

Espacios productivos y las redes familiares en los tianguis de Guadalajara. Estudio de caso

Avance de investigación en curso

GT 18- Reestructuración productiva, trabajo y dominación social 18.grupotrabajo@gmail.

Rosario Cota Yáñez¹
Georgina Sato Robles.²

Resumen:

La importancia del estudio de la familia como gente económico radica en que este núcleo toma decisiones conjuntas relativas a la generación y asignación del ingreso. La construcción social de los micro negocios para el caso de los tianguis en Guadalajara, que se caracterizan por la proliferación de pequeños micro comercios en espacios públicos de puestos itinerantes ha generado y tejido redes sociales de apoyo y competencia entre los negociantes. Lo que ha permitido la creación y desarrollo de los micro negocios.

El objetivo de la investigación se centra en analizar las relaciones familiares en la creación de negocios en los tianguis. La hipótesis radica en el hecho de que es la base fundamental para su mantenimiento. La metodología utilizada se basa en la realización de entrevistas, investigación participante e investigación documental.

Palabras claves: Familia, micro negocios, redes sociales, redes familiares, espacios productivos.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se aborda a los tianguis como una problemática social y económica, se investigará de qué forma las redes familiares se extienden dentro de ellos y de cómo sus miembros se apoyan entre sí para su ingreso y permanencia por lo que las redes familiares son abordadas, explicando la importancia de las familias y los lazos que las unen, de qué forma se transforman al momento de enfrentar crisis económicas y la manera en que los roles cambian con el fin de asegurar la sobrevivencia.

El tianguis de Polanco se considera el segundo más grande dentro de la ciudad de Guadalajara por lo que este proyecto se basará en sus integrantes y se recopilará información cualitativa por medio de entrevistas estructuradas, que ayuden a entender de qué forma las personas obtienen un espacio para vender sus productos, es decir, qué pasos siguieron, los documentos requeridos y el por qué decidieron ingresar y vender la mercancía que venden.

El Objetivo de esta investigación es analizar de qué forma las redes familiares influyen en el ingreso y permanencia de las personas en el comercio informal, abocándonos específicamente en el tianguis de Polanco de Guadalajara Jalisco. Dentro de los objetivos específicos se encuentran.

¹ Profesor-investigador del Departamento de Estudios Regionales INESER de la Universidad de Guadalajara. Periférico norte 799, Módulo M, 2 do nivel. Núcleo los Belenes, cp. 45100, Zapopan, Jalisco. macotaya@gmail.com tel-fax 01(33) 3770 3404; 3770 3300 ext 25253.

² Estudiante de Maestría en Administración de la Universidad de Guadalajara. Pertenece al Padrón Conacyt.

- Analizar de qué manera la familia ayuda a obtener un espacio comercial dentro del tianguis.
- Analizar de qué forma las redes familiares influyen en la elección de los artículos a comercializar.

Las preguntas a las que se les dará respuesta son.

- ¿De qué manera la familia fomenta el ser tianguista?
- ¿de qué manera las redes familiares facilitan u obstaculizan el ingreso (obtención de espacios comerciales) en el tianguis de Polanco?

ANÁLISIS DE LAS REDES FAMILIARES

Se entiende como una red de apoyo social a la forma en que un miembro percibe su entorno social organizado, para recibir esta ayuda en situaciones de crisis, la escala de calidad de red de Nava se refiere a la percepción de ayuda emocional, instrumental y de comunicación accesibles a la familia a través de lazos o redes sociales conformadas por *personas* (Medellín, Rivera, López, Kanán, & Rodríguez-Orozco, 2012).

En México, como en la mayoría de Latinoamérica la familia es la columna vertebral de la sociedad. Desde época de los Mazahuas el trabajo familiar con la participación de todos sus miembros, incluso los más pequeños y a las personas de edad avanzada ha formado parte de las actividades de subsistencia.

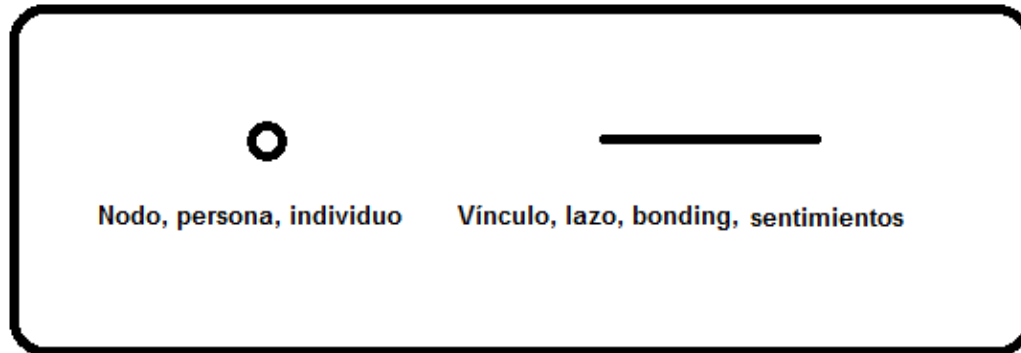
1.1 ¿Qué es una red?

Sociológicamente, las personas tienden a interactuar, formando asociaciones que comparten intereses, afinidades personales o realizando actividades colectivas, sin embargo la decisión particular de pertenecer o estar afiliado a cierto grupo determina su propia individualidad (Breiger, 1974).

Una red, es un sistema en el cual los individuos mediante sus relaciones permiten la circulación de bienes o servicios, a dichos intercambios se le conocen como vínculos de una red (Bertrand, 1999). Entre los factores que regulan la intensidad de los intercambios se encuentran la distancia social, distancia física, la distancia económica y la distancia psicológica, también se clasifica las redes de forma egocéntrica, la cual centra las relaciones en un individuo en particular, es decir las personas con quien el ego intercambia bienes y servicios y de forma exocéntrica la cual se centra en función de las metas comunes de un grupo de individuos basados en la cooperación y reciprocidad (Lomnitz, 1975).

Por su parte Lozares, López, Miquel, Martí y Molina, (2011), llaman a los lazos *bonding*, el cual, a su vez dicta la densidad que la red presenta, dicha densidad, está determinada por la profundidad de los sentimientos que cada uno de los miembros tengan entre sí, es decir, permite hablar de la intensidad de la cohesión social para brindar o recibir apoyo. En la figura 1.1 se ilustran los componentes de una red.

Figura 1.1 Componentes de una red



Fuente: elaboración propia basada en la literatura consultada.

Existen diferentes redes y las personas pueden pertenecer a más de una, del mismo modo el rol que jueguen en cada una de ellas será distinto. Citando a Lucía Bazán en su trabajo de 1999 “en las ciudades difícilmente se encuentran grupos organizados y las relaciones se establecen a través de redes, que pueden ser más o menos unidas dependiendo de diversos elementos” (Bazán, 1999:31).

Dentro de estos elementos se pueden considerar, la familia, el trabajo, la colonia en donde se vive, clubes deportivos entre otras cosas, que, de las aportaciones que se pueden dar, se considera que todas estas actividades en que una persona se encuentra inmiscuida va proporcionándole diferentes tipos de relaciones que se convierten en redes.

Se dice que una red es cerrada cuando los lazos (bonds) entre las personas que la conforman son muy estrechos, y en consecuencia cualquier comportamiento –de los integrantes- es conocido por todos los miembros, por lo que el cometer alguna falta incurre en tener una mala reputación dentro del grupo.

Las redes son una forma en que los individuos pueden hacer frente a las dificultades, por lo que podría ser una extensión de su persona. Uno de los objetivos de esta investigación es analizar la forma en que cada uno de los componentes (nodos) de la red interactúan entre sí y cómo dicho comportamiento contribuye al comercio informal (tianguis).

1.2 La familia

Dado los diversos cambios socioculturales que se han experimentado en México así como en el resto de los países, las familias han sufrido variaciones con el fin de amortiguar el impacto de los cambios presentados, dentro de estas variaciones se pueden recalcar, la flexibilidad y capacidad de respuesta para hacer frente a las crisis económicas, siendo el desempleo la que tiene más presencia (Rivera, 2006).

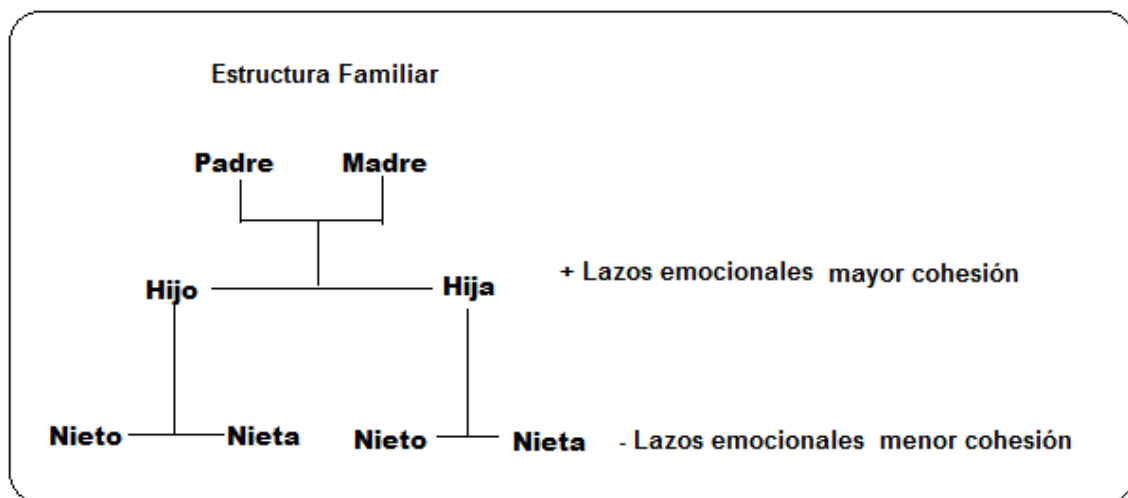
Dentro de los conceptos sobre la familia, se señala que la familia es el contexto en el cual las personas crecen y reciben apoyo, la estructura familiar consiste de las formas de interacción que se construyen a lo largo de la vida (Medellín, Rivera, López, Kanán y Rodríguez-Orozco, 2012). En palabras de Román-Reyes, Padrón-Innamorato, y Ramírez-García, 2012 en su artículo de *trabajo y familia*, donde investiga la división familiar del trabajo entiende a la familia como la unidad que regula y distribuye el trabajo y las actividades domésticas (Román-Reyes, Padrón-Innamorato, y Ramírez-García, 2012).

Las familias presentan diferentes características en su composición y la forma de organización, así también, en el grado de integración entre cada uno de sus miembros Olson, Rusell y Sprenkle (1989) clasifican a las familias de acuerdo con el grado de cohesión de la siguiente manera:

- Aglutinada: presencia de un apego excesivo, existencia de mucha proximidad entre sus miembros. Cohesión alta;
- Conectada: proximidad a nivel alto o moderado entre los miembros de la familia. Cohesión moderada o alta;
- Separada: nivel de proximidad moderado o bajo entre los integrantes de la familia, la cohesión se clasifica en moderada o baja;
- Desligada: significa que existe una escasa proximidad, pudiéndose traducir como desapego entre los miembros de la familia. Cohesión muy baja o nula.

Las formas en que las familias provean sus ingresos varían en función a la composición y organización de los hogares, los roles de cada uno de sus integrantes (quienes y de qué forma están repartidas las tareas), entre otros factores que ayudan a entender los cambios en la generación y distribución del ingreso así como su desigualdad (Rubalcava, 2001).

Figura 1.2 La estructura familiar y cohesión



Fuente: elaboración propia en base a la bibliografía consultada.

En la figura 1.2 se ejemplifica, partiendo de los padres (padre y madre) hay mayor cohesión entre sus hijos que con los nietos, debido a los sentimientos de afecto entre ellos.

1.3 Redes familiares y negocio

Si se ve a la familia como una unidad económica, es necesaria la presencia de la división de tareas que logre la consecución de los objetivos comunes que en su principal caso es la sobrevivencia, y satisfacción de las necesidades básicas como la alimentación, vivienda, calzado entre otros. Una de las características más presentes en la división de las actividades es la reciprocidad y dependencia entre los miembros de la familia (Román-Reyes, Padrón-Innamorato, y Ramírez-García, 2012).

La fuerza de los vínculos duales ha sido de gran importancia en los estudios sociológicos debido a la fuerza que se logra al unir esfuerzos micro para convertirse en macro por lo que la interacción a pequeña escala resulta de gran impacto.

La fuerza de los vínculos que unen a un grupo de personas determina el flujo de información al que se tiene acceso, la facilidad de la consecución de metas particulares o comunes, la movilidad que se puede tener entre otros beneficios alcanzables.

Granovette (1973) en su teoría la fuerza de los lazos débiles promulga que la fuerza de los vínculos, los cuáles están condicionados por el tiempo compartido, la intimidad, el grado de confianza,

la reciprocidad entre los miembros de la red y la intensidad emocional, determinan la ayuda que las personas pueden recibir por parte de los miembros de la red.

Por cada persona hay una red, y en dicha red familiar, hay diferentes miembros por lo que el vínculo entre ellos varía de uno con otro, argumenta que los vínculos pueden ser fuertes, intermedios o débiles y mientras más fuerte es el vínculo el compromiso es a más largo plazo, sin embargo mientras más cercano un individuo sea a más miembros de la red, éste deberá de compartir dicho tiempo con cada uno de ellos y hay que recordar que la fuerza del vínculo está en función del tiempo gastado entre ellos.

Homan refuerza la teoría de Granovette y afirma que, mientras más frecuente sea la interacción de una persona con otra, el sentimiento de amistad entre ellos es más propenso de ser profundo (Homan, 1950 citado en Granovetter, 1973).

Los vínculos fuertes aparecen con mayor frecuencia dentro de grupos pequeños y bien definidos, por su parte los vínculos débiles aparecen como conexiones entre grupos (Granovetter, 1973). Ambos concluyen que los lazos fuertes sólo son potencialmente fuertes cuando una meta es cien por ciento común o ésta se crea entre todos.

Por lo tanto, consideran que los lazos débiles son canales de comunicación para públicos diversos y los lazos débiles lo son para públicos específicos. El balance que se pueda tener en estos dos tipos de vínculos o lazos en una organización que se basa en una red es de índole ilustrativo, mientras que estos mismos vínculos muestran el carácter de las relaciones en un grupo.

“Los vínculos fuertes de alguien forman una red densa y los débiles una menos densa” (Granovetter, 1982: 10 traducción libre). Existe una disyuntiva entre la forma en que estas redes deben ser consideradas dependiendo del papel que el ego juegue.

II TIANGUIS EN MÉXICO

Desde la época prehispánica los tianguis (del Náuatl Tianquistli) se han visto como los mercados siendo los principales centros comerciales. En México como en varios países los tianguis han ido evolucionando en forma y contexto social, se realizan en días específicos y aunque en tiempo pasado los productos más comunes eran artículos de primera necesidad, en la actualidad existen tianguis especializados y su ubicación ya no solamente son plazas, si no calles de las ciudades.

Los tianguis se encuentran regulados por medio de los ayuntamientos de cada uno de los municipios en donde toman lugar, sin embargo la ocupación no sólo de las calles las cuales se han destinado a la instalación de los puestos si no también inclusive de las calles aledañas se ha tornado en el bloqueo para el paso de las personas y de los automóviles impidiendo el libre tránsito y poniendo en peligro la circulación peatonal.

2.1 Antecedentes

Nueva Galicia.

El comercio ha existido desde los primeros años del hombre como medio de sobrevivencia, en la historia de México; es Tlatelolco la primera zona comercial registrada, de hecho, según registros históricos el mercado de Tenochtitlán fue trasladado a Tlatelolco; originando así el mercado más grande e importante de su época (ver foto 1).

El intercambio o trueque se realizaba mediado por 12 jueces quienes cuidaban que las reglas comerciales se siguieran, así también se contaba con tribunales específicos para aclarar asuntos relacionados con el comercio. Se usaba el cacao como dinero ya que en ese entonces esta semilla era una de las más valiosas. A su llegada, los españoles descubrieron esta zona comercial, la cual describieron como se muestra en esta narración de Hernán Cortés. (Aguirre,2010

www.mexicomaxico.org) “Finalmente, que en los dichos mercados se venden todas cuantas cosas se hallan en toda la tierra, que demás de las que he dicho son tantas y de tantas calidades, que por la prolijidad y por no me ocurrir tantas a la memoria, y aun por no saber poner los nombres, no las expreso. Cada género de mercadería se vende en su calle, sin que entremetan otra mercadería ninguna, y en esto tienen mucha orden”



Foto 1. Tianguis

Fuente: sección de la maqueta del mercado de Tlatelolco del Museo Nacional de Antropología

2.2 Situación actual de los tianguis en México

En Jalisco como en el resto del país, es muy común la existencia de tianguis. Se estima que tanto en la zona metropolitana de Guadalajara (que es el municipio en donde se localiza el objeto de investigación), existen 164 tianguis registrados ante el municipio, pagando su correspondiente cuota por uso de suelo, cada tianguis cuenta con un número determinado de puestos comerciales registrados, sin embargo, se ha identificado que este número ha aumentado sin notificarlo a las autoridades, este tipo de locales comerciales, se les denomina “tolerados”, según información recibida del departamento de tianguis por David Lepe de León, jefe del área de atención ciudadana.

Las autoridades han encontrado que los “tolerados” se han ubicado en los tianguis desde hace tiempo y encuentran difícil esta situación ya que al momento de permitirles que ejerzan sus actividades se les ha dotado de derechos, por lo cual, se trabaja en regularizarlos. En Guadalajara se desconoce la cifra total de comerciantes sin registro, mientras que en Zapopan, se estima que hay alrededor de 6 mil fuera de toda norma.

Los tianguis han formado parte de la cultura mexicana desde tiempos remotos, en la actualidad más que un espacio de intercambio de mercancía se ha vuelto una oportunidad de sobrevivencia en donde las personas se valen de todas las opciones que encuentran para poder subsistir por medio del comercio, en este trabajo de investigación se analizarán a las familias que trabajan dentro de los tianguis y de cómo estas se extienden facilitando el ingresos a sus miembros para obtener un espacio, compartiendo experiencias, el contacto con los proveedores y dotándolos de información para la realización de las actividades.

Dentro del comercio informal, tanto las personas de edad avanzada y niños-adolescentes, que no tienen acceso a trabajo dentro del comercio formal - ya que la ley impide o regula estrictamente las

condiciones laborales y delimita la edad mínima o máxima de un trabajador-, encuentran un espacio donde laborar y recibir una remuneración por el trabajo desempeñado, no importando la calidad del ambiente laboral ni las prestaciones legales; las cuales son suprimidas o nulas en su mayoría.

“La división internacional del trabajo dada por el dominio del capital sobre el trabajo en la etapa monopólica del capital a nivel internacional, el cual deja de lado a volúmenes importantes de trabajadores que no son absorbidos por las empresas” (Predrero- Nieto, 2009:119).

Los tianguis son una fuente importante del autoempleo, el tener algo que vender en varios casos no importando la procedencia ni legalidad de las mercancías es la determinante en varias personas entre el tener que comer o quedarse con hambre. Sin embargo esta problemática obedece a patrones económicos y sociales diversos, según Williams (2003: 2). “La actividad responde principalmente a las crisis económicas por falta de alternativas de trabajo en las empresas formalmente constituidas o en el sector Gobierno, razón por la cual la calle ofrece una alternativa de trabajo.”

En la obra de Lucía Bazán de 1999, proporciona un claro ejemplo, su investigación se centra en la forma en que las personas sin empleo (despedidas por el cierre de la refinera 18 de marzo) tuvieron que sobrevivir y las formas de autoemplearse prestando sus servicios o con la venta de diferentes artículos.

Otra de las causas identificadas que generalmente fomenta el comercio informal (tianguis) es que algunas personas obtienen más ingresos con la venta de sus mercancías que trabajando con un particular, alegando que con los impuestos que se les descuenta “no les ajusta”, u optan por no darse de alta ante hacienda y formalizar su negocio, esto se pone de manifiesto con Michael Parkin (2004:44) “Gravar con impuestos el ingreso que las personas obtienen de sus empleos provoca que éstas trabajen menos.”

De los puestos que se encuentran establecidos dentro de los tianguis que existen dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara, no todos cuentan con el registro ante el municipio; el establecimiento de esto puestos (sin registrar) se da en la mayoría con el conocimiento de los locatarios que conforman el tianguis, las personas ven como “apoyo” a sus compañeros el permitirles establecerse sin pagar la cuota correspondiente que el Estado establece.

“Queda por determinarse si los negocios informales son simples mecanismos de subsistencia o constituyen una vía para superarse” (Márquez, 2002: 610).

III METODOLOGÍA Y DATOS PRELIMINARES

El objetivo de este capítulo, es explicar la forma adoptada de trabajo así como la estructura que conforma la base de la investigación y la consideración más importante, el sustentar el porqué de las decisiones tomadas con una breve explicación de cada uno de ellos.

El tema a tratar en este trabajo de investigación está enfocado a las redes familiares y a la influencia que ejercen dentro del comercio informal, por lo que resalta el corte social, “las cosas sociales sólo son realizadas por los hombres; son un producto de la actividad humana” (Durkheim, 1986:57). Se estudia la conducta de individuo ya sea de forma particular y en sociedad, de qué forma interactúa, influye y se deja influir por los demás.

3.1 Estudio de caso

Según Yin; los casos de estudios son una forma viable de investigar un fenómeno cuando se quiere explicar de forma contextual el ámbito en que se desarrolla el objeto en cuestión (Yin, 2003). Mientras tanto Zaidah Zainal en su trabajo de 2007, afirma que en la mayoría de los casos de estudio se selecciona a un área geográfica pequeña con un limitado grupo de individuos como objeto de investigación, así pues, siguiendo estas palabras, el tianguis de Polanco es por lo tanto el área

geográfica seleccionada y los integrantes del tianguis así como sus redes familiares el grupo de individuos o actores principales dentro de este trabajo.

Otra de las razones importantes por la cual el estudio de caso es una buena opción es la afirmación de Cota en donde menciona que en ocasiones los datos numéricos pueden no proporcionar información que explique el comportamiento de cierto acontecimiento a profundidad, por esta razón es importante la entrevista a profundidad, la observación directa y otras herramientas que pudieran ayudar a interpretar el fenómeno tratado (Cota, 2009:34).

Así mismo, está de acuerdo Little en su publicación de 1991 *Varieties of social explanation*, en donde comenta que el estudio de caso como método de investigación examina la historia del evento o fenómeno a detalle con la finalidad de llegar a una hipótesis explicativa acerca de su curso, del mismo modo indica que la meta de los investigadores es descubrir las circunstancias causales relevantes en la historia del evento en cuestión, es decir, las circunstancias que tienen efectos creíbles en su ocurrencia en cuanto a tiempo o carácter del evento.

Así pues, se toma en cuenta en ambiente en donde se desarrolla el tianguis y se considera que un caso de estudio es la forma que mejor puede representar la realidad tal como lo dice Cota Yáñez; así también Little (1991) argumenta que la principal dificultad de este tipo de problema es que se está trabajando con una serie de eventos que anteceden a otros nuevos a lo largo de la historia, es por eso que se hace una entrevista a las personas que viven en la colonia de Polanco, para recabar información acerca de la historia tanto de la colonia como del tianguis es por eso que se cita a su vez a Tellis, 1997, en su trabajo introductorio afirma que el caso de estudio es hecho en una forma que incorpora el punto de vista de los actores que están bajo estudio.

Ya que la herramienta principal para recabar datos es la entrevista a profundidad se cita nuevamente a Tellis (1997) en su enunciado acerca de que los investigadores son llamados a trabajar con las situaciones que se le presentan en cada caso, esto sustenta el hecho de que se entrevistaron únicamente a las personas que aceptaron compartir información, así también el cuestionario fue diseñado para que con las preguntas se puedan abrir puertas a futuros análisis concernientes al mismo del objeto de estudio (Zaidah, 2007).

3.2 Herramientas

Según Yin el caso de estudio tiene dos formas importantes de recabar evidencias o información, la primera es la observación directa del objeto de estudio y la segunda es entrevistar a las personas que intervienen en el evento en cuestión.

Partiendo de lo anterior como primer paso en el trabajo de campo de esta investigación, se realizó la visita al tianguis en un día normal de trabajo, La observación directa fue de mucha utilidad ya que permitió conocer de qué forma están organizados los espacios comerciales, la instalación e infraestructura de cada uno de ellos, de qué forma distribuyen sus productos para la exhibición ante los clientes y sobre todo las relaciones que hay entre las personas que trabajan en diferentes puestos, así las relaciones de entre personas que laboran en el mismo espacio, es decir que comparten el mismo puesto, generalmente en la mayoría de los casos se trata de familiares ayudándose en la administración y atención a los clientes.

El escuchar conversaciones entre ellos, dio una idea la familiaridad que tienen entre sí, refleja los lazos que han forjado a lo largo del tiempo que han estado laborando juntos. Las observaciones no sólo se concentraron en las personas al momento de interactuar entre ellos, sino también al momento de que se les solicitó su cooperación para las entrevistas y la reacción que tuvieron las demás personas pertenecientes al mismo local de trabajo, así como a los vecinos del local.

Para el segundo acercamiento se usaron la entrevista semiestructurada y cuestionarios, se contó con el apoyo de locatarios escogidos al azar que accedieron a ser entrevistados. En primer lugar se escogieron a cinco personas, las cuales comercializan diferentes productos y que no necesariamente son

dueños de los espacios, posteriormente se realizaron las entrevistas con tres personas que comercializan ropa de “paca” y son dueños de varios espacios comerciales.

Por lo que las entrevistas se desarrollaron de la siguiente forma:

Cinco locatarios los cuales comercializan, ropa y tatuajes de henna, joyería de plata, ropa de infantil, ropa para dama y cosméticos, a los cuales se les realizó una entrevista que consiste en 29 preguntas, las cuales se dividen en seis bloques, los cuales son:

- datos generales;
- datos de negocio;
- datos familiares;
- datos sociales;
- accesibilidad;
- apoyos sociales y de Gobierno.

IV RESULTADOS PRELIMINARES

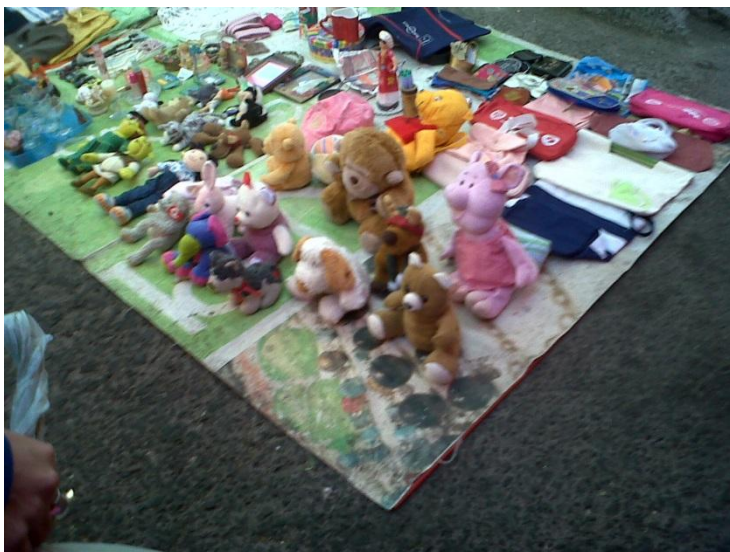
En este capítulo se explicará la forma en que los datos fueron recopilados, la interacción tenida con las personas del tianguis, las impresiones recolectadas.

4.1 Primer acercamiento

Se visitó el tianguis de Polanco para tener un panorama más detallado de cómo es la dinámica (relación) de las personas laborando en un día normal de trabajo.

Se trasladó a la Colonia Polanco, caminando sobre la calle Longinos Cadena que es la calle principal y sobre la cual se ubica el tianguis. Los comerciantes empiezan a aparecer con sus “tendales” a la altura de Rafael Nájera, es decir las primeras dos cuadras están libres de comerciantes. Estos primeros espacios son aproximadamente de un metro cuadrado y se conforman de personas mayores con muy escasa mercancía la cual se puede apreciar que es vieja y no se especializan en un solo producto, en su mayoría no cuenta con un “stand” solo son plásticos o lonas sobre los cuales esparcen sus productos (ver foto 2)

Foto 2. Primeros locales comerciales del tianguis



Ejemplo de los puestos que se establecen en la primera cuadra de donde empieza el tianguis, local sin estructura y la mayoría en el suelo.

Fuente: Foto Georgina Sato Guadalajara, Jalisco, 30 de enero de 2013.

A partir de la calle José Carrillo los puestos conformados por mesas y techos empiezan a aparecer, estos establecimientos aparentan tener mayor estructura, las personas comercializan un solo producto o varios productos pero de una misma rama, ejemplos, ropa para mujer, ropa para bebés, CD's musicales y películas, playeras para hombres y mujeres exclusivamente de rock (o estilos bien definidos), etc (ver foto 3).

Fotografía 3. Puestos más estructurados dentro del tianguis



Conforme se avanza dentro del tianguis, los puestos tienden a tener más estructura en cuanto al tipo de productos que venden.

Fuente: Foto Georgina Sato Guadalajara, Jalisco, 30 de enero de 2013.

Se interactuó con los comerciantes preguntando precios, y conversando de forma ligera para romper el hielo y lograr una familiaridad, con el fin de facilitar su apoyo al momento de las entrevistas.

En esta etapa se pudo detectar que entre ellos existe una relación muy fuerte pues al momento de la hora de comida, entre ellos se comparten los alimentos que compran o que llevan desde su casa. Así también hay una vívida conversación entre los propietarios de puestos vecinos ya sea de temas sin importancia como telenovelas, el hablar sobre la apariencia de los transeúntes o temas más personales.

Se tomaron fotografías, para la toma de las mismas se recurrió al señor Alejandro Paredes quien es propietario de una tienda de abarrotes que ha estado sobre la calle Longinos Cadena (calle principal de la colonia y sobre la cual se establece el tianguis) por más de quince años. El señor Paredes permitió tomar fotos desde su azotea, logrando así tener una vista desde arriba de cómo luce la calle (ver foto 4).

Fotografía 4. Vista desde arriba del tianguis



Fotografía tomada desde una azotea, que muestra la forma en que los puestos se establecen en toda la calle, como se puede apreciar los techos están muy cerca de los cables de luz.

Fuente: Foto Georgina Sato Guadalajara, Jalisco, 6 de febrero de 2013.

Posteriormente se realizó una visita al momento de que el tianguis finaliza el día de jornada, recogen la mercadería y se trasladan a sus domicilios, nuevamente se tomaron fotografías de las personas desmontando sus “tiendas” y de cómo quedan las calles al momento de que los tianguistas dejan la colonia (ver foto 5).

Fotografía 5. Tianguis en proceso de levantamiento



Se puede apreciar de que forma la calle está quedando libre de comerciantes pero no de basura.

Fuente: Foto Georgina Sato Guadalajara, Jalisco, 30 de enero de 2013.

Fotografía 6. Residuos de los tianguis



Mientras los comerciantes levantan sus puestos, personas de la tercera edad recogen lo que se queda y ellos pueden aprovechar.

Fuente: Foto Georgina Sato Guadalajara, Jalisco, 30 de enero de 2013.

Fotografía 7. Calle Longinos cadena cuando el tianguis se ha retirado



Fotografía que ilustra la calle principal del tianguis cuando los comerciantes se han retirado, se espera que personal del Ayuntamiento limpie los residuos dejados.

Fuente: Foto Georgina Sato Guadalajara, Jalisco, 30 de enero de 2013.

Se conversó con la señora Rosa quien ha vendido elotes todas las tardes desde hace más de veinte años, y comentó que “empiezan a recoger alrededor de las cuatro de la tarde, pa las cinco ya casi todo está arriba, a las seis solo queda basura porque a esa hora pasan los del municipio barriendo la calle, echándola toda para adentro y después pasa la barredora recogiendo todo lo que los que barren aventaron para adentro, pero no se crea aun así queda sucio.”

Dentro de los acercamientos y visitas realizadas al tianguis se pudo observar que las personas dueñas de las casas en los días en que se establecen los comerciantes exhiben mercancías que en días normales (días en que el tianguis no se pone) no exhiben, lo que pone de manifiesto que a su vez, ellos aprovechan la afluencia de personas para tratar de vender sus productos.

En otro ejemplo, los comerciantes apoyan o amarran sus “stands” a los cancelos de los vecinos, lo que muestra la ayuda brindada entre ellos.

4.2 Redes familiares y tianguis

Se identificaron a seis personas que estuvieron dispuestas a proporcionar las entrevistas, las personas que aceptaron se describen en la tabla 5.1 en el cual se proporciona los nombres y los productos que comercializan.

Tabla 4.1 Personas entrevistadas y productos que comercializan

| Nombre | Productos que comercializa |
|-------------------|--|
| Nataly | Bisutería, pipas, tatuajes, ropa nueva |
| María Covarrubias | Joyería de plata |
| Ismael Reyes | Ropa de niños |
| Abram Rodríguez | Cosméticos |
| Octavio | Ropa usada |
| Luis | Ropa usada |

Fuente: elaboración propia basada en datos de la entrevista.

Uno de los objetivos de esta investigación es saber de qué forma las personas que trabajan en los tianguis se ven influenciadas por la familia para ingresar o permanecer en él. Por lo que la tabla 5.2 muestra el número de familiares que las personas entrevistadas tienen laborando en el tianguis.

Tabla 4.2 Número de familiares que las personas entrevistadas poseen y que laboran en el tianguis.

| Nombre del entrevistado | Número de familiares trabajando en los tianguis |
|-------------------------|---|
| Nataly | 4 |
| María Covarrubias | NA |
| Ismael Reyes | Toda la familia (hermanos con cónyuges) |
| Abram Rodríguez | Toda la familia (hermanos, primos) |
| Octavio | Toda la familia |
| Luis | 9 |

Fuente: elaboración propia basada en datos de la entrevista.

A excepción de María Covarrubias se puede observar que la todas las personas entrevistadas provienen de una familia que se dedica al comercio informal, en el caso de Nataly, quien es originaria de Tijuana comenta que sus abuelos poseen espacios comerciales en los cuales vendían ropa de paca (su abuela) y su abuelo utensilios de cocina; Nataly ha trabajado con ellos desde los quince años, (actualmente tiene diecinueve), por cuestiones familiares se trasladó a Guadalajara en donde ingresó al tianguis de Polanco.

Nataly vende bisutería, ropa nueva, tatuajes removibles con agua, pipas, entre otras cosas en un local que ella renta, su esposo también se trabaja en el mismo tianguis, el cual ofrece sus servicios de tatuaje permanente y perforaciones. La suegra de Nataly posee un carrito de comida y aguas frescas, café y pan. Por su parte su suegro también se establece en el tianguis sin embargo no mencionó los productos que él vende. Lo que da un total de cuatro espacios comerciales en el mismo tianguis.

Al igual que Nataly, Abraham Rodríguez, ha estado trabajando en los tianguis desde hace unos años, sin embargo también decidió vender diferentes productos a los elegidos por sus parientes.

Abraham comentó que su familia tiene puestos de verduras y que él decidió incursionar con los cosméticos y productos de belleza para mujeres, la razón que proporcionó es que quería hacer algo distinto a su familia.

Los familiares de Abraham tienen puestos en otros tianguis más no en el de Polanco, y desde chico ha estado ayudándoles por lo que es el único trabajo que ha desempeñado durante toda su vida.

Así como Nataly y Abraham comercializan diferentes tipos de productos que el resto de sus familiares, por su parte Ismael Reyes y su familia comercializan el mismo producto –ropa para niño y niña- lo cual queda plasmado con la parte de la entrevista que a continuación se presenta:

“... mi familia trabaja la misma ropa que yo trabajo, muy pocas veces hacemos el cambio de mercancía o si lo hacemos solamente lo hacemos en temporada como viene siendo navideñas”.

Una de las razones principales del porqué comercializan los mismos productos es que ya conocen como se “mueve” y la demanda del mismo, así también explicó que mientras él trabaja en el tianguis de Polanco sus familiares se establecen en otros, es decir no se hacen competencia entre ellos mismos.

La razón del porqué eligió Polanco aclaró que es por ser uno de los más grandes de la ciudad. El tiempo que Ismael tiene laborando en el tianguis es de dos años, ya que anteriormente trabajó en Estados Unidos.

Abraham es apoyado por su esposa, quien aparte de realizar los trabajos del hogar lo acompaña al tianguis a trabajar.

Otro ejemplo de las personas que comercializan el mismo producto que el resto de sus familias es Octavio, quien vende ropa usada “de paca”, por su parte su esposa no trabaja con él en el tianguis.

Toda su familia se dedica a vender ropa de paca y saben dónde comprarla por lo que fue mucho más fácil dedicarse a lo mismo.

Al igual que Abraham, Luis trabaja con ropa de paca y así también nueve miembros de su parentela entre primos y hermanos, dentro de su local es apoyado únicamente por un familiar, ha estado trabajando cinco años en los tianguis.

Por su parte Octavio quien también comercializa con ropa usada, ha estado trabajando en el tianguis por veinte años el cual ha sido su único empleo, el resto de su familia trabaja con ropa de paca, sin embargo mencionó otra razón por la cual eligió el producto y comentó que es por ser más económico.

La esposa de Octavio no trabaja en el tianguis, se dedica únicamente a las labores del hogar.

Por su parte María Covarrubias, quien se dedica a vender joyería de plata es la única de los entrevistados que no posee familiares dentro del tianguis, en la narración siguiente extraída de su entrevista se explica cómo fue su incursión en el tianguis.

“...primero fui empleada de una persona que trabajaba en el tianguis y... me gustó el comercio y empecé a comprar mercancía y después a apuntarme para que los delegados me dieran, me asignaran, me prestaran en sí un lugar para trabajar y conforme pasó el tiempo, llegó ayuntamiento y así fue cambiando todo hasta que me asignaron o compré mi lugar, porque este lo compré...”

Ha estado trabajando en el tianguis de Polanco desde hace veinticinco años, su esposo la ayuda de vez en cuando y sólo los domingos ya que trabaja.

De acuerdo con la información recabada en las entrevistas se presenta la tabla 5.3 en donde se ilustra la participación de los cónyuges en los locales del tianguis.

Tabla 4.3 Participación de los cónyuges en el tianguis.

| Nombre del entrevistado | ¿El cónyuge trabaja en el tianguis? |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Nataly | Si |
| María Covarrubias | A veces, los domingos |
| Ismael Reyes | Si |
| Abram Rodríguez | No |
| Octavio | No |
| Luis | No |

Fuente: elaboración propia basada en datos de la entrevista.

En el caso de Nataly su esposo trabaja en su propio puesto, no en el de ella. En la tabla 4.4 se ilustra los productos que las personas entrevistadas comercializan y los productos que sus familiares venden.

Tabla 4.4 Productos comercializados.

| Nombre | productos | productos que su familia comercializa |
|-------------------|----------------------------------|--|
| Nataly | Bisutería, pipas, tatuajes, ropa | servicio de perforaciones, tatuajes, comida y bebida |
| María Covarrubias | Joyería de plata | NA |
| Ismael Reyes | Ropa de niños | Ropa para niños |
| Abram Rodríguez | Cosméticos | Verduras |
| Octavio | Ropa usada | Ropa usada |
| Luis | Ropa usada | Ropa usada |

Fuente: elaboración propia basada en datos de la entrevista.

CONCLUSIONES

Hay que distinguir las dos clases de personas que ingresan a los tianguis, los individuos que entran por sí solos y las personas que cuentan con familiares dentro del tianguis que les ayudan a la obtención de un espacio donde laborar. Las razones de su ingreso pueden variar, ya sea que por alguna razón se ven orillados o por haber sido expulsados de sus trabajos formales, porque el dinero percibido en un trabajo remunerado no es suficiente o porque parte de su vida han estado ayudando a algún familiar en la administración del puesto y ya tienen experiencia o siguen una tradición familiar; en este caso de estudio se enfocará a las personas pertenecientes al tianguis que cuenten con familiares dentro de éste, poniendo principal interés en la forma en que los individuos hacen uso de las redes familiares para su ingreso y permanencia en el tianguis.

Los bancos como instituciones financieras no tienen programas destinados a las personas que trabajan dentro de los tianguis, sin embargo cuentan con préstamos a personas físicas con actividad empresarial y préstamos por nómina, siempre y cuando demuestren que han estado laborando cierta cantidad de tiempo (el cual varía dependiendo de cada institución) y presente estados financieros, tomando en cuenta las características fiscales y organizacionales que los comerciantes (tianguistas) presentan en la operación de sus actividades, éstos quedan excluidos para cualquiera de los créditos arriba mencionados.

Con los datos recabados de las entrevistas se puede apreciar que la familia tiene gran influencia en las decisiones de pertenecer (continuar) dentro del comercio informal, muchas veces vendiendo los mismos productos y otras adoptando un tipo diferente de mercancías.

De acuerdo con la teoría de Granovetter se puede apreciar que la mayoría de las personas entrevistadas están únicamente en contacto con los lazos fuertes que son los que son de gran ayuda para conseguir los espacios comerciales e información de los proveedores, en estos casos los lazos débiles no son frecuentes y una forma de ejemplificar es que todos ellos no consideran en algún punto dejar su trabajo actual para laborar en otro lugar (ingresar al trabajo formal).

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, M. (2010). El centro ceremonial y comercial de Tlatelolco evolución de la gran Tenochtitlan. Recuperado el 21 de marzo de 2012 de: <http://www.mexicomaxico.org/Tenoch/Tenoch3.htm>

Bazán, L. (1999). Cuando una puerta se cierra cientos se abren: casa y familia: los recursos de los desempleados de la refinería 18 de marzo. Antropología Ciesas. México.

Bertrand, M. (1999). De la familia a la red de sociabilidad. *Revista Mexicana de sociología*, instituto de investigaciones sociales. 61 (2), 47-80. Recuperado el 18 de marzo de 2013 de <http://web.rosario-conicet.gov.ar/ojs/index.php/RevPaginas/article/viewFile/175/205>

Breiger, R. (1974). The duality of persons and groups. *Social Forces*. 53 (2) 181-190.

Cota, B. (2009). Innovación tecnológica como estrategia competitiva: el caso de plásticos de occidente. Universidad de Guadalajara. México.

Cota, R. (2012). Reestructuración productiva y las redes en la industria de la confección: el caso de Zapotlanejo, Jalisco. Universidad de Guadalajara. México.

Durkheim, E. (1986). *Las reglas del método sociológico*. México: Fondo de cultura económica.

Granovetter, M. (1982). The Strength of Weak Ties. A network Theory Revisited. En Marsden, P.V. y Lin, N. (eds.), *Social Structure and Network Analysis*. Beverly Hills: Sage Publications, 105-130.

Little, D. (1991). *Varieties of social explanation, an introduction to the philosophy of social science*. United States of America: Westview Press Inc.

Lomnitz, L. (1975). "Cómo sobreviven los marginados" Siglo XXI Editores, México D.F., México.

Lozares, C., López, P., Miquel, J., Martí, J. y Molina, J. (2011). Cohesión, vinculación e integración sociales en el marco del capital social. *REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales*. 20(1), 1-28. Recuperado el 24 de abril de 2013 de: http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol20/vol20_1.pdf

Lozares, C., López, P., Miquel, J., Martí, J., Bolívar, M., Cruz, I. y Molina, J., (2011). El análisis de la cohesión, vinculación e integración sociales en las encuestas EgoNet. *REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales*. 20(4), 81-112. Recuperado el 30 de abril de 2013 de: http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol20/vol20_4.pdf

[Márquez, P., Gómez, H. \(2002\). Microempresas de barrio: ¿negocio o subsistencia? Revista Venezolana de Gerencia. 7\(020\), 607-622. Recuperado el 3 de abril de 2012 de: http://revistas.luz.edu.ve/index.php/rvg/article/view/857/813](http://revistas.luz.edu.ve/index.php/rvg/article/view/857/813)

Medellín, M., Rivera, M.E., López, J., Kanán, M.E. & Rodríguez-Orozco, A. (2012). Funcionamiento familiar y su relación con las redes de apoyo social en una muestra de Morelia, México. *Salud mental*, 35, 147-154. Recuperado el 2 de diciembre de 2012 de: redalyc.uaemex.mx/pdf/582/58223312008.pdf

Olson, D. (1999). Circumplex model of marital & family systems. *The Journal of family therapy* (1999) entitle *Empirical Approaches to family assesment*. Recuperado el 18 de marzo de 2013 de: <http://erurfamilies.uwagec.org/ERFLibrary/Readings/CircumplexModelOfMaritalAndFamilySystems.pdf>

Olson, D.H., Russell, C.S. & Sprenkle, D.H. (1989). *Circumplex Model: Systemic assessment and treatment of families*. New York: Haworth Press. Recuperado el 18 de marzo de 2013 de: <http://erurfamilies.uwagec.org/ERFLibrary/Readings/CircumplexModelOfMaritalAndFamilySystems.pdf>

Parkin, M. (2004). *Economía*. México: Pearson Addison Wesley

Pedrero-Nieto, M. (2009). Las condiciones de trabajo a principios del siglo XXI. Presencia de las mujeres en el sector informal. *Papeles de población*. 15(59). Recuperado el 23 de septiembre de 2012 de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11205904>

Rivera, J. (2006). Crisis y refuncionalización de las redes de reciprocidad familiares: el caso de sectores medios en la ciudad de México. *Economía, sociedad y territorio*. VI(21), 87-118. Recuperado el 3 de abril de 2013 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11162105>

Román-Reyes, P., Padrón-Innamorato, M. & Ramírez-García, T. (2012). Trabajo y familia: ¿cómo se articula esta frágil relación?. *Convergencia. Revista de ciencias sociales*. 19(60), 229-253. Recuperado el 2 de enero de 2013 de: redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10522923008

Rubalcava, R.M. (2001). Localidades y hogares en un mundo de propensiones, en seminario internacional: las diferentes expresiones de la vulnerabilidad social en América Latina y el Caribe. Chile:Cepal. Recuperado el 3 de enero de 2013 de: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/8283/rmrubalcava.pdf>

Tellis, W. (1997). Application of a case study methodology. *The qualitative report*. 3(3). Recuperado el 25 de enero de 2013 de: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR3-3/tellis2.html>.

Williams, M. (2003) serie economía urbana. Las características del comercio en vía pública en el Distrito Federal 1990-2000 y la problemática de su medición. Cuaderno de Cenvi. México: Centro de la vivienda y estudios urbanos A.C.

Yin, R. (2003). *Case study research: desing and methods*, Sage. Reino Unido.

Zaidah, Z. (2007). Case of study a research method. *Jurnal Kemanusiaan*. 9. Recuperado el 20 de febrero de 2013 de: eprints.utm.my/8221/1/ZZainal2007-Case_study_as_a_Research.pdf