos, y de qué manera las autoridades locales responden a esos fenómenos.

Este estudio ha aplicado un método de investigación apoyado primeramente en información documental, pero, fundamentalmente, mediante análisis cualitativo, el cual incorporó trabajos de campo tanto en la Ciudad de México como en Londres. Se hicieron entrevistas semiestructuradas, a fondo, persona a persona entre cuatro grupos principales de actores sociales urbanos involucrados en la problemática citada, para lo cual se diseñaron, para sendos grupos, cuestionarios que obtuvieron algunas respuestas cruzadas y complementarias para el análisis de resultados de esta investigación.

Agradecimientos

El autor desea expresar su profundo agradecimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto de Investigaciones Económicas y su directora, la doctora Verónica Villarespe, así como a la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA) que, a través de su Programa de Apoyo a la Superación del Personal Académico (PASPA), brindaron su ayuda para mi estancia sabática a lo largo de un año en la ciudad de Londres; al doctor profesor Julio Dávila, director de la Bartlett Development Planning Unit, del University College London, quien con su equipo académico apoyó mi permanencia como *Senior Honorary Academic Researcher* en dicha institución académica durante ese tiempo. No menos importante fue la colaboración y el apoyo especializado del maestro en Ciencias Paul Lancaster, quien, con su información, experiencia y opiniones dentro de los sistemas de planeación urbana y las organizaciones sociales en el Reino Unido y en el Gran Londres, facilitó mis incursiones entre algunas de las autoridades locales y representantes de comerciantes en esa gran ciudad. Igualmente agradezco la colaboración de la urbanista Pamela Gutiérrez Elizondo, por su franco apoyo técnico y profesional para la gestión y la obtención de entrevistas con altos funcionarios del Gobierno del Distrito Federal (a quienes agradezco su disposición para aceptar y responder a nuestras preguntas, aunque los mantengo en anonimato, a petición de ellos mismos) y para la obtención de diversos documentos oficiales, así como en la elaboración de mapas y gráficos. De manera especial, también doy las gracias, por el apoyo brindado, a la doctora Alicia Ziccardi, directora del Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad (PUEC), de la UNAM, así como al comité editorial que preside, por aceptar con entusiasmo la revisión y publicación de la presente investigación.

Finalmente, aunque no al último, mi eterna gratitud y reconocimiento a mi querida esposa, Gilda, por su entrega para respaldar mis decisiones de ausentarme de nuestro hogar y acompañarme en mis "aventuras" foráneas de investigación; a mi hija, yerno y familia, por aceptarme en su hogar londinense durante mi estancia sabática, y a mis hijos, por su comprensión al impulsarme y alentarme con entusiasmo en este tipo de proyectos que nos separan temporalmente, pero que nos mantienen unidos y nos dan fuerza para continuar con los propósitos de contribuir en algo al bienestar del mundo que nos rodea.

Introducción

La investigación comparativa entre las problemáticas que envuelve el fenómeno de los mercados y vendedores en vía pública de las ciudades de Londres y México tiene como objeto principal mostrar que, aunque este tipo de comercio, en espacios ciudadanos abiertos, ha sido una actividad de carácter histórico que obedece a las leyes generales de desarrollo urbano, las cuales explican el fenómeno con base en factores de concentración demográfica y económica en aquellos espacios que facilitan la distribución y el intercambio de bienes y servicios. Dicho fenómeno, si bien posee atributos semejantes en cuanto a formas de organización e intercambio en cualquier sociedad humana, ha evolucionado de manera diferente debido a las formas de gobierno y regulación a las que estas se ven sujetas.

Esas formas de gobierno son muy importantes por razón de que son elementos esenciales para los niveles de bienestar social entre la población urbana que habita esas ciudades y para la vida de estas en general: mientras que en algunas sociedades con gobernanza social se desarrollan de manera más o menos armónica y equitativa, en otras se van creando perfiles de apropiación y control de los espacios públicos para unos cuantos grupos, lo que genera no solo focos de conflicto social, grupos de poder y riesgos potenciales por tipos de gobierno clientelista sino, como consecuencia, el deterioro gradual de la vida urbana y la participación ciudadana, y, concomitantemente, una constante amenaza a la paz social.

Método de estudio: El estudio, que se basó esencialmente en una investigación cualitativa con antecedentes de indagación en fuentes de información secundaria, consistió, tanto en Londres como en la Ciudad de México, en observación en campo, con cuestionarios similares en los idiomas inglés y español como apoyo para realizar entrevistas semiestructuradas de persona a persona entre los cuatro principales grupos de actores sociales involucrados directamente en esta problemática, que fueron: 1) los propios comerciantes en vía pública, 2) los comerciantes establecidos en las mismas calles en que se asientan los mercados callejeros, 3) las autoridades, y sus representantes, responsables de regular y controlar la actividad comercial en esos espacios públicos y 4) los residentes y consumidores dentro de las áreas de mercado.

El marco teórico: Respecto al marco teórico de este trabajo, está definido por la combinación de los estudios de desarrollo urbano y de economía política. Asimismo, para el caso del espacio urbano, se aborda el papel de los gobiernos como instrumentos del Estado para estimular o controlar los procesos de crecimiento e incluso, en muchos de los casos, para inhibir comportamientos o actividades de individuos en determinados lugares. A partir de lo anterior se desenvuelve el análisis del comportamiento económico, social y político entre los diversos actores o agentes sociales relacionados con el fenómeno en estudio.

Justificación del estudio: Una de las finalidades de realizar este estudio comparativo ha sido la de extraer algunas experiencias —positivas y negativas— de la operación, la organización y el funcionamiento del comercio en vía pública en ambas grandes ciudades, ya que desde las observaciones preliminares que se han hecho en la vida urbana de una y otra se advierte, como es de suponerse, que la ciudadanía en general tiene muy diversas conductas y percepciones dentro de y hacia estas actividades comerciales, lo que se explica por las diferentes estructuras institucionales de urbes pertenecientes a dos mundos asimismo distintos: el desarrollado y el que está en desarrollo. No obstante, resulta interesante investigar dichas conductas y, en el caso de aquellas experiencias que pudiesen ser positivas, adoptarse y adaptarse para el caso de la Ciudad de México. Pudiesen ser bienvenidas por los tomadores de decisiones en la política y la administración de esta gran ciudad, así como por los actores sociales inmersos en esta problemática, con el fin de lograr un mejoramiento de la calidad de vida de la población urbana en general.

En este sentido el presente análisis está en perfecta concordancia con los fines que persiguen los estudios de planeación urbana, en el sentido de buscar

nociones sobre el desarrollo urbano que vayan más allá de las tradicionales, que si bien ponen mayor énfasis en los temas de crecimiento económico y social, resultan insuficientes para mostrar que se cumpla con las necesidades y expectativas individuales o colectivas del bienestar. Esta visión es similar a la que propone la Organización de las Naciones Unidas (ONU-Habitat, 2013) en el informe de ese año sobre “ciudades prósperas”, en el que se exponen nuevas líneas para reforzar la idea de una ciudad: para que sea próspera, debe reconsiderar un modelo actual de desarrollo urbano que introduzca cambios significativos en la forma y la función de la ciudad, creando una urbe a escala humana en que la diversidad, la conectividad y la integración física estén integradas en el entretejido urbano y donde la prosperidad se comparta de manera colectiva. La siguiente cita explica de mejor manera lo que ha tratado de lograr la presente investigación:

ONU-Habitat aboga por un nuevo tipo de ciudad —la ciudad del siglo XXI—, una ciudad “bien” centrada en la gente, que sea capaz de integrar los aspectos tangibles y más intangibles de la prosperidad, en el proceso de eliminar las formas insostenibles, ineficientes y la funcionalidad de la ciudad del siglo pasado. En este sentido, ONU-Habitat juega un papel central al asegurar que la planeación urbana y los marcos legales, regulatorios e institucionales se transformen en instrumentos para la prosperidad y el bienestar (ONU-Habitat, 2013).

Algunos de los principales resultados de la presente investigación comparativa evidencian, efectivamente, rasgos similares no solo en lo que toca a los niveles socioeconómicos de los comerciantes sino también en lo que corresponde a sus formas de organización, aunque, por otro lado, también sobresalen los diferentes enfoques de las autoridades encargadas de regular y controlar las actividades comerciales. Estas formas de atender y resolver el problema en una y otra ciudades han dado lugar, naturalmente, a diferentes resultados, que se podrán observar en el desarrollo de estas páginas y acaso serán de gran utilidad, principalmente, para la Ciudad de México.

Este estudio ha aplicado un método de investigación fundamentalmente cualitativo, el cual incluye trabajos de campo tanto en la Ciudad de México como en Londres. En cada una de estas dos grandes metrópolis se seleccionaron tres demarcaciones locales, es decir, para el caso de México, las delegaciones políticas de Benito Juárez, Cuauhtémoc e Iztapalapa, mientras que para el de Londres, los *borough councils* de Hackney, Lambeth y Southwark, que corresponden a zonas de las autoridades londinenses con ubicación central y, por lo mismo,

con población concentrada de manera similar en proporción de las delegaciones seleccionadas en la Ciudad de México.

Con base en mi experiencia documental de más de 20 años en la investigación de este fenómeno, utilicé una muestra estratificada, en la cual se identificaron los principales grupos de actores sociales involucrados en la problemática del comercio en espacios públicos urbanos, que son los siguientes: 1) los vendedores en vía pública, 2) los propietarios o administradores de las tiendas o establecimientos comerciales formalmente establecidos a lo largo de las calles que ocupan los mercados callejeros, 3) los residentes y/o consumidores que viven o transitan por las calles ocupadas por los mercados callejeros y 4) los servidores públicos, representantes de las autoridades o gobiernos locales dentro del perímetro en que operan los mercados en vía pública.

Por ello se eligió para esta investigación cualitativa el método de muestreo empírico. Se sabe que, además de esta técnica, también existe el muestreo probabilístico; sin embargo, opté por la primera, basado en que, como señala Stephen Shao (1975), cuando se presupone la familiaridad del estudioso relacionado con el comportamiento histórico de un fenómeno, se permite seleccionar una muestra empírica, la cual le permitirá obtener información confiable respecto de dicho comportamiento en el pasado reciente y en el presente (*op. cit.*: 261).

A esta muestra empírica también se la conoce como muestra de juicio por razón de que sus componentes o unidades de muestreo se seleccionan mediante un juicio personal (*ibid.*: 325). Así, el conocimiento que el investigador tiene del fenómeno en estudio le proporciona la "confianza" de que el error de muestreo (diferencia entre el parámetro y su estimador correspondiente) sea pequeño, aunque no se haya calculado probabilísticamente (Shao 1975: 347).

Para conocer las diversas respuestas de individuos de cada uno de estos grupos de actores sociales se elaboraron, como ya se mencionó, cuatro tipos de cuestionarios para la realización de entrevistas semiestructuradas, a fondo, y de persona a persona, que no excedieran más de veinte minutos por cada una. Por experiencia, los informantes potenciales frecuentemente rehúsan aquellas que los distraiga de sus ocupaciones prioritarias. Se incluyeron asimismo preguntas con las que se obtuvieron algunas respuestas cruzadas y complementarias para el análisis de la investigación.

El procesamiento de los datos e información recolectada de fuentes de información primaria (entrevistas en campo) y secundaria (libros, revistas, documentos o informes oficiales y académicos) se realizó mediante la formulación de modelos no econométricos simples, dado que las respuestas y la informa-

ción recabadas fueron de carácter cualitativo. Es decir, la mayor parte de las preguntas se hicieron con el propósito de aseverar o negar algunos de los principales planteamientos sujetos a los debates teóricos identificados: a) las motivaciones del comerciante en vía pública para vender ahí; b) si sus mercancías se ofrecen a mejor precio que en los comercios establecidos; c) si existe o no conflicto en la ocupación de espacios públicos urbanos; d) cuáles son las acciones de las autoridades de gobierno ante dicho fenómeno; e) cuáles son los posibles impactos sociales, materiales y económicos de la operación de espacios públicos por los mercados en la calle, y f) cuáles son los posibles escenarios para el futuro del comercio al menudeo en espacios públicos y en las calles ocupadas por este. Con base en lo anterior pudieron estructurarse algunas conclusiones de la investigación, mismas que se insertaron al final de esta obra.

La estructura del presente estudio es la siguiente: en el capítulo uno se hace una revisión de la literatura especializada y de carácter técnico en la que se destacan los principales enfoques y propuestas conceptuales en relación con los mercados en vía pública, haciendo hincapié en su crecimiento y expansión, ya sea en países en desarrollo o subdesarrollados, en la forma de actividades informales, todo lo cual proporciona primeramente las bases principales para identificar el problema general, así como, posteriormente, el planteamiento de las hipótesis que se han de investigar tanto para el caso de la Ciudad de México como para el de Londres. Estas se exponen en el capítulo dos, el cual se centra, en cuanto al primer caso, en los problemas de subempleo, bajos salarios —y, consecuentemente, bajos niveles de ingreso de la población en general—, crecimiento acelerado e incontrolado del empleo informal en las calles, así como en las formas en que las políticas públicas se diseñan y ponen en práctica a escalas nacional y locales, ignorantes algunas de ellas de los conflictos causados este tipo de comerciantes en su creciente ocupación informal (invasión) de los espacios públicos urbanos; mientras que para el caso de Londres, los problemas son, fundamentalmente, el estancamiento de los mercados tradicionales en vía pública y el deterioro, que tiende al descenso de las ventas e ingreso de los comerciantes en las zonas comerciales centrales y locales de casi toda la ciudad. Todo lo anterior se engloba en un marco teórico, al igual que el planteamiento del método de investigación.

El tercer capítulo aborda las características de los mercados informales en la Ciudad de México (más bien, solo el Distrito Federal), en particular el caso de los mercados y los vendedores informales en vía pública y su problemática general. También se presentan las políticas públicas que los gobiernos

de esta urbe han lanzado subsecuentemente para intentar controlar y reordenar el comercio callejero.

El capítulo cuatro aborda el caso de Londres, en el Reino Unido, presentando inicialmente algunos datos y cifras de cómo es la ciudad en general y cómo está regionalizada oficialmente; se destaca la importancia de los mercados en general y los mercados de las calles en particular para todo el país, así como para Londres. Se pone énfasis en el sólido marco regulatorio que las autoridades de gobierno tienen para ordenar y controlar el comercio en vía pública y la ilegalidad de las operaciones comerciales. Por último, se detalla la lista de mercados y su tipología, regionalizando su localización.

El penúltimo capítulo presenta con más precisión algunos de los principales resultados derivados de la investigación en campo para ambas ciudades con el propósito de destacar las similitudes o diferencias entre ellas, y, finalmente, en el capítulo seis se hacen algunas reflexiones finales y recomendaciones con la intención de que lleguen a ser de interés para ambas metrópolis. Para ello no solamente se caracteriza la situación del comercio en los espacios públicos urbanos en las ciudades de México y Londres, sino se resaltan, para el primer caso, los peligros en el escenario de continuar con un estilo de gobernanza popular corporativa, la cual desatiende a una gran masa de ciudadanos y trabajadores formales que genera un creciente descontento y riesgo de mayores conflictos sociales; y para el segundo, la necesidad de orientar mayores recursos a la implantación de programas y proyectos tendentes a revitalizar las zonas de comercio, muchas de las cuales conllevarían una mejora en las condiciones de los mercados tradicionales de las calles.

Al final se presentan la bibliografía y varios anexos, con los cuestionarios que se usaron como base para las entrevistas a los actores sociales involucrados, así como algunos mapas y cuadros de las demarcaciones locales en que se centró la investigación de campo.



CAPÍTULO I

Fotografía 1
Puesto de artículos de barro, mercado de La Merced

Fuente: Archivo PUEC-UNAM, 2015.

Revisión de la literatura especializada

En infinidad de naciones los mercados callejeros representan una muy antigua tradición para comerciar. Al revisar la literatura sociohistórica se observa que en muy pocas ocasiones han representado un problema, con algunas excepciones, en que las autoridades consideraron que sus operaciones estaban sujetas a riesgos a la salud o que afectaban la seguridad en ciertos espacios públicos. Fue hasta la segunda mitad del siglo xx, concretamente, en el marco de la recesión económica de la década de 1960, cuando algunos especialistas y organizaciones internacionales comenzaron a preocuparse acerca del impacto de este fenómeno en los países en desarrollo. Por ejemplo, a masas de gente en Kenia se las vio vendiendo y comprando cualquier cosa fuera de toda reglamentación oficial, lo que significaba una manera de sobrevivir ante la crisis económica.

A partir de dichas observaciones empíricas, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), dependiente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en 1972 produjo un informe especial sobre las condiciones económicas y sociales de aquella gente. Allí identificó una serie de actividades económicas en pequeña escala, principalmente unidades familiares autofinanciadas, que en todos los casos operaban fuera de cualquier reglamentación dictada por instancia de gobierno alguna, ya fuese nacional o local.

Entre los análisis explicativos de este fenómeno, la OIT, que en ese entonces no lo comprendía totalmente, estaba lo siguiente:

- la limitada capacidad del Estado nacional para proporcionar suficiente empleo a su población o la suficiente infraestructura urbana para satisfacer sus necesidades básicas;
- niveles de ingreso de la población muy bajos;
- la total falta de un sistema de seguridad social y de beneficios para la población desempleada, y
- las necesidades de empleo para las masas de población desempleada para sobrevivir y salir de la pobreza.

A partir de ello, la OIT ha continuado organizando y financiando diversos estudios y congresos internacionales con el propósito de avanzar en el conocimiento de la informalidad. En 1982 organizó el XIII Congreso Internacional de Estadísticas del Trabajo (CIET), del cual resultó un acuerdo entre naciones para producir encuestas sobre la fuerza de trabajo a escala mundial, aparte de que se establecieron recomendaciones para los países en desarrollo para establecer metodologías y programas que crearan bases de datos sobre el sector informal en cada país.

En 1987, el llamado *Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe* (PREALC) comenzó un estudio financiado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sobre políticas públicas para apoyar al sector informal de la economía. Llevado a cabo en Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, el Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, el proyecto general del estudio incluía tres diferentes áreas de políticas públicas que impactan el empleo: los niveles de ingresos del sector informal, principalmente los marcos institucional y legal según los cuales operan en estos países las unidades económicas informales y su población; los ingresos y gastos del sector formal, público y privado, y su impacto en las ventas, en el ingreso y en el empleo del sector informal, así como el crédito privado y público que se le proporciona a las microempresas.

El PREALC solo atendió una de estas áreas de estudio en una publicación de la OIT de 1990 que dirigió Victor Tokman, específicamente, sobre el marco legal e institucional del sector informal en América Latina. No obstante, se la considera de gran importancia por sus implicaciones sociales, económicas y políticas. Más aún: ha producido más atención e interés por parte de diversos especialistas, gobiernos nacionales y locales y organismos internacionales.

En los últimos años de la década de 1980, Hernando de Soto, basado en un estudio en Lima, Perú, sobre vivienda, comercio y transporte (1987), propuso una amplia conceptualización del sector informal, al que resumió más o menos en los siguientes términos: la informalidad no es un sector preciso o estático de la sociedad, sino una zona con una frontera muy borrosa con el mundo legal, en la cual los individuos encuentran un cobijo o protección cuando son incapaces de cumplir con las leyes y reglamentos dictados por las autoridades. En otras palabras, la economía informal incluye todo tipo de actividades ilegales, incluso las que no lo son por sí mismas, como las comerciales. Una explicación más de la existencia de las actividades informales es la sobrerregulación impuesta por los gobiernos. Este autor también consideró que el origen de la informalidad se debió al éxodo de población masivo de las áreas rurales hacia las ciudades durante el periodo 1940-1980.

Castells y Portes (1989) siguieron casi la misma definición de De Soto, al afirmar que la informalidad es un conjunto de actividades no reguladas por las instituciones sociales y sus leyes.

A finales de la década de 1980 y principios de 1990, el enfoque estructuralista entre los economistas y sociólogos comenzó a desarrollar el concepto de informalidad opuesto a la idea de clasificarla como una mera cuestión de actividades ilegales, marginales y no clasificadas relacionadas con la pobreza (Bustamante, 1993 y 1998; Jusidman, 1993). La gente de todos los niveles de ingreso es capaz de aprovechar las brechas o vacíos que las instituciones gubernamentales dejan en su sistema regulatorio, y lleva a cabo sus actividades más allá de las leyes, hacia la informalidad.

Dicho enfoque concuerda en cierto modo con los conceptos de la OIT y su PREALC, así como con De Soto, en tanto que afirma que la economía informal no debe considerarse como una economía dual, en la cual las actividades modernas coexisten con algunas formas de producción precapitalistas, sino, más bien, como ese grupo de actividades que existe desde el surgimiento del capitalismo moderno y está muy estrechamente ligado al excedente de oferta de mano de obra contra su demanda existente (en términos del enfoque marxista, a esto se lo denomina *ejército industrial de reserva de mano de obra*) y a las reglamentaciones gubernamentales. La informalidad, es una parte de las actividades marginales que pueden no estar cubiertas por las leyes y reglamentos, que evaden estos y aquellas o que no pueden cumplir dentro del sistema económico moderno.

Informalidad/corrupción

La variable clave de la informalidad es la incapacidad de hacer cumplir las reglas gubernamentales en aquellas actividades que existen formalmente. La informalidad es, de este modo, un fenómeno que puede existir en cualquier empresa o unidad económica, sea esta grande o pequeña, tradicional o "moderna", registrada o no, con trabajadores permanentes o temporales, con ausencia o carencia de beneficios, tales como seguro de desempleo, servicio médico, seguridad social, etcétera. De la Peña (1996) añade que la falta de reglamentación no significa clandestinidad o ausencia de intervención gubernamental, sino un tipo de relación diferente en la cual los agentes del gobierno consienten que ciertas actividades existan fuera de las leyes y reglamentos existentes. Por lo tanto, de acuerdo con De la Peña, hay una relación lógica y necesaria entre la informalidad y la corrupción.

Durante el proceso del neoliberalismo, las empresas multinacionales (EMN) deciden extender sus mercados y capitales hacia los países menos desarrollados con el propósito de facilitar sus estrategias de reestructuración, por lo que consideran la descentralización de sus procesos productivos y la difusión o derrama de capital y servicios (telecomunicaciones, transporte y tecnologías de la información) en todo el mundo. Bustamante (2012) ha ampliado el análisis de la informalidad un poco más, al explicar la serie de estrategias que el sector industrial y comercial lanza en su continua busca por mejorar su productividad y elevar su competitividad y plusvalía en otros espacios o naciones en que las leyes y los reglamentos no están tan desarrollados y donde encuentran mayores oportunidades para operar con costos de producción más bajos. Tales estrategias han producido una liberalización general de mercados de capital y servicios, así como una pérdida, gradual o vertiginosa, de la capacidad de los Estados nacionales y los gobiernos locales para responder con leyes y reglamentos actualizados sobre las diversas actividades económicas, muchas de las cuales se convierten en informales.

Un tema muy importante que se observa en las metrópolis sujetas a este estudio es el cambiante patrón de empleo en los pasados treinta años. El cambio dramático ocurrió entre los años 1980 y el 2000. Tanto en Londres como en la Ciudad de México el sector manufacturero fue el sector económico central, que a principios de dicho periodo empleaba más de 17% y 25%, respectivamente, de la población económicamente activa (PEA); a finales de 1990, había caído en ambas ciudades a cerca de la mitad de lo registrado a principios de 1980,

mientras que el empleo en las finanzas, los negocios y los servicios comerciales se había duplicado.

Las actividades informales aparecen de manera más visible dentro de las grandes ciudades de países en desarrollo a causa del proceso de aglomeración. Hay un sinnúmero de actividades económicas aparentemente desconectadas de las cadenas globales de producción y distribución. Sin embargo, en tanto que entre las economías más desarrolladas aquellas parecen tener una presencia marginal, o pudieran representar menos de 10% de su producto interno bruto (PIB), entre las llamadas *emergentes*, o menos desarrolladas, el fenómeno es completamente diferente. No es difícil ver a una cantidad creciente de población (profesionales, trabajadores domésticos, vendedores en la calle, choferes del transporte público, lustradores de calzado, voceadores, limosneros, etcétera) ganarse la vida en actividades informales.

Otra explicación teórica de este fenómeno proviene de la llamada *escuela sociológica latinoamericana*, así como de otros analistas económicos y políticos, algunos de ellos representados por una serie de académicos: en Argentina (Coraggio, 2011 y 2012; Álvarez, 2007), sobre la reconstrucción de los mercados populares entre los mercados sociales cooperativos utilizando el intercambio básico de bienes de segunda mano como moneda; en Colombia (Moreno, 2010; Pérez, 2009), enfatizando la continua ocupación de los espacios públicos por el rápido incremento y expansión de los vendedores de la calle, y en México (González, 2008; Duhau y Giglia, 2004, 2007 y 2008; Bustamante, 1993 y 2012), subrayando el incremento de los movimientos sociales populares enfocados en la invasión de los espacios públicos para sus demandas de vivienda o para el comercio en las calles, con la tolerancia de los diferentes gobiernos estatales y aun centrales (federales). Todos estos analistas se han valido de observaciones empíricas de sus propios países durante el proceso de globalización para explicar la expansión de los mercados callejeros informales y del comercio al menudeo en las grandes ciudades. Para ellos la informalidad es causa del continuo desplazamiento de los espacios públicos, de los centros de mercado tradicional y calles comerciales que los mercados públicos tradicionales y las tiendas locales de conveniencia sufren por presiones de las empresas grandes, ya sea locales o multinacionales, muchas de las cuales invierten en supermercados, centros comerciales, tiendas de conveniencia, etcétera.

El acelerado crecimiento de los vendedores informales en las calles ha resultado de una combinación de varios factores: la escasa creación de empleo de fuentes formales, de los bajísimos salarios pagados a los trabajadores desde

las crisis financieras padecidas por casi todos los países en desarrollo durante la década de 1980 y, primordialmente, por el sistema político instaurado en la mayoría de las áreas urbanas en que los partidos políticos apoyan y alientan a diversos líderes de organizaciones sociales para que encaucen hacia ellos el apoyo electoral de sus agremiados a cambio de permitirles trabajar en las calles sin licencias ni obligación oficial alguna.

Los vendedores informales de las ciudades en países en desarrollo se extienden cada día y ahora, o bien coexisten con las grandes empresas de venta al menudeo, o se instalan en las áreas más pobres o en aquellos espacios públicos de gran y cotidiana concentración de población, como las estaciones del metro y de autobuses, cerca de los grandes centros comerciales y oficinas de gobierno, etcétera. Especialistas de diversas disciplinas sociales y humanísticas, principalmente dentro de los campos de la sociología urbana y de la geografía humanística-urbana (Ramírez Kuri, 2016; Crossa, 2014; Duhau y Giglia, 2008, entre otros), han centrado sus estudios de las dos décadas fundamentalmente en las diversas formas en que los trabajadores informales de las ciudades se organizan entre ellos, ocupan y transforman espacios públicos, y satisfacen a diario sus necesidades básicas sorteando la recesión económica.



CAPÍTULO II

Fotografía 2
Puestos frente al acceso del metro Tacubaya, Ciudad de México

Fuente: Elaboración del autor.

El problema general

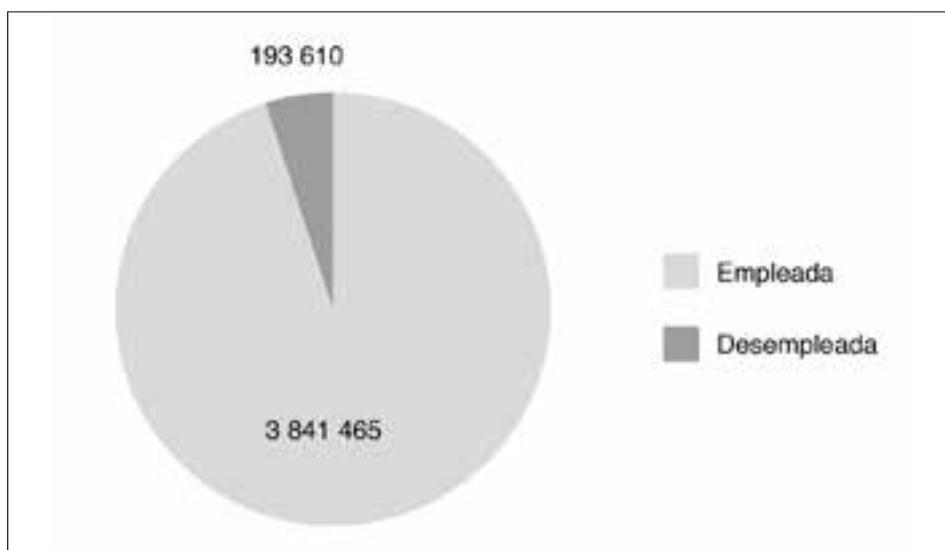
El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), por medio de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2014), registró 13 737 000 personas informales en todo el país. La misma muestra, al mes de septiembre de 2014, registraba en el Distrito Federal 820 200 trabajadores informales ocupados en el sector terciario de la economía, donde 35% (unos 287 000) están en el comercio. Se estima que en la Ciudad de México las actividades informales ocupan cercanamente 45% del empleo total (estimado en el 2013 en aproximadamente 4.5 millones); comprenden un universo en el que también está una serie de actividades "formales", demandadas ya sea por la administración del gobierno, las empresas multinacionales, los manufactureros locales e incluso por la misma sociedad civil. Algunos ejemplos muy visibles son los vendedores en las calles, los transportistas urbanos, los taxistas y los trabajadores domésticos. Los primeros dos ejemplos son posiblemente los que más han llamado la atención de economistas, sociólogos, planificadores urbanos y aun de los antropólogos. Y son más visibles debido en parte a la cantidad de gente que emplean dichas actividades, pero, más aún, porque se han convertido en un problema, al ocupar amplios espacios públicos urbanos con actividades que bloquean el tránsito de vehículos y de personas, lo cual continuamente ocasiona choques violentos con

otros grupos del sector formal, como los comerciantes establecidos legalmente en áreas comerciales, y de la sociedad civil, como los choferes de vehículos automotores, los peatones y los residentes locales.

Actualmente se estima que los mercados en la vía pública y los puestos comerciales fijos y semifijos en las calles y parques de la Ciudad de México² ocupan un área de 40 134 hectáreas aproximadamente, 27% del total del DF (148 646 ha); en donde más de 35% de la población total ocupada está comprometida con los mercados minoristas informales cada día.

Gráfica 1

Población económicamente activa en la Ciudad de México, 2010



Fuente: *Censo General de Población y Vivienda*, INEGI, 2010.

² Se entiende por Ciudad de México, según se ha apuntado en la primera nota al inicio de esta obra, el Distrito Federal con sus 16 delegaciones políticas, más 56 municipios del Estado de México, su entidad federativa vecina, y uno más: Tizayuca, en el estado de Hidalgo. Es a lo que se le ha dado en llamar *zona metropolitana de la Ciudad de México*, con una población de 20.117 millones de habitantes, en una extensión territorial de 7 854 km². La presente investigación ha limitado su estudio solamente al DF principalmente por la disponibilidad de información y la restricción en términos de tiempo y movilidad, al realizar su investigación principalmente desde la ciudad de Londres, con visita esporádica a la Ciudad de México, dentro de un año calendario.

Por su parte, el fenómeno de los mercados y vendedores en la ciudad de Londres también es problemático, aunque en diferente forma: no tanto por su crecimiento o informalidad, las cifras que mostraré más adelante darán cuenta de que el factor decisivo, más que el incremento de su número, o la carencia de regulación oficial, es su gradual decrecimiento, debido, por ejemplo, a la agresiva competencia de las grandes empresas de comercio al menudeo en los subcentros de población distribuidos en toda la ciudad que, con precios y productos muy competitivos, han cambiado notablemente la preferencia de la población consumidora, sumada a la presión sociopolítica que ejercen los comerciantes establecidos en los locales de múltiples calles y avenidas comerciales del equivalente a las colonias de la Ciudad de México y culpan a los comerciantes en vía pública del deterioro en la imagen urbana y de la pérdida, gradual o acelerada, de la preferencia de sus tradicionales consumidores.

La problemática general de la informalidad en la Ciudad de México

La informalidad en la Ciudad de México se ha convertido, principalmente en los últimos 30 años, en un problema que excedió el control del gobierno central del DF y sus autoridades locales (las delegaciones político-administrativas). Ni siquiera las grandes empresas privadas, ni las asociaciones formales de comerciantes (esto es: las cámaras de comercio, la ANTAD, etcétera), como tampoco las autoridades del gobierno federal, han podido regular de manera efectiva esta masa de comerciantes minoristas informales. Esto significa que casi todos los espacios públicos abiertos, las calles comerciales y, en general, las zonas en que la gente se concentra o transita están sujetas a conflicto.

Si este fenómeno se presentara en cualquier sociedad de país desarrollado, se convertiría en un tema de atención prioritaria para las autoridades de gobierno; para las que en México han transitado en el poder desde esas fechas, sin embargo, parece estar ignorado. Más que tratar de manejar la coexistencia de ambos sectores: el formal y el informal, los gobiernos del DF y sus autoridades locales han preferido beneficiarse del problema. Permiten a los comerciantes de la calle operar por medio de permisos pagados de manera extraoficial y licencias informales, lo cual les asegura ingresos personales no registrados, o registrados muy parcialmente, con la condición de que les brinden apoyo electoral.

Este tipo de prácticas por parte de las autoridades acaba por ser una navaja de doble filo para los ciudadanos del DF, y una fuente soslayada de conflicto social y político. Esto es porque la mayor parte de los grupos sociales en esta ciudad, es decir, los trabajadores informales y la sociedad civil en general, han aprendido paulatinamente que, una vez organizados en grupos, pueden obtener beneficios particulares o de grupo y, hasta cierto punto, empoderarse como tales. En cambio, los gobiernos y las autoridades locales y federales están frecuentemente expuestos a las demandas populares. Un ejemplo muy visible de este tipo de problema es la continua ocupación y bloqueo de calles, avenidas, plazas de esta ciudad capital, y aun de caminos y carreteras de acceso a centros neurálgicos, que causan enormes pérdidas económicas y molestias a todos los ciudadanos (lo que en el lenguaje económico se denomina *externalidades negativas*), todo ello sin una respuesta práctica y/o efectiva de las autoridades de gobierno.

Esta —frecuente— falta de respuesta deriva, sin duda, en un mal ejemplo de ausencia de gobierno (a muchos les incomoda el término de *ingobernabilidad*), lo cual en muchas formas ha dado como resultado una creciente violencia y criminalidad.

Otro enfoque a esta problemática es de naturaleza estructural. La estrategia de ajuste estructural adoptada por el gobierno mexicano desde los años 1982-1983 incluyó varias políticas macroeconómicas, como la privatización de las empresas públicas, la disminución del gasto público y el control de las tasas de inflación con la reducción de operaciones financieras, principalmente del crédito, y el control de los incrementos salariales a los trabajadores, entre las más importantes. Esto se convirtió en una justificación muy importante tanto de los gobiernos centrales como locales para reducir los gastos públicos en obras de infraestructura.

Entre los resultados de dicha estrategia se ha excluido de los planes y programas públicos anuales o sexenales la construcción y modernización de nuevos mercados públicos techados (o cubiertos), y las obras públicas en este ámbito se han limitado a proporcionar algún mantenimiento menor a los existentes, entre otros servicios igualmente menores. Así, la política pública que en algún tiempo no remoto (1930-1970) ayudó considerablemente a organizar y modernizar —con el fin de construir una ciudad capital moderna en el contexto mundial— los servicios públicos, particularmente el de mercados minoristas en la Ciudad de México, repentinamente se suprimió y redujo solamente a administrar la infraestructura urbana existente, mientras que los gobiernos centrales del DF y

sus autoridades locales están permitiendo la expansión y localización de supermercados privados y centros comerciales por dondequiera.

Casi simultáneamente al avance de la recesión económica y el ajuste estructural, el gobierno federal, testigo y consciente del creciente desempleo y subempleo, lanzó una serie de campañas para promover el autoempleo entre la población. Una de ellas era particularmente simbólica como aceptación tácita del creciente empleo informal: solía incluir un anuncio cantado que decía más o menos así: *¡Tenemos ingenio, tenemos talento, hay que aprovecharlo para nuestro bien!... ¡Empléate a tí mismo!*

El gradual, aunque agudo, deterioro de los niveles de ingreso de la población trabajadora y de sus familias desde la aplicación de los programas de ajuste estructural, en los cuales la contención de los salarios ha sido crucial, es uno de los más importantes factores que han influido en la expansión de las actividades informales, entre ellas, el comercio callejero. Se estima que actualmente los salarios han perdido, comparado con los de los años setenta, aproximadamente 70% de su capacidad de compra.

Hoy más de treinta millones de trabajadores mexicanos ganan si acaso el salario mínimo (menos de \$60 pesos mexicanos, equiparables a \$4 dólares) al día. Cuando se compara este nivel de ingreso con el de otros países, la situación aparece aún más decepcionante: el promedio de ingresos en México es once veces menor que el de Estados Unidos, cinco veces menor que el de Corea del Sur, tres veces menor que el de Brasil y la mitad que el de los argentinos. Más aún, con base en las cifras de la OIT (2007), a finales del año 2006 el promedio de incrementos salariales reales en América Latina era de 4.7%; Uruguay encabezaba las cifras, con un incremento de 12.4%, Brasil 13%, Venezuela 12.2%, mientras que México apenas avanzó con 1% (Esquivel, González, Medina y Juárez, 2008).

En términos del marco regulatorio, México tiene una de las políticas oficiales más reguladas. No obstante que ha habido insistentes recomendaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para que México aplique fuertes medidas desreguladoras, el país no ha hecho mucho al respecto (*ibid.*).

Durante las dos más recientes administraciones presidenciales hubo algunos esfuerzos por simplificar los requisitos para abrir nuevos negocios privados, como disminuir el tiempo de respuesta para ello de 58 a 27 días. Sin embargo, por otro lado se han incorporado otras estrategias restrictivas de carácter fiscal, como el incremento gradual mensual del precio de las gasolinas y el gas,

el aumento en el impuesto al valor agregado (IVA) y la eliminación de subsidios al consumo de alimentos básicos y medicinas (*ibid.*).

Adicionalmente a los factores negativos enunciados anteriormente, están las malas condiciones de trabajo en términos de bajos salarios para los puestos formales, la eliminación de beneficios sociales gratuitos (servicio médico, incremento de los años laborables para retiro, contratos definitivos o permanentes, etcétera) y los contratos temporales con muy baja protección laboral. De acuerdo con un estudio de la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) entre los trabajadores informales, 60% decía que ganaba un ingreso más alto al trabajar en las calles que empleándose en actividades formales, y solamente 13% declaró lo contrario (*ibid.*).

Sobre la falta de credibilidad de las cifras relativas al comercio en vía pública en el Distrito Federal

Con base en las cifras del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2013), en el 2012 en el país había 14 200 000 personas trabajando en el sector informal; de estas, 2 197 000 eran vendedores en vía pública. Dos años después, la misma institución, en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2014) registró 13 737 000 personas informales en todo el país. El Estado de México contabilizaba 2 467 000 (18%), con lo que se colocó en el primer lugar a escala nacional; el DF, en segundo lugar, registró 1 197 000 (9%), equivalentes a casi 50% de la ocupación total en la capital del país. La misma enoe, al mes de septiembre del 2014, para el DF contabilizaba 820 200 trabajadores informales ocupados en el sector terciario de la economía, 35% (287 000) de los cuales está en el comercio y 19% (157 000), en el transporte. Muy pocos años atrás (2010), el jefe de gobierno de la Ciudad de México, Marcelo Ebrard, decía que en el 2007 había 983 766 vendedores informales en las calles de la ciudad. Sin embargo, el Sistema de Información para Controlar el Comercio en la Vía Pública del DF (SISCOVIP), el cual, supuestamente, se alimenta de información de cada delegación política, registraba en ese tiempo solo 190 000 vendedores callejeros, esto es, no recibe datos actualizados, con lo que se presume un ocultamiento de cifras por parte de las delegaciones. La contradicción, heterogeneidad y poca credibilidad de las cifras oficiales sobre los trabajadores informales en vía pública en general, y de los vendedores en las calles específicamente tanto para los niveles

nacionales como para el caso de la Ciudad de México no deja de ser un síntoma del empobrecimiento de las plazas informales debido a la falta de oportunidades que acarrea el modo de producción de riqueza en el país, lo que conduce al empobrecimiento de su población.

Hipótesis por investigar

Para el caso de la Ciudad de México

1. La reestructuración industrial de las economías desarrolladas, así como los programas de ajuste estructural adoptados en los países en desarrollo desde la década de 1980, han impuesto políticas macroeconómicas y monetarias antiinflacionarias que han afectado el ingreso de los trabajadores y limitado los ingresos públicos destinados a nueva infraestructura urbana. Todo esto ha influido desfavorablemente en el suministro de los servicios públicos y en la oferta de fuentes de empleo formales.
2. El retraimiento de los gobiernos del DF para mayores inversiones en infraestructura pública que satisfaga las necesidades básicas de la población, como el aprovisionamiento de mercados públicos al menudeo, paralelamente con la continua expansión de la población en áreas periféricas a la Ciudad de México, han traído como consecuencia una expansión de la operación de mercados en las calles y en otros espacios públicos.
3. Una de las posibles implicaciones del crecimiento y la expansión de las actividades informales en los espacios públicos urbanos en esta ciudad puede ser el riesgo de conflictos sociales:
 - a. entre los vendedores callejeros y los propietarios o administradores de los espacios comerciales formalmente establecidos en los mismos lugares, autorizados con licencias de todo tipo, a causa de la competencia desleal y el deterioro y decadencia de las calles comerciales tradicionales: estos sienten una competencia desventajosa de parte de aquellos, quienes colocan sus puestos justo frente a los establecimientos formales sin ningún permiso legal, aunque, la mayoría de las veces, con el consentimiento de las propias autoridades locales;

- b. entre los residentes y trabajadores de las mismas calles y colonias en términos de movilidad, acceso a los hogares y lugares de trabajo, así como por la inseguridad y falta de higiene (principalmente en cuanto a la calidad de los alimentos expendidos en las calles sin licencias sanitarias), la escasa vigilancia oficial y la insuficiente disposición de los desechos orgánicos y basura derivada de la operación de los mercados y vendedores.

Para el caso de la ciudad de Londres

1. Las políticas neoliberales a escala mundial se ven reflejadas parcialmente en el retraimiento de acciones gubernamentales para atender con dinamismo las necesidades de los comerciantes en vía pública, lo que, por otra parte, alienta la expansión del capital privado en el comercio local al menudeo, con estrategias de competitividad muy agresivas, de tal forma que están desplazando rápidamente la preferencia de los consumidores hacia estos nichos de compra de bienes de consumo inmediato.
2. Algunas de las posibles implicaciones del funcionamiento de los mercados y vendedores en vía pública de esta ciudad pueden ser el riesgo de eventuales tensiones o conflictos sociales:
 - a. entre los vendedores de las calles y los propietarios o administradores de los espacios comerciales formalmente establecidos en los mismos lugares, autorizados con licencias de todo tipo, a causa de la competencia desleal y el deterioro y decadencia de las calles comerciales tradicionales: estos sienten una competencia desventajosa de parte de aquellos, quienes colocan sus puestos justo frente a los establecimientos formales;
 - b. entre los residentes y trabajadores de las mismas calles y colonias en términos de movilidad, acceso a hogares y lugares de trabajo, así como por la inseguridad y falta de higiene (principalmente en cuanto a la calidad de los alimentos expendidos en las calles sin licencias sanitarias), la escasa vigilancia oficial y la insuficiente disposición de los desechos orgánicos y basura derivada de la operación de los mercados y vendedores.

Principales propósitos de esta investigación

- Analizar la evolución reciente y actual de los mercados y los vendedores en vía pública en estas dos grandes metrópolis, así como los factores que han influido en su operación y crecimiento expansivo;
- comparar ambos casos y establecer tanto sus semejanzas como sus diferencias;
- analizar las posibles implicaciones de cada caso de estudio para sus respectivos sociedad y gobierno en términos de gobernanza, deterioro urbano, decadencia o auge de sus calles comerciales, así como los posibles riesgos a la salud y los impactos negativos sobre el bienestar urbano, y
- establecer, en ambos casos, una serie de recomendaciones de políticas públicas para los tomadores de decisiones, con el propósito de mejorar la economía de sus ciudades, espacios públicos y, en general, el bienestar social de sus habitantes.

El marco teórico

El marco teórico de este trabajo está definido donde se intersecan los estudios de desarrollo urbano y los de economía política. Los primeros se enfocan en el contexto geográfico en el que se desenvuelven los factores sociales y políticos; examinan la organización y el funcionamiento de la ciudad, las relaciones internas y externas entre las redes urbanas. Los estudios urbanos se vinculan con el análisis del desarrollo social, los usos del suelo y el desarrollo económico con el propósito de establecer los nexos entre ellos con lo social (la comunidad), el gobierno y la participación privada dentro de este espacio geográfico. En cuanto a la economía política, en su análisis conecta dos principales disciplinas: la política pública y los actores sociales en sus relaciones diarias de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. También trata de establecer en un contexto más amplio —en este caso, el espacio público de una ciudad— el análisis del comportamiento económico, social y político de los diversos actores o agentes sociales involucrados en el fenómeno en estudio.

La economía política también tiene que ver con el papel del Estado como una maquinaria que comprende cada una de las naciones como un todo y los

patrones de crecimiento de las ciudades y su comportamiento en sus relaciones sociales continuas. La participación del Estado se sustenta por medio de un cuerpo de instrumentos y estrategias usados por sus gobiernos, ya sea para estimular o controlar los procesos de crecimiento y, en muchos casos, incluso para prohibir a la población y/o a sus organizaciones que opere y funcione en determinados lugares y actividades.

Recientemente se ha dado un debate acerca del papel del Estado en el contexto de la globalización. Hay quienes argumentan sobre el gradual proceso de debilitamiento de aquel en su papel de controlar los procesos de crecimiento en los ámbitos tanto nacionales como subnacionales. Esto se explica por la creciente presión que ejercen las empresas multinacionales (EMN) entre los Estados nacionales para que a sus capitales se les permita invertir y operar sin reglamentaciones (barreras comerciales y de servicios). Otros argumentos de especialistas proponen que, pese a la relativa debilidad de muchos Estados nacionales, principalmente entre los países en desarrollo, o subdesarrollados, estos todavía controlan sus procesos de crecimiento en una o diversas formas, ora por medio de su sistema regulatorio y legislativo, ora, incluso, mediante la fuerza militar o policiaca. Y, más importante todavía, son, en la mayoría de los casos, los principales proveedores de la infraestructura básica para las ciudades y sus países en general.

Con base en lo anterior, esta investigación intenta extraer algunas respuestas que ofrezcan una explicación a las principales preguntas teóricas antes mencionadas.

Una vez que se dieron tales respuestas a los problemas o preguntas teóricas por medio de las observaciones empíricas y la revisión de informes especializados y otros documentos oficiales, la investigación hizo posible identificar algunos efectos sobre el espacio público de estas ciudades, así como lanzarles algunas recomendaciones para aliviar los problemas que padecen a causa de este fenómeno.

Hay cuatro tipos de agentes o actores sociales involucrados en nuestro análisis: los vendedores de los mercados callejeros de las ciudades de México y Londres; los comerciantes de los establecimientos ubicados en las mismas calles que ocupan los mercados callejeros; los residentes y consumidores, cuyos hogares están en esas calles, y las autoridades de gobierno, tanto centrales como locales, responsables de regular y controlar las operaciones de dichos mercados callejeros.

Método de investigación

Se ha utilizado un método de investigación principalmente cualitativo, con alguna información cuantitativa, basado en fuentes de información primaria y secundaria. La secundaria se ha tomado de los estudios especializados sobre economía informal y mercados en vía pública en zonas urbanas, así como de informes oficiales de los gobiernos centrales y locales; la primaria, por el trabajo de campo realizado en ambas ciudades, así como por medio de entrevistas muestreadas aleatoriamente. Entre los métodos de muestreo aceptados técnica y metodológicamente están los probabilísticos y los empíricos (Shao, 1975), por lo que el autor de esta investigación ha elegido, basado en su experiencia empírica del fenómeno del comercio en espacios públicos en ambas ciudades desde hace varios lustros el muestreo empírico y estratificado.

Stephen Shao, especialista en metodología de investigación, explica que dicho tipo de muestreo empírico se justifica cuando la familiaridad del estudioso con el comportamiento histórico de un fenómeno le permite seleccionar una muestra empírica, gracias a la cual obtendrá información confiable respecto de dicho comportamiento en el pasado reciente y en el presente (*op. cit.*: 261).

A esta muestra empírica también se la conoce como *muestra de juicio* por razón de que sus componentes o unidades de muestreo se seleccionan mediante un juicio personal (*ibid.*: 325). El conocimiento que el suscrito tiene del fenómeno en estudio le proporciona la "confianza" de que el error de muestreo (diferencia entre el parámetro y su estimador correspondiente) sea pequeño, aunque no se haya calculado probabilísticamente (*ibid.*: 347).

Con el fin de llenar este requerimiento, se diseñaron cuatro diferentes cuestionarios (véase anexo), uno para cada tipo de actor social citado. Se realizó un total de 45 entrevistas basadas en dichos cuestionarios, aunque cabe mencionar que ninguno de ellos se llenó frente a los informantes, debido a que se advirtió la relativa renuencia de estos para contestar si se asentaban o grababan sus respuestas. Veintiséis entrevistas se cubrieron entre las autoridades de la Ciudad de México,³ y diecinueve en tres *borough councils* de Londres.⁴ Unas y otras son

³ Entre las autoridades centrales del Gobierno del Distrito Federal (GDF) y tres delegaciones políticas: Benito Juárez, Cuauhtémoc e Iztapalapa.

⁴ Los *borough councils* son las autoridades locales dentro del Gran Londres. Las seleccionadas fueron: Hackney, Lambeth y Southwark.

representativas de los diversos puntos de vista y enfoques tanto sobre las áreas neurálgicas como acerca de los propios agentes sociales, comerciantes, residentes, consumidores y autoridades en este tipo de actividad comercial.



CAPÍTULO III

Fotografía 3

Vista aérea del Mercado de Sonora, Ciudad de México

Fuente: Archivo PUEC-UNAM, 2015.

Algunas características de los mercados informales en la Ciudad de México

Históricamente los mercados públicos se localizaban en las plazas públicas de la ciudad capital, donde se concentraba la población. De aquí que muchos habitantes, principalmente de las clases populares, todavía se refieran al mercado como “la plaza”. Estos mercados eran administrados y supervisados por el Gobierno del DF (GDF), con el apoyo de las autoridades sanitarias federales o locales. Desde los años veinte hasta los cincuenta del siglo pasado todos estos mercados se removieron gradualmente y se transformaron en nuevos mercados públicos construidos bajo techo. En 1951 se publicó el Reglamento de Mercados para el Distrito Federal (*Diario Oficial de la Federación*, 1 de junio de 1951), de tal manera que durante las décadas de 1940 a 1970, el GDF estuvo comprometido a proporcionar una visión de mercados modernos, al construir mercados públicos cubiertos en todas las colonias populares: se llegaron a construir 318 en total.

La recesión económica en México y la tolerancia a las ocupaciones informales

Después de la primera gran crisis financiera del México de posguerra (1976), el gobierno federal aplicó varias políticas y estrategias de austeridad, las cuales

permearon las acciones de los sucesivos gobiernos del DF. Entre ellas, se suspendieron extraoficialmente los programas para construir nuevos mercados públicos y su atención se limitó a la sola manutención de los existentes. Los años que siguieron al desastre financiero y a los procesos de devaluación de la moneda nacional, y de la inflación en general, originaron aumentos en el desempleo y en el deterioro en las condiciones de vida de la población. Con el aumento general de esta en el país, y de los flujos de migración del campo a la ciudad en busca de empleo, sumados a las condiciones de desempleo y deterioro en los niveles de vida, y a las demandas crecientes de servicios al consumo básico de los habitantes de la Ciudad de México, surgió la necesidad de crear mercados al menudeo, más allá de la demanda que cubrían los mercados públicos bajo techo, ahora en las áreas periféricas de la Ciudad de México y en los municipios conurbados del Estado de México.

Una de las respuestas del gobierno para aminorar el caótico incremento de los mercados en las calles fue la creación del programa llamado *Mercados sobre ruedas*. La justificación política y social para su lanzamiento era reducir la acción de los intermediarios y especuladores en el comercio al menudeo, al conectar directamente a los productores del campo con los consumidores; al mismo tiempo, comenzar a controlar y reordenar a los vendedores de las calles dondequiera que se establecieran.

Unos años después, en 1982, el presidente de México, en su último Informe de Gobierno, anunciaba (reconocía) la grave crisis financiera nacional y una nueva devaluación de la moneda del país, ahora en más de 100%. En consecuencia, la administración presidencial entrante arrancó con nuevas políticas y estrategias económicas y sociales, pletórica de programas de austeridad del gasto público en general, aunque con prioridad al pago de las deudas pública y privada, externa e interna. Esto relegó muchos programas sociales y de obras públicas e, implícitamente, limitó la capacidad del país para proporcionar empleo y aumentar los salarios de sus habitantes. Dado lo anterior, el gobierno federal lanzó una serie de campañas en los diversos medios de comunicación para alentarlos a emprender el autoempleo.

46 Este tipo de propaganda, sin embargo, no era necesaria para animar a la población a emplearse y salir adelante de las crisis de esa forma. Queda claro que la resignación implícita del sistema económico y político ante la imposibilidad de dotar de fuentes de empleo a la población fue una forma de consentir o tolerar no solo el trabajo informal sino también la ocupación ilegal del suelo y de los espacios públicos para obtener ingresos.

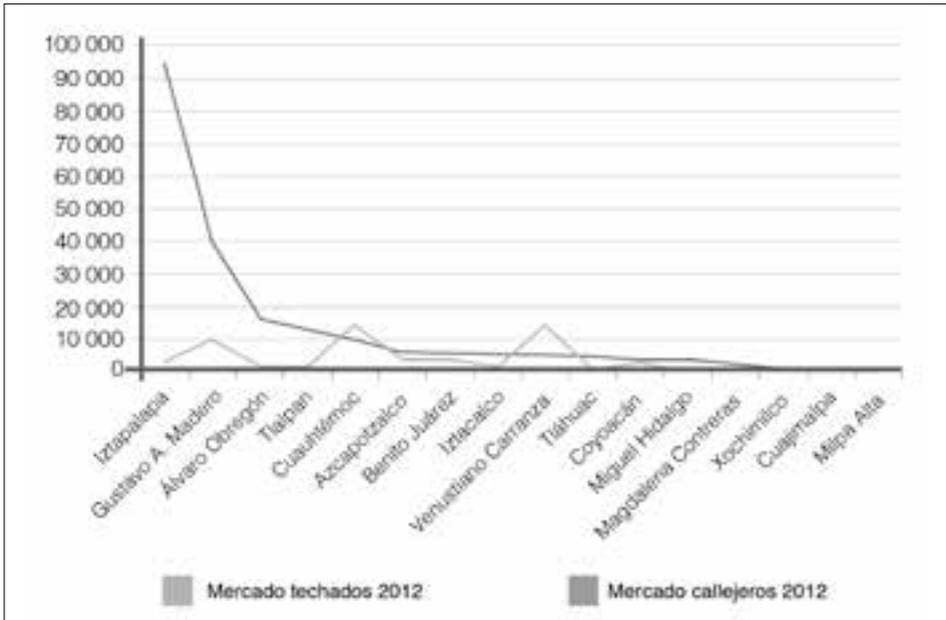
Esto fue la piedra fundamental para que se permitiera el trabajo informal de muchos tipos, ya fueran legales o ilegales: de esta manera surgieron y se expandieron actividades informales urbanas, como son los mercados en las calles, los taxistas "tolerados", los concesionarios del transporte público urbano y suburbano, pero también el contrabando y la piratería, etcétera.

Aparte de los mercados públicos bajo techo existentes en el DF, 326 de ellos con 61 438 puestos o locales y aproximadamente 65 000 comerciantes distribuidos a través de las colonias y centros de barrio populares y residenciales de las 16 delegaciones políticas (SEDECO, GDF, 2014), actualmente también hay una diversidad de vendedores en las calles de la ciudad, a los que se clasifica de la siguiente manera:

1. Los originales *mercados sobre ruedas* (M/R), los cuales son mercados en las calles que tienen una relativa regulación y tienen la supervisión de las autoridades de gobierno, primero bajo el control federal (por la entonces Secretaría de Industria y Comercio, después de Economía), y, desde 1998, por las autoridades del GDF. Estos operan de uno a tres días de la semana en diversas arterias viales del Distrito Federal.
2. *Tianguis*. Son mercados callejeros también, pero controlados y supervisados por líderes de agrupaciones u organizaciones civiles, con el permiso o consentimiento de las autoridades locales, en los que se venden diversos productos al menudeo en determinados días de la semana. Este tipo de mercado compite algunas veces, o se fusiona, con los "mercados sobre ruedas", y el número de vendedores depende de la aprobación del líder, más que por la autoridad local. Por lo tanto, su tamaño y naturaleza, o los permisos para trabajar, están relativamente fuera del alcance o del conocimiento de las autoridades.
3. *Concentraciones*. Son grupos de vendedores localizados en espacios públicos o privados donde los servicios de infraestructura son escasos o están ausentes, como los patios de escuelas, parques, jardines, lotes desocupados o baldíos, etc. Los administran y supervisan, de manera privada, los líderes de agrupaciones u organizaciones, igualmente tolerados por las autoridades locales, incapaces de proporcionar espacios apropiados o de construir mercados públicos techados en esas áreas. Este tipo de mercados pueden operar algunos días de la semana o todos los días, de acuerdo con el permiso extraformal de las autoridades locales.
4. *Puestos fijos y semifijos*. Este tipo de mercados y vendedores son posiblemente los que ocasionan mayor conflicto entre los diversos actores

Gráfica 2

México DF: mercados en las calles contra mercados techados (por delegaciones)



Fuente: Basado en cifras del GDF 2012 y análisis de datos del autor.

sociales de la ciudad, ya que ocupan permanentemente cualquier espacio público donde la población transita cotidianamente o vive, sin importar los problemas o inconvenientes que causen al invadir o bloquear calles enteras, aceras, pavimento de flujo vehicular, jardines, parques e incluso entradas y salidas de automóviles de casas u oficinas. De manera similar a los tianguis y las concentraciones, los dirigen y respaldan líderes que pueden ser políticos, policías, oficiales militares, o bien se mantienen incluso por la fuerza física de individuos o grupos de individuos, muchos de los cuales pasan a convertirse en líderes políticos.

5. *Comerciantes ambulantes*. Son comerciantes individuales que literalmente caminan o se mueven en las calles vendiendo infinidad de artículos de consumo familiar o individual. Permanente o no permanentemente aparecen en diversos puntos de la ciudad, ya sea tocando a las puertas de hogares y oficinas o colocando a ciertas horas del día o de la noche

puestos de venta de alimentos preparados afuera de sus propios hogares. Es difícil, mas no imposible, para las autoridades identificarlos, pero mucho más, que estas tengan voluntad de controlarlos.

El cuadro 1 nos da un total de 217 687 comerciantes, aunque es notoria la falta de datos para la delegación Cuauhtémoc relativa al número de vendedores y de concentraciones, así como de los mercados móviles (sobre ruedas y tianguis) que operan en casi todas las delegaciones, las cuales concentran más de 223 000 tianguistas.

Cuadro 1
México DF: mercados en las calles contra mercados techados, 2012,
(por delegaciones)

Núm.	Delegación	Concentraciones	Mercados techados (núm. de vendedores)	Tianguis y m/r (SEDECO, 2012)	Concentraciones, fijas y semifijas, en las calles
1	Álvaro Obregón	604	(16) 1 994	2 084	16 453
2	Azcapotzalco	262	(19) 3 674	(n. a.)	5 974
3	Benito Juárez	(n. a.)	(16) 3 611	(n. a.)	5 651
4	Coyoacán	593	(20) 2 858	337	3 775
5	Cuajimalpa	126	(5) 395	(n. a.)	1 680
6	Cuauhtémoc	(n. a.)	(39) 14 120	(n. a.)	10 437
7	Gustavo A. Madero	1 887	(54) 9 849	1 385	41 212
8	Iztacalco	1 360	(16) 1 634	(n. a.)	5 319
9	Iztapalapa	9 908	(20) 3 092	1 012	95 133
10	Magdalena Contreras	(n. a.)	(5) 317	(n. a.)	2 711
11	Miguel Hidalgo	102	(17) 102	(n. a.)	3 765
12	Milpa Alta	(n. a.)	(9) 789	(n. a.)	1 042
13	Tláhuac	244	(18) 883	(n. a.)	5 012
14	Tlalpan	1 115	(18) 1 329	(n. a.)	12 259
15	Venustiano Carranza	(n. a.)	(43) 4 564	88	5 274
16	Xochimilco	578	(11) 2 227		1 990
	Total	16 779	(326) 61 438	4 906	217 687

n. a. = Datos no disponibles.

Fuente: SEDECO, GDF y datos analizados por el autor.

Cuadro 2

México DF: asociaciones o agrupaciones por delegaciones, 2012

Núm.	Delegación	Concentraciones	Mercados techados (unidades)	Mercados callejeros (SEDECO, 2012)	Núm. de asoc./ agrup., 2012
1	Álvaro Obregón	(11) 7	(14) 16	9	139
2	Azcapotzalco	(3)	19	4	42
3	Benito Juárez	(n. a.)	16	3	71
4	Coyoacán	(8) 9	20	5	(n. a.)
5	Cuajimalpa	(5)	5	1	11
6	Cuauhtémoc	(12)	39	5	85
7	Gustavo A. Madero	(22) 16	(50) 54	11	215
8	Iztacalco	(9) 8	16	4	(n. a.)
9	Iztapalapa	(115) 106	20	6	343
10	Magdalena Contreras	(n. a.)	5	2	25
11	Miguel Hidalgo	(1)	17	4	(n. a.)
12	Milpa Alta	(n. a.)	(8) 9	0	10
13	Tláhuac	(3)	18	2	31
14	Tlalpan	(16)	(17) 18	2	142
15	Venustiano Carranza	(n. a.)	(39) 43	1	37
16	Xochimilco	(14) 7	11	0	24
	Total	(207) 153	(314) 326	59	1 175

n. a.= Datos no disponibles.

Fuente: SEDECO, GDF y compilación del autor. Las cifras entre paréntesis se refieren al año 2010.

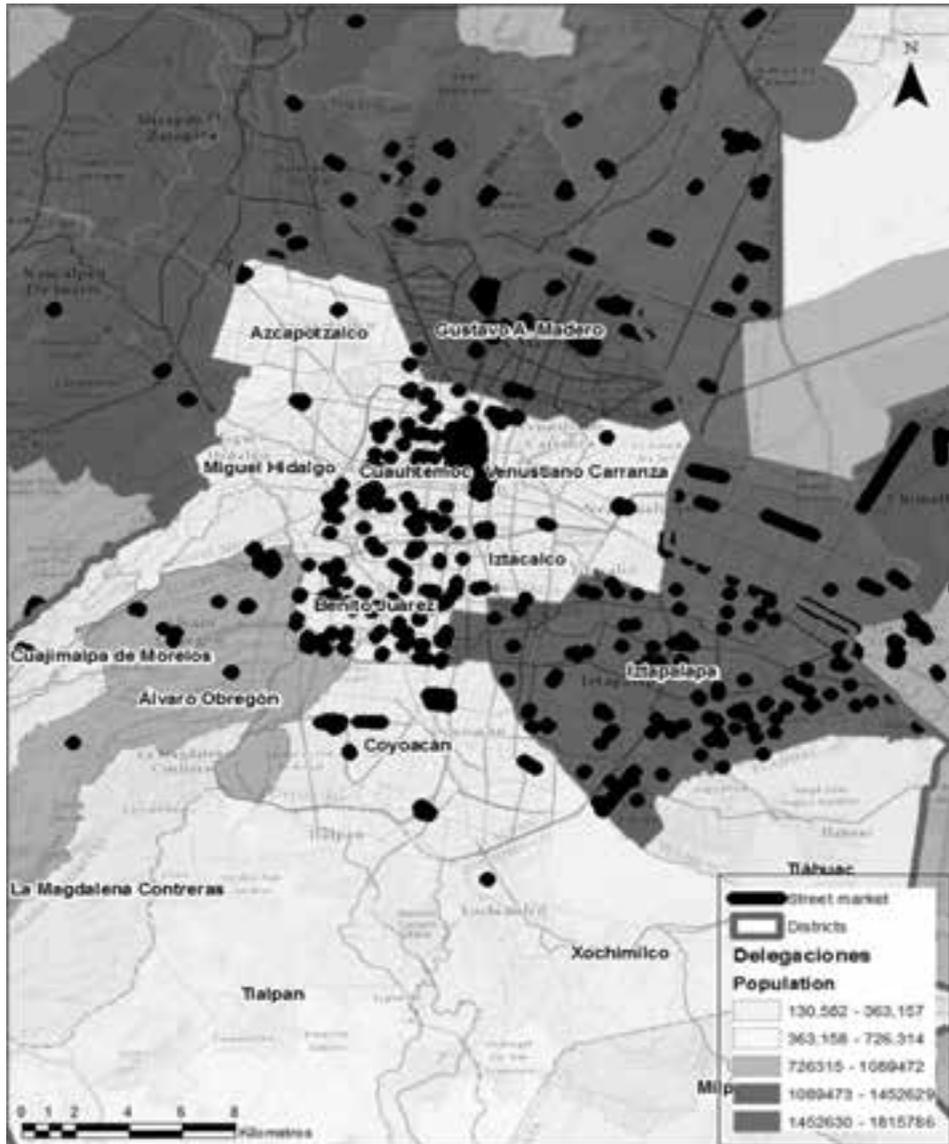
Uno de los principales problemas para contabilizar y, mas aún, para regular, a los mercados y a los vendedores callejeros en la Ciudad de México es la falta de voluntad de las autoridades centrales y locales del GDF para su formalización o, por lo menos, su reglamentación (cuadro 2 y mapa 1). La impide un sinnúmero de factores, entre los que se cuentan como principales:

50

- a. El gran número de vendedores y líderes de organizaciones y agrupaciones, muchos de ellos, individuos que han adquirido cierta influencia social y/o política, con los cuales las autoridades se refrenan a confrontarse y prefieren tolerarlos, a cambio de algún apoyo político y social (muchas veces también económico) en tiempos de elecciones.

Mapa 1

México, DF: mercados callejeros, por delegaciones y rangos de número de vendedores



Fuente: Elaboración de Pamela Gutiérrez Elizondo, con datos del Gobierno del Distrito Federal, 2014.

- b. El costo de los permisos semificiales otorgados por las autoridades locales es un ingreso informal para los funcionarios delegacionales, para algunos funcionarios superiores de gobierno y para los líderes de las agrupaciones; es decir, no se registra oficialmente, e implica grandes cantidades de dinero y poder político que, a final de cuentas, se convierte en una ventaja a la que difícilmente se buscará detener.

Por ejemplo, las cuotas por derecho de piso en un tianguis varía de acuerdo con el valor del suelo de la colonia o centro urbano en donde se pretenda ubicar el puesto de venta. Para los mercados de las calles localizados en colonias populares de mediana demanda, es el equivalente a aproximadamente \$10/m²/día, más unos \$175 pesos, y aún hasta \$550 pesos, al año para las credenciales que "autorizan" la operación que expiden los propios líderes; adicionalmente, unos \$5 pesos diarios para las autoridades locales. Las primeras dos aportaciones se le pagan directamente al líder del tianguis. Sin embargo, en la mayoría de las áreas centrales del DF, tales como las delegaciones Cuauhtémoc, Iztacalco y Venustiano Carranza, estas cuotas pueden ser incluso cuatro veces más altas que las arriba enunciadas.

Uno de los líderes entrevistados decía tener 1 045 comerciantes activos asociados (más, por día, entre 50 y 60 vendedores temporales que no están registrados por ellos). Su agrupación se mueve cotidianamente a través de cinco diferentes delegaciones del DF y en uno de los municipios conurbados del Estado de México.

Otro vendedor mencionó que algunos líderes incluso cobran el equivalente a \$125 pesos al mes como cuota adicional para aquellos vendedores de productos ilegales como una garantía, o protección, contra un eventual "aseguramiento" de su mercancía por parte de las autoridades.

- c. La presión política de las autoridades del DF (centrales y locales) por parte del gobierno federal y de sus políticas macroeconómicas, que mantienen los salarios deprimidos, los impuestos altos y las obras públicas y servicios urbanos en condiciones muy limitadas. Todo ello le sirve de argumento a los gobiernos del DF tanto para limitar las políticas sociales y la construcción de obras públicas como para no remover a los comerciantes de los espacios públicos en que se ganan su ingreso diario y mantienen sus niveles de vida.

- d. Todos los vendedores de las calles están extraoficialmente exentos de pagar tanto impuestos como los servicios públicos que utilizan (electricidad, agua potable, recolección de basura) y licencias sanitarias. Por lo tanto, su ingreso es neto (con excepción del pago a la semana que se les da a los líderes y autoridades locales), el cual la mayoría de las veces está muy por arriba del salario mínimo oficial de cualquier trabajador o vendedor formal. Así es que ellos están fuertemente en contra de cualquier intención de que se les formalice.
- e. El número creciente de vendedores de la calle informales que toleran las autoridades del GDF se convierte en una válvula de escape para los problemas estructurales de altas tasas de desempleo y subempleo prevalentes en todo el país; y, a final de cuentas, pero no menos importante:
- f. El creciente número de actividades ilegales (piratería, contrabando, productos robados y tráfico de drogas) llevado a cabo en numerosos mercados callejeros, lo cual representa un creciente poder para las mafias, que continuamente presionan a las autoridades para no intervenir en su "mercado ganado".

Fotografía 4

Puestos fijos entre las aceras y el pavimento del Eje 1 Oriente, Lagunilla



53

La gente se ve obligada a caminar sobre el arroyo vehicular abierto al tránsito.
Fuente: Elaboración propia con base en *Google Earth*.

Fotografía 5

Puestos fijos y semifijos afuera de la estación del metro Salto del Agua



La gente se ve obligada a caminar por el carril restringido solo al uso del Metrobús.
Fuente: Elaboración de Pamela Gutiérrez Elizondo con base en *Google Earth*.

Algunos aspectos de la problemática del comercio en los espacios públicos de la Ciudad de México:

- Degradación de los espacios públicos urbanos;
- inseguridad y riesgos a la salud;
- deterioro físico de las áreas comerciales y reducción en sus ventas y en la calidad de ellas;
- confrontación entre los vendedores de las calles y los comerciantes de las tiendas y comercios (formales contra informales);
- bloqueo del tránsito de vehículos y de los residentes y transeúntes de las calles en que se ubican los vendedores callejeros;
- ¿ventaja o desventaja para el sistema productivo?

54

Como se dijo anteriormente, la estrategia de ajuste estructural adoptada por los gobiernos del país para sobreponerse a la crisis financiera de 1982 fue parte de las justificaciones de los gobiernos del DF y de sus gobiernos locales para no gastar más que el mínimo necesario para el funcionamiento de la ciudad capital del país. Desde entonces, y durante cerca de treinta años, la mayor prioridad

Fotografías 6 y 7 Tianguis en la delegación Iztapalapa



Fuente: Fotografías del autor.

Fotografía 8 Afuera de la estación del metro Guelatao, delegación Iztapalapa



Las autoridades tuvieron que construir una cerca alambrada a la orilla de la acera de la avenida principal, alrededor de los puestos fijos, para prevenir que los vendedores y peatones traspasen los carriles de tránsito intenso de vehículos.

Fuente: Fotografía del autor.

en los programas de gasto público se ha dirigido a mantener la infraestructura urbana existente; solamente las últimas dos administraciones de este gobierno (2000-2006-2012) han volcado su atención a mejorar la infraestructura con extensiones del sistema metro, el tren elevado y líneas del Metrobús en la parte

oriental de la capital y en algunos municipios limítrofes del Estado de México; así como rutas vehiculares de tránsito rápido (los llamados *segundos pisos*) de vehículos privados en el poniente y sur de la ciudad, más la sustitución de rutas de microbuses de transporte público privado por rutas exclusivas del Metrobús, de capital mixto. El resto de los programas se ha limitado primordialmente a su mantenimiento.

Políticas públicas para controlar y reordenar el comercio callejero en la Ciudad de México

Contrario a lo que sería una evolución en un proceso de gobierno, el comercio al mayoreo y menudeo en la Ciudad de México estuvo efectivamente organizado y controlado desde la época prehispánica, así como durante la colonización española y el periodo de independencia. Sin embargo, después de la Revolución mexicana (1914-1917), estas actividades mercantiles, aunque oficialmente reguladas por la administración de la ciudad capital, empezaron a crecer casi de manera paralela a la población. Una vez terminadas las luchas armadas (1920), los mercados mayoristas y minoristas comenzaron a crecer y a ampliarse.

No fue sino hasta las administraciones de la década de 1930, cuando las autoridades locales comenzaron a poner atención en suministrar servicios comerciales modernos a su población. Entonces se inició la construcción de mercados públicos techados en la mayoría de las colonias populares y residenciales de la ciudad, en los cuales acomodaron a los vendedores de la calle. En ese tiempo se construyó el mercado de La Merced, como central de abasto al mayoreo. Esta política continuó aun hasta la década de 1970, cuando se habían erigido 326 mercados públicos. Ya se ha reseñado que las crisis financieras de 1976 y 1982 obligaron a restringir el gasto público, y que han "justificado" el haber desaparecido de los programas gubernamentales del DF la construcción de nuevos mercados públicos, que solamente reciben cierto mantenimiento, mientras que, por otro lado, se autoriza la construcción de supermercados privados y centros comerciales, así como tiendas locales de conveniencia y de franquicia por todos lados de la ciudad.

Fue solamente a finales del siglo xx cuando se intentó establecer cierta regulación para hacerle frente al rápido crecimiento y expansión de los vendedores y mercados callejeros. A continuación se presentan algunos de los programas y estrategias políticas más relevantes adoptadas por estos gobiernos.

Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (1993)

Durante la administración de Manuel Camacho Solís como jefe del Departamento del Distrito Federal (como se denominaba a la autoridad de la Ciudad de México anteriormente a las elecciones democráticas para jefe de gobierno del DF del año 1997), una de sus postreras acciones oficiales consistió en mejorar la imagen de los mercados callejeros en la ciudad. De ahí que se lanzara el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular en el año de 1993, cuyo principal objeto fue remover y controlar el comercio informal en los espacios públicos de la capital del país. Al revisar el contenido de este programa puede observarse, no obstante, que los propósitos subyacentes eran solamente limpiar de vendedores el llamado *Centro Histórico* de la ciudad, y reubicar a los aproximadamente 10 000 de ellos en lugares cercanos, en "plazas de comercio popular", las cuales son pasajes bajo techo, entre las cuales están las de Meave, Pino Suárez, Tacuba, Vizcaínas, Pensador Mexicano, San Antonio 1 y 2, y Mesones. Se exceptuó de la remoción a los vendedores en los puestos de periódicos y revistas, libros, billetes de lotería, lustradores de calzado, a los que se consideraron de interés público cotidiano (Asamblea Legislativa del DDF, III Legislatura, 1993).

Es importante mencionar que los citados son algunos de los más exitosos lugares y plazas más conocidas. Otros sitios más fracasaron a causa de su mala ubicación comercial o a la falta de planeación. Todos ellos fueron abandonados posteriormente o se han mantenido solamente como bodegas de los mismos vendedores callejeros.

Programa de Reordenamiento del Comercio Popular en la Vía Pública (1998)

Debido a la cantidad de desacuerdos y la presión de las organizaciones de comerciantes del centro de la ciudad, tanto formales como informales, de la Cámara de Comercio y de residentes, el nuevo gobierno del DF electo democráticamente (1997-2003) convocó a un congreso sobre mercados al menudeo en la Ciudad de México con el propósito de coordinar y organizar ahí las ventas al menudeo. Derivado de este, que duró tres días, surgió el nuevo Programa de Reordenamiento del Comercio Popular en la Vía Pública, en 1998, el cual establece tres objetos principales:

1. la contención del comercio en espacios públicos;
2. la preservación y el rescate de los espacios públicos y el bienestar social en la ciudad, y

3. contribuir al proceso de formalización de los vendedores informales de las calles.

Con la finalidad de alcanzar dichas metas, el gobierno central del DF ordenó la creación de un registro de vendedores callejeros y de puestos en cada delegación, encauzado a integrar un Sistema de Información para Controlar el Comercio en la Vía Pública (SISCOVIP) (GDF, 1998).

A primera vista, este programa pareciera estar genuinamente enfocado en encarar el explosivo crecimiento del comercio en las calles del Distrito Federal. Sin embargo, en la práctica, el fin principal, de reordenar a los vendedores de las calles, se limitó al Centro Histórico: el resto se dejó a la buena voluntad de las autoridades locales, las cuales han hecho realmente muy poco para controlar el rápido crecimiento de estos mercados, o por mejorar la situación urbana y social relacionada con esta problemática ya explicada anteriormente.

En relación con el esperado registro de comerciantes callejeros y de los mercados en cada delegación, no fue sino hasta noviembre del 2004 (seis años después) cuando el jefe de gobierno del DF, Alejandro Encinas publicó los formatos oficiales mediante los cuales las autoridades locales y los vendedores de las calles, que someterían así sus solicitudes, integrarían el Siscovip (GDF, 26 de noviembre de 2004).

No obstante, cuando se trata de obtener las estadísticas o cualquier información sobre los mercados y vendedores callejeros tanto por delegación como su total en el DF, su sitio web muestra una sola página, en la que se menciona la fecha de la inscripción oficial de dicho sistema, pero nada más.

Acuerdo mediante el cual se crea la Comisión de Reordenamiento y Regulación del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México (2003) (*Gaceta Oficial del DF*, 13 de febrero de 2003)

Debido al rápido crecimiento y a la apropiación de los espacios públicos del Centro Histórico del Distrito Federal, el gobierno local creó una comisión especial comprometida con el reordenamiento y la regulación de su comercio en vía pública. La comisión estuvo formada por el jefe del GDF, como su presidente; de un alto representante de la Secretaría de Gobierno del mismo; de un alto representante de la Secretaría de Seguridad Pública; de un alto representante de la

Oficialía Mayor, y de un representante de la delegación Cuauhtémoc (la autoridad local dentro de la cual se localiza el Centro Histórico).

Entre los principales poderes de la comisión estaban:

1. coordinar todos los poderes de cada organización o entidad en materia de espacios públicos, particularmente aquellos relacionados con el comercio en las calles;
2. autorizar o retirar todas las autorizaciones otorgadas para el uso de los espacios públicos en el Centro Histórico de la Ciudad de México;
3. lanzar el calendario de festividades tradicionales en las cuales los comerciantes pueden instalar puestos semifijos en el Centro Histórico;
4. diseñar y publicar normas específicas para la instalación de puestos semifijos en el Centro Histórico de la Ciudad de México (resulta interesante observar que este tipo de poder contradice totalmente la disposición oficial de 1993, que establece el bando por el cual el comercio en vía pública en puestos fijos y semifijos y de cualquier otra índole están estrictamente prohibidos dentro del perímetro determinado del Centro Histórico de la Ciudad de México, o sea, el perímetro "A", con aproximadamente 3.3 km²), de acuerdo con la primera fase de desarrollo del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (III ALDF-DOF, 12 de julio de 1993);
5. establecer el tipo de bienes permitidos de comerciar en esta área;
6. establecer zonas especiales en las cuales los comerciantes existentes deban de relocalizarse, y
7. diseñar y proponer varios tipos de instrumentos jurídicos relativos al comercio en vía pública en el DF.

Todos estos poderes dados a la comisión, aunque parecieran estar orientados a ordenar y gobernar el comercio en vía pública, principalmente en el Centro Histórico de la capital del país, quedan sujetos a cuestionamiento cuando los confrontamos con la realidad, porque muy poco se ha hecho hasta ahora para controlar y formalizar el comercio en vía pública en la Ciudad de México. La acción —mínima— de las autoridades locales ha consistido en remover a los comerciantes de las principales calles que circundan la plaza central del centro de la ciudad (el Zócalo).

El tema relativo a otorgar permiso a los vendedores para instalarse en puestos semifijos durante las festividades tradicionales se ha ampliado, al publicar el acuerdo especial sobre el comercio en vía pública durante las romerías, el cual se explicará enseguida.

Normas para la realización de romerías en los mercados públicos (Gaceta Oficial del DF, 28 de noviembre de 2002)

Este es un decreto por medio del cual la Secretaría de Desarrollo Económico del GDF fija las normas para la autorización y operación de las ferias temporales locales, llamadas *romerías*, donde a los comerciantes en vía pública se les permite ocupar temporalmente espacios públicos, generalmente alrededor de las iglesias o plazas locales, para que vendan diversos productos de consumo básico y artesanías durante las festividades populares y las conmemoraciones patrióticas históricas.

Algunos de los principales fines de este decreto oficial, según lo consigna dicho documento, es fortalecer a los mercados al menudeo y ayudar a los vendedores de la calle a mejorar el consumo básico de la población, así como también impulsar entre esta las tradiciones.

Por lo tanto, el GDF se permite autorizar a los comerciantes de las calles a colocar sus puestos en espacios abiertos, como las calles, el pavimento, las aceras, plazas, zonas de estacionamiento y jardines alrededor de las principales iglesias o plazas locales, donde la gente tradicionalmente se reúne para celebrar aquel particular acontecimiento.

Dos principales problemas subyacen, sin embargo, en este decreto: el primero es que esos tipos de actividades no están sujetos a los principales reglamentos que supuestamente deben regular los mercados callejeros en el DF (en particular, los citados programas de reordenamiento del comercio en espacios públicos, según lo refiere el *Código financiero del DF*, art. 267-A), y el segundo, que el calendario ordenado para la operación de esas romerías es en realidad demasiado extenso y prácticamente permite a los mercados y vendedores en vía pública operar como ellos deseen en muchas áreas de la ciudad durante casi una tercera parte del año (noventa y tres días en tres principales periodos).

Esto es muy importante en la medida en que sirve para ilustrar los periodos durante el año en que dichas romerías pueden operar con la sola autorización de los altos jefes de las autoridades locales, es decir, los delegados. Más aún: aunque dentro de los propósitos del decreto está regular y controlar el establecimiento, la localización y la operación de las romerías donde ya se dijo que se enlistan las principales festividades durante el año, también se instituye que es prerrogativa del delegado correspondiente extender dichos permisos de acuerdo con su propio criterio, que la mayoría de las veces sobrepasa las normas en cuanto a tiempos y zonas de mercado.

Programa de Apoyo para la Reubicación del Comercio Popular de la Ciudad de México (2007) (que apoya al Programa de Reubicación del Comercio Popular de la Ciudad de México, GDF, 16 de octubre de 2007)

Si bien la justificación de este programa es el reconocimiento oficial del comercio informal en las calles como una forma de que numerosas familias, principalmente de bajos recursos, obtengan una fuente de estos para sobrevivir, es bien sabido que la mayoría de los vendedores de las calles reciben ingresos más altos que los trabajadores y empleados formales.

El principal objeto de este programa consistía en remover a aproximadamente 16 000 vendedores de las calles del llamado *primer cuadro* del centro de la ciudad (una zona que la mayor de las veces es similar al bando, o perímetro "A", del Centro Histórico de la ciudad capital) y ubicarlos en plazas especiales o corredores comerciales particularmente construidos o adaptados cerca de esa área. Aproximadamente 29 nuevos espacios bajo techo se habían diseñado acorde con este programa.

Como principal incentivo para que los vendedores aceptaran la reubicación, el GDF ofreció apoyo financiero en la forma de microcréditos por un valor aproximado a los 5 000 pesos para aquellos vendedores que se fueran a mudar, así como también el lanzamiento de campañas para animar a los consumidores a comprar en esas nuevas ubicaciones.

La fuerte competencia de las grandes cadenas de tiendas minoristas

Entre el cúmulo de acciones tan parciales como las aquí reseñadas por parte del gobierno de la Ciudad de México para dar respuesta al fenómeno del comercio informal en las calles desde decenios atrás, está un fenómeno real que permea y hace más difícil una solución efectiva global, el cual se resume en lo siguiente:

1. un crecimiento demográfico desde 1980 y su expansión hacia espacios periurbanos, muchos de ellos dentro de la denominada *reserva ecológica*, donde supuestamente no habría nuevas construcciones residenciales ni comerciales o de servicios, que ha traído como consecuencia una gran brecha entre la oferta de infraestructura y servicios urbanos (entre ellos, los insuficientes de abasto al menudeo y mayoreo de la población urbana) y su creciente demanda tanto de esa población como de la de diversos municipios periféricos del Estado de México;

2. esta brecha se ha llenado eventualmente tanto por el comercio informal en los espacios públicos abiertos como por las grandes cadenas de tiendas de autoservicio al menudeo y medio mayoreo, como Aurrerá (recientemente adquirida por Walmart), la Comercial Mexicana (parcialmente comprada por Soriana), Chedraui, Costco, Sam's Club y otras menores, que se han beneficiado por las políticas de apertura al capital extranjero para su crecimiento y expansión, al amparo de las ventajas que los gobiernos nacionales, estatales y locales les brindan en cuanto a permisos y licencias para que inviertan y se ubiquen en territorios urbanos y periféricos.

Datos recientes señalan que en el 2014 la zona metropolitana de la Ciudad de México asentaba ya a 612 grandes unidades comerciales al menudeo y medio mayoreo, distribuidas en solamente 4 grandes cadenas de tiendas que son, en orden de magnitud por su número, las siguientes: 420 de Walmart, 87 de la Comercial Mexicana, 74 de Soriana y 31 de Chedraui (Gasca y Torres, 2014). Para el 2015, la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio (ANTAD) registraba, solamente en el Distrito Federal, 1 082 tiendas de autoservicio (19% del total nacional), las cuales incluyen no solamente a las grandes corporaciones y grandes tiendas, que generaron ventas por \$181 000 000 000 de pesos y que registraron un crecimiento nominal de 6% en los últimos cinco años (ANTAD, 2015).

Lo anterior refleja la permisibilidad del Estado mexicano a la inversión privada en medios de consumo para sus habitantes, mientras que, cómodamente, ha desatendido los crecientes niveles de desocupación formal y la creación de fuentes de empleo, con ingresos salariales oficiales cada vez más devaluados: se calcula que entre 40 y 65% del total de población capitalina no cuenta siquiera con los mínimos para alcanzar una canasta básica de consumo en alimentos, bienes y servicios.



CAPÍTULO IV

Fotografía 9
Calle en el Mercado de Londres

Fuente: Fotografía del autor.

El caso de la ciudad de Londres

Datos y cifras generales de esta metrópolis

Londres es una de las más grandes e importantes metrópolis del mundo. Está formada por La City (que corresponde a la ciudad originalmente construida, y actual centro financiero a escala global) y 32 *boroughs* (municipios). De acuerdo con el más reciente censo de población (2011), el llamado *Gran Londres* (GL) albergaba 8 174 000 habitantes y se extendía en un territorio de 1 572 km². Si bien su crecimiento poblacional se ha mantenido prácticamente estable durante muchos años, hay un número indefinido de pobladores no residentes que a diario se mueve sobre esta gran metrópolis. El alcalde de Londres y los *boroughs* locales juntos constituyen el gobierno local de esta gran ciudad.

Para propósitos de planeación estratégica, el GL está dividido en cinco subregiones: Central, Este, Norte, Sur y Oeste:

- Londres Central (Central London): comprende 11 *boroughs*, que son: Camden, La City, Islington, Kensington y Chelsea, Lambeth, Southwark y Westminster;
- el Este de Londres; está integrado por 11 *boroughs*: Barking y Dagenham, Bexley, Greenwich, Hackney, Havering, Lewisham, Newham, Redbridge, Tower Hamlets y Waltham Forest;

- el Norte; compuesto por Barnet, Enfield y Haringey;
- el Sur; formado por Bromley, Croydon, Kingston upon Thames, Merton, Sutton y Wandsworth, y
- el Oeste de Londres; comprende los *boroughs* de Brent, Ealing, Hammersmith y Fulham, Harrow, Hillingdon, Hownslow y Richmond upon Thames.

La importancia de los mercados en general y de los mercados de las calles en Gran Bretaña

Ha habido diversos estudios e informes que suministran evidencia sobre la contribución de los mercados en general a la población del país en zonas urbanas y rurales. Esto incluye beneficios tanto en los *boroughs* en que se localizan como en las economías familiares, en la cultura y el turismo, pero, más que todo, son proveedores de alimentos y bienes, y contribuyen a la cohesión social y al medio ambiente.

En varios de los estudios a los que se hará mención en breve ha habido preocupaciones, particularmente en los años recientes, relativas a la decadencia de muchos de los mercados tradicionales. Aunque contrariamente a estos, han surgido en espacios públicos urbanos tanto en Londres como en muchas ciudades del país nuevas variedades de mercados especializados, fenómeno que también amerita analizarse.

Aparte de los mercados tradicionales en las calles de esta ciudad, los cuales son aproximadamente 80, hay también mercados en espacios públicos especializados en algunos productos, como alimentos orgánicos, productos de granja (*farmers' markets*), de libros, de antigüedades o de ropa, los que, en conjunto, suman un total aproximado de 160 en todo el Gran Londres. El *Regeneris Report* (2010) estimaba que la aportación que producían todos los mercados en Londres era de £ 430 000 000 de libras esterlinas al año, esto es, aproximadamente \$10 320 000 000 de pesos mexicanos (estimados a \$24 pesos por libra), lo que representaba 94% de todo el consumo al menudeo en esta ciudad. Además, se calculaba que los mercados al menudeo en Londres generaban directamente un total de 7 319 empleos de tiempo completo (*Regeneris*, 2010: 4).

Este informe también cifraba lo que gastaban los consumidores en los mercados al menudeo: £ 752 000 000 de libras esterlinas al año en otras tiendas de los centros locales (*town centres*) de la ciudad (conocidos también como *calles de las*

áreas comerciales: high streets). Esto representa, según dicho documento, un importante efecto multiplicador, con los clientes de los mercados gastando en promedio £1.75 libras en otras tiendas de áreas comerciales locales por cada libra que desembolsan en el mercado. Aunque este gasto no necesariamente significara una pérdida total para las áreas comerciales locales si los mercados callejeros no existieran, sugiere, sin embargo, que un cierto número de áreas comerciales locales perdería en sus ventas si aquellos se cerraran. Una gran mayoría de los consumidores entrevistados durante esa investigación decía que no visitaría el área comercial y sus tiendas si el mercado callejero no estuviera allí (*ibid.*). Esto lo confirmó la mayor parte de los casos visitados: siendo los mercados de la calle de gran antigüedad, muchos de los locales comerciales a su alrededor se han establecido posteriormente ahí debido a la población que acude al área de mercado, ya sea a comprar o al simple esparcimiento.

A diferencia del caso de la Ciudad de México, el comercio en vía pública en el Gran Londres es una actividad muy regulada oficialmente, aunque hoy no totalmente exenta de la aparición de vendedores ambulantes no autorizados, como consecuencia de las crecientes necesidades de los inmigrantes de bajos ingresos en su busca por salir adelante ante el continuo incremento en el costo de la vida en esta gran ciudad. No obstante, los propios mercaderes autorizados identifican y denuncian de inmediato esos casos aislados, y las autoridades locales responden rápidamente con su detención y cobro de la multa del caso, con la invitación a que se regularicen ante las autoridades correspondientes. Gracias a esta conciencia social respecto del trabajo regulado, el comercio informal de vendedores ambulantes en las calles de Londres no representa hasta ahora un problema social ni urbano.

En Gran Bretaña, particularmente en Londres, hay en la actualidad un gran interés en temas relacionados con los mercados en vía pública, por las siguientes razones:

- el comercio en las calles es una forma de vender y comprar bienes de consumo básico de muy vieja tradición en todo el Reino Unido (Londres tiene 10 *charter markets*, regulados por los términos de las licencias otorgadas por permiso real desde hace muchísimos años). Al resto de los mercados los rigen las autoridades locales;
- es una fuente de empleo e ingreso muy importante, así como de ahorro para los consumidores que buscan precios más bajos que los ofrecidos en las tiendas y centros comerciales;

- a causa de la decadencia económica de las tiendas en las *high streets* (calles de las áreas comerciales locales) y de algunos mercados en vía pública, así como del potencial de algunos de ellos para contribuir a mejorar la economía de esas áreas comerciales locales (y viceversa);
- debido al interés de atender algunos cambios que requiere el marco regulatorio del comercio en vía pública y los ambulantes; cambios que tienen que cumplir también con las leyes de la Unión Europea.⁵

Fotografías 10 y 11

Surrey Street Market (también llamado *Croydon Street Market*)



Surrey Street Market con licencia real desde el año 1276, según lo señala esta placa ubicada enfrente del mercado.

Fuente: Fotografías del autor.

Marco regulatorio para el comercio en vía pública y para los mercados en Londres

68

Como se dijo anteriormente, Londres tiene 10 mercados operando con licencia real con apego a las condiciones de sus licencias individuales. Al resto de los

⁵ Se le recuerda al lector que la investigación que aquí se publica se realizó en el 2014. En aras de claridad, he dejado esta nota y la sección "Legislación del Reino Unido que intenta cumplir con la legislación de la Unión Europea".

mercados controlados por los gobiernos locales (*boroughs*) los rigen los términos de la Ley de Autoridades Locales de Londres de 1990 (1990 *London Local Authorities Act*) y sus actualizaciones subsecuentes, así como otras leyes y acuerdos, como el de Westminster de 1999 (1999 *Westminster Act*).

Según el *London Plan* (Mayor of London 2011), la importancia de las calles comerciales centrales y de las áreas comerciales locales (aproximadamente 200 de ellas) no debe subestimarse por razón de que unas y otras contribuyen de manera importante al producto interno bruto (PIB) de Londres. La atención a este asunto, el cual incluye la problemática de los mercados en vía pública, está condensada en dos razones principales: 1) la decadencia económica de las *high streets* centrales, de las áreas comerciales locales y de algunos mercados, así como del potencial de los mercados para mejorar las economías de las *high streets* y 2) algunos cambios que requiere el marco regulatorio del comercio en vía pública, así como en el del verdadero ambulante, el cual no estaba cumpliendo con la ley de la Unión Europea.

El Departamento para la Capacitación Empresarial y la Innovación (*Department for Business, Innovation and Skills*, BIS) tiene toda la responsabilidad para aplicar la política sobre el comercio en vía pública y el ambulante. Sin embargo, algunos asuntos y temas caen en la esfera de responsabilidad de otros departamentos, por ejemplo: la planeación urbana, en la del Department for Communities and Local Government (DCLG); los temas de seguridad alimenticia, en la del Department for the Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA), mientras que el Department for Transport (DFT) y, en Londres, Transport for London (TfL) tienen el foco de interés en el uso de las calles y otros impactos de los mercados, como el asunto de los estacionamientos.

La Food Standards Agency (FSA) audita a las autoridades locales sobre sus leyes y trabajos de control de alimentos. Produce un marco de acuerdo sobre las leyes y el control de la autoridad local sobre estos (*Framework Agreement on Local Authority Food Law Enforcement*), que establece lo que las autoridades locales necesitan para hacer que se cumpla la legislación relacionada con los alimentos. Esta FSA también publica una guía para todo Inglaterra, llamada *Código de Prácticas para la Ley de Alimentos*, que está bajo la *Food Safety Act 1990*, sección 40.

Las principales legislaciones que rigen el comercio en vía pública en Inglaterra y Gales están establecidas en el Schedule 4 del gobierno local (*Miscellaneous Provisions Act 1982*), el cual se actualiza frecuentemente, y en la Ley de Autoridades Locales de Londres 1990 (LLA), también enmendada subsecuentemente, así como también por otras actas de *boroughs* específicos, como el de Westminster.

La LLA, en su capítulo VII, parte III, "Comercio callejero", secciones 21-41, proporciona el marco legislativo y empodera a las autoridades locales para que elaboren sus propios reglamentos en que establezcan procesos y condiciones para el comercio callejero en sus particulares demarcaciones, incluidas las solicitudes determinadas para otorgar licencias a los comerciantes en las calles.

La definición de *comercio en vía pública* incluye la venta de productos en la calle, más que los servicios, y excluye a aquellos que funcionan como vendedores ambulantes, es decir, aquellos que ofrecen sus productos en las calles de manera móvil y a pie. El Acta 1982 da a los *borough councils* facultades para expedir licencias para el comercio callejero en calles específicas, operar un sistema para comerciar en la calle o prohibir el comercio en ciertas vialidades. Las estrategias de las autoridades locales relativas a los trabajos de planeación y regeneración urbana y regional tienen que estar de acuerdo con las del alcalde de Londres, las cuales se refieren particularmente en el Mayor's London Plan.

Como se mencionó anteriormente, las autoridades de caminos (tales como la TfL) también tienen una función en la regulación del comercio en vía pública, por ejemplo, en la ubicación de los espacios pavimentados para los puestos de mercado, y también en relación con los problemas de estacionamiento. Los mercados y el comercio en la vía pública están altamente regulados, con algunas lagunas en las leyes y condiciones que son penalizables con persecución en una corte magisterial y/o a los comerciantes a quienes se les ha prohibido comerciar. Usualmente se considera ilegal vender productos en las carreteras o en el pavimento sin tener una licencia para comerciar en la calle.

Los mercados pueden establecerse y ser administrados por las autoridades locales, por el sector privado o, como se dijo anteriormente, por las antiguas licencias reales, ordenanzas, etcétera. Aquellos que operan bajo una licencia real (*royal charter*) están exentos de la legislación que exige licencia para venta en las calles. Las autoridades locales son responsables, en primera instancia, de hacer cumplir las leyes relativas a las actividades de los mercados, tales como los estándares para comerciar, la protección al consumidor y la higiene de los alimentos.

70 Aunque los *borough councils* (una especie de concejos delegacionales o municipales) son los que reciben las solicitudes para vender en la calle, estas deben enviarse, para comentarios u observaciones, a las siguientes autoridades: el Servicio de Incendios de Londres, el Servicio de Ambulancias de Londres, la policía, Carreteras, Salud Ambiental, Salud y Seguridad, y el Transporte para Londres (en caso de que sea aplicable).

De la duración o validez de las licencias. De acuerdo con la sección 27 del Acta 1990 (LLA), las licencias para comerciar en la calle que otorgan las autoridades locales según su sección 25 por lo general son válidas durante un periodo de tres años, a menos que sean revocadas o abandonadas, o que la solicitud haya sido por un periodo más corto (un ejemplo de la clara y directa reglamentación sobre los mercados de la calle es dada por una de las autoridades locales de Londres, el London Borough de Barnett [2014], que se presenta al final de este trabajo, en el anexo).

A las autoridades de Londres les preocupa más la ilegalidad que la informalidad

Para las autoridades locales de Londres la informalidad no es un tema en relación con los mercados en vía pública. Esto es porque, a diferencia de la Ciudad de México, vender en las calles sin permiso o licencia simplemente se considera como una actividad fuera de la ley, es decir, no hay un comercio informal legal. El Acta 1990 es clara a este respecto:

- Sujeto a las previsiones de esta parte de la ley (LLA Act 1990), se considerará como ilegal a cualquier persona que se embarque en el comercio callejero (ya sea que esté o no en una posición fija) sin ningún permiso dentro de un *borough*, a menos que esa persona esté autorizada para hacerlo por medio de una licencia para comerciar en la calle o un permiso temporal (*op. cit.*, section 23).

Con base en diversos documentos oficiales e informes revisados por este autor, se infiere que las autoridades de gobierno no reconocen explícitamente los mercados en la vía pública como tales; en su lugar, solo se refieren a la actividad comercial en la calle. Cualquier permiso o licencia expedidos por los oficiales de gobierno se extiende a título individual. Cualquier solicitud de licencia debe realizarse individualmente y las licencias usualmente se otorgan para el solo uso de la persona nombrada, por lo que no puede transferirse a ninguna otra. La licencia especifica la ubicación y la posición, el tipo de productos o servicios que se van a vender, y los días y veces que el poseedor de la licencia va a comerciar durante la semana. Se expide generalmente para un periodo de seis meses, que puede extenderse a solicitud anticipada del comerciante.

El costo de la licencia varía de acuerdo con la localización, el número de metros cuadrados que vaya a ocupar el puesto, el tipo de producto o artículo que se va a vender y el periodo de tiempo de la venta. Es decir, las cuotas de la licencia pueden variar, por ejemplo: hasta 3 m², £100 libras; de 3 a 10 m², £300 libras; de 10 a 15 m², £600 libras, y arriba de 15 m² (con un máximo de 25 m²), £900 libras (para mayores detalles sobre estos reglamentos, véase el anexo London Borough of Barnett, 2014).

Lista de mercados en Londres

La siguiente lista de los mercados londinenses se formó con base en las relaciones de la London Market Guide (Kershman, 2008) de 72 mercados; en la revisión de varias páginas en la web de London Street Markets, y en la propia observación directa del autor. En suma, 80 mercados minoristas, 24 mercados de granjeros (*farmers' markets*) y 13 *car boot sales* (mercados de venta de muebles usados, ropa nueva y seminueva, y de alimentos preparados, que operan solamente determinados días de la semana en pasajes peatonales, parques, escuelas y lotes baldíos), los cuales se relacionaron y distribuyeron regionalmente en cinco subregiones, como se verá a continuación:

Cuadro 3

Mercados londinenses por regiones y tipos de mercado

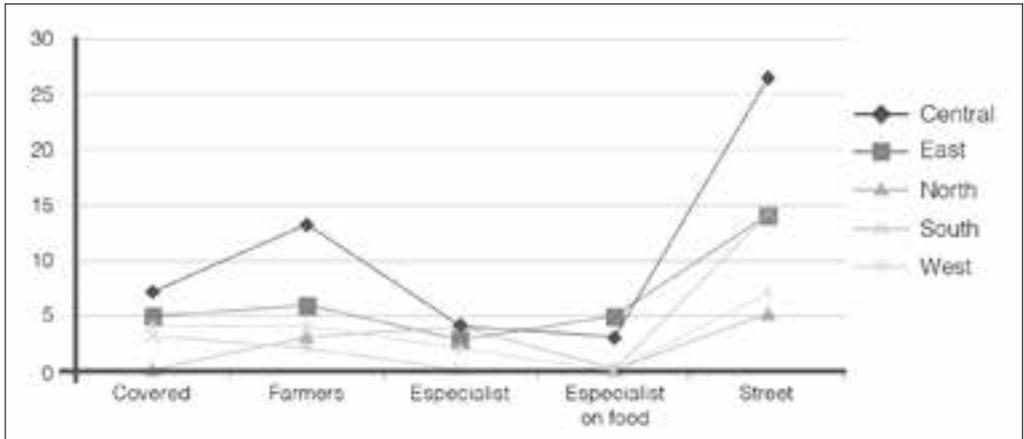
Región/Borough	Cubiertos	Productos de granja	Especializados	Especialistas en comida	Callejeros en general	Suma
Central	7	13	4	3	26	53
Camden	1	3			8	12
City of London	1	1	1		1	4
Kensington/Chelsea	1		2		3	6
Islington	1	2		2		5
Lambeth	1	2			5	8
Southwark	1	4		1	3	9
Westminster	1	1	1		6	9
Este	5	6	3	5	14	35

Cuadro 3
Mercados londinenses por regiones y tipos de mercado (continuación)

Región/Borough	Cubiertos	Productos de granja	Especializados	Especialistas en comida	Callejeros en general	Suma
Barking and Dagenham	1					1
Bexley						1
Greenwich					1	2
Lewisham				2	2	4
Hackney		3		1	2	6
Havering				1		1
Newham	1			1	3	5
Redbridge	1	1	1			3
Tower Hamlets	1	1	2		5	9
Waltham Forest	1	1			1	3
Norte	0	3	4	0	5	12
Barnet		2	3		2	7
Enfield					1	1
Haringey		1	1		2	4
Sur	3	2	0	0	14	19
Bromley	1	1			1	3
Croydon					2	2
Kingston upon Thames	1					1
Merton					6	6
Sutton	1	1			3	4
Wandsworth					2	3
Oeste	4	4	2	0	7	17
Brent		1	2			3
Ealing	1	1				2
Hammersmith and Fulham	2	1			2	5
Harrow					1	1
Hillingdon		1				1
Hownslow					1	1
Richmond upon Thames	1				3	4
Suma total en el Gran Londres (gl):	19	28	13	8	66	136

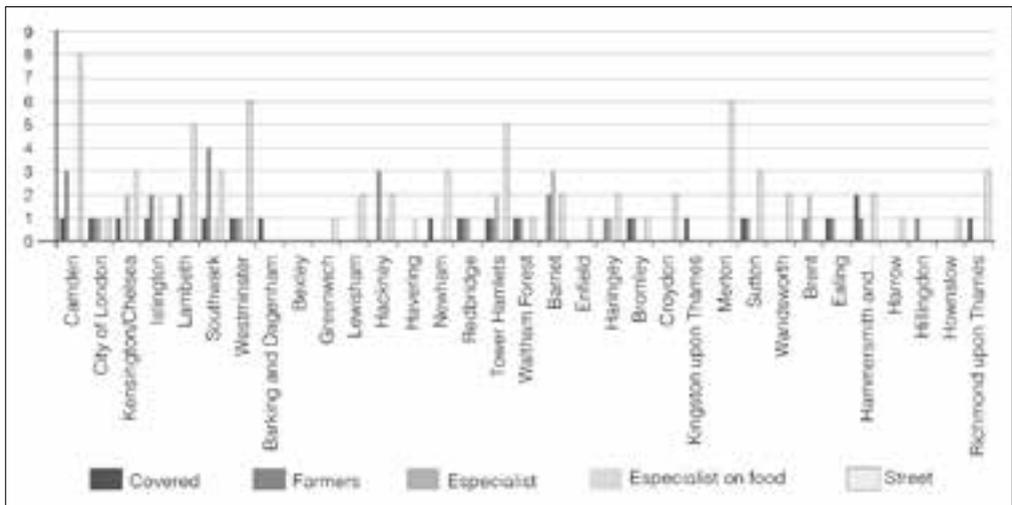
Fuentes: Compilación de Regeneris Report, London Markets Report 2010, Kershman, 2008, y la observación personal del autor.

Gráfica 3
Grand Londres: tipos de mercado, por región



Fuente: Elaboración propia con los datos referidos en el cuadro 3.

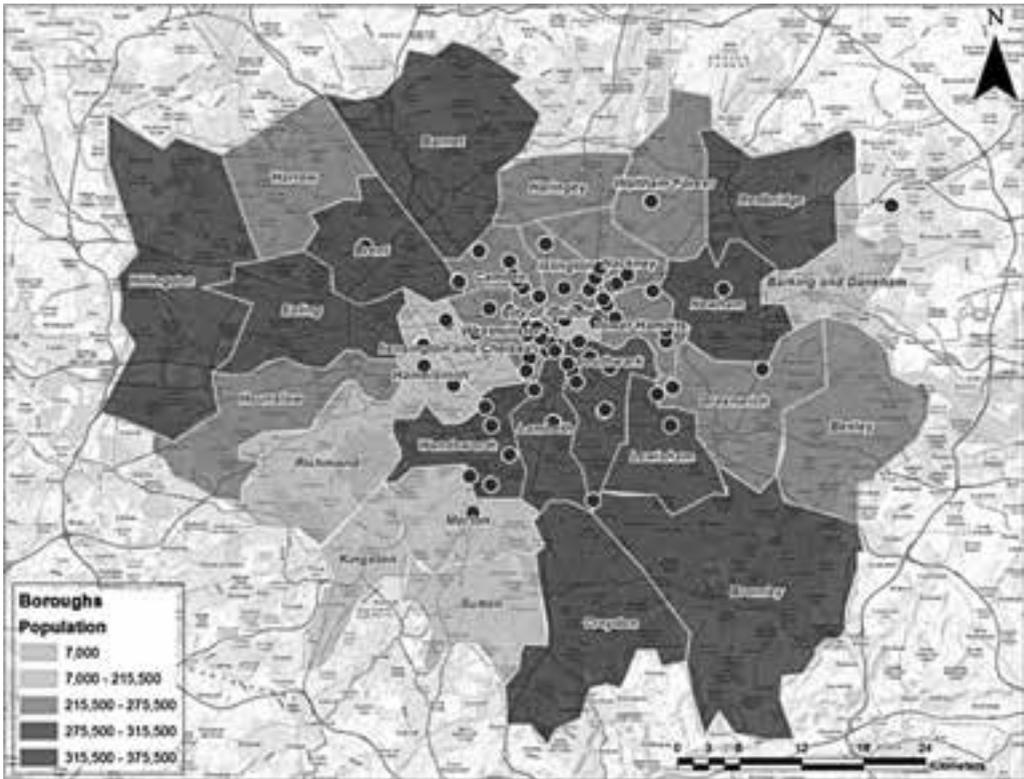
Gráfica 4
Grand Londres: tipos de mercados, por *borough*



Fuente: Elaboración de Pamela Gutiérrez Elizondo, 2010.

Mapa 2

Gran Londres. Concentración de los mercados en vía pública, por *boroughs*



Fuente: Elaboración Pamela Gutiérrez Elizondo, 2010.

El Mercado Shepherd's Bush, en el oeste de Londres, junto a la vía elevada del Underground (metro londinense): está formado por 90 puestos, 50% de los cuales están anclados en el pavimento, para la venta de ropa y otros artículos personales, electrónicos o artesanías. Este es un mercado público, ahora en proceso de adquisición por la corporación privada Spitalfields, situada en el centro-este de Londres.

Fotografías 12 y 13

Mercado Shepherd's Bush, en el oeste de Londres



Fuente: Fotografías del autor.

Fotografía 14

Mercado de Portobello, en el oeste de Londres



Fuente: Fotografía del autor.

Región Sur-Oeste de Londres:

76 12 mercados callejeros, 5 *farmers' markets* y 3 *car boot sales*

Mercado de Brixton: Este mercado opera los siete días de la semana, con más de 150 puestos, localizados, principalmente, sobre la Electric Avenue, la Pope's Road y la Brixton Station Road. Forma parte de una gran área en la parte media del ba-

rrio de Brixton y se junta con las arcadas del mercado techado. La mayoría de los días se pueden encontrar aproximadamente 90 comerciantes en sus puestos, un buen número de los cuales han vendido en ese lugar durante más de 20 años.

Aquí fue posible entrevistar a uno de los líderes de la Brixton Market Traders' Federation, quien estaba trabajando en su puesto de venta y reparación de relojes y accesorios. Dijo tener trabajando en este mercado más de 20 años y reconocía la relativa decadencia de este mercado callejero, particularmente dentro de los pasados 10 años, que, de acuerdo con su opinión, tiene su origen en la degradación de la zona, en la reducción de las áreas de estacionamiento alrededor del mercado (aunque en opinión propia, dicho argumento podría no ser tan importante como se reclama, debido a la alta conectividad que este mercado tiene por varias líneas de autobuses, el metro y la transportación por tren, así como porque la gran mayoría de los consumidores que visita este mercado lo hace a pie o en transporte público), y también en la aparición de nuevas tiendas y supermercados locales de las grandes cadenas que compiten con alimentos y prendas de vestir y a bajos precios.

Otra queja importante de los comerciantes de la calle fue acerca del manejo del mercado, principalmente por la limitada comunicación con las autoridades locales *in situ*, ya que sienten que estas no se ocupan suficientemente de las principales necesidades del mercado en general ni de los comerciantes en particular. Este fenómeno ha producido ciertos problemas, por el posicionamiento de los espacios dentro del mercado, de la distribución del tipo de mercancías en venta y de la caída en la calidad de algunos productos, especialmente, la comida fresca. El autor comprobó parcialmente la validez de este reclamo, al visitar el mercado por aproximadamente 10 veces en diferentes días: casi siempre encontré cerrada la oficina de los oficiales del mercado (en Brixton Station Road).

La opinión de los comerciantes se cruzó con opiniones de tres consumidores entrevistados alrededor del mercado, quienes frecuentemente compraban ahí, principalmente por los precios más bajos de muchos de los bienes de consumo básico. Dos de ellos, sin embargo, aceptaron que algunos de esos productos alimenticios, por ejemplo, la carne y algunas frutas, no siempre son la mejor opción en los puestos del mercado callejero, debido a la poca confianza respecto de su frescura, así que recientemente han preferido adquirirlos en los supermercados localizados muy cerca de este mercado.

También se entrevistó en esta zona a tres vendedores cuyos locales están en los edificios laterales a donde se realiza la venta en las calles: uno de carne, otro, de pescado, y el tercero, de semillas y condimentos. Entre algunas de las pregun-

tas que se les hicieron estaban las relativas a la posible competencia “desleal” de los comerciantes en la vía pública y qué tanto el establecimiento de estos al frente de sus negocios disminuye sus ventas. Los tres respondieron prácticamente de manera similar, en el sentido de que cada puesto vende mercancías relativamente diferentes, de tal manera que no sienten ese tipo de competencia. En relación con la segunda pregunta, respondieron que más bien ellos se ubicaron posteriormente a la existencia del mercado en la calle y que su decisión de hacerlo ahí obedeció, precisamente, al atractivo de la numerosa población que tradicionalmente asiste al mercado de la calle de tiempo atrás.

En cuanto al tema de los espacios para estacionamientos, se observó frente al mercado un gran lote baldío, sujeto a consulta pública para conocer la opinión de la ciudadanía sobre qué tipo de uso pudiera ser más factible en esa zona, mientras que la falta de estacionamientos es notable en sus alrededores.

Este mercado, en el que los vendedores permanentes están siempre en el mismo puesto vendiendo de todo, desde fruta, vegetales, artículos de cocina, bolsos para dama y carteras para caballero hasta juguetes, así como reparación de relojes, atrae mucha gente de todo Londres.

Región Sureste:

15 mercados callejeros, 9 *farmers' markets* y 2 *car boot sales*

El *East Street Market* funciona de martes a domingo. Uno de sus distintivos es una placa alusiva, en la fachada derecha del edificio de entrada, en la que se menciona que es el sitio en que el actor Charles Chaplin nació y vivió un tiempo. Este mercado opera a lo largo de tres calles, con 200 lugares para puestos marcados en el piso. Entre semana se pueden encontrar aproximadamente de 40 a 45 lugares desocupados, pero en los fines de semana estos se reducen a un mínimo de entre 10 y 15.

Dos vendedores entrevistados a finales de los meses de marzo y abril (uno, vendedor de fruta y el otro, de ropa) han trabajado ahí a lo largo de más de ocho años y han notado que el mercado se ha reducido, principalmente, durante los últimos cinco años, a causa, según comentó uno de ellos, de las condiciones del clima y de las preferencias de los consumidores, que se orientan cada vez más a comprar en los supermercados y en las tiendas de barrio de conveniencia. Sin embargo, es difícil estimar cuántos vendedores han abandonado sus lugares de venta en el lugar debido al persistente rechazo de las autoridades locales a

Fotografías 15 y 16 East Street Market



Fuente: Fotografías del autor.

Fotografías 17 y 18 Elephant & Castle Market (desde arriba y debajo del piso principal de la calle)



Fuente: Fotografías del autor.

proporcionar estadísticas sobre el número de mercados y vendedores que han existido ahí en los últimos años.

El reducido número de vendedores de la calle que comenzaron a vender en la esquina suroeste del centro comercial de la estación del metro y tren del mismo nombre (Elephant & Castle) se ha expandido muy rápidamente hasta cubrir dos de los lados de dicho centro. Muy recientemente las autoridades locales decidieron reubicarlos de tal manera que no obstaculizaran las aceras y, en cuanto a imagen visual, que no fuera tan fácil verlos desde las calles principales superficiales alrededor de esa estación. Sin embargo, en la actualidad ya hay más de 60 puestos de vendedores que ofrecen bolsos de vinil y carteras, ropa, cinturones, maletas para equipaje de viaje, electrónicos y comida rápida.

Este de Londres:

16 mercados callejeros, 1 *farmers' market* y 1 *car boot sale*

Petticoat Lane Market. Este es un mercado dominical, con más de mil puestos de venta distribuidos sobre las calles Middlesex y Wentworth, así como las calles y aceras que rodean estas arterias.

El mercado Ridley Road, también llamado *de Dalston*, es enorme; sito en el este de Londres, en ese lugar se consiguen, a muy bajos precios, alimentos africanos, caribeños, asiáticos, mediterráneos, así como prendas de vestir y otros artículos. Opera todos los días, aunque entre semana es posible observar una buena cantidad de espacios para puestos vacía, si bien en el fin de semana hay más vendedores; particularmente en sábados está más concurrido. Recientemente hay algunos planes para mejorar tanto el mercado como toda la zona, coordinados por la Autoridad del Gran Londres, entre los que se cuentan las estrategias para eficientar los mercados locales del *borough* de Hackney, que incluyen la regeneración física del lugar y la modernización de su accesibilidad (véase en el anexo la referencia a este plan).

Fotografías 19 y 20

Ridley Road & Dalston Market



Fuente: Fotografías del autor.

¿Qué se considera el comercio callejero sin licencia?

80

A diferencia de la limitada e insuficiente reglamentación en la Ciudad de México relativa a los mercados y comerciantes de las calles, las autoridades de Londres son, como ya se señaló arriba, muy estrictas en relación con el comercio sin licencia o no autorizado. El Acta 1990 de las Autoridades Locales de Londres

(LLA, 1990) ataca muy claramente este asunto en la parte III, sección 38 (1), a, b, c, VII y (3), en donde se establece lo siguiente:

38. 1) Cualquier persona que:

- a) se dedique al comercio callejero en el *borough* en una calle, la cual es una calle no autorizada; o
- b) se dedique al comercio callejero en el *borough* en una calle autorizada sin una licencia para comerciar en esa calle, o sin una licencia temporal, será considerada culpable de un delito y estará sujeta a un castigo en un caso que no exceda el nivel 3 en la escala estándar (de delitos).

[...] (3) Dondequiera que se cometa un delito por un cuerpo corporativo bajo esta sección, es como si se cometiera con el consentimiento o conocimiento de, o ser atribuido a cualquier negligencia de parte de, cualquier director, administrador, secretario u otro oficial similar del cuerpo corporativo, o de cualquier persona que tenga por objeto actuar a nombre de ese cuerpo corporativo, será considerado culpable él y el propio cuerpo, de ese delito y serán sujetos a la misma máxima pena (*London Local Authorities Act 1990, Part III, section 38, c VII, 23*).

Adicionalmente al diseño de reglamentos y a la documentación guía para los interesados, las autoridades locales establecen sus políticas relativas a la ubicación y operación de los mercados en vía pública dentro de varios planes y estrategias de acción tanto para su regeneración y desarrollo como de las áreas en que se localizan. Estos planes y políticas requieren estar en concordancia con las estrategias y prioridades de la Oficina del Alcalde de Londres dentro del Mayor's London Plan. Ambos cuerpos de autoridad, la del alcalde y de las autoridades locales (*borough councils*), necesitan tener relación con las políticas de planeación urbana nacional, las cuales están predominantemente planteadas en el *National Planning Policy Framework*.

Sin embargo, como también se mencionó páginas atrás, los gobiernos locales todavía están "atados" por varias limitaciones de otros órganos de gobierno. Por ejemplo, por parte del TFL, el jefe de la Policía Metropolitana y la GLA, así como también por las fuertes presiones de sus presupuestos locales. Todo esto hace que las prioridades en sus planes de regeneración locales sean difíciles de alcanzar.

Estos factores limitantes para sus acciones se asemejan mucho a aquellos a los que se les atribuye la decadencia de las 200 calles comerciales (*high streets*) de Londres que publicaron los London Councils muy recientemente (2013) y el *Experian Report* (2012), los cuales son, principalmente, los siguientes:

La importancia de las calles comerciales y centros locales (*town centres*) para Londres como un todo no deben subestimarse. La [GLA] estima que, fuera de la actividad central de la ciudad, más de la mitad de los empleos de Londres y 47% de los negocios están allí, o dentro de una distancia de 200 mt a pie, de una calle comercial. El impacto económico y social del fracaso de las calles comerciales en la capital debe tomarse en cuenta; los Concejos de Londres (*London councils*) estiman que las tiendas vacías cuestan a su economía £350 000 000 de libras por año. Las calles comerciales de Londres deben considerarse claves para el crecimiento económico (London Councils, 2013: 8; los paréntesis y las traducciones son del autor).

Este estudio enfatiza que muchos de los retos que encaran los centros locales y las calles comerciales tienen su raíz en los cambios en los patrones de consumo de la población por las economías familiares. Estos problemas afectan tanto a las tiendas locales como a los comerciantes en vía pública y se resumen de la siguiente manera: a) reducción en la demanda del consumidor por el relativo y absoluto deterioro de los ingresos familiares; b) los altos precios de alquiler de los locales a lo largo de las calles comerciales y centros locales; c) la limitada capacidad tanto de los dueños o administradores de tiendas como de los comerciantes en espacios públicos abiertos para responder con algún mejoramiento de sus locales de venta, y d) los limitados capacidad y poderes de los gobiernos locales de Londres para contrarrestar la decadencia y el abandono de sus calles comerciales y de los mercados callejeros.

En relación con este último inciso, el *Regeneris Report* (2010: 17) ha subrayado que las cuotas que colectan las autoridades locales apenas y cubren ciertos costos administrativos, específicamente definidos en la ley, por lo que no es posible obtener de ellas alguna ganancia para modernizar el comercio callejero. Sin embargo, mientras que la ley proporciona una importante protección para los comerciantes, también les impide, por ejemplo, la creación de fondos para invertir en infraestructura de mercados o promoción, aunque se los considera costos legítimos para administrar negocios en general.

En lo que corresponde a los limitados poderes del gobierno para responder a la decadencia general de muchos de los centros locales y mercados callejeros, el *London Councils Report* ha resaltado los siguientes fenómenos:

- *Fragmentación*. Tanto la propiedad como la gobernanza de los centros locales se han fragmentado. Los *boroughs* necesitan poderes y recursos para

mantener una voz central y de peso en la nueva mezcla de la administración de las calles comerciales para asegurar que estos proporcionen una importante oferta coordinada a los tenderos

- *Falta de fondos.* Entre octubre del 2010 y el 2014-2015, los fondos para los gobiernos locales se han reducido en aproximadamente 9.6 billones de libras esterlinas; dicho de otra manera: 35%. Aunque los *boroughs* tienen ciertas herramientas para hacerse de fondos, lo que, en el papel, les permite suministrar apoyo a sus centros locales, tales intervenciones se dan a un costo para los *boroughs* cada vez más difícil de soportar (*cf.* *London Councils Report, op. cit.:* 8).

Legislación del Reino Unido que intenta cumplir con la legislación de la Unión Europea

El gobierno del Reino Unido ha estado en un proceso de atender un tema adicional: que su legislación para regular a los comerciantes y ambulantes en vía pública (las viejas leyes sobre ambulantes: Pedlars Acts 1871 y 1881) han de enmendarse de tal manera que cumplan totalmente con la Directiva de los Servicios Europeos (*European Services Directive, ESD*). Entre las prioridades de esta directiva está la eliminación de barreras a los proveedores de servicios y facilitarles a los comerciantes en vía pública su operación en cualquier lugar de la Unión Europea.

Con el propósito de atender este tema de la actual falta de conformidad con esa directiva, el gobierno del Reino Unido ha llevado a cabo una consulta sobre el comercio en vía pública y el ambulante. Para ello ha dejado que la Autoridad de los Gobiernos Locales (LGA) y el Instituto de Licencias (IL) planteen sus posiciones acerca del tema, por lo cual aquella y este muestran su desacuerdo en cuanto a dejar que el ambulante y el comercio en vía pública crezcan más, debido a algunos problemas que han captado en la vida diaria de los centros comerciales. Por ejemplo, la LGA considera que los actuales planes para cambiar las leyes del comercio en vía pública son innecesarios y ponen en riesgo el progreso que han alcanzado las autoridades locales para contrarrestar la ola creciente de *cold callers* (los vendedores que tocan a las puertas ofreciendo diversos productos o servicios) y las molestias que causan (*op. cit.:* 1); la LGA sabe que las leyes relativas al comercio en vía pública y al ambulante son obsoletas y confusas, pero es más importante asegurar que hay un sistema robusto de salvaguardias y

sanciones para proteger a los residentes, comercios y comunidades de prácticas inescrupulosas.

Cuando la LGA menciona las implicaciones de estas posibles modificaciones y enmiendas a los gobiernos locales, dice lo siguiente:

Esta propuesta tiene el potencial de impactar significativamente a un número de *boroughs* y de comunidades. Escuchamos quejas regulares acerca de las actividades de los comerciantes de las calles vendiendo forzosamente sus productos, los cuales han orillado a las asociaciones de residentes a establecer *No cold calling zones* [zonas sin vendedores de puerta en puerta], y crean dificultades en su cumplimiento. Al tiempo que estamos haciendo todo lo posible por estimular a clientes y residentes de las calles comerciales y de los centros locales para que funcionen mucho más libremente, el potencial de un creciente número de ambulantes operando de esa manera tiene el potencial de desgastar gran parte de ese buen trabajo. En el anuncio de esta consulta, manifestamos públicamente nuestra preocupación por el relajamiento acerca de la regulación a los vendedores callejeros y ambulantes, advirtiendo de un creciente número de vendedores de puerta en puerta que podrían poner en vulnerable riesgo a los ancianos (*ibid.*: 2-3).

Cuando se analiza esta última declaración, se identifican dos cuestiones principales: una, que el ambulante (*pedlary*) y las molestias de comerciantes en vía pública son cuestiones importantes en las quejas de los residentes, y dos, que los gobiernos locales están más dispuestos a estimular a los consumidores y residentes para que compren en las calles comerciales y centros locales, en vez de atender la modernización o la regeneración de los mercados callejeros tradicionales. Estas actitudes de los gobiernos locales parecieran estar en línea con los resultados de los informes de la LGA, el BIS y Mary Portas (*Mary Portas Report*, 2014), ya citados. Todos ellos destacan la importancia tanto de las *high streets* y los centros locales (*town centres*) como de apoyarlos, y posiblemente esto implica la atención y el impacto de los mercados callejeros en su contribución a las economías familiares.

La respuesta del gobierno a la consulta, publicada en octubre del 2014, resume los resultados y establece las intenciones del gobierno de enmendar la legislación. Algunos de los principales asuntos que se discutieron son:

A la luz de estas respuestas y habiendo considerado también la posición legal relativa a cumplir con el proceso de certificación de ambulante con la directiva

ESD, el gobierno ha decidido no revocar las leyes sobre ambulante (Pedlars Act), pero, en su lugar, sí enmendar el proceso de certificación para hacerlo afín. El requerimiento de residencia en las áreas locales se eliminará, ya que discrimina a comerciantes de otros Estados miembros de la UE. Mientras que el límite de edad en algunas formas sí duplica la legislación para protección a los menores, que la legislación no cubre todos los modos de ambulante y por ello, creemos que el límite de edad puede justificarse por razones de política pública. El requerimiento actual de buen carácter del solicitante no es suficiente para ser objetivo y se aplica inconsistentemente en todo el país. Por lo tanto, trabajaremos con la policía para desarrollar una nueva forma de vigilancia para que se aplique en todo el país, que atienda esas fallas usando la experiencia de otros procedimientos de certificación (Street trading and pedlary legislation: compliance with the EU services Directive, October 2014: 19-20).

Acerca de la propuesta para enmendar el Schedule 4 de la LGMPA relativa a la redefinición de ambulante y la exención para los ambulantes, la respuesta del gobierno a la consulta pública fue la siguiente:

A la luz del desacuerdo con la definición propuesta y la polarización de las respuestas entre ambulantes y autoridades locales y otras personas que respondieron, creemos que es improbable que se encuentre una definición mutuamente aceptable y el gobierno tiene, por lo tanto, que decidir no enmendar la exención para los ambulantes certificados en la Schedule 4 y dejar la definición vigente de ambulante sin cambio en la Pedlars Act (*ibid.*: 21).

Como puede verse, los consultados, ya sean las autoridades locales, los empresarios y tenderos privados, las asociaciones civiles y las asociaciones de mercados de todo el Reino Unido se enfocaron principalmente en el tema de los ambulantes, más que en la reducción del marco regulatorio sobre los comerciantes en vía pública. De ahí que este último, ya detallado ampliamente con anterioridad, continúe sin cambio hasta ahora.

Mientras tanto, parece ser que la atención principal de las autoridades de los gobiernos nacional, del Gran Londres y de las autoridades locales está en optimizar recursos para revitalizar las áreas comerciales o de mercado en general, en donde en lugar prioritario es en los comercios establecidos en las llamadas *high streets* centrales y locales, y considerar una cierta modernización en los

accesos a las calles de mercado, en donde se incluye a los mercados en vía pública, como ha sido el caso anteriormente señalado del plan referido a Hackney, el cual incluye al mercado Ridley Road, también llamado *mercado de Dalston*.



CAPÍTULO V

Fotografía 21
Petticoat Lane St. Market, Hackney. Londres

Fuente: Fotografía del autor.

Algunos resultados importantes de la investigación en ambos casos

Resultados derivados del trabajo de campo en la Ciudad de México

Es importante reflexionar, siquiera someramente, en el caso del programa relativo a las romerías. Como la mayoría de las normas y reglamentos que aparentemente plantean una cierta lógica y propósitos coherentes, las acciones subsecuentes dentro de los varios acuerdos y decretos o reglamentos parecen contradecir lo que de otra manera establece la Constitución General de la República mexicana (que es la máxima carta oficial a la que todas las normas, reglamentos y leyes secundarias deben sujetarse). Así que todas ellas terminan por ser solamente decisiones unilaterales de autoridades locales, tomadas casi sin la menor consulta a los sectores de la sociedad civil que se ve beneficiada —o, en el peor de los casos, afectada— por dichas acciones oficiales. Más aún, cuando alguien trata de obtener información o datos con el fin de emprender algún estudio o evaluación no oficial, muchas de las oficinas públicas tratan de eludir el suministro de respuestas concretas o incluso niegan la información solicitada valiéndose, en su lugar, de múltiples argumentos y justificaciones “legales” (legalidades).

Un ejemplo de la afirmación anterior es la controversia legal planteada por una ciudadana en contra del Gobierno del Distrito Federal (GDF) por habersele negado diversa información que solicitó. En la respuesta oficial, el documento está lleno de "legalidades" encauzadas a justificar el rechazo de su solicitud y a no proporcionar ninguna información tangible. Un fragmento de dicha respuesta se cita a continuación:

esta Subdirección cuenta con una base de datos denominada Sistema de Comercio en Vía Pública (SISCOVIP), la información es proporcionada por las Delegaciones Políticas del Distrito Federal sobre el registro de comerciantes en vía pública incorporados al Programa de Reordenamiento de Comercio en Vía Pública, siguiendo los lineamientos del Acuerdo 11/98 publicado el 16 de febrero de 1998 en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal* (parte de la respuesta oficial, en la website).

El gobierno, se contentó con referir a la reclamante a ciertas páginas web que no existían o estaban fuera de servicio. Como ya se ha mencionado, el SISCOVIP, que se creó para integrar sistemáticamente la información estadística sobre el fenómeno del comercio en vía pública, consiste en realidad en solo una página que no informa prácticamente nada, excepto de la referencia histórica de su creación.

Aquí vale la pena detenerse en la siguiente experiencia propia: una de las principales finalidades para seleccionar dos o tres delegaciones políticas como estudios de caso en la Ciudad de México, en la práctica solo se cumplió parcialmente. Esto se debió a la dificultad de entrevistar cara a cara a los representantes de las autoridades locales (delegacionales), cuyos equipos de colaboradores siempre tratan de esconder o solapar sus ausencias. En la delegación Benito Juárez solamente fue posible comprometer a uno de los oficiales de mercados, quien difícilmente respondió algunas de las preguntas relativas al número de vendedores registrados en esa delegación (8 314). Este personaje reconoció incluso que tal cifra representaba únicamente la cantidad de vendedores ya registrados en anteriores administraciones, pero que, además de que había muchos más no registrados, la actual administración local tenía planeado remover a estos últimos, y solamente algunos de ellos serían candidatos a reubicarse en zonas especiales donde no crearan conflicto social con la población residente o con los comerciantes establecidos formalmente. También agregó que la administración actual de la delegación Benito Juárez no ha autorizado ningún otro permiso a nuevos solicitantes.

Para el caso de los comerciantes de las calles dentro de la demarcación de la delegación Cuauhtémoc, uno de los oficiales de mercados proporcionó algunos datos: que había 10 821 puestos fijos y semifijos, con 10 437 tianguistas, así que, en conjunto, sumaban unos 21 258 comerciantes callejeros.

En la delegación Iztapalapa se entrevistó a otro de los oficiales de mercados, quien informó acerca de los comerciantes registrados en dicha demarcación: principalmente, eran 18 055 puestos fijos y semifijos, con 95 133 tianguistas, los cuales sumaban un total de 113 188 comerciantes en vía pública.

Debido a la escasa información obtenida de las autoridades locales, se decidió buscar entre los representantes de las autoridades centrales del GDF relacionados con este tema o campo de tratamiento y, en adelante, tratar de acordar citas con ellos. Esta alternativa resultó más provechosa, pues gracias a la buena disposición de uno de los asesores del jefe de gobierno se realizaron entrevistas y se consiguió información de altos funcionarios del gobierno central del DF: uno de ellos fue el subsecretario de Programas Delegacionales y Reordenamiento de la Vía Pública, de la Secretaría de Gobierno; otro, el director del SISCOVIP; uno más, el director de Mercados Públicos, y, finalmente, el director general de Tianguis y Concentraciones en Espacios Abiertos, de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) del propio gobierno de la capital del país.

No obstante, fue un tanto difícil resolver el "crucigrama" de tratar de integrar los datos oficiales proporcionados por las autoridades locales y las centrales. De aquí que se resume la siguiente información:

Hasta el mes de mayo del 2014, el GDF había registrado a 115 157 comerciantes en vía pública, agrupados en 761 organizaciones sociopolíticas incorporadas al Programa de Reordenamiento de los Comerciantes en Vía Pública del DF, todos ellos, distribuidos en las 16 delegaciones (cuadro 4).

Un nuevo próximo programa para modernizar algunos mercados públicos techados

El director general de la Sedeco mencionó un próximo programa piloto para la modernización de algunos de los mercados públicos techados en algún lugar de las delegaciones políticas del DF, según el cual se trataría de incorporar nuevas tecnologías en el diseño y equipamiento para el mercado tanto en lo general como en los puestos o locales. Uno de los principales problemas que se ha de

Cuadro 4
Número de comerciantes en vía pública y de asociaciones,
por delegación

Delegación	Comerciantes* (vendedores)	Comerciantes** (vendedores)	Asociaciones y agrupaciones
Álvaro Obregón	3 904	3 514	22
Azcapotzalco	6 515	Sin datos	3
Benito Juárez	2 664	Sin datos	36
Coyoacán	3 300	Sin datos	60
Cuajimalpa	864	1 218	8
Cuauhtémoc	10 956	11 500	204
Gustavo A. Madero	17 687	17 033	44
Iztacalco	7 878	7 849	27
Iztapalapa	17 998	17 969	116
Magdalena Contreras	2 889	3 318	12
Miguel Hidalgo	6 431	6 406	103
Milpa Alta	937	Sin datos	2
Tláhuac	3 869	1 100	19
Tlalpan	6 081	6 583	9
Venustiano Carranza	11 137	11 010	43
Xochimilco	6 046	19	53
Total	109 156	87 519	761

* Cifras proporcionadas por la SGDF.

** Cifras proporcionadas por las delegaciones.

Fuente: *El Universal*, Subsecretaría de Programas Delegacionales y Reordenamiento de la Vía Pública, SISCOVIP, 2014.

resolver es lograr un acuerdo general con los locatarios de tales mercados, quienes son tradicionalistas y muy conservadores, de manera que la mayoría de las veces prefieren no aceptar ningún cambio en su situación y operación actual.

Igualmente anticipó, este funcionario anticipó, con ciertas reservas, un proyecto piloto para reordenar el Cetram del metro Chapultepec, situado dentro de los límites de la delegación Cuauhtémoc con la delegación Miguel Hidalgo, el cual se iniciaría en el 2016, el cual se propone mejorar los accesos de y hacia los autobuses, microbuses y taxis de sitio de los pasajeros en los alrededores de la citada estación del metro.

Algunos resultados principales de la investigación comparando ambos casos

Sobre el principal objetivo original: Acerca de la evolución reciente de los mercados y vendedores en vía pública en las dos metrópolis, México y Londres, así como en cuanto a los factores de influencia que dan lugar al surgimiento de su operación y crecimiento, al analizar sendos casos de estudio se observó un panorama muy contrastante. Mientras que en la primera ciudad los mercados y vendedores en vía pública se han expandido muy rápidamente en los espacios públicos a todo lo vasto del DF y aún más lejos de sus límites: hacia los municipios conurbados del Estado de México, los londinenses, de manera muy contrastante, han mostrado ya sea un ligero estancamiento en su crecimiento o bien una reducción gradual en el número tanto de mercados como de vendedores.

Respecto de la cantidad de vendedores en Londres, no ha sido posible obtener datos oficiales, pero en un estudio publicado en el 2005 (*The Rhodes Study*) se estimaba que había 80 mercados en vía pública, en donde se ocupaban más de 3 500 personas; a ellos podrían añadirse 24 *farmers' markets* y 13 *car boot sales*, con un número de trabajadores no estimado suficientemente. O sea que este tipo de mercados se contabilizaban en 127 en total.

A pesar del rechazo de las autoridades locales de ambas ciudades para proporcionar datos estadísticos, se encontraron dos estudios sobre los mercados al menudeo en el Reino Unido que proporcionaron información interesante: el *Rhodes Study* (2005),⁶ citado arriba, concluyó que en general los mercados de todo el Reino Unido, el centro de los operadores de negocios más importante, estaban en declive. Este estudio resumía, por otra parte, que ha habido un importante crecimiento en los *farmers' markets* y otros mercados especializados. Tres años después la *Review of London Markets 2008*, comisionada por la Asamblea de Londres (London Assembly), refrendó dichas opiniones: "actualmente hay aproximadamente 180 mercados al menudeo en Londres, 63 más que hace 10 años y más del doble de los que solía haber anteriormente". Este documento anotaba también que una cantidad significativa de mercados en vía pública administrados por los *boroughs* había disminuido o había cerrado en los últimos 10 años.

Por su parte, el estudio de Nick Rhodes para la *Primera Encuesta de los Mercados al Menudeo* (First National Survey of Retail Markets, Manchester, 2005) agregaba lo siguiente:

⁶ Nick Rhodes. 2005. *First National Survey of Retail Markets*, Manchester.

La inmensa mayoría de los nuevos mercados al menudeo son *farmers' markets* o mercados especializados, los dos tipos de estos son administrados de manera privada: por lo menos 47 de ellos [...] se han establecido en Londres en los últimos 10 años. Este sector está prosperando y adquiriendo una creciente popularidad en todo el país (First National Survey of Retail Markets, Manchester, 2005:9).

Fotografía 22

Farmers' market en Bromley, Kent, sureste de Londres



Fuente: Fotografía del autor.

Esta investigación de Nick Rhodes menciona, asimismo, algunos ejemplos de dicha decadencia de los mercados:

En la calle de Portobello ha habido una importante reducción en los últimos seis años en el número de puestos de mercado en operación en un sábado, su día más movido, de aproximadamente 212, a un promedio de 180 (*ibid.*: 11).

Por otra parte agregaba lo siguiente:

Un comerciante de mercado, quien opera en Southwark, fue muy crítico de la autoridad local [*borough council*], la cual no ha invertido en el ambiente del mercado, y afirmaba que una revista de una consulta publicada recientemente establecía que "los mercados de Southwark no son amados", que "la comunicación con las partes interesadas es pobre" y que el número de comerciantes del mercado ha descendido desde 700 en 1998 a menos de 300 en el 2008 (*ibid.*: 13; los corchetes son del autor).

Más aún, una entrevista, publicada recientemente, con Michael Nicholson (2014), el presidente de la Federación Nacional de Comerciantes de Mercado (NMTF, por sus siglas en inglés), cuya organización aglutina a aproximadamente 30 000 comerciantes al menudeo en el Reino Unido, proporciona una visión amplia sobre la evolución general de los mercados en los últimos 30 años tanto a escala nacional como para el caso de Londres. Afirmó que el comercio en las calles tuvo sus mejores días durante la década de 1990, pero que después sobrevino la expansión de los supermercados por todas partes.

El auge fue una progresión natural del clima económico y del estado de las calles comerciales: las cosas eran relativamente baratas en los puestos del mercado en vía pública, eso fue antes de la época de los grandes supermercados. En la medida que los supermercados han empezado a ganar terreno gradualmente, han hecho retroceder a los mercados callejeros aún más, porque estos han comenzado a expandirse hacia afuera de los centros locales en una apuesta para competir (Nicholson, 2014: 4).

Durante parte del trabajo de campo realizado por el autor en el *borough* de Southwark, entre los otros mercados en vía pública que operan entre semana, se visitó el East Street Market, que abre todos los días, excepto en lunes. Hay 200 lugares marcados en el suelo, de los cuales conté 45 desocupados entre semana (aunque los días más concurridos son los sábados y domingos). Al entrevistar a tres de los comerciantes y a uno de los oficiales de mercado, sus opiniones coincidieron en la percepción de que el lugar ha declinado principalmente en los últimos cinco años. Dos de ellos mencionaron que la falta de espacios para estacionamiento en los alrededores inhiben a mucha gente a manejar hasta los lugares circundantes con el mercado; también citaron como otra de las causas de la decadencia el creciente costo de la vida, el cual afecta adversamente el bolsillo de los compradores; el tercer vendedor subrayó la creciente aparición de las tiendas de conveniencia de las grandes cadenas, como Sainsbury's, Tesco, Lidl y Morrison's, así como a los nuevos vendedores inmigrantes, lo cual hace la competencia aún más difícil para todos. Aunque el *borough council* de Southwark, por ejemplo, ha hecho publicidad para incentivar a los comerciantes a vender sus productos en cualquiera de los otros mercados dentro de la demarcación, las respuestas no han reducido suficientemente las brechas del número de lugares desocupados.

Otros ejemplos de mercados en la vía pública bien conocidos son los de Brixton y Elephant & Castle, en el *borough* de Lambeth (en el sureste de Londres),

y el de Ridley Road, o Dalston, en el noreste de la ciudad, dentro del *borough* de Hackney; muestran también un número importante de puestos desocupados, especialmente entre semana, ya que los sábados y domingos hay más afluencia de consumidores y, por lo tanto, mayor número de puestos, aunque no faltan algunos de los mercados en el piso vacíos. Ciertos comerciantes de esos mercados argumentaron que este fenómeno se debe a la estación del año, pues en verano la afluencia de clientes se eleva, cosa que no parece del todo convincente, pues es muy conocido el clima en Londres, con lluvias y vientos constantes, a lo que la población está acostumbrada.

En el lado oeste de Londres se observa casi la misma situación. Por ejemplo, en el mercado de la calle de Portobello, que opera principalmente los sábados y es frecuentado mayormente por turistas, es notoria una considerable reducción en la operación de los lugares de venta: de alrededor de 210 mercados en el suelo, más de 30 están regularmente desocupados. En cuanto al Shepherd's Bush, aunque la mayoría de los puestos (fijos o anclados en el pavimento) están ocupados, algunos de ellos están cerrados o vacíos entre semana; la baja en el número de visitantes también es notable. También se advirtió que en el tablero informativo pegado en la puerta cerrada de la oficina de los oficiales del mercado, detrás de los puestos, estaba expuesto el aviso de que este mercado estaba en proceso de ser adquirido por la empresa Spitalfields.

Desafortunadamente, en ninguno de estos dos casos de estudio: Ciudad de México y Londres, fue posible encontrar información oficial actualizada y confiable de manera que pudiera presentarse información histórica más completa sobre la evolución de los mercados y los vendedores en vía pública. Cuando este investigador trató de entrevistarse con los oficiales de mercados y con las autoridades, o hacerlo de manera escrita (por correo electrónico o mediante los *websites* respectivos), sus respuestas fueron decepcionantes.

Para el caso mexicano, las autoridades de cada delegación siempre me refirieron a sus páginas web, aunque estas, igualmente, presentaban información estática y contradictoria. Para el caso de Londres, mis solicitudes escritas nunca tuvieron respuesta, mientras que las autoridades de los *boroughs* entrevistadas me referían, asimismo, a sus páginas web y se rehusaban a proporcionar cualquier información estadística oficial sobre sus mercados y el número de vendedores en vía pública.

Sin embargo, encontré datos alternativos, aunque un poco limitados, sobre la evolución de los mercados y comerciantes en vía pública para ambas ciudades, como se ha mencionado con anterioridad.

En cuanto a Londres, fue posible entrevistar a dos oficiales de mercados en el *borough* de Southwark y a uno en el de Lambeth. Pese a que dijeron que no tenían autorización para brindarme estadísticas oficiales sobre los mercados y vendedores, aceptaron ser entrevistados y también reconocieron que los mercados callejeros han acusado alguna decadencia en la mayor parte de sus respectivas jurisdicciones.

Los tres coincidieron, asimismo, en que algunos de los factores que han influido en tales descensos son: la baja capacidad de compra de los consumidores, la rápida expansión de los grandes supermercados y tiendas al menudeo con nuevas estrategias de expansión para sus mercados hacia las áreas más pobladas, aún lejos de las calles comerciales, en locales más pequeños y ofreciendo bienes de consumo básico, los cuales compiten con más ventajas en inversión de capital y en innovaciones, tales como las compras en línea y las entregas a domicilio, las cuales no pueden poner en práctica las tiendas tradicionales ni los comerciantes de las calles.

En el mercado de Brixton entrevisté a dos comerciantes de vía pública. Uno de ellos es líder de la Federación de Comerciantes de Mercado (Market's Traders Federation) y tiene su local de cerrajería y reparación de relojes. Ambos han vendido en este mercado durante más de 20 años (30 y 23 respectivamente), y estuvieron de acuerdo en que sus ventas han decrecido. Las principales razones de tal descenso, según ellos, fueron: la falta de voluntad de las autoridades locales para mejorar la organización del mercado, lo que causa algún tipo de desigual distribución en la asignación de lugares de venta; la reducción de los espacios para estacionamiento en las calles cercanas (hay un centro recreativo en la Station Road con un amplio espacio para estacionamiento, pero se cerró desde el 2009). Sin embargo, muy recientemente, y después de una consulta pública, en un gran lote baldío ubicado en contraesquina del Leisure Centre, se había anunciado su apertura como un nuevo espacio para estacionamiento a partir de diciembre del 2014. Por último, también los tres culpan a las condiciones adversas del clima, que les impide a los clientes asistir con mayor regularidad a la zona de mercado abierto.

La opinión de algunos consumidores alrededor de los cuatro mercados explorados (Brixton, Elephant & Castle, East Street y Ridley Road/Dalston) en los tres *boroughs* de Londres (Lambeth, Southwark y Hackney) coincidió casi totalmente con aquellas opiniones de las autoridades locales en relación con la reducción en el tamaño de los mercados y en la disminución de sus compras. Los clientes justificaron estas últimas por la pérdida de capacidad de compra,

mientras que los precios de los bienes de consumo han estado subiendo; la aparición de las nuevas tiendas locales de conveniencia de los grandes supermercados, como Marks & Spencer (solo alimentos), Tesco local, Sainsbury's, Lidl, Safeway, Morrison's, etcétera, las cuales abren todos los días, con un horario más amplio y en ocasiones se ubican más cerca de sus hogares que los mercados callejeros. Estos consumidores concordaron en expresar que usualmente han comprado en los mercados de las calles alimentos frescos (frutas, vegetales, pescado y carne), así como algunas prendas de vestir, porque son más baratos que en los supermercados. No obstante, en los últimos 10 años, algunas de sus compras las han hecho también en los supermercados locales, los cuales ofrecen muchos de los productos del mercado casi al mismo precio; tal vez un poco más caros, pero de mejor calidad.

Otra desventaja referida respecto de los mercados en las calles en relación con las tiendas de conveniencia con franquicia y de las grandes empresas de supermercados en su modalidad local es que todos ellos tienen establecimientos bajo techo, a salvo de las condiciones climáticas, pues cuentan con refrigeración y aire acondicionado; atienden en horarios mucho más amplios (abren casi todos los días del año, desde las 7:00 hasta las 22:00 o 23:00 horas), y sus productos están más garantizados en calidad, precios y pesaje que los de los mercados en las calles.

Una razón adicional relativa a la disminución de las compras en los mercados en vialidades públicas expresada por los consumidores entrevistados (que coincidió con algunas de las mencionadas por los propios comerciantes de las calles) es culpar a las autoridades centrales y locales por aumentar las restricciones en las zonas de estacionamiento en las calles, lo que ha dificultado el acceso a esos mercados. Este último punto es, precisamente, una de las quejas que han manifestado algunos de los comerciantes entrevistados en contra de las autoridades locales y de tránsito, es decir, la creciente restricción para que los vehículos se estacionen en las aceras de las calles de las zonas comerciales sin crear nuevos espacios para estacionamiento.

Sin embargo, se identificó, tanto en las federaciones de mercados como en las autoridades centrales y locales de Londres, cierto interés en impulsar a los mercados en vía pública en todas las áreas urbanas del Reino Unido, el cual ha traído como consecuencia que se diseñen algunos de ellos y se lancen diversas estrategias, algunas de ellas con alcance nacional y otras a escala local. A continuación se presenta una selección de ellas:

- Después del citado estudio de Nick Rhodes (*First National Survey of Retail Markets, Manchester, 2005*), tanto las autoridades gubernamentales como los comerciantes de los mercados han intentado hacer algo para recobrar popularidad e ingresos para ambos sectores. Las autoridades locales han incorporado en sus planes de desarrollo y programas diversas estrategias para impulsar a los mercados locales en general.
- Tres años después, la Asamblea de Londres comisionó la realización del *Review of London Markets 2008*, que dio algunas cifras generales sobre la gran importancia, con tendencia descendente, de los mercados en vía pública en esa ciudad capital.
- Otro informe especial se llevó a cabo dos años después (*Regeneris Report, 2010*), el cual se había citado anteriormente, así como sus análisis y recomendaciones.
- Más recientemente, tanto la Autoridad del Gran Londres (GLA) como la Federación Nacional de Comerciantes de Mercados (National Markets' Traders Federation), acordaron lanzar un proyecto conjunto llamado *Love Your Local Market (LYLM)*, enfocado en estimular a los consumidores para que visiten sus mercados locales en todo el país e incrementar, así, las ventas de los comerciantes. Esta campaña consiste en seleccionar ciertos mercados en diversas áreas urbanas del Reino Unido que necesitan algún impulso en su popularidad y, primordialmente, en sus ventas; un día o semana específicos se organiza la campaña, en la cual los comerciantes ofrecen sus mejores productos y ventajas locales. La estrategia se refuerza con algunas actividades artísticas, culturales o recreativas, como ferias con juegos mecánicos, etcétera, con el propósito de atraer a la gente del propio centro demográfico y aún de lugares lejanos
- Hay también algunos planes locales de mejoras o modernización en Londres que, coordinados por la GLA, consideran algunos proyectos y estrategias para el mejoramiento de los mercados locales que incluyen la regeneración física del área y la modernización de sus accesos. Como ejemplo está el *Report on the Examination into Dalston Area Action Plan*, derivado del *Report to Hackney London Borough Council (2012)*, el cual refiere algunas obras públicas para modernizar el mercado callejero de Ridley Road/Dalston y sus alrededores, que además comprende algunas extensiones de los lugares para estacionamiento y de ciertas tiendas y restaurantes cercanos al área.

Al parecer, estos tipos de planes de acción tratan de responder seriamente a las demandas públicas recogidas de previos informes especializados ya referidos, tales como el *Regeneris* (*op. cit.*), *The Mary Portas Report* (2011 y 2014, *op. cit.*) y la *Review of London Markets* (*op. cit.*), los cuales destacan la tendencia descendente de muchos mercados en vía pública debido a factores como los que se han enumerado anteriormente y que han resultado en algunas respuestas de gobierno con estrategias que también se han mencionado en esta obra.

Una de las principales hipótesis planteadas inicialmente para ambos casos de ciudades referida al supuesto conflicto entre residentes y comerciantes establecidos bajo techo y los comerciantes en la vía pública es que, para el caso de la Ciudad de México, dicha hipótesis se confirmó, mientras que para el caso de Londres se negó, con las respuestas de los diferentes actores sociales entrevistados en campo con el siguiente argumento: a diferencia de los mercados en vía pública en las modalidades de tianguis y puestos fijos y semifijos por todas partes de la Ciudad de México, en donde la mayor parte de las veces ocurren fricciones continuas y conflictos sociales entre los comerciantes formales, los transeúntes y los residentes y los vendedores en las calles debido a los continuos bloqueos de sus hogares y establecimientos comerciales, en el caso de Londres existe una forma de complementariedad y beneficio mutuo entre estos últimos y los dueños o administradores de las tiendas. Los tenderos entrevistados dijeron que la mayoría de las veces decidieron establecerse ahí por la larga tradición del mercado de la calle, que atrae a muchos visitantes y compradores. Esto representa una forma de economía externa para los nuevos comerciantes, más que el padecimiento de un perjuicio. De la misma manera, los comerciantes en vía pública sienten que no hay ninguna competencia desleal con las tiendas cercanas, debido a que la mayor parte de las veces las tiendas ofrecen productos relativamente diferenciados.

En cuanto a la opinión de los residentes de Londres que viven en la misma calle o cercanos al mercado callejero, consideraban que en general no sentían molestia. Primero que todo, porque el mercado existía antes de que ellos se mudaran al lugar; segundo, porque están acostumbrados a los horarios de los mercados, que son bien conocidos y respetados, y, en tercer lugar, porque sienten el beneficio de tener un mercado prácticamente al alcance de la mano. Un solo aspecto que algunos de ellos expusieron como queja fue la molestia provocada por la música que ocasionalmente los comerciantes ponen a alto volumen. Sin embargo, este problema lo han resuelto casi inmediatamente los

oficiales de mercado, advirtiéndoles a los vendedores que, si la queja reincide, correrán el riesgo de que se les suspenda su permiso.

Una diferencia muy destacada entre estos dos grandes casos de estudio es la relativa al tema de la piratería y de los productos introducidos ilegalmente en el mercado local. En el caso de la Ciudad de México, este es un fenómeno muy ampliamente extendido y tolerado tanto por las autoridades federales como por las locales en la mayoría de los mercados en vía pública; muy pocas veces se dan redadas de las policías en algunos mercados en particular para incautar o destruir productos piratas o introducidos de contrabando, aunque casi ningún ciudadano sabe si a los criminales involucrados se les sancionó, multó o encarceló. Mientras que, en el caso de Londres (así como en todo el Reino Unido), a la piratería y el contrabando no solamente se los considera como un grave delito castigable conforme a las leyes sino que también en la mayoría de la población hay una fuerte conciencia social en contra de estas prácticas. Si algunos ciudadanos llegan a enterarse de que algún comerciante está vendiendo productos ilegales, muy probablemente lo reportarán de inmediato a las autoridades; dichos reportes se toman muy seriamente para responder ante ello y aquellos que resultan responsables reciben fuertes multas o castigos, si no es que incluso el encarcelamiento.



CAPÍTULO VI

Fotografía 23
Puesto mercado de La Merced, Nave Mayor

Fuente: Archivo PUEC-UNAM, 2015.

Algunas reflexiones finales y recomendaciones para las autoridades de ambas metrópolis

Los mercados en vía pública han tenido una muy larga tradición no solamente en estas dos grandes metrópolis objetos de estudio sino en muchas otras urbes de todo el mundo, ya que en muchos casos han sido lugares de reunión y el principal factor de impulso al crecimiento económico de las ciudades. Sin embargo, en la mayoría de las ciudades desarrolladas, como el caso de Londres, su operación ha llegado a ser una actividad apreciada en lo económico y social, aunque muy regulada y económicamente bien administrada, mientras que en muchas economías en desarrollo o subdesarrolladas, particularmente en sus grandes centros urbanos, como es el caso de la Ciudad de México, el comercio en las calles se ha expandido muy rápidamente, lo que ha dado como resultado la invasión de muchos espacios públicos y la inequidad en relación con el trato marginal que las autoridades de gobierno le presta a las actividades económicas formales y a las demandas genuinas de la ciudadanía. Lo anterior ha creado, asimismo, innumerables conflictos sociales entre los diferentes actores sociales que viven en las mismas zonas en que se instalan los mercados callejeros, y ha provocado un rápido deterioro, o incluso destrucción, de los espacios públicos que ocupan los mercados y vendedores. Todo esto ha ocurrido y sigue ocurriendo con el consentimiento (o, por lo menos, la tolerancia) de las autoridades locales y

los gobiernos centrales, que consideran que el rápido crecimiento del comercio callejero es una válvula de escape contra la recesión económica. Más todavía: incapaces ante esta, y de proporcionarle más empleos permanentes y de tiempo completo a su población, en ocasiones han alentado estas prácticas informales, por ejemplo, con el lanzamiento de propaganda para impulsar el autoempleo, por un lado, y, por el otro, para ofrecerle a los inversionistas y empresarios nacionales y extranjeros mano de obra barata mexicana como una "ventaja comparativa" en relación con otros países, es decir, como un factor vital para que aquellos aumenten sus índices de productividad. En cuanto a este tipo de factores, muchas personas optan por buscar un empleo no registrado oficialmente, y una de esas formas de hacerlo es convertirse en comerciantes en vía pública.

Los dos casos de estudio: gobernanza contra gobernanza corporativa popular

La idea de gobernanza como un patrón del Estado británico de gobernar con la participación activa del capital privado y social, o un modelo de gobernar con la participación social como una forma de resolver o aliviar las desigualdades sociales ha evolucionado, en palabras de De Mattos (2010), hacia un tipo de "gobernanza empresarial". De manera contrastante, particularmente para el caso de México, la forma de gobernar del Estado se ha convertido en un tipo de "gobernanza corporativa popular", en la cual todos los grupos corporativistas y/o sindicalistas, como son los trabajadores petroleros, los maestros normalistas, electricistas, agricultores, transportistas, taxistas, ejidatarios y campesinos, las asociaciones de comerciantes en vía pública, etcétera, desafían a las autoridades federales, municipales y locales con una serie de protestas y demandas que no van más allá de la obtención de su beneficio, ya sea particular o gremial. Como respuesta a ellas, las autoridades de gobierno toman sus decisiones, pero ignoran las necesidades de la población de todo el país.

Estas prácticas de los gobiernos mexicanos en su toma de decisiones producen un trato desigual para las necesidades generales de la población, que debieran verse como un todo, y una indefinición de las prioridades del Estado, de las cuales están marginados tanto los grupos de población no sindicalizados mediante cooptación como aquellos no vinculados con apoyos de personajes "influyentes". Al final, este tipo de "gobernanza corporativa popular" está ahondando las desigualdades aún más que decenios atrás, con lo que, si bien tal vez se está dando un cierto tipo de crecimiento económico, se va perdiendo

el objeto principal y genuino de lograr un crecimiento democrático e integral con más justicia social.

La reducción de la demanda efectiva de los consumidores tanto londinenses como mexicanos es una preocupación macroeconómica muy importante que ninguna autoridad, sea local o central, debe ignorar entre sus metas de elevar el comercio al menudeo entre los centros comerciales locales y los mercados de vía pública en particular. Para el caso de la Ciudad de México, pareciera que los gobiernos se han "abandonado" a la inercia del liberalismo, asociándose con los intereses del capital privado nacional y extranjero, y han dejado que crezcan las actividades informales como una salida al desempleo formal estructural, sin importar el empobrecimiento acelerado que muestra la ciudad en su población trabajadora y en la imagen urbana, con servicios decadentes.

Contrariamente, en el caso londinense, como se ha podido ver en la mayoría de los informes revisados, así como por las entrevistas realizadas en campo, el descenso en las ventas al menudeo en los mercados locales entre las tiendas de las *high streets* y los comerciantes en vía pública es una preocupación para la economía de la ciudad; ciertamente, las autoridades locales parecen tener una acción limitada por los reducidos recursos con los que operan y la cantidad de instancias de gobierno superiores que atienden las actividades comerciales y de vía pública; además, sus prioridades son facilitar las inversiones del gran capital, por lo que las estrategias de inversión privada han predominado sobre las acciones de gasto público y, por ello, el mercadeo de las tiendas de autoservicio al menudeo avanzan más que el del comercio popular. Más no por ello el comercio popular en las calles comerciales locales y el de los mercados en vía pública se abandonan ni se dejan *al garete*. Algunas de las principales preocupaciones de autoridades y gobierno están en lo siguiente:

- a. la reducción general en la demanda de los consumidores entre los jefes de familia;
- b. en facilitar la más alta competencia por parte de los grandes supermercados que expanden sus actividades hacia las *high streets* y los centros comerciales locales, al establecerse con tiendas pequeñas locales con una oferta, especialmente, de alimentos y otros productos básicos a precios muy competitivos, y
- c. en contrarrestar la fragmentación de las autoridades locales que hace que, con sus fondos limitados, más difícilmente lleven a cabo programas de modernización de mercados locales.

Sin embargo, en los últimos años ha habido algún tipo de coordinación entre los London Councils, la Asociación Nacional de Autoridades de Mercados Británicos (NAMBA, por sus siglas en inglés) y algunas agrupaciones particulares para lanzar una campaña conjunta, "Love Your Local Market", que se centra en apoyar a los mercados locales a escala nacional y en atraer a los inversionistas y a más comerciantes al menudeo para que mejoren los mercados locales, ya sean techados o de calle, así como en incrementar su demanda. Parte de esta coordinación ha evolucionado muy recientemente y se ha anunciado una sociedad entre la NAMBA y Market Place, la cual toma la forma de un servicio de consultoría que, denominado NAMBA Market Place, "reforzará la experiencia y el apoyo a la oferta de todos los operadores de mercado y profesionales de la industria" (MTN, 2014: 174 y portada). Esta asociación proporcionará también los siguientes servicios:

- consultoría en administración y operación de mercados sobre la base de una estrategia sobre bases de día con día;
- previsión de arreglos administrativos en el proceso operativo;
- aconsejar/tutorar y apoyar a los oficiales de mercado;
- realizar proyectos de investigación para apoyar la industria de mercadeo, y
- trabajar con socios para suministrar apoyo sobre arreglos de consultoría más amplios que afectan los problemas de centros comerciales locales y de temas de redesarrollo (*ibid.*: 1-4).

El *Regeneris Report* (*op. cit.*) citaba a la NAMBA como una organización miembro, la cual incluye la cobertura de casi un tercio de los mercados de los *boroughs* de Londres, apoya a la Asociación de los Mercados de Londres (AOLM, por sus siglas en inglés), y además patrocinó, en junio del 2009, una conferencia de un día por la Unión Mundial de Mercados al Mayoreo (WUWM), enfocado en las mejores prácticas de política sobre los mercados al menudeo. También citó que en ese mismo año la NAMBA publicó un documento promocional intitulado *Valuing Our Markets*, el cual circuló entre todas las autoridades afiliadas.

Aparte de las iniciativas de las autoridades públicas por actualizar las áreas de comercio al menudeo, como las presentadas arriba, hay también operadores de mercados privados administrando mercados en vía pública en todo el país (como ejemplos tenemos a: Tudor Markets, Spitalfields y Hughmark Continental, Ltd., entre otras), los cuales tienen sus propias estrategias para impulsar los mercados locales, suministrándoles bienes y servicios, atrayendo nuevos comerciantes (por ejemplo, el número creciente de *farmers' markets*, bazares de

antigüedades y otros mercados especializados) o adquiriendo mercados públicos para administrarlos privadamente. Estas organizaciones siempre tratan de cubrir todos los requerimientos de las autoridades gubernamentales, y de comprobar que todos los comerciantes tengan sus seguros de cobertura, además de advertir a los afiliados potenciales que no vendan productos ilegales para que las leyes relativas vigentes no los persigan.

Para el caso de México, las estrategias de sus gobiernos, federal y centrales, de mantener deprimidos los salarios entre los trabajadores ha llegado a ser una política económica dirigida a hacer al país más atractivo para los inversionistas extranjeros y los empresarios nativos, sin importar que las familias mexicanas se hagan cada vez más pobres y menos capaces de salir adelante contra las crecientes tasas de inflación encubierta por "deslizamientos" de la moneda nacional y constantes incrementos en el costo de la vida. Uno de los principales resultados y respuestas de la gente es buscar el autoempleo, con fuentes económicas pobres —entre ellas, el comercio en vía pública—, como una alternativa para solventar los efectos de muchos problemas estructurales del país, como la sobrerreglamentación, las altas tasas impositivas con insuficiente devolución a la sociedad, la escasez de ocupaciones bien pagadas y permanentes, la corrupción gubernamental y la falta de gobernanza.

Como se carece de información estadística actualizada y confiable tanto por parte de las autoridades londinenses como de las mexicanas como una herramienta para monitorear el comportamiento y la evaluación de los mercados en vía pública, sería útil para las autoridades de ambas metrópolis firmar un acuerdo para producir estudios de este tipo de fuerza de trabajo y su economía. Más aún, deberían hacerse algunas recomendaciones para ambos países y ciudades, establecer metodologías y programas con el propósito de crear bases de datos y estadísticas históricas sobre la evolución del comercio en vía pública en ambas metrópolis como una mejor forma de evaluar sus necesidades y demandas para el bienestar de sus respectivas poblaciones.

Para el caso de Londres, ha habido una serie de estudios e informes sobre los mercados al menudeo que, en su mayoría, están de acuerdo en impulsar el comercio de las *high streets* y los centros locales, así como en dar más recursos de apoyo a las autoridades locales para activar los proyectos de regeneración. Sin embargo, en muy pocos de esos estudios se ha dado particular atención al comercio en vía pública y al contraataque de su decadencia, primordialmente por razón de que este presta un muy importante servicio a las economías familiares.

En cuanto al caso de la Ciudad de México, la renuencia a imponer regulaciones oficiales se debe principalmente a las grandes cantidades de dinero generado por la operación de los comerciantes informales de las calles, los cuales le proporcionan considerables ganancias tanto a los líderes de las agrupaciones de comerciantes como a las autoridades locales y centrales. La mayor parte de estas no se registran en el sistema tributario gubernamental, a pesar de los enormes montos traducidos en las formas en que los comerciantes en vía pública consumen servicios públicos (como electricidad, agua potable y drenaje, limpieza y mantenimiento de las calles y aceras) sin que ellos paguen por ello, excepto por algunas cuotas dadas a sus líderes que, en su mayor parte, van a sus respectivos bolsillos. Desafortunadamente, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF; es el congreso local) parece no estar dispuesta a actualizar la antigua (data de 1930), pero vigente, legislación para regular y controlar el comercio.

La mayor parte de la experiencia de los gobiernos británicos en el proceso de regular el comercio en vía pública en Londres y en ciertos gobiernos locales sería muy útil para ambas partes, los legisladores de la ALDF y el gobierno central del DF, para diseñar algunas reglas para la responsabilidad de las autoridades locales sobre la gobernanza, las inversiones en sus demarcaciones y el control del comercio en vía pública en cada una de las delegaciones.

Con base en lo anterior, debería haber una demanda social colectiva de la sociedad civil a los legisladores de la ALDF, con el fin de que se legisle en esta materia y se formalice el comercio callejero, al menos en ciertas arterias viales y sectores residenciales, con pleno respeto a los usos del suelo reglamentadas a finales de la década de 1980 y principios de 1990 por las propias autoridades de la Ciudad de México, sin confrontaciones con la población de las áreas residenciales y los propietarios o administradores de las tiendas en las áreas comerciales autorizadas por los planes y programas vigentes en el DF.

Modernizar los mercados públicos de la Ciudad de México ya edificadas

110 Paralelamente a esta propuesta de actualización de la legislación capitalina, hay también una creciente necesidad de modernizar y ampliar la capacidad de muchos de los mercados públicos que se construyeron entre los años veinte y setenta del siglo pasado. La mayor parte de ellos carece de servicios básicos, como son: espacios adecuados para operaciones de carga y descarga de mercancías, y para la disposición de los desechos orgánicos y no orgánicos,

de estacionamiento para clientes y accesibilidad en general. Un ejemplo de la necesidad de su modernización es el actual proyecto (en proceso) de modernización del mercado de la Merced, en el Centro Histórico, el cual se incendió casi totalmente en el 2013. No obstante, la necesidad de modernizar el comercio público al menudeo en general debería ser una prioridad tanto para las autoridades centrales del DF como para las locales, es decir, para las delegaciones políticas.

Regular el comercio ambulante no significa eliminarlo

Una última cosa necesita subrayarse en el tema del comercio en la Ciudad de México: la propuesta de reglamentación y ubicación de los mercados y comerciantes en vía pública no significa necesariamente su remoción o desaparición, pues ello es una válvula de escape innegable para contrarrestar las pérdidas en la capacidad de compra de los sectores populares. Más bien implica una distribución más equitativa de las actividades comerciales en esta ciudad capital, acompañada de una adecuada promoción social entre todos los actores involucrados en el problema, lo cual significaría, más aún, un incremento considerable en los ingresos de los gobiernos del df, amén de que, como ayudaría a reducir considerablemente la gran deuda pública de estos gobiernos, verían incrementados los recursos públicos propios para servir mejor a la población con adecuados bienes de consumo para toda la ciudadanía, y reducir los conflictos sociales y la violencia.

Anexos

Anexo 1

Investigación comparativa sobre los mercados y vendedores en vía pública en Londres y México

Cuestionario "A", dirigido a las autoridades locales del *borough council*

Nombre del *borough*: _____ Domicilio: _____

Nombre del servidor público: _____

Posición en el trabajo: _____

¿Tiene o cuenta con estadísticas de los mercados y vendedores e vía pública dentro de su jurisdicción (*borough*)?

R: 1.1 Sí __ 1.2 No __

Si la respuesta es sí, ¿podría proporcionarla para nuestro estudio? (por favor, con número de vendedores por ubicación)

¿El número de vendedores en vía pública está aumentando o disminuyendo?

R: 2.1 Aumentando __ 2.2 Disminuyendo __ 2.3 Sigue siendo el mismo __

¿Ha recibido alguna vez queja de los residentes frente o cerca de los mercados de la calle, o de los comerciantes formalmente establecidos a lo largo de las calles de dichos mercados bajo su jurisdicción?

R: si la respuesta es sí, por favor proporcionar detalle acerca del motivo o causa de la queja, así como de su remitente (sector social/individual)

Causa de la queja	1 Queja colectiva de: (C, R, M, O)	2 Queja individual de: (R, CL, C)	3 Otras quejas (mencionarlas)

1. C= Comerciantes; R= Residentes; M= Manejadores; O= Otros
 2. R= Residentes; CL= Comerciantes locales; C= Consumidores

4. ¿Qué ha hecho este gobierno local para retener o fomentar sus mercados existentes?

R: Por favor enliste y feche las posibles tres acciones más importantes:

Política/Estrategia	Retener (X)	Fomentar (X)	Fecha de la acción

5. ¿Opinión: ¿Cuál es su opinión acerca del llamado “declive o deterioro” de las *high streets*?; ¿se debe a los mercados en vía pública que operan cerca de ellas?

R: Dar espacio para una opinión abierta:

¡Gracias por su información y tiempo!

Fecha de esta entrevista: (dd)/(mm)/(año)

Nombre del entrevistador: _____

Investigación comparativa sobre los mercados y vendedores en vía pública en Londres y México

Cuestionario "A", dirigido a residentes y consumidores

Nombre del mercado: _____

Nombre del informante (opcional): _____

Localización habitual del residente:

R: 3.1 En la misma calle del mercado ___ 3.2 Cerca de él ___
 3.3 No muy lejos ___ 3.4 Lejos de él ___

¿Cómo se siente al vivir o desenvolverse a través o alrededor de las calles en donde opera el mercado?

R: 4.1 Feliz ___ 4.2 Infeliz ___ 4.3 Incómodo ___ 4.4 Molesto ___

¿Por qué?

R: 5.1 (Respuesta abierta, aunque breve): _____

Si su respuesta en la pregunta 4 fue 4.2, 4.3, 4.4, por favor diga si usted ha presentado alguna queja a las autoridades locales:

R: 6.1 (Sí) ___ 6.2 (No) ___

Si su respuesta fue no, por favor diga por qué no (respuesta abierta):

Si su respuesta en la 6 fue sí, por favor diga si usted ha recibido alguna respuesta por parte de ellas:

R: 8.1 (Sí) ___ 8.2 (No) ___

¿Le resolvieron su problema o causa de la queja?

R: 9.1 (Sí) ___ 9.2 (No) ___

¿Usted compra en el mercado callejero?

R: 10.1 (Sí) ___ 10.2 (No) ___ 10.3 (Algunas veces) ___

115

Si su respuesta fue 10.3, por favor diga ¿qué tan frecuentemente?

R: 11.1 Una vez por semana ___; 11.2 Dos veces por semana ___;
 11.3 Más de dos veces por semana ___

Si usted compra en el mercado callejero, por favor diga qué tipo de mercancía compra más:

R: 12. Frutas: __; 12.2 Vegetales: __; 12.3 Ropa: __;
12.4 Carne: __; 12.5 Pescado: __; Otras: __

¿Por qué compra usted en el mercado callejero? (respuesta abierta):

¿Por qué no compra usted en el mercado callejero? (respuesta abierta):

¿Qué piensa usted acerca de los precios en los mercados callejeros?

R: 15.1 Son más baratos: __; 15.2 Son más caros: __;
15.3 Son los mismos que en cualquier otro lado: __

¡Gracias por su información y tiempo!

Fecha de esta entrevista: (dd)/(mm)/(año)

Nombre del entrevistador: _____

Investigación comparativa sobre los mercados y vendedores en vía pública en Londres y México

Cuestionario "C" dirigido a vendedores en vía pública

Nombre del mercado o de la calle: _____

Localización: _____

Nombre de la calle/calles: _____

Entre qué calles: _____

Nombre del *borough* en que se localiza: _____

Preguntas:

Nombre del vendedor: _____

Último nivel de estudios completado: _____

R: 3.1 Educación básica: __; 3.2 College: __;
 3.3 Estudios superiores: __; 3.4 Posgrado: __; 3.5 Técnicos: __

Productos que vende:

R: 4.1 Frutas: __; 4.2 Vegetales: __; 4.3 Carne: __;
 4.4 Pescado: __; 4.5 Alimentos preparados: __;
 4.6 Ropa: __; 4.7 Zapatos: __; 4.8 Bisutería: __;
 4.9 Otros: __

5. ¿De dónde provienen sus productos/mercancía?

R: 5.1 De su propiedad/granja: __; 5.2 De los mercados al mayoreo: __;
 5.3 Del exterior: __

Si la respuesta fue 5.2 o 5.3, por favor diga de dónde (nombre y lugar):

¿Cuánto tiempo lleva usted vendiendo en este mercado?

R: 7.1 Menos de 6 meses: __; 7.2 Entre 6 y 7 meses: __;
 7.3 Entre 1 y 5 años: __; 7.4 Más de 5 años: __

¿Vende usted sus productos en algún otro lugar?

R: 8.1 Sí: __; 8.2 No: __

Si su respuesta anterior fue sí, por favor diga en dónde (nombre del mercado/lugar):

¿Cuánto tiempo le llevó obtener su permiso o licencia para vender aquí?

R: 10.1 Número de días: __; 10.2 Número de semanas: __;

10.3 Número de meses: __

¿Ha tratado alguna vez de correr su propio negocio en algún local construido?

R: 11.1 Sí: __; 11.2 No: __;

11.3 Si no, ¿por qué no? (respuesta abierta y breve):

¿Hay alguno de su familia o persona, además de usted, que trabaje en este local?

R: 12.1 Sí: __; 12.2 No: __

Si su respuesta anterior fue sí, por favor diga qué tipo de parentesco:

¡Gracias por su información y tiempo!

Fecha de esta entrevista: (dd)/(mm)/(año)

Nombre del entrevistador: _____

Investigación comparativa sobre los mercados y vendedores en vía pública en Londres y México

Cuestionario "D", dirigido a vendedores en establecimientos o locales construidos

Localización: _____

Nombre de la calle/del mercado callejero: _____

Domicilio: _____

Nombre del *borough*: _____

Giro (productos que vende):

2.1 Frutas: __; 2.2 Vegetales: __; 2.3 Carne: __;

2.4 Pescado: __; 2.5 Alimentos preparados: __;

2.6 Ropa: __; 2.7 Zapatos: __; 2.8 Bisutería: __;

2.9 Otros (describir): __

Preguntas

Nombre del vendedor: _____

Último nivel de estudios completados del vendedor:

R: 4.1 Educación básica: __; 4.2 College: __; 4.3 Estudios superiores: __;

4.4 Estudios de posgrado: __; 4.5 Técnicos: __

¿Cuánto tiempo tardó en obtener su permiso o licencia?

R: 5.1 Número de días: __ 5.2 Número de semanas: __ 5.3 Número de meses: __

¿Cree usted que a su negocio lo afectan los vendedores de la calle?

R: 6.1 Sí: __ 6.2 No: __ 6.3 Algunas veces: __

¿Por qué? (respuesta abierta): _____

Si sus respuestas a las dos preguntas anteriores ha sido positiva, por favor diga si usted ha presentado alguna queja a las autoridades locales.

R: 8.1 Sí: __ 8.2 No: __

Si su respuesta fue negativa, por favor diga ¿por qué no? (respuesta abierta):

Si la respuesta a la pregunta 8 fue positiva, por favor diga si usted ha recibido alguna respuesta por parte de ellas:

R: 10.1 Sí: __; 10.2 No: __

¿Ha habido alguna solución a su problema o queja?

R: 11.1 Sí: __; 11.2 No: __

¿Qué han hecho las autoridades de gobierno para retener o estimular a estos mercados existentes?

R: Por favor enlistar las más importantes:

Política/estrategia/ Acción	Retener (X)	Promover (X)	Fecha de la acción __/__/__

¿Cree usted que el actual deterioro o decadencia de las *high streets* se debe a la operación de los mercados en vía pública cercanos a ellas?

R: 13.1 Sí: __ 13.2 No: __ 13.3 No lo sé: __

¿Por qué? (respuesta abierta, aunque breve):

¡Gracias por su información y tiempo!

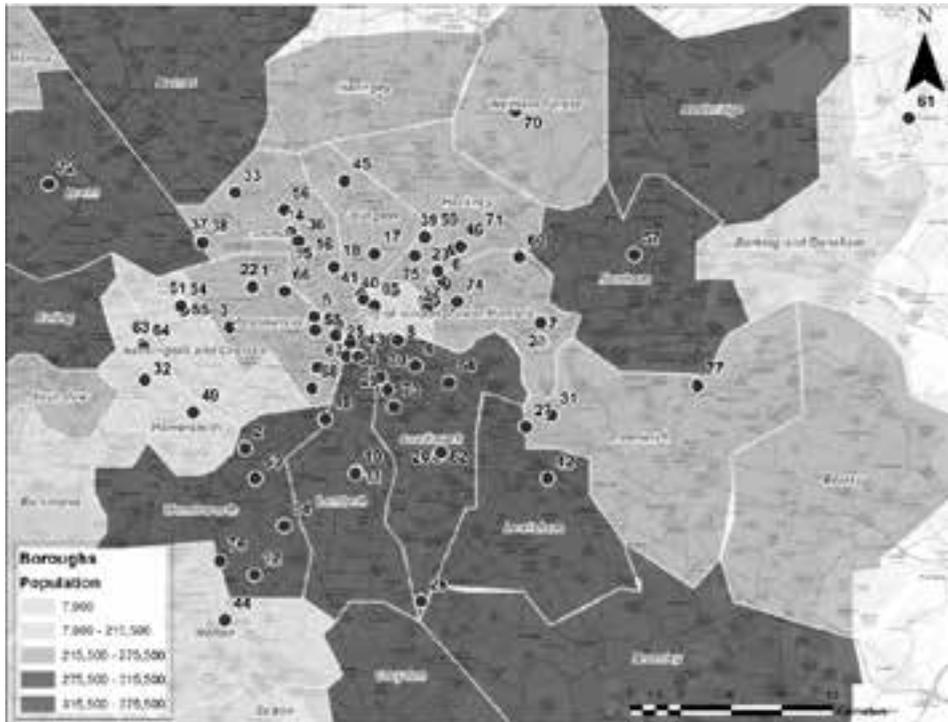
Fecha de esta entrevista: (dd)/(mm)/(año)

Nombre del entrevistador: _____

Anexo 2

Mapa 3

Gran Londres (GL): Concentración de los mercados en vía pública por *boroughs* (municipios)



Fuente: Elaboración Pamela Gutiérrez Elizondo con datos del 2010.

Cuadro 5

Gran Londres (GL): Número de mercados en vía pública por cada Borough

<i>Boroughs</i>	Número de mercados
Brent	1
Camden	13
City of London	4
Greenwich Market	3
Hackney	9
Hammersmith and Fulham	5
Havering	1
Islington	2
Kensington and Chelsea	3
Lambeth	6
Lewisham	1
Merton	1
Newham	1
Southwark	9
Tower Hamlets	6
Walthamstow	1
Wandsworth	5
Westminster	9
Total	80

Fuente: Elaboración en base a los datos de Regeneris Report. *London Markets Report*, 2010.

Cuadro 6
Mercados en vía pública, Borough de Hackney

ID	Nombre del mercado callejero	Borough	Suma
13	Broadway Market	Hackney	9
23	Columbia Road	Hackney	
24	Columbia Road Flower Market	Hackney	
35	Hoxton Street Market	Hackney	
39	Kingsland Waste	Hackney	
46	Netil Market	Hackney	
59	Ridley Road	Hackney	
65	Spitalfields Market	Hackney	
71	Well Street	Hackney	

Fuente: Elaboración con datos levantados en campo en 2014.

Cuadro 7
Mercados en vía pública, Borough de Lambeth

ID	Nombre del mercado callejero	Borough	Suma
10	Brixton	Lambeth	6
11	Brixton Village	Lambeth	
43	Lower Marsh	Lambeth	
48	Nine Elms Sunday Market	Lambeth	
58	Real Food Market	Lambeth	
63	Southbank Book Market	Lambeth	

Fuente: Elaboración con datos levantados en campo en 2014.

Cuadro 8
Mercados en vía pública, Borough de Southwark

ID	Nombre del mercado callejero	Borough	Suma
20	Choumert Road Market	Southwark	9
26	Crystal Palace Food Market	Southwark	
29	East Street Market	Southwark	
30	Elephant and Castle Market	Southwark	
4	Bermondsey	Southwark	
62	Rye Lane	Southwark	
64	Southwark Park Road	Southwark	
73	Westmoreland Road	Southwark	
8	Borough Market	Southwark	

Fuente: Elaboración con datos levantados en campo en 2014.

Anexo 3

Entrevista abierta a oficial de mercado en vía pública en la delegación Benito Juárez

Delegación: Benito Juárez

2 de agosto de 2014

Nombre: Lic. _____

Hora: 14:06 horas

Cargo: Jefe de mercados en vía pública

1. ¿Actualmente cuántos tianguis existen registrados en la delegación?

R: Más de 10 itinerantes agremiados a diferentes asociaciones

2. ¿Actualmente cuántos tianguistas tienen registrados en la delegación?

R: Aproximadamente 7 000

3. ¿Cuál es el proceso para tramitar un permiso permanente de comercio en vía pública?

R: En la delegación Benito Juárez ya no existe ese trámite, solo para el retiro de comercio ambulante por medio del CESAC, el cual lo realiza en cinco días hábiles. Los ambulantes que actualmente cuentan con permiso, fue otorgado por el GDF y SEDECO. Muchos de estos permisos fueron diseñados para los invidentes, en 1970, que actualmente son apócrifos y siguen vigentes. De los comerciantes informales, 80% vienen del Estado de México. Actualmente quien tiene la obligación de revisar las verificaciones de los puestos ambulantes es el GDF

4. ¿Qué otro pago debe realizar el comerciante del puesto y a quién le paga?

R: No se cobra cuota a puestos semifijos

5. Los ingresos que recibe la delegación por parte de los vendedores, ¿bajo qué concepto o partida se registran?

R: No lo sé

6. Con base en el "Programa de Reordenamiento en Vía Pública", ¿cuál es la estrategia que se ha de seguir para regular y controlar la cantidad de vendedores de los tianguis sobre ruedas?

R: Se removió a casi la mitad de puestos semifijos, no se reubicaron. Se dejaron algunos de estos pero con nuevo mobiliario. Actualmente sólo existen 20 de estos

nuevos puestos. Un ejemplo evidente de que se removieron nodos de ambulante es la estación del metro Coyoacán, Emiliano Zapata, Insurgentes, División del Norte y Tlalpan. Y respecto a los nuevos espacios públicos de la Línea 12 del metro, se he evitado el establecimiento del ambulante

7. ¿En qué calles o espacios de la delegación Benito Juárez se pretende relocalizar a los ambulantes?

R: En ninguno, solo se reducirá el número de ambulantes, dejando a aquellos que cumplan con la normativa actual

8. ¿Cuál ha sido la evolución en los últimos 10 años (han disminuido o aumentado)?

R: A partir de este año 2014, empezó a disminuir

9. ¿Quiénes son los líderes de las agrupaciones?

R: Sin respuesta

10. ¿Cuántos tianguistas agrupa cada uno?

R: No sabe

11. ¿En qué zonas en las que opera?

R: Sin respuesta

12. ¿Por qué el SISCOVIP (decretado en 1998 por el GDF) no da información acerca del número de ambulantes (puestos fijos, semifijos y tianguistas)?

R: Yo doy mi reporte. No sé por qué el sistema no lo reporta

13. ¿Cuál es el proceso para tramitar un permiso para estar en una romería o tianguis? (Área de Ferias y Concentraciones)

R: En la delegación lo tramitan

Entrevista abierta a oficial de mercado en vía pública en la delegación Cuauhtémoc

Delegación: Cuauhtémoc

2 de agosto de 2014

Nombre: Lic. _____

Hora: 14:06 horas

Cargo: Jefe de Comercio en Vía Pública

1. ¿Actualmente cuántos tianguis existen registrados en la delegación?

R: No tienen esa información, no están autorizados para proporcionarla (ir a Infomex, 20 días hábiles para respuesta)

Semifijos 11 500

2. ¿Actualmente cuántos tianguistas tienen registrados en la delegación?

R: No tienen esa información, no están autorizados para proporcionarla. (ir a Infomex, 20 días hábiles para respuesta)

3. ¿Cuál es el proceso para tramitar un permiso permanente de comercio en vía pública?

3.1 Costo: No hay costo, es gratuito

3.2 Documento que se ha de entregar: Entrega de solicitud al CESAC del tipo de puesto, croquis de localización y producto que se va comerciar. La solicitud se contesta en 2 o 3 meses

3.3 Tiempo de vigencia: Permanente

3.4 Requisitos con los que deberá contar el puesto en vía pública (según sea el giro del puesto: comida y ropa, principalmente).

R: Checar el Programa de Reordenamiento en Vía Pública 1998

4. ¿Qué otro pago debe realizar el comerciante del puesto y a quién le paga?

R: Semifijo paga \$8.00 diarios (aproximado)

Romerías \$120.00 por periodo (aproximado)

5. Los ingresos que recibe la delegación por parte de los vendedores, ¿bajo qué concepto o partida se registran?

R: A la partida general de la delegación; se dispone para obras que la delegación realice

6. Con base en el "Programa de Reordenamiento en Vía Pública", ¿cuál es la estrategia que se ha de seguir para regular y controlar la cantidad de vendedores de los tianguis sobre ruedas?

R: Supervisiones. Censos cada tres meses

7. ¿En qué calles o espacios de la delegación Benito Juárez se pretende relocalizar los ambulantes?

R: No hay espacio

8. ¿Cuál ha sido la evolución en los últimos 10 años (han disminuido o aumentado)?

R: Han aumentado; el año pasado (2013) se ingresaron 632 solicitudes para comercio en vía pública

9. ¿Quiénes son los líderes de las agrupaciones?

R: Sin respuesta

10. ¿Cuántos tianguistas agrupa cada uno?

R: Sin respuesta

11. ¿En qué zonas en las que opera?

R: Sin respuesta

12. Por qué el SISCOVIP (decretado en 1998 por el GDF) no da información acerca del número de ambulantes (puestos fijos, semifijos y tianguistas)?

R: No lo sabe

13. ¿Cuál es el proceso para tramitar un permiso para estar en un tianguis o en romerías? (Área de Ferias y Concentraciones)

R: Se hace un escrito solicitando el espacio que se ha de ocupar, y en qué tianguis se pretende ubicar. La respuesta se da en 15-20 días hábiles

Anexo 4

(Dalston-AAP-Inspectors-Report.pdf-Adobe Reader)

The Planning Inspectorate

REPORT TO HACKNEY LONDON BOROUGH COUNCIL

by P W Clark MA MRTPI MCMI

an Inspector appointed by the Secretary of State for Communities and Local Government

Date: 26 October 2012

PLANNING AND COMPULSORY PURCHASE ACT 2004 (AS AMENDED)
SECTION 20

REPORT ON THE EXAMINATION INTO DALSTON AREA ACTION PLAN LOCAL PLAN

Document submitted for examination on 29 February 2012

Examination hearing held on 3 July 2012

File Ref: U5360/429/8

Bibliografía

- ALGDF, III Legislatura. 1993. Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el Departamento del Distrito Federal para la Primera Fase de desarrollo del "Programa de Mejoramiento del Comercio Popular", publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 12 de julio de 1993, México.
- ÁLVAREZ, Acksel. 2007. *El Comercio Informal y la Revitalización del Espacio Público*, ponencia presentada en el v Encuentro de Latinoamericanistas CEISAL, abril, Bruselas: Bélgica.
- BLACKMAR, Elizabeth. 2006. "Appropriating the commons: The tragedy of property rights discourse", en S. Low y N. Smith (eds.), *The Politics of Public Space*, Nueva York: Londres, Routledge, pp. 49-79.
- BORJA, Jordi y Zaida Muxi. 2003. *El espacio público: Ciudad y ciudadanía*, Barcelona: Electa-Diputación.
- BUSTAMANTE, Carlos. 2012. "El comercio informal en la estructura económica de la Ciudad de México. Realidades y perspectivas", en Felipe de Alba y Frédéric Lesemann (eds.), *Informalidad urbana e incertidumbre. ¿Cómo estudiar la informalización en las metrópolis?*, México: UNAM, pp. 73-108.
- _____. 1993. "Aspectos relevantes del sector informal", en Ángel Bassols y Gloria González (eds.), *Zona metropolitana de la Ciudad de México*, México: UNAM, DDF, pp. 246-275.

- BUSTAMANTE, Carlos y M. Barclay. 1998. *El ambulante en la Ciudad de México*, México: Colegio de Arquitectos de México, Sociedad de Arquitectos Mexicanos.
- CROSS, John. 2005. "Las organizaciones", en Jérôme Monnet y Juliette Bonnafé (coords.), *El ambulante en la Ciudad de México. Investigaciones recientes*, México: UNAM-CEMCA.
- _____. 1997. "Debilitando al clientelismo: La formalización del ambulante en la Ciudad de México", *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 59, núm. 4, octubre-diciembre, pp. 93-115.
- CEPAL-OIT. 2009. *Crisis en los mercados laborales y respuestas contracíclicas*, Boletín septiembre, núm. 2.
- CESOP. 2005. *Comercio ambulante*, Cámara de Diputados/CESOP, reporte temático, núm. 2, junio, pp. 33.
- CRESWELL, J. W. 1994. *Research Design. Qualitative and Quantitative Approaches*, Londres: Sage.
- CROSSA, Verónica. 2014. "Las políticas de reordenamiento del comercio ambulante en la Ciudad de México: Una perspectiva crítica", en Silvia Giorguli y Vicente Ugalde (coords.), *Gobierno, territorio y población: las políticas públicas en la mira*, México: El Colegio de México, CEDUA, pp. 315-341.
- DE Mattos, Carlos A. 2010. "Una nueva geografía latinoamericana en el tránsito de la planificación a la gobernanza de desarrollo al crecimiento", conferencia con motivo de la entrega del Premio Internacional de Geocrítica 2010, *Scripta Nova*, vol. XIV, núm. 331 (102), 1 de agosto, España: Universidad de Barcelona.
- DEPARTMENT OF BUSINESS, INNOVATION AND SKILLS. 2014. *Street Trading and Pedlary Legislation: Compliance with the EU Services Directive. Government Response to the Consultation to Repeal the Pedlars Acts and Make Changes to Street Trading Legislation in England and Wales*, UK Government, October.
- DE Soto, Hernando et al. 1987. *El otro sendero. La revolución informal*, Lima: Oveja Negra.
- DUHAU, Emilio y Ángela Giglia. 2008. *Las reglas del desorden: Habitar la metrópoli*, México: Siglo XXI Editores, UAM-Azcapotzalco.
- _____. 2007. "Globalización e informalidad en la Ciudad de México. Prácticas de consumo y movilidad", *Trace*, 51, documento electrónico disponible en: www.trace.revues.org/632, consultado el 4 de febrero de 2014.
- _____. 2004. "Conflictos por el espacio y orden urbano", *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol. 19, núm. 2 (56), pp. 257-288.
- ENOE. 2014. *La informalidad laboral*, México: INEGI, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.

- ESQUIVEL, Edgar, Marco González, Javier Torres y Omar Jiménez. 2008. *La república informal. El ambulante en la Ciudad de México*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- EXPERIAN Marketing Services. 2012. "Town Centre Futures 2020", Experian, documento electrónico disponible en: www.experian.co.uk/assets/business-strategies/white-papers/town-centre-futures-whitepaper.pdf, consultado en febrero del 2014.
- FEINSTEIN, Susan, Ian Gordon y M. Harloe. 1992. *Divided Cities. New York and London in the Contemporary World*, Oxford: Cambridge, Blackwell.
- GONZÁLEZ Figueroa, Fernando. 2008. *La economía informal en la zona metropolitana de Pachuca de Soto*. Hidalgo: La Salle, Gobierno Municipal de Pachuca.
- GURR, T. D. y D. S. King. 1987. *The State and the City*, Chicago: University of Chicago Press.
- HARVEY, David. 2006. "The political economy of public space", en S. Low y N. Smith (eds.) *The Politics of Public Space*, Nueva York: Londres Routledge, pp. 17-33.
- IBARRA, Mariel. 2007. "Pega Bando 2 a zona central", *Reforma*, secc. "La capital", p. 45.
- INEGI. 2014. ENOE.
- _____. 2010. ENOE.
- _____. 2004. *El sector no estructurado en México, 1995-2003*, México: INEGI.
- _____. 2001. ENOE.
- _____. 1997. ENOE.
- JUSIDMAN, Clara. 1993. *Tendencias en la estructura económica y el sector informal en México*, STPS (Cuadernos del Trabajo, núm. 10).
- KERSHMAN, Andrew. 2008. *The London Market Guide*, Londres: Metro Publications.
- LEE, K. S. 1989. *The Location of Jobs in a Developing Metropolis. Patterns of Growth in Bogotá and Cali*, Nueva York: Oxford University Press.
- LOCAL GOVERNMENTS ASSOCIATION AND THE INSTITUTE OF LICENSING. 2013. *Street Trading and Pedlary Consultation*, Business, Innovation and Skills, UK, October.
- LONDON Borough of Barnet. 2014. documento electrónico disponible en: www.barnet.gov.uk/info/940015/street_trading_licence, consultado en febrero del 2014.
- LONDON Councils. 2013. *Streets Ahead? Putting high streets at the heart of local economic growth*. **133**
- LONDON GOVERNMENT ASSOCIATION AND INSTITUTE OF LICENSING. 2013. *Street Trading and Pedlary Consultation (lga Response to Consultation on the European Services Directive)*, lga and iol, UK, January.

- LONDON Markets. www.LondonMarkets.co.uk.
- Low, Setha y Neil Smith (eds.). 2006. *The Politics of Public Space*, Nueva York: Londres, Routledge.
- MARKET TRADER, INDEPENDENT RETAILER. 2014. Seminario publicado por The World's Fair Limited, october 10-16. Oldham: UK.
- MAYOR OF LONDON. 2011. *The London Plan: Spatial Development Strategy for Greater London*, documento electrónico disponible en: www.london.gov.uk/priorities/planning/london-plan, consultado en febrero del 2014.
- MORENO, Humberto. 2010. *El 50% del empleo en Bogotá es generado por la economía informal*, Bogotá Humana, documento electrónico disponible en: www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame_detalle.php?h_id=18064&patron=01.11, consultado en febrero de 2014.
- MARKET TRADE NEWS (MTN). 2014. *Market Trade News*, Monthly review, October, issue 174, Peterborough, UK.
- PEÑA, Guillermo de la. 1996. "Corrupción e informalidad", *Revista Espiral*, III (7), documento electrónico disponible en: www.redalyc.org/articulo.oa?id=13830706, consultado el 30 de enero de 2014.
- OIT. 2001. XVII Conferencia de Estadísticas del Trabajo (CIET).
- _____. 1997. Grupo de Delhi sobre estadísticas del sector informal.
- _____. 1982. XIII Conferencia Internacional de Estadígrafos del Trabajo (CIET).
- OIT, ILO. 1992. *Statistics on Employment in the Informal Sector*.
- _____. 1991. "The dilemma of the informal sector".
- _____. 1990. *Más allá de la regulación*. El sector informal en América Latina.
- _____. 1985. XV Conferencia Internacional Estadísticas del Trabajo (CIET).
- PEREZ. 1994. *El sector informal y los micro-establecimientos en Bogotá*, Instituto para la Economía Social (IPES), Alcaldía Mayor de Bogotá, documento electrónico disponible en: www.ipes.gov.co/pa_vendedores.aspx, consultado el 21 de abril de 2009.
- PORTAS, Mary. 2014. *Why our High Streets Still Matter? (The Mary Portas Review revised)*. The Merton Chamber of Commerce, UK, documento electrónico disponible en: www.mertonchamber.co.uk/wp-content/uploads/2014/06/WhyOurHighStreetsStillMatter_MaryPortas-May-2014.pdf, consultado en febrero del 2014.
- _____. 2011. *The Mary Portas Review*, The Merton Chamber of Commerce, UK.
- PORTES, Alejandro. 1994. *When More can be Less Labor Standar*, the Development and the Informal Economy.
- PREALC. 1970. Programa de recuperación del empleo de América Latina y el Caribe, levantamiento de encuestas en micronegocios.

- RAMÍREZ Kuri, Patricia. 2016. "Hacia la reinención del espacio público" (prólogo) y "La reinención del espacio público en el lugar central. Desigualdades urbanas en el barrio de la Merced, Centro Histórico de la Ciudad de México", en Patricia Ramírez (coord.), *La reinención del espacio público en la ciudad fragmentada*, México: UNAM-IIES, Programa de Maestría y Doctorado en Urbanismo, pp. 13-47 y 99-133.
- RAMÍREZ Sáinz, J. Manuel. 1989. *Actores sociales y proyecto de ciudad*, México: Plaza y Valdés.
- REGENERIS CONSULTING LTD. 2010. *London's Retail Street Markets-*, Draft Final Report, London Development Agency, Londres, June, documento electrónico disponible en: www.regeneris.co.uk, consultado en febrero del 2014.
- REPORT TO HACKNEY LONDON BOROUGH COUNCIL. 2012. *Report on the Examination into Dalston Area Action Plan, Local Plan by P. W. Clark* MA MRTPI MCMI, Secretary of State for Communities and Local Government, documento enviado para su examen el 29 de febrero de 2012.
- RHODES, Nick. 2005. *First National Survey of Retail Markets*, Manchester: UK.
- ROUBAUD, François. 1995. *La economía informal en México: De la esfera doméstica a la dinámica microeconómica*, INEGI, FCE, Instituto Francés para la Investigación Científica y el Desarrollo.
- SAMANIEGO, Norma. 2008. "El crecimiento explosivo de la economía informal", *Revista de Economía de la UNAM*, vol. v, núm. XIII.
- SEDECO. 2014. *Mercados públicos*, México: Gobierno del Distrito Federal, Secretaría de Desarrollo Económico.
- SERNA, Carlos de la. 2010. *La transformación del mundo del trabajo: Representaciones, prácticas e identidades*, Buenos Aires: CLACSO.
- SHAO, Stephen. 1975. *Estadística para economía y administración*, México: Herrero Hermanos.
- THE ECONOMIST. 2005. "An underclass rebellion", *Special Report*, 12-18, Noviembre, pp. 31-33.
- THE EVENING STANDARD. 2013. "Is gentrification killing Brixton Market", 25 Jan, documento electrónico disponible en: www.standard.co.uk/lifestyle/esmagazine/is-gentrification-killing-brixton-market-8465017.html, consultado en febrero del 2014.
- THEMARKETSTALL.ORG, article May 10, 2013.
- TOKMAN, Víctor. 1988. "Sector informal: Una forma de utilizar el trabajo como consecuencia de la forma de producir y no viceversa", *Estudios Sociológicos*, núm.16, México: El Colegio de México.

- TREJO, Juan. 2004. *La ocupación del sector informal en México*, México: INEGI.
- ONU-HABITAT. 2013. *State of the World's Cities 2012/2013*. Prosperity of Cities, publicado primeramente en el 2013 por Routledge por y a nombre del Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos (UN-HABITAT).
- WILLIAMS, M. 1997. "La distribución del empleo en las delegaciones y municipios de la ZMCM, 1988-1994", en R. Coulomb y E. Duhau (eds.), *Dinámica urbana y procesos sociopolíticos*, México: OUCM, UAM-A/CENVI, pp. 55-91.
- YIN, R. K. 1994. *Case Study Research. Design and Methods*, Segunda edición, Applied Social Research Methods Series, vol. 5, Londres: Sage.

Anexos

1. Cuatro tipos de cuestionarios para entrevista usados en Londres (traducidos al español), con los cuatro diferentes tipos de actores sociales involucrados en el comercio en vía pública.
2. Mapa y listados de mercados en vía pública en Londres. Total y de los tres *boroughs* seleccionados.
3. Entrevistas a los oficiales de mercados de las delegaciones Cuauhtémoc y Benito Juárez del DF.
4. Portada del informe al *borough council* de Hackney, Londres (2012): Report on the Examination into Dalston Area Action Plan.

Índice de cuadros, gráficas, fotografías y mapas

CUADROS

Cuadro 1. México DF: mercados en las calles contra mercados techados, 2012, (por delegaciones)	49
Cuadro 2. México DF: asociaciones o agrupaciones por delegaciones, 2012	50
Cuadro 3. Mercados londinenses por regiones y tipos de mercado	72
Cuadro 4. Número de comerciantes en vía pública y de asociaciones, por delegación	92
Cuadro 5. Gran Londres (GL): Número de mercados en vía pública por cada Borough.	122
Cuadro 6. Mercados en vía pública, Borough de Hackney.	123
Cuadro 7. Mercados en vía pública, Borough de Lambeth	123
Cuadro 8. Mercados en vía pública, Borough de Southwark	124

GRÁFICAS

Gráfica 1. Población económicamente activa en la Ciudad de México, 2010	32
Gráfica 2. México DF: mercados en las calles contra mercados techados (por delegaciones)	48
Gráfica 3. Grand Londres: tipos de mercado, por región	74
Gráfica 4. Gran Londres: tipos de mercados, por <i>borough</i>	74

FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Puesto de artículos de barro, mercado de La Merced 21

Fotografía 2. Puestos frente al acceso del metro Tacubaya, Ciudad de México . . . 29

Fotografía 3. Vista aérea del Mercado de Sonora, Ciudad de México 43

Fotografía 4. Puestos fijos entre las aceras y el pavimento
del Eje 1 Oriente, Lagunilla 53

Fotografía 5. Puestos fijos y semifijos afuera de la estación
del metro Salto del Agua 54

Fotografías 6 y 7. Tianguis en la delegación Iztapalapa 55

Fotografía 8. Afuera de la estación del metro Guelatao, delegación Iztapalapa . . . 55

Fotografía 9. Calle en el Mercado de Londres 63

Fotografías 10 y 11. Surrey Street Market
(también llamado *Croydon Street Market*) 68

Fotografías 12 y 13. Mercado Shepherd's Bush, en el oeste de Londres 76

Fotografía 14. Mercado de Portobello, en el oeste de Londres 76

Fotografías 15 y 16. East Street Market 79

Fotografías 17 y 18. Elephant & Castle Market (desde arriba y debajo del piso
principal de la calle) 79

Fotografías 19 y 20. Ridley Road & Dalston Market 80

Fotografía 21. Petticoat Lane St. Market, Hackney. Londres 87

Fotografía 22. *Farmers' market* en Bromley, Kent, sureste de Londres. 94

Fotografía 23. Puesto, mercado de La Merced, Nave Mayor 103

MAPAS

Mapa 1. México, DF: mercados callejeros, por delegaciones
y rangos de número de vendedores 51

Mapa 2. Gran Londres. Concentración de los mercados en vía pública,
por *boroughs* 75

Mapa 3. Gran Londres (GL): Concentración de los mercados en vía pública
por *boroughs* (municipios). 121

Mercados y vendedores en vía pública en grandes metrópolis.

Los casos de la Ciudad de México y Londres



Editado por el Departamento de Publicaciones del Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad de la Coordinación de Humanidades, UNAM,

se terminó de imprimir en diciembre de 2016

en Gráfica Premier, S.A. de C.V.

El tiro consta de 500 ejemplares impresos en offset sobre papel bond blanco de 90 grs. con forros en couché de 300 grs.

Para su composición tipográfica se emplearon las familias:

Helvética TT y Novarese Bk BT en sus diferentes modalidades.

El cuidado de la edición estuvo a cargo de Hilda Jiménez y Asdriel Téllez.

