



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE QUINTANA ROO

## DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y LENGUAS

“ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL AUTOEMPLEO DE LAS MUJERES EN EL  
TIANGUIS HELLEN KELLER EN LA CIUDAD DE CHETUMAL, QUINTANA ROO”

### Tesis

Para obtener el grado de  
Maestra en Antropología Aplicada

PRESENTA

Analy Esmeralda Cruz Cahuich

DIRECTORA DE LA TESIS

Dra. Ligia Aurora Sierra Sosa

CODIRECTORA

Dra. Martha Herminia Villalobos González



Chetumal, Quintana Roo, México, febrero de 2024



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE QUINTANA ROO

## DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y LENGUAS

**"ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL AUTOEMPLEO DE LAS MUJERES EN EL TIANGUIS  
HELLEN KELLER EN LA CIUDAD DE CHETUMAL, QUINTANA ROO"**

Presenta:

**Analy Esmeralda Cruz Cahuich**

Tesis para obtener el grado de Maestra en Antropología Aplicada  
COMITÉ DE SUPERVISIÓN DE TESIS

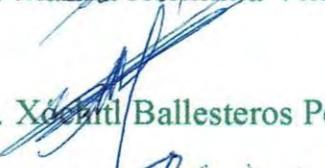
Directora:

  
Dra. Ligia Aurora Sierra Sosa

Codirectora:

  
Dra. Martha Herminia Villalobos González

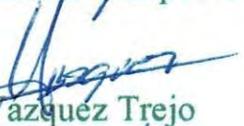
Asesora:

  
Dra. Xóchitl Ballesteros Pérez

Asesora:

  
Dra. Bonnie Lucía Campos Camara

Suplente:

  
Dra. Adela Vázquez Trejo

Suplente

  
Dra. Maribel Lozano Cortés



Chetumal, Quintana Roo, México, febrero de 2024

## Agradecimientos

Al final de este camino de formación académica que ha representado para mí, no solo un crecimiento profesional sino que ha contribuido a la construcción personal en muchos de los aspectos de mi vida, es para mí un orgullo extender mis agradecimientos al Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías por el financiamiento otorgado durante mis estudios de posgrado, a la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo, a la División de Humanidades y lenguas dentro del cual se encuentra la Maestría en Antropología Aplicada y que me enseñó a ver las cosas de manera diferente, a los profesores por el conocimiento transmitido dentro y fuera del aula.

Agradezco encarecidamente a mi directora de tesis la Dra. Ligia Sierra y a mi codirectora la Dra. Martha Villalobos por su constante guía, siempre con dedicación, paciencia y soporte en la construcción de esta investigación.

A mis lectoras la Dra. Xóchitl Ballesteros Pérez y la Dra. Bonnie Campos Cámara por su tiempo, comentarios, aportaciones y atinadas sugerencias que complementaron en gran medida mi trabajo.

Agradezco a toda la comunidad del tianguis Hellen Keller que desde el principio me recibió con amabilidad, gracias por darse el tiempo de responder ampliamente a mis dudas, pero sobre todo gracias por compartirme su cotidianidad y sus vivencias, sin ustedes este trabajo no sería posible.

A don Roger Leal por generar los vínculos con la comunidad y acompañarme en mi trabajo de campo, pero sobre todo por su disposición a participar en actividades dentro y fuera del tianguis siempre buscando ayudar a la comunidad.

## Dedicatoria

Este, como todos los esfuerzos de mi vida, te lo dedico a ti señor. Gracias Dios por darme la fuerza, valor, sabiduría y dicha de llegar a este momento, gracias por acompañarme, bendecirme y guiarme cada día, por no soltarme nunca y demostrarme que tus planes siempre son mejores que los míos.

Todos los logros de mi vida son resultado del entorno que me acompaña e impulsa cada día con amor, por eso mis éxitos son dedicados a quienes fomentan mi crecimiento constante con solo existir, quienes son parteaguas en cada una de mis decisiones y que por eso se los dedico.

Al amor de mi vida, mi mayor motivación, mi fortaleza, mi hija Fernanda, porque tú eres la razón de querer ser mejor cada día y convertirme en un ejemplo para ti, te amo con todas las fuerzas de mi ser.

A mi amado esposo Jesús Escamilla por ser el soporte en mis días difíciles, tu paciencia y amor incondicional me hicieron ver todo menos complicado.

A las dos mujeres de mi vida, Nidia y Felipa, por ser mi ejemplo de fortaleza, perseverancia y amor, ustedes son mi lugar seguro, las amo con todo mi corazón.

En memoria de mis padres José y Ricardo que desde el cielo me iluminan para seguir adelante, los llevo siempre en mi corazón.

A Zuemy porque la vida nos hizo familia, pero el corazón nos hace hermanas, gracias por enseñarme a creer en mí, motivarme, guiarme, tenerme paciencia, pero sobre todo por ese apoyo incondicional con el que siempre cuento.

A mis amigas Abril, Carolina, Regina, Verónica y Yunet por las risas, experiencias y momentos vividos que atesorare en mi corazón para siempre.

A mi suegro Fernando a quien quiero y admiro por su fortaleza, por su apoyo y tiempo dedicado.

Con cariño para cada persona que me apoyo a cumplir esta meta en mi vida, sus contribuciones me hicieron llegar hasta aquí, gracias.

## ÍNDICE

1. Capítulo I Marco Teórico: Precariedad, Trabajo y Mujeres .....	7
1.1. Una mirada sobre la precariedad social en México .....	7
1.2. Impacto laboral y de ingresos por el COVID-19.....	9
1.3. Las mujeres y sus condiciones socioeconómicas .....	11
1.4. La precariedad laboral y el desempleo en Quintana Roo .....	12
1.5. Notas sobre la desigualdad social y las oportunidades laborales en Chetumal .....	14
1.5.1. Las condiciones de informalidad y género en Chetumal .....	16
2. Capítulo II Marco Contextual de los Tianguis .....	19
2.1. Origen y estrategias comerciales a través de los tianguis.....	20
2.1.1. Una breve historia de los tianguis .....	21
2.1.2. El contexto de los tianguis en espacios urbanos .....	23
2.1.3. Las formas de inserción e interacción social en los tianguis y las relaciones de poder	27
2.1.4. Roles de género y formas de inserción laboral de las mujeres.....	31
3. Capítulo III El Tianguis Hellen Keller de la Ciudad de Chetumal .....	36
3.1. Breve etnografía del tianguis Hellen Keller .....	36
3.2. Ganancias y vida en el tianguis .....	38
3.2.1. Productos comercializados.....	45
3.2.2. Inversión para el comercio en el tianguis.....	48

4. Capítulo IV Organización, Gestión y Convivencia en el Tianguis Hellen Keller de la Ciudad de Chetumal.....	51
4.1. Servicios y espacios para el trabajo en el Tianguis .....	51
4.1.1. La infraestructura del tianguis.....	55
4.2. Pandemia y sobrevivir .....	57
4.3. Convivencia y acuerdos para estar en el tianguis .....	58
4.3.1. El comité en el tianguis .....	59
4.3.2. El respeto a los acuerdos .....	61
4.3.3. La convivencia en el tianguis .....	62
4.4. Proyecto de intervención “Capacitación en el uso y manejo de plataformas digitales para las mujeres del tianguis “Hellen Keller” .....	63
4.4.1. Descripción del proyecto.....	64
4.4.2. Diagnostico.....	65
4.4.3. Temporalidad y presupuestos.....	66
4.4.4. Origen metodológico del proyecto.....	68
Conclusiones .....	69
8. Anexos.....	72
9. Citas y Referencias.....	82

## INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 .....	17
Ilustración 3 .....	47
Ilustración 4 .....	55
Ilustración 5 .....	56
Ilustración 6 .....	57
Ilustración 7 .....	60
Ilustración 8 .....	68
Ilustración 9 .....	69

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	13
Tabla 2.....	46
Tabla 3.....	54
Tabla 4.....	64
Tabla 5.....	66
Tabla 6.....	67

## Resumen

En el presente texto se expone la problemática que atraviesan las mujeres comerciantes del tianguis Hellen Keller, insertadas en actividades comerciales de emprendimiento que muchas veces no se encuentra regulada gubernamentalmente. Estos contextos parten de las condiciones estructurales derivadas del género, pues como se presenta en la investigación las condiciones de desempleo las hacen más vulnerables, esto se deja ver con más énfasis en escenarios como el de la pandemia COVID-19. El tianguis se presenta como una alternativa de trabajo para las mujeres pues no logran insertarse en trabajos seguros y bien remunerados, o bien, los roles de maternidad que les toca llevar las condicionan al cuidado de sus hijos. Mediante una metodología cualitativa, se realiza una investigación documental, hemerográfica y de trabajo de campo se ha logrado el acercamiento con esta población de mujeres comerciantes del tianguis Hellen Keller con las que se ha aplicado un Marco Lógico para la construcción de un instrumento que les ayude a mejorar las condiciones de su problemática. Cabe resaltar que uno de los resultados más valiosos de la investigación es la etnográfica estructurada con los datos de campo y vivencias de las mujeres que aporta un contexto más cercano de las condiciones en las que viven.

**Palabras clave:** Tianguis, mujeres, emprendimiento, estrategias, autoempleo.

## Introducción

El presente proyecto de investigación gira en torno a los contextos socioterritoriales y sus procesos de inserción, comercialización y permanencia de las mujeres en los espacios de tianguis, específicamente en el tianguis llamado “Hellen Keller” instalado los días, viernes, sábado y domingo de cada semana, en donde una gran población de vendedores, en su mayoría mujeres establecen sus comercios ambulantes para vender diferentes tipos de mercancía obtenida mediante diferentes procesos.

La problemática parte de las condiciones socioeconómicas a las que se enfrentan las mujeres que las posiciona en contextos de vulnerabilidad, pues sus condiciones de género, educación y en una parte de la población su ejercicio de la maternidad hace que el emprendimiento de ventas en el tianguis Hellen Keller se convierta en una opción para la subsistencia y el mantenimiento económico de sus familias, aunado a esto, se señalan al déficit de empleo para las mujeres como un agente impulsor de esta situación que desarrolla en la ciudad de Chetumal un comercio informal dentro del tianguis.

Con el desarrollo de la presente investigación se espera, por un lado, visibilizar la situación de esta población a partir del desarrollo de las etnografías presentadas en el documento, y por otro, establecer un trabajo colaborativo con las mujeres que desarrolle estrategias que desarrollen las habilidades tecnológicas que les brinden herramientas para realizar una promoción efectiva que incremente las ventas y por ende mejore su economía familiar.

En el primer capítulo se presentan los antecedentes sobre precariedad en México, mismos que han llevado a un incremento de los índices de desempleo, es una de las causas del surgimiento de este tipo de ambulante, se plantea además que el déficit de empleo convierte a este en un bien escaso que además muchas veces se presenta en entornos difíciles, mal pagados y poco estables. Como parte de la información se contextualiza la situación del trabajo en el estado de Quintana Roo, abordando los contextos de desigualdad social que se genera por la escasez de oportunidades y específicamente en Chetumal, ciudad donde se realiza la investigación.

Esta contextualización es una base para establecer las situaciones en las que se da la informalidad laboral como una alternativa para la generación de recursos, además, se plantea que el impacto se acentúa por la desigualdad y el género. Por lo que también se establecen los

entramados en los que se fundan los tianguis en México y en Quintana Roo desde la perspectiva de apropiación territorial y de actividad comercial. Se señalan los modos de inserción a este ejercicio comercial y los asentamientos identificados como tianguis en la ciudad de Chetumal.

En el segundo capítulo se desarrollan los conceptos en torno al tianguis, desde sus orígenes en la historia de México derivado de la palabra náhuatl “tianquiztli” y se establece su significado y diferenciación con las palabras mercado y bazar. Partiendo de este principio se genera un recorrido entre la definición de trabajo, autoempleo y emprendimientos señalando los puntos en común y sus diferencias con el fin de establecer las condicionantes que imperan en el comercio.

En el capítulo 3 se presenta el contexto del tianguis Hellen Keller de la ciudad de Chetumal, se parte de una etnografía del tianguis escrita en los primeros acercamientos al lugar para describir las impresiones del arribo al tianguis y las dinámicas de venta en un día de funcionamiento, se describen los tipos de comercialización donde se abordan los productos comercializados y sus formas de inversión que utilizan las comerciantes, las ganancias y las formas de vida en el tianguis.

Finalmente se definen las condiciones óptimas y necesarias para el emprendimiento y las estrategias para un emprendimiento exitoso, en el que se define el rol de la mujer en el emprendimiento y sus nuevas tendencias, con todo esto se plantea un panorama de la situación del tianguis visto desde las diferentes aristas.

El resultado de esta tesis parte de una investigación cualitativa, documental, hemerográfica y de trabajo de campo, misma que generó los vínculos que permitieron la aplicación de un marco lógico con la población, el proceso de esta metodología se genera en una sesión grupal con todas las mujeres que pertenecen al tianguis Hellen Keller en donde se construyó un árbol de problemas en el que se establecieron las principales problemáticas que aquejan a la población, para finalmente elegir la falta de ventas que se le atribuyen al desconocimiento del uso de las redes sociales en las mujeres comerciantes, a partir de la cual se estructuró el árbol de objetivos en el que se planteó las posibles soluciones a esta situación.

La metodología del marco lógico ha dado como resultado un proyecto de intervención denominado “Capacitación en el uso y manejo de plataformas digitales para las mujeres del tianguis Hellen Keller” que ha servido para el desarrollo de las habilidades de comercialización y el incremento de las ventas, situación que más le preocupaba a la población.

## Capítulo I Marco Teórico: Precariedad, Trabajo y Mujeres

En el presente apartado se plantea una revisión del acervo teórico en torno a los antecedentes y contextos generales de la precariedad social y laboral en México, los tianguis y lo que implica su funcionamiento. En el primer apartado se hace un breve acercamiento hacia los contextos laborales en México, posteriormente se aborda la situación de Quintana Roo como Estado.

Además, se establece una aproximación a los tianguis y su instauración, se abordan las consideraciones de apropiación territorial como alternativa, como asentamiento comercial y como un espacio de interacción social. Se plantea el contexto desde la perspectiva de género y el papel de la mujer en los tianguis, señalando esta construcción desde un contexto histórico que se ha mantenido aún en la actualidad.

Se describe el contexto de los tianguis en la ciudad de Chetumal Quintana Roo, se parte de la ubicación de los tianguis en la ciudad, señalando las colonias en las que estos se han asentado, y se explican con un pequeño contexto sobre las formas de inserción e interacción en estos espacios de comercio.

### 1.1. Una mirada sobre la precariedad social en México

La precariedad social ha sido considerada como una consecuencia de la no inserción laboral, pues desde las dimensiones de la empleabilidad se determinan las condiciones de vida en las que se encuentran los sujetos. Se plantea entonces que los entramados laborales son causa y efecto de la precariedad social, pues establecen los procesos sociales en los que se desarrolla el individuo, además, estructuran las formas en las que se presenta la interacción social.

Si bien la precariedad laboral remite a las condiciones objetivas en el ámbito de lo laboral, a partir de estas condiciones, también se muestra que la diversidad de la precariedad laboral trasciende hacia la vida familiar y del hábitat, situando a los sujetos en contexto de precariedad social (Castañeda Agüero, 2010, p. 18).

En el artículo de Bayón María (2006), se hace un recorrido histórico sobre el desarrollo social y económico de México en comparación con Argentina y en él se plantean las formas de precariedad social que ha atravesado tanto México como Argentina durante las pasadas décadas. En este se plantea que los mecanismos establecidos en el desarrollo social y económico de

ambos países han acentuado la desigualdad de oportunidades, la precarización laboral y la pobreza (Bayón, 2006a).

Es por eso por lo que Bayón (2006) hace énfasis en la pobreza y en la precariedad laboral desde cualquiera de sus matices dan muestra de los impactos que estas dejan a su paso, pues se presentan de manera progresiva y continua, lo que genera la búsqueda de nuevas formas de obtención de recursos económicos para la supervivencia.

La pobreza y la precariedad laboral, en sus diferentes expresiones, muestra la progresiva erosión de los anteriores mecanismos de supervivencia económica y obtención de ingresos. La posibilidad de “ganarse la vida” trabajando, al menos de manera continuada, es cada vez más incierta. En otras palabras, el margen de maniobra para superar situaciones de desventaja social entre quienes provienen de hogares desfavorecidos —en cuanto a ingreso, empleo, educación, vivienda y otros aspectos— se estrecha progresivamente en un contexto cada vez más hostil para quienes no están dotados de partida de fuertes habilidades cognitivas y destrezas sociales (Bayón, 2006b, p. 146).

Estas desigualdades han incrementado a lo largo del tiempo, los contextos sociales, económicos y políticos han colocado a México en una situación de supervivencia en la que, como lo menciona Bayón se han estructurado nuevas formas de trabajo que no solo condicionan a los sujetos a contextos de vulnerabilidad, sino que acentúan su situación de pobreza. Esto tiene que ver con la falta de oportunidades que derivan de la segregación educativa en la que se encuentra gran parte de la población. Por ende, dan como resultado una distribución de oportunidades desproporcionada, lo que visibiliza la brecha de desigualdad entre los sectores más y menos desfavorecidos.

Una de las características más importantes para el acceso a las oportunidades es la educación, sin embargo, los sectores más pobres difícilmente tienen acceso a ella, por lo que al no tener oportunidades los índices de analfabetismo crecen y la falta de oportunidades también, resaltando progresivamente los procesos de exclusión de los pobres, que con el tiempo se vuelven más pobres.

En consecuencia, la desigualdad y la precarización laboral condiciona a los individuos a situaciones de vulnerabilidad y pobreza, las formas en las que se presenta la precariedad social son diferentes en cada contexto, pues, estas segregaciones también se perciben en diferentes niveles según el grado de pobreza en el que se encuentren los sujetos.

... la precariedad laboral se experimenta en diversas maneras dependiendo del contexto macroeconómico, el mercado laboral, políticas laborales y empresariales, las características de las empresas, la interacción entre las dimensiones de la precariedad a lo largo de las trayectorias laborales de los sujetos, y la biografía social de los sujetos. En particular se destaca que la precariedad laboral se caracteriza por diversas dimensiones, y que las formas en que se vive la precariedad laboral tienen efectos en la precariedad social de los trabajadores (Castañeda Agüero, 2010, p. 19).

Es necesario considerar que la precariedad social observa las condiciones de vida insuficientes en las que viven los sujetos, por lo que está, toma en cuenta los entramados sociales y laborales. En México esta situación se acentuó en la década de los 80, con la caída de los salarios y la desprotección social y laboral, con el pasar de los años otros han sido los eventos que no han permitido el progreso del país.

México es un país que ha sido impactado por las crisis económicas de las cuales no ha podido recuperarse, como lo menciona Martínez (2019), la situación laboral en México ha sido un problema que crece con el tiempo, la falta de empleos y oportunidades son factores determinantes en las condiciones de pobreza de los mexicanos, a esto se le suma las condiciones de empleo que existen pues en su mayoría son mal pagados, tanto así que disminuyen el poder adquisitivo de las familias, impactando en las formas de vida de los sujetos que al final se privan de servicios de educación y salud, disminuyendo su calidad de vida (Martínez-Lacerío et al., 2019, p. 6).

En suma, se debe considerar que la precariedad laboral es un hecho que se ha acentuado a lo largo de la historia, por lo que se debe considerar que su desarrollo y por ende su crecimiento ha sido permanente y continuo empeorando las condiciones de precariedad social en todo el país, desmejorando las condiciones de empleo y pobreza la población. Además, la población ha tenido que atravesar fenómenos como la pandemia del COVID-19 que resaltó aún más las condiciones de precariedad que atraviesa México.

## **1.2. Impacto laboral y de ingresos por el COVID-19**

Actualmente, uno de los impactos más fuertes que ha sufrido el país y el mundo entero es la pandemia del COVID-19, pues pese a que México ya pasaba por una situación de pobreza,

desempleo y precariedad social y laboral, el impacto a la micro y macroeconomía acentuó las condiciones de vulnerabilidad de los mexicanos. El mercado laboral fue uno de los más afectados, pues las condicionantes de la pandemia ocasionaron el cierre de diversas empresas, por lo que muchas personas perdieron sus empleos, en cualquiera de sus contextos (formales e informales), lo que resultó en un incremento considerable de las tasas de desempleo. Los grupos vulnerables fueron los más perjudicados, además, debido a que Quintana Roo es un estado dedicado al turismo fue uno de los que sufrió más pérdida de empleos durante la pandemia (Aguayo-Téllez & Mancha-Torres, 2022, p. 3).

En el 2020, el mundo enfrentó lo que es probablemente, la más seria crisis sanitaria del último siglo con la aparición del COVID-19, pandemia que ha tenido un fuerte impacto negativo en la economía mundial [...] El impacto negativo sobre el mercado laboral fue muy significativo. De acuerdo al INEGI, entre marzo y abril del 2020 se perdieron 12.5 millones de puestos de trabajo, sin embargo, los trabajadores informales absorbieron el mayor impacto, pues 10.4 millones fueron parte de la informalidad y 2.1 millones de la formalidad (SEGOB, 2021, p. 2).

Los espacios turísticos como lo es Quintana Roo son los más duramente golpeados durante la crisis del COVID-19 pues no solo de manera inmediata sino a mediano plazo y largo plazo, pues como lo afirma Casado (2021), son estos los que podrían experimentar una recuperación más lenta debido a su dependencia a la evolución de la pandemia, pues no solo se encuentran restringidos por las medidas de prevención en la interacción social, sino que están fuertemente relacionados con la prohibición de movilidad, viajes, cuarentenas pero sobre todo al temor de los turistas por estancias en espacios masificados (Casado Izquierdo, 2021).

La tasa de participación laboral de las mujeres se situó en 46% en 2020, mientras que la de los hombres en 69%. Se calcula, además, que la tasa de desocupación de las mujeres llegó al 12% en 2020, porcentaje que se eleva al 22,2% si se asume la misma tasa de participación laboral de las mujeres de 2019. En 2020, se registró una contundente salida de mujeres de la fuerza laboral, quienes, por tener que atender las demandas de cuidados en sus hogares, no retomaron la búsqueda de empleo. Un 56,9% de las mujeres en América Latina y un 54,3% en el Caribe se encuentran ocupadas en sectores en los que se prevé un mayor efecto negativo en términos del empleo y los ingresos por causa de la pandemia (CEPAL, 2021, p. 2).

Las condiciones que viven durante la pandemia, que generalmente son vinculadas y estudiadas a una población en general, se potencializan cuando se considera el factor género, en

él se considera que las mujeres ya vivían contextos de vulnerabilidad y falta de empleo antes de la pandemia y que esta crisis sanitaria ha dejado en claro la gravedad de las condiciones socioeconómicas en las que se encuentran las mujeres.

### **1.3. Las mujeres y sus condiciones socioeconómicas**

Pese a que muchos han sido los condicionantes que han llevado a México a la precariedad laboral y social, existe un factor más afectado y condicionado por el género, las mujeres, las condiciones estructurales de la sociedad han precarizado aún más al género femenino. El acceso a empleos inestables con goce de pocas o nulas condiciones laborales implican riesgos diferenciados para hombres y mujeres.

La precariedad laboral no se distribuye homogéneamente entre la población trabajadora. Las mujeres tienden a ocupar los puestos de trabajo de peor calidad, tienen menos contratos indefinidos que los hombres, su nivel salarial es inferior y están sobrerrepresentadas en trabajos a tiempo parcial, tanto voluntario como involuntario. Además, las trayectorias y actividades económicas de hombres y mujeres son distintas, lo que expone a unos y otras a situaciones y riesgos diferentes, y por tanto obligan a considerar el género en el estudio de la precariedad y sus efectos sobre la salud. De igual forma, la precariedad laboral está más concentrada entre las personas jóvenes y las de peor posición socioeconómica (Valero et al., 2023, p. 2).

Con la premisa de que el trabajo remunerado es un factor importante para los procesos de autonomía de las mujeres, así como la contribución en la economía familiar, se plantea también que existe inestabilidad y precarización en las trayectorias laborales que son bloqueadas por los mecanismos de integración y movilidad social de las mujeres. Las sobrecargas de trabajo, las reducidas alternativas laborales y los riesgos de violencia de género acompañan al entrecruzamiento de las desigualdades de género en el mundo del trabajo, así como la inserción a la estructura ocupacional evitando los procesos de empoderamiento e incremento en la libertad de la toma de decisiones (García Guzmán, 2019).

Se comprueba que el acceso creciente de las jóvenes a la educación secundaria y la obtención de la certificación correspondiente a la finalización de los estudios, no son suficientes para modificar los mandatos de género tradicionales, por lo que siguen incluidas en actividades que son parte del trabajo no remunerado (al interior del hogar), limitando de esta forma su participación laboral y perpetuando la inequidad de género. Por esta razón, sus ocupaciones se

asocian al sector de servicios (educación, salud, actividad doméstica, actividades comerciales, entre otras) y la brecha se torna más evidente en trabajos orientados a puestos jerárquicos (Cardozo & González, 2020, p. 3).

La precariedad laboral en México es una de las preocupaciones más grandes del país, pues, en México ha sido una de las constantes, la falta de oportunidades laborales, los índices de desempleo y analfabetismo establecen una brecha de desigualdad que afecta a la población más vulnerable, incrementando la situación de pobreza en la que viven y afectando a las condiciones de vida. Esto se traduce en la necesidad de buscar alternativas para obtener ingresos lo que muchas veces se busca en el comercio informal.

Sin embargo, otros factores como el COVID-19 han impactado en las condiciones de vida en la que se encuentran los sectores vulnerables, pues, incrementaron notoriamente los índices de desempleo no solo en México, si no en todos los estados del país, siendo Quintana Roo uno de los más afectados. En el siguiente apartado, se presenta la contextualización de Quintana Roo en torno a estas condicionantes laborales.

#### **1.4. La precariedad laboral y el desempleo en Quintana Roo**

Quintana Roo es una de las 32 entidades federativas de México, se localiza en la península de Yucatán y comparte límites geográficos con Yucatán, Belice, Campeche, el golfo de México y el mar Caribe. Según el censo de población del 2020, tiene una población total de 1,857,985 habitantes, de los cuales, el 50.4% son hombres y el 49.6% son mujeres. Dentro de las actividades económicas que sustentan al estado, principalmente se encuentra el turismo, la cual se da en la zona norte del estado, en lugares como Cancún, Playa del Carmen, Tulum, Cozumel, etc. Sin embargo, la zona centro y sur se dedican al cultivo de la caña, la agricultura y la ganadería (EcuRed, 2019; INEGI, 2020; SEGOB, 2021).

Según los datos proporcionados por el CONEVAL, desde el 2018 la situación de la población de Quintana Roo presenta índices de pobreza, siendo el 27.6% de la población de la entidad la que se encuentra en esta clasificación, es decir, alrededor de 474,800 personas, pero esos no son los datos más alarmantes, pues el 3.5% de la población presentaba características de pobreza extrema, lo que equivale a, cerca de 59,800 personas. El escenario de vulnerabilidad por carencias en la población de Quintana Roo es del 41.2% por lo que en términos absolutos 222,400 personas se encuentran en situación de vulnerabilidad en el estado (CONEVAL, 2020).

En cuestión de empleabilidad y sobre los índices de desempleo el Gobierno del Estado de Quintana Roo realizó un diagnóstico en el que plantea que,

La tendencia de ocupación en Quintana Roo se concentra en el sector terciario, con más de 600 mil empleos que representan el 79.32%, seguido del sector secundario, con el 14.84%; y finalmente el sector primario, con apenas el 5.47%, tal como lo demuestran los indicadores estratégicos de ocupación y empleo (SEGOB, 2019).

**Tabla 1**

*Distribución de la ocupación de empleos en Quintana Roo*

Empleos en Quintana Roo	
Sector	Porcentaje de ocupación
Sector terciario	79.39 % 600,000
Sector secundario	14.39% 108,741
Sector primario	5.49% 41,487

*Fuente: elaboración propia con datos del SEGOB 2020*

Esto, se deriva según los datos presentados, por el poco impulso de los sectores que corresponden a las actividades secundarias y primarias, pues, los esfuerzos se concentran en el impulso al turismo, actividad que es considerada la más importante para el estado. La falta de oportunidades de empleo ha generado que la movilidad migratoria incremente, esto a su vez ha generado el deterioro social, la precariedad y la ruptura de los núcleos sociales. Ante todo, esto, las cifras publicadas en el segundo trimestre del 2022, señala que la población económicamente activa de Quintana Roo fue de 961,000 personas, alcanzando un 38.8% de la población femenil y 61.2% de la población masculina colocada laboralmente, percibiendo un salario promedio de \$6000 pesos mensuales. En contraparte se registraron 27,400 personas desempleadas (SEGOB, 2019, 2021).

Esto resulta, alarmante pues a pesar de que el desempleo, señale que solo 27,400 personas se encuentran desempleadas no considera que en su mayoría son mujeres las que no tienen

acceso a oportunidades laborales, pues aproximadamente, solo una tercera parte cuenta con un empleo, además, si consideramos que el ingreso promedio es de 6000 pesos mensuales, debemos tomar en cuenta que en esta consideración existen salarios muy bajos y otros más altos, y que esta diferencia coloca a la población en una insuficiencia en la que deben buscar otras alternativas para generar ingresos y poder cumplir con los gastos de la canasta básica.

Los contextos laborales de Quintana Roo se plantean desde el sector turístico, la mayoría de la población se encuentra insertada laboralmente en trabajos de atención al cliente, hotelería y construcción, sin embargo, estos trabajos tienen como característica general el ser de jornadas largas, riesgosos y mal pagados. Por otro lado, se debe considerar que el promedio del salario mensual en el estado no alcanza los 6000 pesos como lo señala los datos obtenidos en las páginas de gobierno del estado, sino que en su mayoría representan alrededor de la mitad, con esto, las personas no alcanzan a tener un ingreso que cubra la canasta básica, por lo que más de dos personas del hogar deben mantenerse activos laboralmente. Este contexto no solo muestra la situación de las familias quintanarroenses, sino que visibilizan la desigualdad social que presenta el estado, tema que se abordará en el siguiente apartado.

### **1.5. Notas sobre la desigualdad social y las oportunidades laborales en Chetumal**

Quintana Roo es un estado que fundamenta su desarrollo económico en la actividad turística, sin embargo, no todas las regiones del estado se han desarrollado de manera homogénea, pues en su composición la zona norte del estado es la región más beneficiada por las gestiones gubernamentales destinadas a proyectos turísticos, por otro lado, la zona centro y sur se componen de localidades destinadas a la producción agrícola.

Chetumal, en específico es parte del municipio de Othón P. Blanco, una ciudad destinada a la actividad burocrática principalmente. Pese a que Chetumal es la capital del estado las condiciones de oportunidades laborales son bajas, lo que provoca una desigualdad social, pues también se considera entre las localidades que tienen rezago educativo.

El rezago educativo, la falta de acceso a los servicios de salud y seguridad social son las principales carencias que percibe la población, lo que se deriva del desempleo. Cabe recordar que la principal fuente de trabajo en el municipio en especial, la cabecera Chetumal, se centra en las actividades relacionadas con la burocracia, por lo tanto, esto se convierte en un riesgo latente

puesto que la población está a disposición de las políticas públicas, en cuanto a recortes presupuestales y de personal, lo cual se convierte en otra fuente de desempleo (SEGOB, 2016, p. 4).

Esta situación ha sido abordada por el sistema mediático, sin embargo se han concentrado únicamente evaluar las condiciones laborales de las personas con formación profesional universitaria, donde se señala que, “7 de cada 10 jóvenes que terminan su carrera se encuentran desempleados o subempleados con sueldos realmente bajos, o bien realizan otras actividades ofreciendo servicios a través de las redes sociales donde principalmente realizan venta de alimentos” (Por Esto De Quintana Roo, 2018, p. 1). Esto se termina viendo como una problemática pues se evidencia, en principio la falta de oportunidades laborales incluso para las personas con títulos universitarios.

Hoy en día es común ver a hombres y mujeres que salen licenciados, ingenieros, doctores o con cualquier profesión desempeñándose como taxistas, asesores de venta, encargados de mostrador o vendiendo comida por Facebook, de veladores, cajeros o empleados de tiendas de conveniencia y restaurantes, entre muchos otros trabajos que no tienen relación con lo que estudiaron, donde no tienen las debidas prestaciones de ley, ganando entre 800 y 1200 pesos, lo que no alcanza ni siquiera para las necesidades básicas (Luis Ovando, 01 de noviembre de 2018)

Pese a que estos modelos de emprendimiento se consideraron en un principio un problema, hoy las estrategias de gobierno le apuestan al autoempleo,

los niveles de gobierno buscan fomentar el autoempleo, el desarrollo de emprendedores y micro empresarios, mismos que funcionan como generadores de empleo, motivando de esta manera la economía, mediante las diversas entidades como lo son la SE, el INAES, el INADEM, a nivel federal, la SEDE, a nivel estatal, o el IMES a nivel municipal (SEGOB, 2016, p. 5)

Dentro de estos emprendimientos se ha buscado colocar a las mujeres creando espacios para el comercio y estableciendo ferias de empleo que les permitan ocupar espacios de trabajo

La participación laboral femenina ha tenido un fuerte incremento gracias a las ferias de empleo y capacitaciones que se brindan por parte del Gobierno del Estado a través de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STyPS). La brecha en las empresas privadas se ha ido acortando, cada vez son más empresas incluyentes que trabajan para ofrecer equidad a sus

colaboradoras. Siendo los rubros de comercio y sector turístico donde predomina el sexo femenino (Coordinación general de comunicación, 2023, p. 2).

La situación laboral deprimente de Chetumal, problematiza al emprendimiento y el autoempleo que se genera en la ciudad con los comercios de informalidad y por otro lado propicia las condiciones para que este se desarrolle como medida de emergencia ante los índices de desempleo. Esto condiciona a la población a establecer comercios en condiciones de informalidad.

### ***1.5.1. Las condiciones de informalidad y género en Chetumal***

Las condiciones de precariedad en la que se encuentra una parte considerable de la población de Chetumal propician la inserción de la población en empleos informales con el fin de incrementar sus ingresos y sostener a su familia, esta búsqueda se deriva de que “no se trata de que un empleo sea o no precario, sino más bien se postula que el empleo precario es un continuum que está en mayor o menor medida presente en cada trabajador a través de grados de precariedad, que pueden afectar incluso a empleos aparentemente seguros” (Castañeda Agüero, 2010). Esta precariedad laboral tiene un vínculo directo con la pobreza y la vulnerabilidad, tal como lo plantean Portes y Hoffman,

El nexo entre inestabilidad laboral, pobreza y desprotección social se expresa de manera diversa en los casos analizados. Algunos autores señalan que, en términos generales, ser un trabajador en América Latina equivale a ser pobre, por lo que no es necesario estar desempleado para situarse por debajo de los umbrales de la pobreza (Portes y Hoffman, 2003).

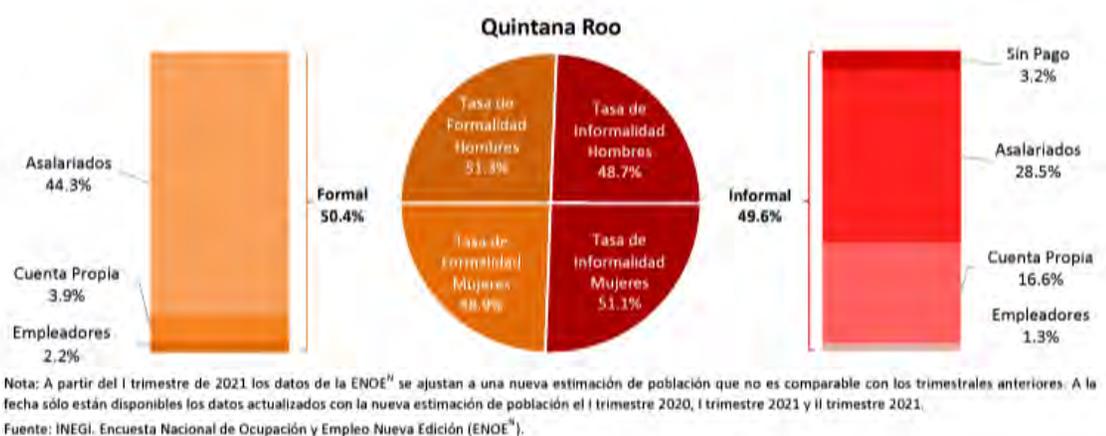
Derivado de esto, podemos señalar que las condiciones laborales que se atraviesan en Quintana Roo y en Chetumal específicamente podemos señalar que, según el informe presentado a finales del 2021 por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, Quintana Roo tiene un total de 1,456,2010 de habitantes considerados en edad de trabajar, sin embargo, solo 920,651 se encuentran económicamente activos y de este grupo el 57,162 se encuentra en situación de desempleo, por lo podemos considerar que esta sección de la población se encuentra realizando labores no reguladas (STPS, 2021, pp. 1–10).

Además, la STPS presenta gráficamente la situación de formalidad de la población, por lo que podemos visualizar la tasa de informalidad de 48% de los hombres y el 51.1% de las mujeres. Es importante considerar, en específico, la situación de la población objetivo de esta

investigación, que está conformada en su mayoría de mujeres de 40 años hasta mayores de 60, por lo que debe ser considerada como en edad adulta y adultas mayores. En este sentido, la población considerada representa el 16.4% de la población femenil laboralmente desocupada.<sup>1</sup>

### Ilustración 1

*Gráfico de comercio formal e informal por género*



*Fuente INEGI, 2021*

En este sentido, una de las causas que ha impactado grandemente a todo el mundo es el COVID-19 y Quintana Roo no se exenta de esto, datos hemerográficos señalan que, el cierre de negocios ha “disparado” la informalidad en Chetumal, de acuerdo con el dirigente de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC), en lo que va del año han contabilizado 500 nuevos vendedores informales en la Capital, donde el padrón pasó de mil 200 a mil 700. se trata de personas que o bien perdieron su empleo o eran microempresarios que tuvieron que cerrar sus establecimientos porque carecían de recursos como consecuencia de la crisis económica generada por pandemia de la COVID-19 (Martín, 2022).

La situación laboral de Quintana Roo es preocupante, pues no solo se han mostrado los altos índices de desempleo que existen en el estado, tomando en cuenta que solo la mitad de la

<sup>1</sup> STPS, S. de trabajo y previsión social. (2021). *Información Laboral, Segundo semestre 2021*. STPS. [chrome-extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/pdf/perfiles/perfil%20quintana%20roo.pdf](https://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/pdf/perfiles/perfil%20quintana%20roo.pdf)

población cuenta con un empleo formal, sino que gran parte de la población que no cuenta con estas oportunidades son las mujeres. Derivado de esto, han surgido formas de comercio y actividades informales que la población ha establecido para generar ingresos económicos, y gran parte de la población insertada en el comercio informal son mujeres.

Este recorrido sobre la situación tanto de México como de Quintana Roo, dan pautas para señalar que los contextos de los tianguis surgen como una alternativa de supervivencia o de mejorar las condiciones de vida de la población. Es por eso por lo que en el siguiente apartado se abordará el contexto de los tianguis y su asentamiento en el estado y en la ciudad.

## Capítulo II Marco Contextual de los Tianguis

En el presente apartado se presentan el desarrollo y significado de los Tianguis, además, se plantea un referente en torno al significado de este y se establece una diferenciación entre los conceptos como mercado y bazar que comúnmente son usados como sinónimos, también se plantea un panorama de los conceptos de la inserción de las personas como fuerza laboral y el trabajo como la generación de beneficios económicos a cambio de un ejercicio laboral, además se reconoce un espacio de interacción social y económica, actualmente se considera un bien escaso debido a los altos índices de desempleo que se mantienen en el país.

Estos contextos generan a su vez otros conceptos como el autoempleo, definido como la ocupación laboral de personas profesionales o con conocimientos específicos que ofertan su fuerza de trabajo fuera del entramado de un espacio de trabajo formal. Por otro lado, se aborda el concepto de emprendimiento definido como la acción de establecer de manera formal las pautas para realizar un comercio, se plantea que existen diversos tipos de emprendimiento y que depende el origen de estos como pueden ser el emprendimiento social o mercantil, los cuales pueden surgir por oportunidad, por escasez o por acumulación de capital.

Derivado de esto se plantean tipos de emprendimiento que por sus formas de realización sin un sustento definido se les pronostica un tiempo de vida corto, y es aquí donde se plantea la situación de los comerciantes del tianguis Hellen Keller, que sin tener una idea de las implicaciones del emprendimiento lo realizan de manera empírica y posteriormente se encuentran en un funcionamiento insostenible del comercio.

En torno a estas formas de inserción laboral o participación económica para la obtención de ingresos que ayuden a sostener los gastos del hogar, se plantea la situación de las mujeres y su papel en las formas de comercio informal que se han planteado en los tianguis, así como los contextos que las han llevado a estos modos de emprendimiento. Se discuten los conceptos involucrados en esta investigación y su interpretación aplicada en el contexto del tianguis Hellen Keller. Así como la transformación de la población estudiada, en este caso las mujeres que se encuentran inmersas en el día a día del tianguis.

## 2.1. Origen y estrategias comerciales a través de los tianguis

La cultura mexicana ha instaurado el trueque para el intercambio de productos y servicios desde la prehistoria, es un hecho que el hombre es un ser social y que depende de las interacciones para resarcir sus carencias, de ahí que el trueque de los tianguis tenga tanta importancia.

El trueque fue el método más generalizado para hacerse de productos y servicios, aunque sobre estos últimos existieron modelos colaborativos en los que la comunidad se involucraba para resolver las necesidades de un miembro y luego este formaba también parte de las labores cuando otra persona de la comunidad lo requería. La cultura de los tianguis permitió el intercambio de ideas y la confluencia de sociedades disímiles; hoy aún los asociamos con productos de la región (De la Torre, 2019, p. 1).

Los tianguis han surgido desde el antaño como estrategia de las economías populares en las que convergen los sectores más desfavorecidos para gestionar los recursos que les permitan subsistir, esto se puede visualizar desde las perspectivas del trabajo por cuenta propia, el surgimiento de microempresas familiares o pequeños grupos o asociaciones que se juntan y gestionan un recurso común para satisfacer sus necesidades (Tello-Méndez, 2018).

Otra de las estrategias entre las que se establecen los tianguis es la de “sistemas de intercambio híbrido estructurado por tres subsistemas (mercantil, trueque y de ayuda mutua) como una disposición económica en la que sectores marginales (indígenas, campesinos y populares urbanos) construyen tácticas de subsistencia” (Valencia, 2014, p. 139). Esto nos permite ver que en estos intercambios se estructuran relaciones sociales, que recobran la característica de ser mecanismos de subsistencia en la que se establecen dinámicas de comercio en las que sujetos específicos le dan un valor a un producto y hacen la interacción entre bien y valor.

Debido a lo anterior, se recobra la importancia de conocer los orígenes de estas interacciones comerciales conocidas como tianguis, a través de la historia estos han conjugado nuevas formas de interacción social, desarrollo económico y formas de apropiación de espacios para el desarrollo de estas actividades económicas.

### 2.1.1. Una breve historia de los tianguis

En la revisión de la literatura entorno al concepto de “tianguis” se puede encontrar un origen bien delimitado en México, por lo que se puede señalar que, el concepto de tianguis, según Seve et al (2022), tiene sus orígenes en Mesoamérica, durante la época prehispánica, y nace a partir de la palabra náhuatl “tianquiztli” que significa “intercambio” o “mercadeo” y tiene que ver con la actividad de comercialización o trueque que se practicaba en diversas regiones en aquella época. Según datos históricos, cuando la llegada de los españoles a los valles centrales de Oaxaca, ya habían indicios de un mercadeo que se realizaba cada 5 días en sitios determinados (Seve et al., 2022, p. 8). Es así que, en Mesoamérica, el *tianguis* tiende a ser un espacio constituido y fijo, como fue el magnífico Mercado de Tlatelolco; en cambio, en Los Andes, el *tianguis* se constituía de manera estacional, en diferentes puntos del territorio (Mauricio, 2017, p. 113).

En este sentido, también se señala que, “Los *tianguis* fueron espacios presentes en todas las ciudades hispanoamericanas y continuaron funcionando con posterioridad a la conquista” (Mauricio, 2017, p. 118). Por lo que al pasar el tiempo, “en los años setenta del siglo pasado, se formalizaron los tianguis como un sistema que enlazaba a los productores agrícolas con los consumidores urbanos” (Sandoval-Hernández, 2022a, p. 188).

Es así como, se puede apreciar que tanto los tianguis como los mercados tradicionales han surgido y permanecido como un espacio de intercambio comercial, en donde se entrelazan relaciones entre los concurrentes y se visibilizan los medios de subsistencia, con base en los datos históricos se ha definido el termino, tianguis, de la siguiente manera:

En muchas regiones de México se utiliza el término “tianguis” para designar a aquellos espacios o plazas comerciales que se establecen periódicamente en un determinado sitio, con vendedores en puestos semifijos, con productos naturales producidos y/o procesados por ellos mismos y/o con productos revendidos. Aunque aquí se denomina de manera indistinta a los mercados y a los tianguis, con frecuencia es común utilizar el término “tianguis” para diferenciar aquellas plazas comerciales no establecidas, periódicas y ambulantes, mientras que para las plazas comerciales que se ubican en sitios fijos de forma permanente, por lo general, se utiliza el término “mercado” (Arellanes Cancino et al., 2017, p. 4).

Pese a que existe una definición específica en torno a los tianguis y los mercados, muchos autores suelen usar los términos, mercado, tianguis y bazar como sinónimos, sin embargo, Catrip-Pintor et al (2020) diferencian estos conceptos de la siguiente manera,

La diferencia conceptual entre mercados y tianguis no es clara en la literatura, por el contrario, diversos autores utilizan mercados o tianguis como sinónimos. Sin embargo, se les considera espacios distintos en función de los siguientes criterios: a) periodicidad; mientras los mercados, abren por lo regular de lunes a domingo, los tianguis lo hacen, una, dos, o tres veces por semana, una vez a la quincena o incluso hasta una vez al mes; y b) estabilidad; además de que en los tianguis la cantidad de puestos semifijos es mayor, sus instalaciones no suelen ser permanentes, es decir, el tianguis se “levanta” todos los días con lonas y carpas, mientras que la infraestructura de los mercados cuenta con puertas o cortinas en la entrada, lo que facilita que los comerciantes puedan dejar su mercancía bajo resguardo (Catrip-Pintor et al., 2020, p. 10).

Desde una mirada antropológica, se visualiza a los tianguis como, “lugares donde se intercambian no solo productos, sino también información de todo tipo, lo cual permite el establecimiento de lazos personales y grupales de comunidad” (Seve et al., 2022, pp. 21). En la actualidad, se puede encontrar tianguis en la mayor parte de México y Centroamérica, además, ...los tianguis han evolucionado socialmente como entes autosuficientes, generalmente no oficiales y representan un rompecabezas para los gobiernos, tanto por los riesgos para la salud, inseguridad y oferta de productos robados, como por los problemas que pueden causar a la movilidad urbana., pero, los tianguis también son manifestaciones de ocupación normal del espacio público, que, dependiendo de sus contextos, pueden llegar a ser incontrolables e inseguros; o, en otros contextos, diversos, seguros y viables (Seve et al., 2022, p. 22).

En los mercados ambulantes, llamados en México “tianguis”, los usuarios se autoorganizan, ocupan el espacio urbano (o rural) para intercambiar bienes, servicios, información de todo tipo y establecen una serie de lazos personales inherentes a la creación de comunidad en el cual alguna forma global de orden surge de las interacciones de la comunidad local, que forman un sistema inicialmente desordenado (Seve et al., 2022, p. 2).

De esta manera, se puede señalar que, el tianguis se interpreta “... como un espacio para adquirir mercancías y para la convivencia y el esparcimiento, actividades todas que, al final, sirven para la recreación de la misma práctica social: la familia y, en otros casos, las amistades” (Sandoval Hernández, 2020, p. 84), además, es la “... plaza que representa el tianguis significa no sólo un lugar ocupado sino un espacio de desarrollo de la estructura política” (Sandoval-Hernández, 2022a, p. 194).

Este panorama en torno a los tianguis nos ha permitido conocer sus orígenes, implicaciones y los entramados sociales en torno al concepto no solo como un espacio geográfico de asentamiento poblacional para la comercialización, sino como un contexto de interacción social. Derivado de esto podemos señalar que, para fines de esta investigación, se entiende tianguis como, un lugar de interacción social que se usa como espacio para adquirir mercancías y para la convivencia, esparcimiento y recreación social con la familia y las amistades, donde se intercambian no solo productos, sino también información de todo tipo, lo cual permite el establecimiento de lazos personales y grupales de la comunidad. Aquí se lleva a cabo la comercialización de diversos productos, y se establece periódicamente, es decir, una, dos, o tres veces por semana, quincena o mes, en un determinado sitio; y en él se establecen vendedores en puestos semifijos con instalaciones que no son permanentes, pues se deben “instalar” y “levantar” todos los días con lonas o carpas.

### ***2.1.2. El contexto de los tianguis en espacios urbanos***

La comercialización de diversos productos es la base fundamental de los tianguis, Sandoval Hernández (2022) muestra en su artículo sobre, la economía de los bazares realizada en Monterrey, que la interacción social en los espacios destinados al intercambio comercial requiere de actores como los comerciantes que se encuentran inmersos en una representación social que es entendida en conjunto con las mercancías que ofrecen. Por ende, los actores, comerciantes, pueden resultar de tipos específicos dependiendo de las mercancías que comercialicen, lo que conjuga a diferentes tipos de comerciantes en un mismo espacio geográfico.

En los tianguis se establece una forma de interacción en la que las mercancías y los comerciantes, crean una forma de comercio que permite ciertos modos y maneras de ser, tal es el caso del tianguis del *Puente del Papa* donde se ha generado una economía con un sistema de actividad económica, que se rige por relaciones sociales en el que los comerciantes interactúan y ven al mercado como una institución y un espacio que genera vínculos y en el que se busca permanecer pese al entramado complejo de relaciones que se instauran en ella (Sandoval Hernández, 2022, p. 227).

En el establecimiento de los tianguis es importante la identificación de actores que coordinen y dirijan la organización social, de esta manera surgen figuras como la del delegado,

que es descrito en el artículo “Ganar ‘clientes’ y gestionar favores. Delegados sindicales en tianguis de Monterrey” publicado en 2022 por Sandoval Hernández, que señala que

El delegado facilita el funcionamiento normativo de una red política que incluye institutos y actores con posiciones de poder, pero más allá de diferenciaciones jerárquicas, de lealtades partidistas o de control de recursos, en este artículo me interesa explicar con base en qué tipo de relaciones se reproducen los lazos sociales que vinculan al delegado y al comerciante del tianguis, pues son estas relaciones las que conjuntan o articulan los distintos elementos que componen lo que de manera amplia es visto como un sistema o aparato clientelar (Sandoval-Hernández, 2022b, p. 190).

Este artículo, apuesta por la construcción de los tianguis a partir de las relaciones de poder en el sentido de un carácter moral y basado en la interacción social de los actores, tomando en cuenta no solo a los consumidores, sino también a los comerciantes y autoridades representativas que surgen en el comercio informal.

La instauración de las personas en un tianguis no es solamente un intercambio comercial de compra y venta, sino que tiene dentro de sí una interacción de personas en el que se forman vínculos y se establecen códigos de relación, surgen sujetos que tienen una responsabilidad jerárquica dentro de los tianguis y se relacionan en favor del funcionamiento del tianguis para el beneficio de los comerciantes y sus familias.

La apropiación de los espacios públicos por la sociedad es comprendida según Rodríguez Díaz (2020) como un acto de sobrevivencia (alternativa) en la que la población se apropia de los espacios disponibles para la generación de diferentes tipos de comercio, que van desde la venta en forma de ambulante, que puede darse en las paradas de autobuses y semáforos, hasta los posicionados en un espacio fijo en el que se establecen vendedores y que toman el nombre de mercados, tianguis o bazares, esto se comprende en su tesis como una forma de subsistir y generar ingresos que a pesar de activar económicamente a la sociedad, se reconoce como un parche al desarrollo local emergente que surge como medida espontánea de solución a la pobreza y el desempleo.

El comercio en la vía pública (fijo, semifijo y ambulante), históricamente ha construido espacio público tanto como espacio social como lugar de generación de trabajo, es una forma de vida. [...] De manera que las prácticas mercantiles en espacios abiertos urbanos, son una forma

de expresión social, los residentes desarrollan relaciones sociales con las cuales se apropian de manera simbólica del espacio público, en el cual afirman identidad (Rodríguez Díaz, 2020, p. 5).

Desde esta perspectiva territorial Vergara Arias (2009) hace un análisis basado en los asentamientos de bazares en espacios públicos en Medellín a partir de la conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público, en esta investigación se plantea que existe una contradicción del espacio usado para la comercialización ambulante, primero porque se trata de espacios públicos dirigidos y establecidos para un objetivo social y en segundo lugar porque se trata de los mismos actores de la comunidad que se establecen en ellos para dar solución a necesidades económicas mediante el ambulante (Arias, 2009).<sup>2</sup>

Como resultado, los espacios públicos son territorios en constante transformación a merced de los actores que los habitan, esto sucede también con la creación de bazares o tianguis donde la población los ocupa según su conveniencia y comúnmente sin una regulación gubernamental oficial, por lo que muchas veces esta población suele ser violentada y vulnerada por las autoridades. Sin embargo, existen otros contextos que incentivan a crear nuevas formas de apropiación no solo territorialmente sino también virtualmente, es así como de manera virtual las formas de comercio irregular han permeado las redes sociales, dando paso a nuevas identidades.

Como resultado de lo mencionado podemos señalar que, el comercio no regulado puede representar un problema para el Estado, pues genera una ingobernabilidad que se traduce en evasión de impuestos, ventas ilícitas, corrupción y, en el caso alimentario, insalubridad. Puede ser considerado una práctica al margen de la ley que produce efectos negativos en la economía.

Sin embargo, representa para los comerciantes y los compradores, un espacio de interacción que ayuda a subsistir generando ingresos económicos, no es una apropiación de espacio territorial, sino es el uso temporal del lugar para una actividad económica que puede ayudar a las condiciones de vida de los comerciantes. Esto se puede ver desde el contexto de una actividad y una activación económica de los sujetos como se presenta en el siguiente apartado.

La generación de recursos económicos es una preocupación constante en las familias mexicanas, muchas han sido las formas de comercio que se han realizado para incrementar recursos disponibles para el sustento de sus hogares. Sin embargo, como lo menciona Bernal

---

<sup>2</sup> Arias, M. V. (2009). Conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público. EL caso de los bazares populares de Medellín. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 14(1), 141–160.

León (2010) en su investigación sobre los tianguis informales de oferta fluctuante en Hermosillo, esta actividad resulta precaria para los vendedores que se dedican a este tipo de comercio, ya sea esta, una forma de subsistencia total o un medio de obtención de recursos extra. El comercio en los tianguis no genera ingresos suficientes que permitan una vida digna para los comerciantes y sus familias (Bernal León, 2010, p. 79).

En este sentido, el comercio no regularizado es conocido comúnmente como comercio informal, desde una perspectiva económica se ha definido por Perales Gándara quien señala que, “Se entiende por comercio no estructurado o informal aquel en el cual las personas laboran por su cuenta en micro negocios comerciales asociados a los hogares que operan sin un local, es decir, en vía pública” (Perales Gándara, 2008, p. 2).

Este tipo de comercio resalta su importancia desde la consideración del déficit de empleo que por muchos años ha padecido México. En este sentido señala que:

La gente ve al comercio informal como un medio de subsistencia para satisfacer sus necesidades básicas, porque no encuentra en la economía formal un empleo, por ende, si las familias no tienen empleo o si el empleo que tienen no es suficiente, entonces mejor se van a la calle a buscar en la informalidad lo que no encuentran en la formalidad (Alba, 2021, p. 1).

Parte de las formas de obtención de ingresos económicos ha sido la implementación de tianguis, que, si bien se han establecido de manera física en territorios comunes de las ciudades, comunidades y colonias, también han incorporado como parte de sus actividades el uso de las plataformas virtuales.

El contexto económico es base fundamental para el establecimiento de los tianguis, pues sin duda estos se fundan a partir de una necesidad económica de los sujetos comerciantes, con el objetivo de generar ingresos económicos para la supervivencia, sin embargo, esta activación económica, como lo mencionan los actores, solo es una alternativa temporal, ya que no logra establecer una diferencia significativa de ingresos, por lo que solo funciona como un medio para realizar una ejercicio de comercialización menor.

### ***2.1.3. Las formas de inserción e interacción social en los tianguis y las relaciones de poder***

El surgimiento de los tianguis se da a partir de una alternativa de comercio en la que intervienen las motivaciones de los comerciantes para producir ingresos económicos que disminuyan la precariedad en la que se encuentran. Como lo señala Bayón,

... las actividades por cuenta propia o, en otros términos, la capacidad de “inventar” formas de obtener ingresos para cubrir las necesidades del hogar, ha constituido una tradición de trabajo familiar en los sectores populares [...] para los pobres urbanos es más importante proveer a la familia con los recursos necesarios para subsistir que conservar un mismo empleo en forma estable: frases como “buscando la manera”, “haciéndole la lucha”, “poniéndose abusado”, etc., revelan con mayor vitalidad y crudeza esa actitud de “entrarle a todo” para sobrevivir que define la mentalidad del ciudadano pobre (Bayón, 2006, p. 141).

Sin embargo, dentro de estas formas de comercio existen formas de inserción, formas de interacción y ejercicios de poder que se dan en un mismo contexto. Por lo que en este apartado abordaremos, estos tres aspectos.

Dentro de los modos de inserción a este tipo de prácticas comerciales, en los tianguis son muy importantes las redes sociales, pues en la estructura de este entorno, son familiares y amigos los que establecen una conexión con el líder tianguista quien es el encargado de la asignación de espacios, además ofrece una introducción con los otros tianguistas para que estos conozcan a los que ingresan al comercio en el tianguis, por otro lado, tanto el líder como los familiares y amigos advierten a los vendedores de recién ingreso sobre las formas de venta, las condiciones de limpieza de los espacios, las colaboraciones y cuotas económicas y las funciones de los encargados a fin de establecer las reglas de operación y condiciones de trabajo. El ingreso a los tianguis son parte de las oportunidades que las conexiones pueden generar, como lo señala

La "estructura de oportunidades" permite a los comerciantes, más que el enriquecimiento, la sobrevivencia cotidiana, ser solventes, autofinanciar su propio consumo y parecerse a la clase media, o al menos existir, ser alguien con algún respeto (Sandoval, 2012).

Tal es el caso del tianguis de Forjadores en Chetumal, donde se establecen los parámetros de ingreso, señalando que,

El tianguis de Forjadores, al ser un tianguis grande cuenta con líder de tianguistas, y los espacios ya están asignados. Se cobra por metro, la renta mensual mínima es de 80 pesos. En el cuadro del parque se mantiene los vendedores de ropa usada. Pese a que fiscalización municipal

estuvo presionando para reubicar a los tianguistas, no lo lograron, ya que este espacio lleva muchos años organizado y es una alternativa de empleo que contribuye a la economía local (Mega News, 2019).

En las formas de interacción tenemos que, es posible visibilizar 3 tipos de interacciones, 1. Aquellas interacciones que se dan entre los líderes tianguistas y los vendedores, 2. Las interacciones que se dan entre los tianguistas vendedores y los clientes o compradores, 3. Las interacciones que se dan entre los tianguistas o vendedores.

En este sentido, se establece que, los líderes tianguistas forman interacciones con los vendedores tianguistas mediante la gestión del tianguis, donde se estructuran la asignación de los espacios y las reglas de uso de los mismos, estas interacciones por lo regular se generan a partir de una comunicación horizontal, pues son los líderes los encargados de vigilar que se lleven a cabo, tanto la limpieza como el cuidado de los espacios asignados, pero sobre todo, vigila el cobro de las cuotas y se mantiene en comunicación con las autoridades que les permiten el asentamiento en los espacios. Según algunas personas, vendedores de los tianguis de Chetumal, esto genera un grado de confianza sobre la actividad comercial que desarrollan. Como lo señala doña Asunción, vendedora tianguista del tianguis de Forjadores, en una nota periodística:

“Ya tenemos nuestros lugares asignados, así que podemos venir a la hora que queramos, yo llego entre 7 y 9 de la mañana. Siempre he vendido aquí, soy de la colonia Guadalupe Victoria, me queda muy cerca, y en todos estos años el día que menos he vendido son 80 pesos, una vez fui al bazar del Bosque, pero ahí ni vendí y solo gasté en mi pasaje, por eso prefiero estar en este” (Mega News, 2019).

Dentro de las relaciones establecidas entre los tianguistas muchas generan una interacción de apoyo e incluso vínculos de amistad, pues durante las interacciones cuando no hay clientes llegan a compartir momentos reflexivos acerca de sus historias de vida, por lo que estrechan lazos. Existen casos en los que los tianguistas se han organizado para festejar reuniones con relación a la navidad o actividades de ese tipo.

Es decir, el mercado es un espacio en el que el comerciante construye relaciones con las herramientas de la vida cotidiana, la cual está escasamente estructurada por las instituciones del Estado. Estas relaciones son verdaderas áreas de oportunidad que les permiten salir adelante (Sandoval, 2012).

Con respecto a los ejercicios de poder son diversas las formas en que se pueden presentar, esto derivado de los contextos individuales de los tianguistas, sin embargo, dentro de las condiciones del tianguis podemos encontrar formas generales de como lo son, entre el líder tianguista y los vendedores, pues dentro de esta relación existe el recurso de poder, que son los espacios, sobre todo aquellos que se encuentran en las secciones de más afluencia de compradores, aquellos donde hay alguna sombra para resguardarse o tienen algún tipo de comodidad extra, como bardas o bancas.

También se pueden presentar ejercicios de poder en función de los y las vendedoras, estos en función del tipo de artículos que comercialicen, pues hay una diferencia entre los y las vendedoras de ropa de paca y quienes venden ropa usada, en cuestión de la adecuación de los espacios, pues, por lo general quienes venden paca tienen ingresos económicos elevados por las ventas, esto les permite instalarse con estructuras como toldos, bocinas para música, mesas y sillas, mientras que quienes venden ropa usada, generalmente solo extienden mantas en el piso y tiran la ropa sobre esta. De este modo, cuando las ventas escasean los vendedores de paca realizan promociones exageradas para atraer a los pocos compradores y evitan las ventas de los vendedores de ropa usada.

La adquisición de las mercancías tiene otro entramado de ejercicios de poder, pues en la búsqueda de productos para revender, los tianguistas acuden a la zona libre, que por su proximidad permite que los vendedores acudan en busca de ofertas para revender, sin embargo, siendo este un comercio ilícito, muchas veces las autoridades llegan a quitarle las mercancías a los tianguistas quienes terminan perdiendo la poca inversión que han reunido para invertir.

Por otro lado, el comercio de las pacas tiene un riesgo aún mayor, pues este comercio se encuentra poco regulado y en las narrativas de la población es considerado ilegal por la poca regularización que existe al evadir impuestos al adquirirlos y usar el transporte “fayuquero” en su obtención. El proceso de comprar se puede catalogar como fayuca, en la que cruzan las pacas (generalmente de ropa, aunque las hay de productos del hogar, sabanas, peluches, bolsos, etc.), por el Río Hondo, a través de fayuqueros que las transportan a Chetumal. Sin embargo, muchas veces, estas personas se quedan con las pacas o extorsionan a los compradores incrementando el precio de estas, si por el contrario el comprador decide ir por la paca hasta las orillas del Río Hondo, son las autoridades federales, estatales y municipales quienes detienen a los tianguistas

en las carreteras instaurando un cobro de pase, esto con el conocimiento de que son pacas las que transportan.

El autoempleo es una de las estrategias que se ha generado en México ante la necesidad para la adquisición de nuevos ingresos para la familia, el sistema político y mercantil del país propicia que existan estas formas de emprendimiento, autoempleo y comercio informal en los que las familias buscan mantener una calidad de vida decente.

Las personas que emprenden nuevos negocios enfrentan restricciones de crédito aun en las mejores circunstancias, y la migración temporal de un emprendedor o de un familiar cercano a éste puede mitigar esas restricciones al establecer una relación de complementariedad entre la migración y el autoempleo, al menos en el corto plazo. Esto sugiere que algunos de los determinantes de la migración pueden también incidir sobre la decisión de autoemplearse (González et al., s/f, p. 7).

Siguiendo a Aguilar se puede señalar que, las motivaciones de los sujetos para emprender pueden derivar de varias situaciones, sin embargo las principales derivan de, 1. el aprovechamiento de una oportunidad específica para un negocio que se les presenta de forma fortuita, estos son conocidos como “emprendedores de oportunidad, 2. El emprendimiento por falta de trabajo, los índices de desempleo no permiten a sujetos con capacidades insertarse en campos laborales adecuados a su formación, de aquí surgen los “emprendedores por necesidad”, 3. El emprendimiento por acumulación de capital, que refiere a aquellos sujetos que cuentan con el capital necesario para invertir y que emprenden para incrementar su capital económico. 4. Los emprendedores por escasez son aquellos sujetos que no se han podido insertar en un campo laboral ya sea por falta de formación profesional o por condiciones de etnia o género (Aguilar-Barceló et al., 2014).

La importancia del emprendimiento radica en que crea una tendencia motivadora para alcanzar metas personales que pueden desembocar en una independencia económica; además, fomenta una mayor creatividad y control de las acciones realizadas, lo cual difícilmente se puede desarrollar como empleado [] para impulsar y desarrollar una actitud emprendedora se requiere de una experiencia verdadera e innovadora, así como metas individuales de superación productiva en quehaceres concretos, los cuales son caminos seguros y directos hacia el éxito. La verdadera actitud emprendedora se enfoca en metas establecidas a corto, mediano y largo plazo, requisitos indispensables para convertirse en un líder comprometido con los demás, consciente

de la problemática social y económica con una clara sensibilidad del medio que lo rodea y con una capacidad sin límites para aplicar sus deseos, intereses, aptitudes y actitudes (Álvarez Velázquez et al., 2019).

#### ***2.1.4. Roles de género y formas de inserción laboral de las mujeres***

Las mujeres han sido desde siempre una parte importante de la fuerza laboral de la sociedad, misma que difícilmente ha sido reconocida, las diferencias entre los contextos laborales de las mujeres y los hombres ha sido visibilizada con mucha fuerza en la actualidad, mucho tiene que ver con las transformaciones sociales que se han generado en el país.

Las decisiones laborales de las mujeres no siguen el mismo patrón que en el caso de los hombres. Ya la teoría neoclásica enfatizaba acerca de las diferencias de capital humano entre hombres y mujeres, las cuales eran consecuencia de decisiones individuales y familiares, pudiendo llegar a ser un factor crucial para el desarrollo de ciertos patrones de especialización en la oferta de trabajo. Por ejemplo, si se realiza una segregación por edad y giro, llama la atención que el crecimiento más alto de participación laboral durante los años 90 fue en un colectivo específico de mujeres: las más jóvenes y que se dedicaban a actividades de autoempleo. (Aguilar-Barceló et al., 2014; Horbath & Gracia, 2014)

Las mujeres por mucho tiempo han sido las más afectadas por los altos índices de desempleo, pero su desarrollo en el ámbito económico es de vital importancia, su empoderamiento y emprendimiento se hace cada vez más notorios en las organizaciones sociales y económicas, como se menciona en un artículo generado por la ONU,

El empoderamiento de las mujeres y las niñas es uno de los objetivos más ansiados por todos, desde las organizaciones de base, los sindicatos y las empresas, hasta los Estados miembros y los órganos intergubernamentales. [...] A partir de un conjunto de experiencias prometedoras extraídas de todo el mundo, se busca lograr que los derechos humanos sean una realidad de la que todas las mujeres y niñas puedan disfrutar (ONU Mujeres, 2016, p. 2).

El incremento en el número de mujeres que participa en actividades de autoempleo en años recientes en México podría obedecer a un efecto de refugio económico ante situaciones sociales desventajosas respecto a los varones, más que a la inercia mundial con tendencia ascendente de participación de la mujer en los mercados laborales como resultado de un mayor

empoderamiento, delatando los altos retos que el ideal de igualdad de género afronta en el país (Aguilar-Barceló et al., 2014, p. 147).

Estas nuevas formas de trabajo pese a que involucran a una población en general, es decir, tanto hombres como mujeres, el contexto del género hace que el impacto se multiplique para el sexo femenino y que las nuevas formas de trabajo se visibilicen en dos situaciones diferentes;

En las últimas décadas se han presentado cambios sociales, políticos, económicos, tecnológicos y legales que influyen en las maneras en que las personas están manejando temas relativos al trabajo y a la familia, y a la intersección entre estas dos dimensiones y las formas de repensar los modos de relación que se establecen tanto en el ámbito laboral y familiar, considerando que el trabajo productivo propiamente genere ingresos se viene convirtiendo en la fuente económica principal que promueve bienestar y supervivencia para la mayoría de las personas, tanto para hombres como para mujeres (Amador et al., 2019, p. 34).

Dentro de las especificaciones de los tipos de trabajos existen dos que involucran directamente al desempeño de la mujer y que se enmarcan en una sutil diferencia entre uno y otro por lo que es fácil confundir y homologar estos significados, como lo menciona Amador et al.,

Existe una línea delgada que separa al trabajo productivo del reproductivo, considerando además que, dentro del hogar, algunas mujeres llevan a cabo trabajos productivos informales o de subsistencia, o trabajos productivos no remunerados como lo señala un informe de la CEPAL. Desde la década de los 70, se planteaba que el sistema capitalista había llevado a la destrucción de los modos en que se organizaban los grupos familiares y las comunidades existentes, al reconfigurar el rol del ama de casa que cambió para volverse un ama de cada trabajadora (*working class housewife*). [...] sin embargo, se plantea que estos roles no son indisolubles, y abogaron por mostrar cómo las labores de lo que se conoce como trabajo reproductivo también aportan directamente a la economía y el desarrollo de los países (Amador et al., 2019, p. 42).

En este contexto el emprendimiento y el comercio informal no es exclusivo de las mujeres, pero sí existen evidencias que señalan que son contexto que en su mayoría están permeados por mujeres,

Esta tendencia de las mujeres a elegir la opción emprendedora, reconocida en los años 80 como alternativa para sobrellevar la crisis económica imperante, se acentuó notablemente durante los años 90 y muy especialmente a partir de la recesión económica mundial iniciada en el

año 2008. Esta práctica ha consistido preponderantemente en modalidades de autoempleo o de producción familiar, especialmente entre los sectores más pobres de la población, [...]

Conjuntamente, la manera de conformar los emprendimientos es distinta por género. Las mujeres establecen organizaciones más horizontales, basadas en la construcción de redes y decisiones por consenso, con mayor tendencia a la asociatividad (Aguilar-Barceló et al., 2014).

A modo de conclusión podemos señalar que el concepto en los tianguis ha surgido desde hace mucho tiempo y con este, el papel de la mujer dentro de la comercialización no regulada en estos espacios además es necesario señalar que desde su surgimiento los tianguis han tenido una relevancia para la economía mexicana y que los contextos en los que se ha desarrollado han cambiado y se han diversificado en el tiempo. Las características de los tianguis, pese a que comúnmente son confundidos con bazares o mercados se encuentran bien marcados por el hecho de que no son fijos y se instalan en días específicos en un periodo regular.

En el sentido del tianguis como espacio de comercialización, este se ve impulsado por la situación económica y laboral del país. Los índices de desempleo, la precariedad laboral y la flexibilización han generado que el trabajo, como concepto sea un bien escaso y cotizado, no solo porque genera un grado de estabilidad económica en los individuos, sino porque el trabajo, permea las diferentes áreas de la vida de los sujetos, la posesión o no de un trabajo lo condiciona a situaciones de estabilidad o incertidumbre que terminan impactando la estabilidad física, psicológica, emocional y social de los individuos.

La ausencia de oportunidades genera otros dos conceptos, el autoempleo y el emprendimiento, ambos con el objetivo de resarcir la falta de recursos económicos y mejorar las condiciones de vida de las personas, en el primero el sujeto oferta su fuerza laboral propia a quien la demande, y en el segundo se plantean las formas de establecimiento de organizaciones para comercializar, estos dos conceptos muchas veces se encuentran mal estructurados por lo que resultan intentos fallidos. Este es el caso del tianguis Hellen Keller, pues su población al desconocer las estrategias de emprendimiento y comercialización terminan por realizar una mala ejecución que los lleva a obtener pocas ganancias o perder sus inversiones, lo que los mantiene en la pobreza.

La participación de las mujeres en los tianguis surgió desde la época precolombina cuando los tianguis eran conocidos como *tianquiztli*, en ese entonces el rol asignado a las mujeres dentro de estos mercados de comercialización, era el de la venta de alimentos, el cual era

impuesto jerárquicamente debido a su género, por lo que esta segregación comercial en los tianguis tiene un contexto histórico en el rol de la mujer, este recorrido histórico muestra que aun hoy en día y a pesar de las múltiples transformaciones que ha tenido el tianguis como espacio comercial “las mujeres indígenas tianguistas siguen comercializando y practicando el trueque de productos de recolección, excedentes agrícolas y algunos transformados derivados del maíz, principalmente tortillas” (Cárdenas Marcelo et al., 2021, p. 33) sin embargo, estas transformaciones no han estado exentas del impacto de la globalización, a pesar de esto, incluso hoy en día los roles de género se mantienen.

El mercado local, la plaza comercial, el tianguis o el ambulante son sin duda espacios donde se pueden apreciar las diferencias por tipo de comercio entre las mujeres que lo practican, puesto que su rol social condiciona no solamente su uso, sino sus percepciones y las relaciones de poder que se entretejen, ya que también el poder modela, limita y transforma el espacio (Cárdenas Marcelo et al., 2021, p. 35).

En este sentido Hasemann Lara en su publicación sobre “la discriminación institucional de vendedoras ambulantes: los retos de una «pobre» madre pobre” trabajando en la calle señala que, las mujeres dedicadas al comercio informal, por lo general ambulante y la condición de su maternidad es un detonante importante para la realización de un análisis minucioso sobre la vulnerabilidad de estas mujeres vendedoras. El contexto de la investigación se centra en la vinculación del comercio ambulante con la situación de las mujeres pobres, madres solas con inseguridad económica y exclusión social. Con esto se desarrolla el significado de la maternidad y el ambulante de dos grupos de mujeres que sustentan el ejercicio de las ventas irregulares con su status, sus contextos y el desempleo. Los resultados se han hecho más importantes desde la discriminación institucional manifestada por los casos estudiados en la investigación (Hasemann, 2009).<sup>3</sup>

Desde la perspectiva de género Gonzales Medina (2017) sostiene que la proliferación de actividades económicas informales aunadas al uso de las tecnologías se ha impulsado debido a plataformas como el Facebook que le ha brindado a las mujeres las herramientas para establecer un mercado a través de un dispositivo. Lo que ha generado la creación de estereotipos de género

---

<sup>3</sup> Hasemann Lara, A. E. (2009). La discriminación institucional de vendedoras ambulantes: Los retos de una «pobre» madre pobre trabajando en la calle. *Revista pueblos y fronteras digital*, 4(8), 237–263. <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2009.8.177>

por lo que la investigación plantea la comprensión de las nuevas subjetividades de las ventas en redes sociales donde se han analizado bajo los parámetros de las ventas y la desterritorialización del comercio informal, planteando las vías para la ejecución de un trabajo extra doméstico al que se le ha adjudicado una feminización del mercado (González, 2017).<sup>4</sup>

En este sentido, Quesada Díaz (2023) menciona que el fenómeno de las ventas en Facebook, es una alternativa emergente que visibiliza la precariedad actual y que violenta a las mujeres, esta investigación establece por medio de estudios de caso las condiciones en las que las mujeres resignifican su condición de precariedad ante la necesidad de ejercer trabajos informales, el impacto se da desde sus condiciones de pobreza y género que exponen las desigualdades de género y plantean la significación de la identidad de “neni” como una discriminación.<sup>5</sup>

A lo largo del capítulo se ha podido visualizar las condiciones de las mujeres en el plano laboral, sin embargo, esta vulnerabilidad las condiciona a buscar alternativas en el comercio informal que las ayude a subsistir. Esto se deriva de la falta de oportunidades, las condiciones de género, la maternidad o los roles que desempeñan en la familia. En la actualidad, como lo mencionan los autores han surgido comerciantes mujeres no solo en el plano del comercio tianguista sino también en los espacios de internet, lo que visualizado diversas estrategias que se han implementado para la promoción y afianzamiento del autoempleo en el que la gran mayoría son mujeres.

---

<sup>4</sup> González Medina, A. (2017). Trabajo, género y redes sociales: Experiencias Laborales de administradoras de bazares de ropa en Facebook. *Revista Colombiana de Sociología*, 40(2), 129–146. <https://doi.org/10.15446/rcs.v40n2.66388>

<sup>5</sup> Díaz, B. Q. (2022). La historia de una Neni: La venta informal desde los bazares en Facebook y la resignificación de la precariedad. *Contextualizaciones Latinoamericanas*, 1(26), Article 26. <https://doi.org/10.32870/cl.v1i26.7937>

### Capítulo III El Tianguis Hellen Keller de la Ciudad de Chetumal

El presente capítulo se realiza mediante trabajo de campo en el área de asentamiento del tianguis Hellen Keller en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, el cual ha adquirido su nombre debido a la particularidad de su localización, alrededor de la escuela “Hellen Keller”, una institución pública que forma parte de las 520 escuelas públicas del municipio de Othón P. Blanco, localizada en la calle Celul de la colonia proterritorio.

Dicho trabajo de campo se realizó en el periodo 2022-2023, con periodos de estancia en el tianguis donde se abordó a través de la Investigación Acción Participativa, se realizaron entrevistas dirigidas en diferentes momentos y se asistió a las juntas colectivas de los organizadores del tianguis, además se llevó a cabo una reunión para la aplicación del marco lógico con la población. Debido a lo anterior, se presentan etnografías, narrativas y relatos de varios de los involucrados en la investigación.

#### 3.1. Breve etnografía del tianguis Hellen Keller

En el presente acápite se presenta un relato etnográfico de uno de los días en los que se realizó trabajo de campo en el tianguis Hellen Keller.

Aquel día, 23 de abril de 2022, un fin de semana tomaba un taxi para dirigirme al tianguis Hellen Keller, era un día caluroso en el que el sol calentaba tanto que el calor se hacía sentir muy fuerte, le pedí al taxista que me llevara al tianguis, sin embargo, respondió que no lo conocía, pero al explicarle asintió con la cabeza señalando

*“¿así se llama?, hace años que lo conozco, pero no sabía que se llamaba así, desde hace años mi esposa me compra ropa ahí, porque ya sabes, las mujeres se encargan de eso, ella dice que encuentra buenas cosas, y sí, siempre me lleva ropa de caché para que me vista”*

Unas esquinas antes de llegar, la velocidad del carro descendió, eso anunciaba la llegada a la zona del tianguis, la afluencia de las personas hacían que el conductor avanzara con precaución, en el primer acercamiento se podía ver a mujeres cruzar con un diablito, una estructura de metal con llantas, que ayudaba a llevar la pesada mercancía que se dividía en varias bolsas, otras comerciantes caminaban a lado de un triciclo lleno de bolsas, morrales y telas, que

era manejado por un señor, quien les ayudaba, algunas muchachas con un niño en brazos se apresuraban a llegar y más adelante se veían niños cruzar la calle sin precaución.

En otros espacios se notaba a hombres y mujeres armando un toldo, levantando una estructura de metal o madera o acomodando ropa sobre una manta extendida en las aceras, o sobre mesas mientras platicaban con la vecina del espacio siguiente que barría para empezar a acomodar su mercancía, se podía notar que alguno de los hombres tiraba una extensión que llegaba hasta una casa de enfrente, más adelante me percataría que era una de las tantas casas que les daba luz durante su jornada de ventas a cambio de 50 pesos que se cooperaban entre todos los que se conectaran ahí, con esto obtenían un poco de luz y hasta conectaban algo de música.

Por fin descendí del taxi, al bajar se sentía el golpe de calor intenso y sofocante, ahora podía notar como muchas de las personas periódicamente levantaban los cuellos de sus camisas para secarse el sudor, o se pasaban el brazo sobre la frente para evitar que las gotas de sudor salado les cayera en los ojos, al mismo tiempo que hacían un gesto de sofoco, y continuaban trabajando.

Eran las 4 de la tarde y muchos de los puestos ya estaban establecidos, por la zona de comidas los triciclos de antojitos se empezaban a posicionar, la señora de los tamales sacaba su mesita y ponía la olla sobre una silla al tiempo que mandaba a su hija a preguntarle a algunos comerciantes si iban a querer algo, cosa que replicaron otros vendedores de comida, los venteros de frutas pasaban lento entre las calles para quedarse un rato en cada zona, y la señora de los savorines y chamoyadas bajaba su nevera, algunos niños corrían a pedir dinero para comprarse algo fresco, y se veía los gestos de las mamás diciéndoles no, un par de ellas exclamaron a la par “*no ves que no he vendido todavía*” entonces varios de ellos sin refunfuñar regresaban al parque, yo pensaba que tenían en la cabeza la esperanza de que su mamá vendiera algo para poder comprarse ese savorin.

De repente se empezó a escuchar música, una canción que curiosamente escucharía en muchas de las visitas al tianguis, muchos de los días al son de “*la carcacha, de Selena*” se empezaba a juntar la gente para comprar, especialmente con la señora de la paca, porque como lo mencionó una de las clientas, es bien sabido que la ropa americana aguanta más y dura mucho tiempo.

*Yo siempre compro paca, no voy a decir que no compro ropa de bazar porque hay cositas que paso y veo y me gusta pues me lo compro, pero por lo general vengo aquí,*

*hasta para salir o mis fiestas me compro de esta ropa porque es como comprarte ropa nueva (cliente de tianguis 1, tianguis Hellen Keller, mayo 2022)*

En una de las esquinas se ve acercarse un carro de aspecto nuevo, una camioneta tipo minivan blanca y grande, la persona que lo conduce es una mujer de edad media, muy bien arreglada eso se notó cuando al bajar el cristal de la ventana, se asomó para preguntarle a una de las señoras dónde se puede poner, la comerciante rápidamente le contestó, “¿traes ropa?, aquí bájate aquí” de repente se veía venir un grupo de personas, algunas avanzaron corriendo en dirección de la camioneta, en muy poco tiempo se veía a muchas personas caminar deprisa y hasta correr detrás del carro, al estacionarse y abrir la cajuela, algunas personas jalaban la ropa y la empezaban a revisar, un par de mujeres empezaron a discutir por la ropa mientras decían “no se la vendas a ella amiga, es una revendedora, yo lo quiero para mí”. De repente la dueña de la ropa con cara de confusión empezaba a cobrar lo que otras clientas ya habían escogido.

Finalmente, en menos de media hora ya no había nadie viendo la ropa que había sobrado, y las prendas compradas ya se encontraban exhibidas en las estructuras de otros puestos. Empezaba a anochecer, y algunas comerciantes ya empezaban a levantar su mercancía, desarmar sus estructuras y algunos hombres empezaban a llegar para ayudar con las cosas, con el tiempo se descubrió que estos hombres serían los esposos, hijos o familiares que las ayudaban a instalarse la mayoría de los días.

### **3.2. Ganancias y vida en el tianguis**

En este apartado se presenta una serie de definiciones que muestran las formas de inserción laboral y económica en las que se mantienen los comerciantes informales, con el fin de mostrar los diferentes significados de estas actividades, se parte del concepto de trabajo, el autoempleo y el comercio hasta llegar al emprendimiento. Es importante, entonces saber, cuál es el significado del trabajo en el contexto del comercio que viven las mujeres del tianguis “Hellen Keller”, a continuación, se describe y define el concepto de trabajo aplicable a esta investigación.

En concordancia con Peralta Gómez y debido a que se asimila a la línea de la investigación, se señala que para fines de la investigación se entenderá por trabajo a,

La actividad central en la producción material, social y cultural, en la que se enlazan diversos saberes, acciones y prácticas, a fin de obtener beneficios materiales y

simbólicos. Se realiza en particulares contextos económicos, históricos y materiales y se conjuga con la subjetividad, entendida como producción de significados a partir de las propias experiencias y vivencias, en tramas relacionales y en función del contexto sociohistórico que la produce (Peralta-Gómez, 2012, p. 164).

Siguiendo a Maza (2004), podemos señalar que, la inserción laboral no es un hecho aislado que afecte únicamente un aspecto de la vida, sino que se presenta como un factor que integra diferentes esferas de esta y las organiza afectando la cotidianidad del individuo, en este sentido, condiciona su disposición de tiempo y sus recursos económicos, y por ende sus condiciones de vida.

...la actividad laboral es un elemento que ordena el tiempo y genera identidades. Pero este orden se trastoca cuando aparecen configuraciones de trabajo con formas diversas, y llega a su extremo cuando se experimenta la carencia de una actividad laboral que permita obtener los recursos para la sobrevivencia, lo que genera una modificación de los vínculos sociales, pues las posibilidades de la vida y el tiempo liberado se reconfiguran y toman diversos sentidos. El trabajo es un factor fundamental y necesario para la subsistencia de la mayoría de los seres humanos, revestido de múltiples significados y contenidos; éstos varían según su importancia para las personas, dependiendo de factores sociales e históricos (Maza, 2004, p. 92).

En otro sentido, dentro de las definiciones de trabajo productivo podemos señalar que,

El trabajo productivo en el sentido económico moderno es una actividad desplegada con vistas al intercambio mercantil y que constituye necesariamente el objeto de un cálculo contable, se requiere, además de las razones económicas, porque provee funciones de naturaleza psicosocial como identidad, sentido de utilidad, entre otras que favorecen el bienestar general y en particular el bienestar psicológico de quienes lo realizan (Amador et al., 2019, p. 35).

Siguiendo esta teoría Aguilar plantea que el trabajo productivo forma parte de los contextos domésticos que influyen en la ejecución de las actividades económicas en las que muchas mujeres se encuentran condicionadas.

El entorno social inmediato, así como las redes domésticas, entre otros, son elementos que ejercen una influencia decisiva en la elección de ciertas actividades económicas.

Junto con los aspectos estructurales de la economía que impiden la creación de puestos de

trabajo formales, existen algunos factores socioculturales que, en particular, promueven la elección del empleo en la modalidad de trabajo por cuenta propia (Aguilar-Barceló et al., 2014).

En contraste podemos encontrar el trabajo reproductivo que tiene que ver con el desarrollo psicosocial de los entornos cotidianos,

...se requiere del reproductivo para dar continuidad a la especie humana, ya que las labores relativas a este ámbito siguen siendo relevantes para nuestra existencia, entendiendo este como el conjunto de actividades del hogar cuyo fin es satisfacer las necesidades de la familia y garantizar la reproducción biológica y social de la fuerza de trabajo (Amador et al., 2019, p. 35).

El trabajo y sus contextos no solo son espacios en los que se realiza una actividad de producción material, social y cultural, sino que representan un espacio de interacción en la que están presentes los ejercicios de poder en donde muchas veces los trabajadores tienen que aceptar prácticas de dominio por parte, tanto de sus superiores como del sistema. Pese a las condiciones de precariedad en la que se encuentran muchos de los entornos laborales, este también es considerado un bien escaso, por lo que los altos índices de desempleo y la falta de oportunidades impulsa a muchos individuos a crear sus propios nichos laborales, lo que se conoce como auto empleo.

...Como respuesta a la escasez estructural de empleo formal o como materialización de una visión emprendedora, surge en muchos mexicanos la pretensión de participar con su esfuerzo individual en el desarrollo de actividades económicamente rentables que sirvan de fuente propia de ingresos. Estos esfuerzos al ser unipersonales suelen nombrarse como “trabajo independiente” o “autoempleo” y la persona que lo ejerce, como trabajador “autónomo” o “por cuenta propia”. Este tipo de trabajo ha venido creciendo en México de manera descontrolada en los últimos años tanto en hombres como en mujeres (Aguilar et al., 2014, p. 146).

Mientras que autores como Aguilar y Barceló plantean el autoempleo como un mecanismo de subsistencia y de incremento de los ingresos económicos para solventar los costes de vida de los hogares, Fernández y Peón señalan que, las actividades de autoempleo se pueden llevar a cabo a gran escala entre personas profesionales que invierten dinero con miras a establecer, a la larga, empresas estables con ganancias significativas.

El autoempleo o trabajo autónomo, no necesariamente comprende posiciones ocupacionales precarias, de escasa calidad y bajos salarios, sino que puede abarcar actividades profesionales, técnicas y gerenciales o administrativas o propiamente empresariales con acceso a capital y recursos tecnológicos, por lo que resulta ser una categoría ocupacional altamente heterogénea (Fernández & Peón, 2013, p. 7).

Pese a que ambas afirmaciones pueden ser consideradas como aceptables, lo cierto es que el autoempleo puede ser considerada causa de la vulnerabilidad en donde el sujeto mientras más trabaje más gana y al mismo tiempo todo lo contrario, como lo señala Aguilar y otros.

Las ganancias de los emprendimientos de autoempleo están dadas por la productividad laboral individual que se obtiene a través de un proceso de asignación con base en una distribución similar a la que se utiliza para asignar salarios. Estas ganancias pueden ser iguales o mayores al salario que se busca de un empleo (Aguilar et al., 2021).

Muchas veces el auto empleo puede ser confundido con el emprendimiento sin embargo existe una diferencia muy específica entre un significado y otro, se ha entendido como autoempleo al trabajo autónomo de una persona que puede partir de ejercer algún conocimiento profesional y empírico que pone al servicio de tercero para la obtención de ganancias, esto puede darse por la necesidad de adquirir ingresos económicos extra, o por el hecho de generar un cúmulo de ganancia y que el sujeto posteriormente podría invertir.

Por otro lado, siguiendo a Santos et al (2013), podemos definir el emprendimiento como el hecho de estructurar entidades comerciales con una misión particular que permita a los emprendedores lograr objetivos y generar ganancias, para esto se plantean dos tipos de emprendimiento, los emprendimientos de mercado, que tienen que ver con un objetivo comercial y económico, y los emprendimientos sociales que fundan su objetivo en la búsqueda de un bien para la sociedad. A partir de estos, pueden surgir una combinación de ambos tipos que se conocerá como emprendimiento híbrido. Sin embargo, existen situaciones características de estos, como se señala a continuación.

...existe una cantidad significativa de emprendimientos destructivos pues se desenvuelven en actividades meramente especulativas que no generan valor añadido alguno porque solo persiguen satisfacer el afán de lucro del emprendedor en el corto plazo. Por otro lado, también nos encontramos ante emprendimientos improductivos que,

aunque generan valor añadido, se centran en el objetivo de maximizar beneficios en el corto plazo a través de la imitación (Santos et al., 2013, p. 184).

En otro de los conceptos involucrados, siguiendo a Viña podemos definir al comercio como... “la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado compra y venta de bienes y servicios para su uso o transformación, es entonces, el cambio o transacción de algo por otra cosas de igual valor” (Viña, 2015, p. 39).

Además debemos añadir que, así se entiende también como “un conjunto de operaciones o acciones que debe realizar la empresa para lograr la venta de los bienes o servicios que produce, atendiendo los requerimientos especiales del mercado y de la competencia” (Viña, 2015, p. 38).

Actualmente el comercio informal ha encontrado en los medios electrónicos una plataforma para situarse y desarrollarse,

La adopción de las tecnologías de información y comunicación (TIC), y del comercio electrónico o *e-commerce* en particular, beneficia a las empresas en la medida que posibilita la reducción de los costos de transacción y el incremento de la velocidad y eficiencia de los procesos y las operaciones organizacionales. A su vez, el internet y el comercio electrónico son herramientas que permiten una mejor comunicación e interacción con clientes, socios y proveedores, proporcionando información sobre los productos, brindando servicios en línea que mejoran la calidad de atención a clientes, ofreciendo la posibilidad de compra en línea, entre otros (Jones et al., 2016, p. 7).

Estas son las pautas que han dado pie a que surja el caracterizado tipo de comercio que se desarrolla en el tianguis “Hellen Keller” y que ha formado una problemática que se acentúa día con día. Por lo que esta población demanda la intervención para resarcir la problemática en la que se encuentra inmersa la población.

Siguiendo a Pulido (2004), El Área de Psicología de las Organizaciones y el trabajo, en su investigación del 2007 sobre Organizaciones, trabajo y sujeto, afirma que dentro de los contextos laborales algunas presentan situaciones de dominación, explotación y opresión, sin embargo, en el entramado del trabajo en la globalización, algunas teorías psicológicas intentan demeritar la importancia de estos ejercicios de poder (Área de Psicología de las Organizaciones y el Trabajo, 2007, p. 9). Sin embargo, existen muchos antecedentes de denuncia sobre las condiciones laborales precarias en las que se insertan muchos de los trabajadores, en la mayoría de las veces

los ejercicios de dominación son reconocidos por los trabajadores, pero también son aceptados con resignación debido a las pocas oportunidades laborales y los altos índices de desempleo que reinan en México.

El sistema de comercio en el tianguis no es algo estable, como lo han expresado las comerciantes, todo depende de la temporada y la fecha, ellas están conscientes de que hay periodos en que las ventas serán muy bajas, y otras temporadas en las que las ventas incrementan y llegan a tener una buena ganancia, parte de las temporadas bajas son las fechas de entrada a clase, salidas de vacaciones, inicio de año, etc. y las temporadas altas se han identificado como los periodos de fiestas decembrinas y celebraciones del día de las madres.

*Aquí la venta no es siempre porque hay periodos que no vendemos nada, sobre todo cuando la gente tiene gastos, como cuando entran los chiquitos a la escuela, cuando llega el expofer o las fiestas mexicanas, la gente ni viene se gastan todo en ir a gastar en la fiesta, la que si vende es la señora de la paca porque ahí andan buscando su vestido para la fiesta (doña Graciela, 45 años, tianguis Hellen Keller, junio 2023)*

*Yo ya sé que hay días que no va a haber venta y por eso decido no ir, porque si voy solo voy a gastar más de lo que vendo, como cuando la temporada de mosquitos nena, ¡ay dios mío! Ahí sí que no se aparece ni un alma, o cuando es fin de quincena y entrada a clases ya se sabe que no vamos a vender y para que vamos, mejor hago algo de venta en mi casa o publico cositas en el face. (Doña Laura, 42 años, tianguis Hellen Keller, junio 2023).*

Pese a que tienen identificado las temporadas y que están conscientes de los momentos en los que no habrá venta, ellas aprovechan las temporadas altas y algunas consideran que lo que más les impacta es el exceso de competencia, pues en el tianguis hay muchas comerciantes y muchas de ellas se dedican a la venta de ropa de diferentes tipos, pero el sector es el mismo.

*Fíjate que si hay temporadas que nos afectan mucho, pero por lo general lo que más está cabrón es la competencia, fíjate aquí la mayoría vende ropa, puede que unas sean de segunda mano, ropas usadas, nuevas, de la zona o de paca, pero todas son ropa, la verdad que eso es competencia y no ayuda, la única que casi no le preocupa es a la señora de la paca, pero porque ella como es de paca pos' la gente lo compra por ser americana, hasta para su estreno lo llevan. Ve en la comida, cuánta gente viene a*

*vender, y quienes compramos los comerciantes, solo las botanitas son las que compran los clientes que nos visitan (doña Olga, 52 años, tianguis Hellen Keller, julio 2023)*

Muchas de las cotidianidades se pueden vivir y escuchar crudas, las condiciones de trabajo son precarias, riesgosas y requieren mucho esfuerzo físico. Estas condiciones afectan en mayor medida a las mujeres que tienen que levantar y cargar cosas pesadas, colocar sus ventas la mayoría de las veces bajo el sol y al final del día levantar todo de nuevo para regresar a casa en ocasiones sin haber vendido nada. El siguiente relato muestra estas situaciones atravesadas por la población.

Doña Paulita es una mujer de 59 años que ha trabajado en servicios de aseo y atención por mucho tiempo, hace mucho que su esposo murió, él era el sostén del hogar y al morir Doña Paulita tuvo que hacerse cargo de la crianza de sus hijas, tiempo después sus hijas se convirtieron en madres solteras y con los hijos pequeños ellas salen a trabajar mientras doña Paulita cuida de los menores, aunque lo que ganan es poco y no alcanza para sostener la casa. Es por eso que Doña Paulita recurrió a la venta del tianguis sacando su venta frente a su casa mientras su nieta más pequeña la acompaña y los otros dos niños se quedan en la casa.

*“Desde que mi marido se murió tuve que hacerme cargo de mi familia, como mujeres a veces ni tiempo de enfermarse da, ora imagínate de ponerse a llorar, pos no se puede. Primero hay que ver por los hijos porque tienen que comer, mis hijas ya están grandes, pero tampoco tienen marido y como quiera a mí me preocupan mis nietas porque yo me tengo que hacer cargo de ellas, imagínate si pierdo otro. Porque hace poco se nos murió mi nietecito, un día de la nada se nos enfermó, yo lo lleve con el doctor simi, pero nada que me lo curaban, las vecinas me decían que lo lleve con un particular pero eso es bien caro y no tenía dinero, pero ya cuando vi que se estaba poniendo peor cargué a mi niño y lo lleve pero no pudieron hacer nada, mi niño se me murió, se me murió mi niño ( En el relato se puede escuchar el nudo en la garganta hasta que, doña paulita no se puede contener y llora desconsoladamente)”*

Las condiciones en las que las comerciantes desarrollan su actividad de venta es ardua y pesada, peor aún muchas de las veces no valen la pena, porque las ventas son deficientes y nada redituables para el tiempo que intentan vender, sin embargo, estas son las formas de subsistencia en las que se han insertado y que tienen que tolerar, sobre todo porque no cuentan con ninguna seguridad social, las condiciones educativas que les tocaron vivir las colocan en una precariedad

laboral, pues más de la mitad de las comerciantes tiene como nivel educativo la secundaria, lo que resulta en un acceso limitado en relación con los servicios de salud, para lo que deben hacer uso de los servicios de consulta de farmacias como la “similares”.

*Pues mira, aquí cuando hay venta, no nos quejamos ni del sol o la lluvia, ni de los mosquitos o las horas que estamos paradas porque sabemos que vamos a vender bien, a veces llego a vender como 300 pesos y ese es un día bueno, sabemos que vamos a poder tener, aunque sea unos tamalitos para cenar, pero cuando no hay venta pues ahí se pone difícil la cosa, porque pasamos las horas y terminamos vendiendo 20 pesos y ahí sí, ni para el saborin del niño me da, imagínese ahora, cuando la criatura (señala al niño y le toca el cabello) se me enferma, ni pa la consulta en simi me alcanza, porque cada vez está más caro, ahora ya cuesta 60 pesos.*

### **3.2.1. Productos comercializados**

Los comercios que se localizan en este tianguis van desde; vendedores de ropa, calzado, artículos del hogar tanto usados como nuevos, herramientas, artículos deportivos, artículos para autos, electrónica y juguetes. Además, a medida que el tianguis ha ido creciendo se ha asignado una zona específica para los vendedores de alimentos, en donde se pueden encontrar, antojitos, botanas, comida rápida, postres y dulces locales y regionales.

**Tabla 2***Tabla de giros comerciales del Tianguis Hellen Keller*

Giro	Puestos	Número de puestos
1	Ropa nueva	9
2	Ropa usada	24
3	Ropa de paca	5
4	Ambulantes	4
5	Comida	16
6	Maquillaje y Accesorios	13
7	Zapatos	5
8	Juguetes	7
9	Plantas	2
10	Productos para el hogar	2
11	Trastes	2
Total de puestos		89

*Fuente:* Elaboración propia con datos de trabajo de campo, 2023

El número de puestos varía constantemente, pues se han considerado los comercios permanentes, es decir, aquellos que ya tienen un lugar asignado y que acuden a vender cada fin de semana, sin embargo, es difícil conocer un total permanente pues de manera regular también acuden otros vendedores, incluso hay vendedores que llegan a estacionarse con sus carros y vender de manera espontánea.

En relación con la cantidad planteada en la tabla, se puede notar que mayoritariamente son comercios de ropa usada, actualmente son 24 comerciantes las que se dedican a este giro, otros comercios que también se posicionan en el tianguis son los puestos de comida, maquillaje y accesorios y ropa nueva y ropa de paca. Por otro lado, minoritariamente se pueden encontrar vendedores ambulantes, productos para el hogar, juguetes y artículos variados.

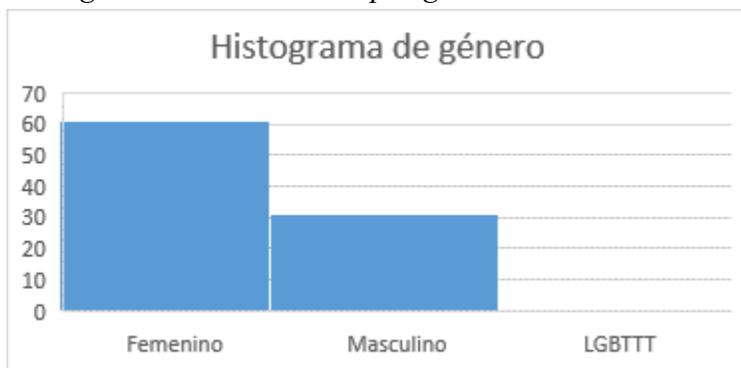
Por otra parte, durante el trabajo de campo y de acuerdo a los datos obtenidos se ha podido notar que la población está compuesta por aproximadamente 95 vendedores de los cuales 61 son mujeres en su mayoría de entre 45 y 60 años, además, cerca del 50% de ellas van acompañadas de sus esposos que tienen la función de ayudar a armar los puestos de venta y vigilar para evitar robos, el número de vendedoras puede variar entre un día y otro, pero los datos presentados representan un promedio general del conteo realizado en diversas ocasiones (levantamiento en el terreno).

Gran parte de la población utiliza esta forma de comercio por cuenta propia como una alternativa de ingresos, ya que, el funcionamiento de este tianguis se realiza los viernes, sábado y domingo, por lo que los vendedores han manifestado que pueden tener otro empleo el resto de la semana.

Además de los hombres y mujeres podemos encontrar a personas de la comunidad LGBTTTIQ+, dentro de esta población tenemos a un establecimiento grande que ha convertido su hogar en un comercio de maquillaje donde se encuentran 3 personas, además de manera ocasional asisten 5 personas más de este género a comercializar prendas. Véase tabla e histograma de género.

### **Ilustración 2**

*Histograma de distribución por género*



*Fuente:* elaboración propia con datos de trabajo de campo, 2023

María de 55 años, ama de casa, se enteró de la existencia del tianguis porque una amiga le contó y ya lleva ocho años vendiendo ahí, ella vende ropa de segunda mano y menciona que fue la necesidad la que la impulsó a las ventas, cuando la dejaron al cuidado de sus tres nietos pequeños y no sabía qué hacer, por muchos años trabajó como empleada doméstica en varias casas, durante 26 años fue su única forma de obtener ingresos, pero ahora ya no se siente con las

mismas fuerzas para continuar trabajando además de que las personas ya no le quieren pagar lo suficiente, relata que aunque le queda más cerca el tianguis de Forjadores se decidió por el Hellen Keller porque el pago por derecho a espacios es menos, su esposo la lleva, la ayuda a instalarse y se quita ya que tiene un pequeño taller familiar y necesita trabajar por su cuenta para lograr juntar los gastos de la casa, al término de su venta le avisa para que pase por ella aunque el trabajo de levantar sus cosas lo realiza sola.

“Ay! Mija la vida no es fácil cuando nos toca ser pobres, hay que buscarle a veces vengo todo el día y solo vendo 30 pesos, pero, pos que se le va a hacer uno nunca sabe cuándo va a estar buena la venta y cuando no, cuando me va bien vendo hasta 180 pesos y pues eso ya es una ayudadita. No te creas la vida de las mujeres está bien difícil sobre todo cuando uno se vuelve vieja y cansada porque ya una no tiene fuerzas para trabajar y pos así como se puede vivir, ¿y al final quién se encarga de uno? ¿y si el marido no te sale bueno? ¿y si los hijos no te ayudan? (los ojos de doña María se llenan de lágrimas, suspira e intenta mirar al horizonte mientras se seca con sus manos las lágrimas que no deja salir) Ya una se siente un peso y solo toca salir a buscar pa la comida, la verdad que también recibo mi ayudita por parte del gobierno con estos programas de AMLO, pero no da hija, no da” (Doña María, entrevista en tianguis Hellen Keller, abril 2023).

Muchas de las historias expresadas en las entrevistas comparten elementos trascendentales en la vida de las mujeres comerciantes, en su mayoría, por no decir su totalidad, estos contextos de vida son producto de la pobreza, la falta de oportunidades laborales, la falta de educación y la estructura social en la que estas mujeres se encuentran.

### ***3.2.2. Inversión para el comercio en el tianguis***

Las formas de invertir en el tianguis son diversas, por lo general las personas inician vendiendo ropa usada, muchas de las veces esta es propia o de familiares. El sistema entonces es juntar la ropa, zapatos y diversas cosas que ya no se usan en casa e ir a comercializarlas a precios que van desde los \$5.00 pesos hasta los \$50.00 pesos, dependiendo de los artículos y las condiciones en las que se encuentren.

Por otro lado, cuando las personas ya se encuentran inmersas en este tipo de comercio empiezan a adquirir productos de medio uso para revender y obtener alguna ganancia de estos;

cuando ya se empiezan a establecer, dependiendo de las oportunidades que se les presenten adquieren productos para vender en el tianguis hasta que, en algunos casos, toman la decisión de invertir comprando artículos nuevos para comercializar.

Existen otras decisiones de inversión que involucran más dinero como la venta de pacas, zapatos o productos traídos de la zona libre u otros estados de la república. En otro rubro, el de la alimentación, algunas personas deciden establecer puestos de comida en el tianguis en donde se establecen con carritos de comida, triciclos o simplemente con mesas y ollas dispuestas en las banquetas.

Pese a que muchas son las historias desgarradoras que las mujeres nos comparten, también hay en sus narrativas, significados de superación y crecimiento, como la siguiente.

Lupita de 45 años, es ama de casa, lleva tres años vendiendo en el tianguis y menciona que antes de tener un lugar fijo había que llegar temprano porque para tener los lugares eran “*gana gana*”, para iniciar su negocio lupita junto un capital comprando y revendiendo en Forjadores hasta que logró juntar lo suficiente para una paca, ella relata que tuvo que pasar por muchas dificultades como ser engañada y estafada por las personas encargadas del negocio de las pacas, hasta arriesgarse a viajar sola de madrugada para poder conseguir su mercancía, menciona como dentro de este negocio al igual que en cualquier otro se da la corrupción y preferencia a personas que compran en grandes cantidades, en conjunto con su esposo ha logrado salir adelante con este negocio y actualmente ya tiene proveedores y recibe entre tres y cinco pacas por semana ya que cuenta con una tienda de ropa de paca en su domicilio y los días viernes, sábados y domingos vende en el tianguis por la tarde, lupita es una mujer valiente al igual que todas las mujeres del tianguis y nos enseña que el esfuerzo y la perseverancia dan resultados, es un ejemplo de superación.

“Así es Chava aquí todo empezó con el asentamiento en el lugar que ganes, aquí si llegas tarde ya te llevó la chingada porque te tocaba un lugar bajo el sol o donde no llega la gente, bueno eso era antes de organizarnos porque ahora nos coordinamos y los que son vendedores fijos ya tenemos un lugar asignado que nos corresponde por derecho y en el que no se pueden meter, está escrito porque ya hasta lo reconoció municipio por eso nosotros le pagamos 40 pesos al mes por espacio y yo tengo dos” (Doña Lupita, entrevista en tianguis Hellen Keller, julio 2022).

“Uy! De mi historia que te puedo decir, creo que voy a quitar las cosas tristes aunque no se puede porque son muchas, yo empecé vendiendo las cosa que ya no usaba, luego vi que si podía ganar algo y anduve buscando cosas en el bazar de Forjadores cosas bonitas y en buen estado para revender, no manches yo también corría detrás de los carros que se veían de caché, ya uno sabe que esos son ricos que traen a vender lo que no usan y lo dan barato, a veces buscaba hasta ropa de marca y bien barata, ya con el tiempo me fui juntando mi dinero y me anime a comprar una paca, este camino está difícil porque hay muchas personas que te quieren chingar, al principio me daban pacas feas que tenía ropa mala y era porque yo no tenía colmillo para escoger, un par de veces me estafaron, me cobraron y no me entregaron la paca pero uno no puede hacer nada porque ya sabes que es peligroso pelearte con esa gente, otras veces en el camino los federales y la policía me han quitado la mercancía pero es porque ven a quien es nuevo y lo tratan de chingar, pero pos con el tiempo una agarra colmillo y le sigue porque sabe que de aquí sale y sale bien. Ahora ya tengo mi negocio en mi casa, ya es variado porque traigo de todo, ropa de hombre, mujer, adolescente y en diferentes tallas, ahí adapte un espacio de mi casa para exhibir todo, sobre todo porque ahí saco la paca premium que es más cara y mis clientes lo saben y me compran porque es ropa americana buena, aquí en el tianguis traigo una paca básica que puedo vender barata porque la gente que viene a comprar aquí no compra de tan caro, y pos uno ya le sabe, aunque también se le saca. Es un camino difícil pero cuando uno aprende te saca adelante, ahorita mi marido ya viene conmigo y se queda a vender, pero tuvimos que atravesar un largo camino para llegar a estar como ahora” (Doña Lupita, entrevista en tianguis Hellen Keller, julio 2023)

Las fuentes de inversión surgen de diversos lugares, a veces en modos de préstamo o compras de oportunidad, lo cierto es que inician con inversiones mínimas de ahí que sean un emprendimiento fácil para las personas. Las estructuras sociales y la falta de oportunidad de empleos, empuja a muchas mujeres que se encuentran maternando a buscar en este tipo de comercio una entrada de dinero para apoyar en los gastos del hogar mientras se permiten el cuidado de sus hijos. Esto no deja de ser un estado de vulnerabilidad y precariedad.

## **Capítulo IV Organización, Gestión y Convivencia en el Tianguis Hellen Keller de la Ciudad de Chetumal**

En el presente capítulo se abordan los entramados del tianguis, se parte de los contextos que se tienen, sus servicios de infraestructura, los espacios compartidos, su forma de organización mediante un comité y la convivencia de su población, así como los acuerdos establecidos para el funcionamiento de las actividades comerciales durante los días de venta, además se hace un breve recorrido geográfico de las ubicaciones de los tianguis existentes en Chetumal y se plantea un recorrido histórico de sus asentamientos.

Se presenta un bosquejo de los impactos del COVID-19 en el tianguis y se presenta una comparación del crecimiento del tianguis en el que se señala como ha ido abarcando las calles aledañas durante el tiempo en que se ha realizado trabajo de campo en la zona. Finalmente se establecen las formas de organización y distribución de los espacios para el comercio y se plantea el proyecto de intervención que nace de la aplicación del marco lógico con la población.

### **4.1. Servicios y espacios para el trabajo en el Tianguis**

Chetumal es la capital del estado de Quintana Roo y cabecera municipal del municipio de Othón P. Blanco, cuenta con una población de 169,028 habitantes según los registros estadísticos del 2020, de los cuales 86,790 son mujeres, lo que representa el 51.34% de la población, y 82,238 pobladores son hombres, lo que equivale a menos de la mitad de la población (48.65%). Además, el 1.89% de la población es analfabeta, es decir 3,195 personas presentan índices de analfabetismo, de las cuales el 85% de la población analfabeta son mujeres.

En cuestión de los datos de ocupación laboral se visualiza que, el 51.67% de la población mayor de 12 años se encuentra colocada en algún empleo, por lo que cerca de la mitad se encuentra desempleada, esta repartición laboral respecto al género nos señala que, del total de población colocada laboralmente, el 58% de los empleos se les han otorgado a los hombres y solo el 42% ha sido para las mujeres pese a ser un grupo poblacional más grande<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Análisis presentado a partir de los datos estadísticos del INEGI (INEGI, 2021)

Si visualizamos los datos de las condiciones laborales en las que se encuentran podemos ver que también carecen de oportunidades para el empleo, sin embargo, pese a que las mujeres son las más impactadas por las condiciones laborales, los índices de desempleo representan casi el 50% de la población. Es quizá este, uno de los motivos por los que muchos hombres y mujeres se han empleado en el comercio informal ya sea, realizando ventas en las diversas redes sociales o en espacios como los tianguis o mercados que han surgido desde hace más de tres décadas en la ciudad.

En Chetumal desde hace más de 30 años empezaron a establecerse tianguis para la comercialización de prendas nuevas y de medio uso, esta forma de comercialización se inició con el asentamiento del Tianguis de Forjadores establecida a finales de 1989, y que ha perdurado hasta la actualidad, nombrado así por su ubicación en la colonia Forjadores,

En Chetumal el Tianguis del parque Forjadores comenzó hace más de 30 años, con menos de diez personas. Los pioneros vendían mayormente ropa y zapatos de segundo uso, lo que era conocido como ropa de bazar. En ese tiempo podían instalarse libremente, con el paso de los años fue ganando fuerza hasta convertirse en el tianguis que hoy conocemos (Mega News, 2019).

Desde sus inicios hasta hoy el tianguis de Forjadores ha crecido, actualmente tiene aproximadamente 200 vendedores fijos, mismos que acuden cada fin de semana, pues en este espacio únicamente se comercializa los días sábado y domingo de 7:00 de la mañana a 5:00 de la tarde, además, aproximadamente 150 vendedores se colocan eventualmente a vender ya sea en algún espacio del parque o comercializan desde sus vehículos.

Además del tianguis de Forjadores, han surgido otros más en algunas colonias de la ciudad, tal es el caso del tianguis Hellen Keller, ubicado en la colonia proterritorio, este es otro de los tianguis que ha ido creciendo con el paso del tiempo, la población comerciante se estableció hace 7 años, en el año 2015 pero fue hasta el 2019 que se constituyó como tianguis ante el municipio, se ubica a un costado de la escuela Hellen Keller, de ahí que adoptara ese nombre, sin embargo, con el paso del tiempo ha ido creciendo, por lo que actualmente abarca, cerca de 3 cuadras alrededor de la escuela. Por el tamaño del tianguis también cuenta con un líder tianguista y otros encargados de espacios o esquinas, designando espacios a vendedores fijos. Su funcionamiento es por la tarde, de 4:00pm a 8:00 pm, los viernes, sábado y domingo.

Otros tianguis más pequeños, son: 1. el tianguis de solidaridad que se ha establecido como un mercadillo en el que se pueden encontrar también, carnes, pescados, frutas, verduras y

especias, pero donde también se comercializa ropa nueva y de segunda mano, 2. El tianguis de las casitas, que funciona los días sábado y domingo de 7:00 de la mañana a 2:00 de la tarde y donde se encuentran gran variedad de comida, plantas y artículos artesanales, 3. El tianguis del parque del policía, que se encuentra en la colonia proterritorio, y que funciona los fines de semana de 7:00 de la mañana a 1:00 de la tarde, en este se comercializa en su mayoría ropa usada y algunos antojitos, y 4. El tianguis del parque del CBTIS, ubicado en la colonia del Bosque, justo detrás de la escuela CBTIS 214, de ahí parte su nombre, este tianguis funciona todos los días de 1:00 pm a 5:00 pm.

**Tabla 3**

*Datos generales de los asentamientos identificados como tianguis y bazares en Chetumal Quintana Roo*

<b>Tianguis / Bazar</b>	<b>Localización</b>	<b>Años de funcionamiento</b>	<b>Comerciantes</b>	<b>Funcionamiento</b>
<b>El tianguis de Forjadores</b>	Parque de Forjadores, Pedro Romero, Avenida Enrique Barocio Barrios	34 años	200 vendedores fijos	sábado y domingo de 7:00 de la mañana a 5:00 de la tarde
<b>El tianguis Hellen Keller</b>	Col. Proterritorio, parque de proterritorio, comité proterritorio esquina naranjal	7 años	95 vendedores fijos	Viernes, sábado y domingo de 4:00 de la tarde a 8:00 de la noche
<b>El tianguis de Solidaridad</b>	Petcacab 670, Col. Solidaridad	Aprox. 7 años	Aprox. vendedores	70 sábado y domingo de 7:00 de la mañana a 2:00 de la tarde
<b>El tianguis de las casitas</b>	Av. Venustiano Carranza, s/n	Aprox. 12 años	Aprox. vendedores	30 sábado y domingo de 7:00 de la mañana a 2:00 de la tarde
<b>El tianguis del parque del policía</b>	Otilio Montaña entre Polyuc y Petcacab	Aprox. 5 años	Aprox. vendedores	40 sábado y domingo de 7:00 de la mañana a 1:00 de la tarde
<b>El tianguis del CBTIS</b>	Calle Gral. Francisco J. Mujica 664, Del Bosque, Chetumal,	Aprox. 4 años	Aprox. vendedores	20 Todos los días de 1:00 a 5:00 de la tarde

*Fuente:* elaboración propia con datos de trabajo de campo, 2022-2023

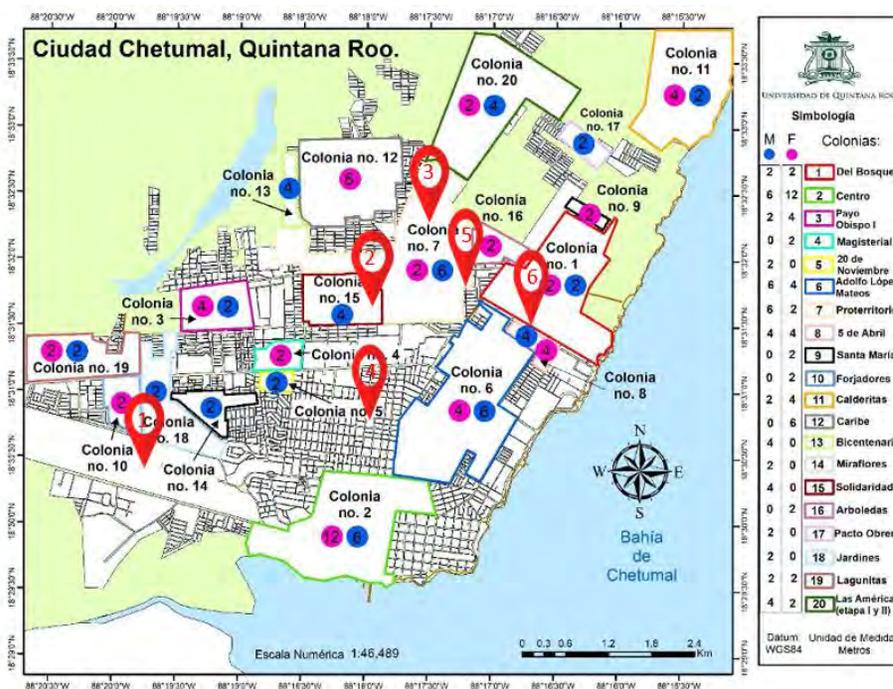
Derivado de la información anterior, a continuación, se presenta un listado de los tianguis ubicados en Chetumal y su distribución geográfica:

1. El tianguis de Forjadores
2. El tianguis Hellen Keller
3. El tianguis de Solidaridad

4. El tianguis de las casitas
5. El tianguis del parque del policía
6. El tianguis del CBTis

### Ilustración 3

#### Localización de los tianguis de Chetumal



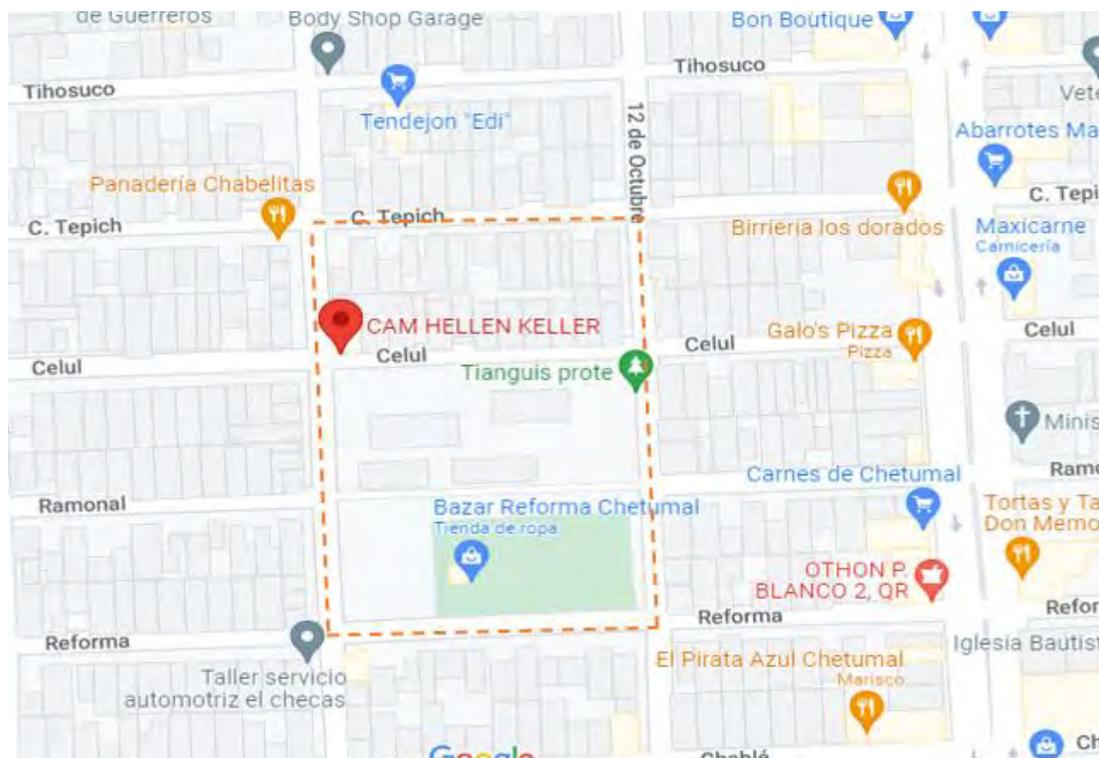
*Fuente:* Posicionamientos de las localizaciones de los tianguis en Chetumal, usando el mapa obtenido de (Murillo Pantí et al., 2020)

#### 4.1.1. La infraestructura del tianguis

El área de asentamiento del tianguis ha sido muy dinámica desde sus inicios, pues se ha extendido durante los últimos 7 años, por lo que actualmente se pueden encontrar vendedores ambulantes en la zona que compete a dos cuadras aledañas a la escuela incluyendo el parque de proterritorio. Véase el croquis de la zona (ilustración 5)

#### Ilustración 4

*Croquis de la zona del tianguis Hellen Keller, marzo 2022*

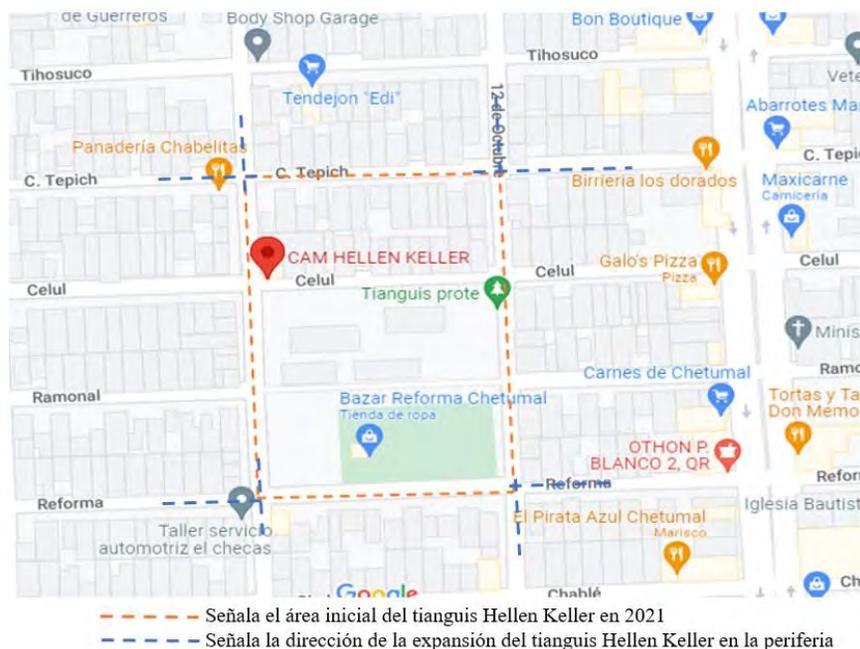


*Fuente:* Elaboración propia con fundamentos de Goglee Maps, 2021

La distribución espacial del tianguis Hellen Keller en los últimos registros del trabajo de campo en el 2022 ha llegado a abarcar dos cuadras alrededor de la escuela Hellen Keller, estos datos revelan la información obtenida durante el inicio de la investigación, sin embargo, es claro que su crecimiento ha sido exponencial, pues, los últimos datos recabados en mayo de 2023 demuestran que se ha expandido hasta abarcar media esquina más en cada una de sus periferias como lo muestra la imagen, misma que se puede comparar con la imagen obtenida al inicio de la investigación (ilustración 6).

## Ilustración 5

### Expansión del tianguis Hellen Keller para 2023



*Fuente:* Elaboración propia con datos de trabajo de campo, 2022-2023

El crecimiento demográfico de los comerciantes ha generado que geográficamente los asentamientos de vendedores se empiecen a expandir hasta abarcar las calles aledañas.

#### 4.2. Pandemia y sobrevivir

La localización del asentamiento y el horario de funcionamiento ponen en riesgo la integridad de las mujeres comerciantes, pues al terminar la jornada de ventas por las noches, el camino de retorno a sus hogares lo realizan a pie y ayudadas de “diablitos de carga” con los que transportan sus mercancías por lo que las exponen a la delincuencia.

Lucía Canul de 51 años, es ama de casa, lleva un año vendiendo en el tianguis y para poder tener un capital realizó un préstamo en Coppel, Lucía vende de todo un poco, empezó con la venta de saborines<sup>7</sup> y chamoyadas<sup>8</sup> además de dulces y bombones que distribuye en una mesita y para los congelados lleva sus neveras, en los últimos dos años ha decidido invertir para

<sup>7</sup> Mezcla de frutas con leche en porciones embolsadas en bolsitas de plástico y congeladas

<sup>8</sup> Mezcla de frutas comúnmente ácidas con agua y en porciones en vasitos de plástico en forma de paletas que se sirven con chamoy y una mezcla de ácidos en polvo

diversificar su producto ya que ha empezado a comercializar chancas, tenis y calcetines que obtiene de la zona libre<sup>9</sup> generalmente acude al tianguis con su esposo, al principio él solo le ayudaba a cargar sus cosas para instalarla y hacerle compañía pero con el crecimiento del negocio se ha involucrado en la dinámica de las ventas ofreciendo cables y cargadores.

“Pos hay que buscar cómo hacerle miya porque la situación está cabrona, aunque sea pa los frijoles, pero con las ventas sale sobre todo cuando hay mucho calor porque las gentes buscan algo fresco, hora que empezamos a meter más cositas como las chancas pos mi esposo me tiene que ayudar porque yo sola no puedo, aunque al principio le daba pena poco a poco se fue acostumbrando” (Doña Lucía, entrevista en tianguis Hellen Keller, enero 2023).

### **4.3. Convivencia y acuerdos para estar en el tianguis**

La conformación de la población que se encuentra trabajando en este tianguis, se constituye en su mayoría de mujeres de edad adulta y de escasos recursos, sin embargo, también se puede encontrar población masculina que en su mayoría son adultos mayores y de la tercera edad. Gran parte de la población utiliza esta forma de comercio por cuenta propia como una alternativa de ingresos, ya que, el funcionamiento de este tianguis se realiza los viernes, sábado y domingo, por lo que los vendedores han manifestado que pueden tener otro empleo el resto de la semana. Otra parte de la población ha señalado que esta es su fuente de ingresos principal y que cuenta con apoyos gubernamentales que ayudan a la supervivencia, un tercer grupo señala que las ventas en el tianguis son una forma de contribuir al gasto familiar que es actualmente insostenible. Sin embargo, este modo de subsistencia económica difícilmente genera los ingresos necesarios para subsistir.

Socorro de 50 años, se dedica al negocio de la renta de trampolines e inflables, todos los días se instala en el boulevard y los días de tianguis manda a uno de dos sus hijos a quienes sacó adelante con este negocio, menciona que no gana mucho, pero le sale para vivir al día y pagar sus gastos, cuando junta un capital renueva sus trampolines, socorro cuenta con una camioneta para transportar sus inflables la cual consiguió con mucho esfuerzo.

---

<sup>9</sup> Lugar ubicado en la periferia de Chetumal entre la frontera de Quintana Roo y Belice en donde se ubican tiendas de distribución de artículos de importación a costos considerados bajos, la característica principal de este lugar es que están libres de impuestos por lo que no expiden facturas y se consideran para compra de autoconsumo, aunque la población de Chetumal busca las maneras de sacar cantidades de producto para comercializar

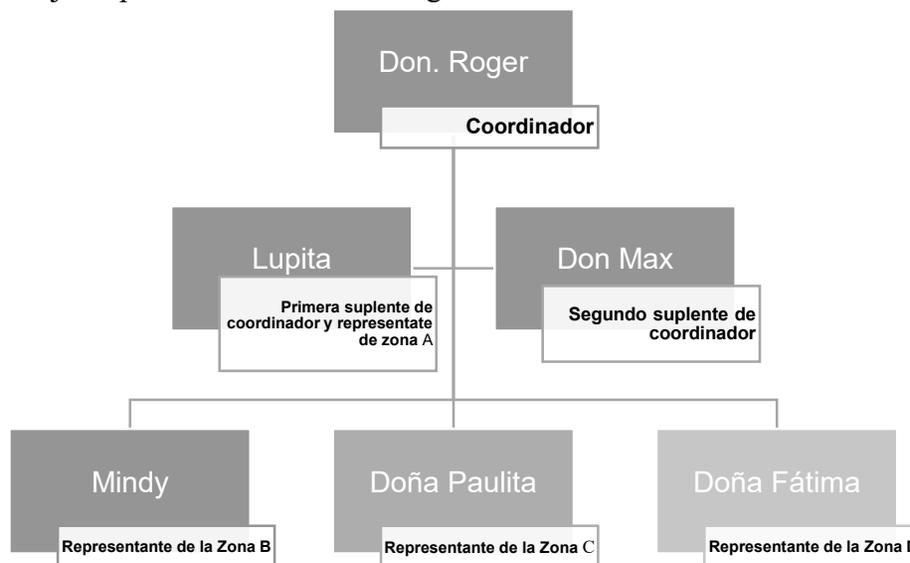
“Aquí las mujeres no paramos, sobre todo si tenemos hijos porque una como madre busca darles lo mejor yo empecé con mucho esfuerzo poniendo mis trampolines desde que mis hijos estaban chicos, lo ponía ahí en el boulevard y me los llevaba conmigo, porque eso sí, yo nunca dejé a mis hijos, hay que lucharle pero aquí los tengo conmigo pa cuidarlos, ahora que ya crecieron pues me ayudan vigilando otro trampolín, a mi muchachita le daba pena ponerse sola a ver el puesto pero pos se acostumbó, ella sabe que de ahí sale para todos nuestros gastos, a veces tenemos problemas porque el municipio nos quiere quitar, pero yo no sé ni de que se quejan si hasta les limpiamos los espacios donde nos ponemos y al atraer familias hay más movilidad y no esta tan solitario” (Doña Socorro, entrevista en tianguis Hellen Keller, julio 2022).

#### ***4.3.1. El comité en el tianguis***

En el tianguis Hellen Keller, se ha identificado una población altamente vulnerable, las mujeres de 40 y mayores de 60 años, han encontrado en el comercio dentro del tianguis una opción para generar ingresos económicos, sin embargo, la forma de funcionamiento de este sistema de tianguis que se da solamente 3 días a la semana hace que los ingresos económicos por este tipo de ventas sean mínimos. Pese a que han sido muchos los sucesos que han atravesado, los comerciantes del tianguis Hellen Keller con el tiempo se han organizado de tal manera que actualmente existe un comité conformado por 5 personas que se destruyen como se muestra en el siguiente esquema.

### Ilustración 6

Esquema jerárquico del comité del tianguis Hellen Keller



*Fuente:* Elaboración propia con datos de trabajo de campo, 2022-2023

En el esquema se presenta la distribución jerárquica que conforma el comité del tianguis Hellen Keller en 2023, nombrado así desde el 2019, y ha sufrido pocos cambios, cabe mencionar que estos cargos han sido otorgados por medio del capital social y que únicamente son simbólicos porque son reconocidos por los comerciantes del tianguis Hellen Keller, a continuación, se describe a cada uno de los actores inmersos en este comité.

**Don Roger:** Coordinador y gestor del tianguis, tiene la responsabilidad de escuchar y atender las problemáticas de los comerciantes, así como vigilar que los acuerdos establecidos sean respetados. Fue aceptado como coordinador porque inició los acuerdos con los directivos de la escuela Hellen Keller que en un principio no querían acceder a platicar con las mujeres del tianguis. Además de coordinar, tiene un espacio para vender que ocupa para el comercio de productos diversos como lámparas, baterías, herramientas, cortaúñas entre otras cosas.

**Lupita:** Primera suplente de la coordinación tiene la responsabilidad de asistir a los comerciantes cuando Don Roger no está y ver que en su zona se cumpla con los acuerdos sobre todo en cuestión de limpieza, además debe asignar los lugares vacíos a vendedores esporádicos que de vez en cuando llegan al tianguis mencionando los compromisos que deben cumplir para poder tener acceso a un espacio por día. Su comercio en el tianguis se centra en la venta de ropa de Paca de calidad media, pues además de la venta en el tianguis tiene en su propia casa, espacio para la venta los demás días de la semana donde ofrece paca premium.

Don Max: Segundo suplente de coordinación se ha integrado recientemente, 4 meses atrás, tiene las responsabilidades de suplir a don Roger cuando este no asiste y vigila la seguridad de algunas zonas del tianguis, se integra al comité porque antes trabajaba en la policía y por un tiempo en el gobierno esto hace que conozca algunas personas en esos rubros y tiene contactos telefónicos a los que ha recurrido cuando ha habido contingencias y ha tenido respuesta con más prontitud. Él como tal no comercializa directamente pero su esposa e hijas venden ropa usada, maquillaje y algunos bolsos y carteras.

Mindy: Es la más joven del comité, es encargada de la zona B, vigila que los acuerdos se cumplan y puede asignar los lugares a comerciantes esporádicos, es una de las comerciantes que inició con el asentamiento del tianguis, empezó vendiendo junto con su mamá y actualmente ambas comercializan en espacios diferentes. Ella se dedica a vender ropa nueva y usada, algunas veces lleva maquillaje y otros accesorios para mujer.

Doña Paulita: Es encargada de la zona C, vigila que los acuerdos se cumplan y puede asignar los lugares ocupados a comerciantes esporádicos, es una de las comerciantes que inició con el asentamiento del tianguis, doña Paulita vive en la periferia del tianguis y se dedica a vender ropa, zapatos y accesorios de uso, básicamente comercializa todo lo que otras personas le regalan.

Doña Fátima: Es encargada de la zona D, vigila que los acuerdos se cumplan y puede asignar los lugares ocupados a comerciantes esporádicos, es una de las comerciantes que inició con el asentamiento del tianguis. Ella vende ropa usada y proveniente de la zona libre, por lo que muchas veces tiene productos diversos.

#### **4.3.2. *El respeto a los acuerdos***

En la organización de las formas reguladoras del tianguis Hellen Keller, se nombró un comité de representación a fin de generar las gestiones necesarias para el funcionamiento del Tianguis. Mediante común acuerdo, el comité solicitó una junta con los comerciantes pertenecientes al tianguis Hellen Keller para armar un sistema de compromisos y acuerdos que mantengan el orden y la convivencia en el tianguis del tal modo que también se abordaron reglas que condicionaron las formas de operar durante los días de venta y se asignaron responsabilidades

para el uso de los espacios de venta. Estos acuerdos fueron sustentados por el poder municipal, lo que reconoce la validez de los acuerdos y da sustento a la organización de los comerciantes.

En el acuerdo firmado se acordaron varios puntos reguladores del funcionamiento del Tianguis, los más importantes señalan que, es imperativo que los comerciantes se registren en el padrón de la autoridad municipal para fines de cumplir con los estatutos que demanda el comercio en la vía pública, en función del ente gubernamental regulador, se debe cumplir con las normas sanitarias y de salud, portar y exhibir los permisos expedidos por el ente municipal, dar facilidad a las inspecciones que gobierno requiera, refrendar el permiso laboral de manera periódica, lo que significa pagar el permiso de uso de suelo (Véase anexo 2)

Todo esto se regula de manera constante en un reglamento establecido para los tianguis del estado de Quintana Roo, que establece en sus artículos que se siguen las normas de fiscalización y reglamento, así como las medidas correspondientes por vendedor para el comercio, lo que equivale a 6 metros por 2 metros como máximo, además no se permite la venta o consumo de bebidas alcohólicas, armas de ningún tipo, piratería o pornografía. (Véase anexo 3).

De manera general, se establece que cada vendedor debe mantener el orden dentro del tianguis, limpiar los espacios correspondientes antes, durante y después de las jornadas de venta y acatar las disposiciones que se soliciten por el comité para el buen funcionamiento del tianguis.

### ***4.3.3. La convivencia en el tianguis***

Karla tiene 20 años, y es ama de casa, lleva un año vendiendo en el tianguis y se enteró de la existencia de este por su suegra que vende ahí mismo, Karla comenta que para iniciar su negocio pidió prestado a un familiar para su inversión, vende juguetes, ropa, bocinas, cables, etc. Ella empezó a transportarse en una moto a la cual le adapto un remolque y hasta hace poco consiguió su carrito.

*“Mira chava aquí hay que buscar cómo hacerle, yo vengo con mi suegra, pero no creas que, porque quiero, vengo porque ella sabe que tengo que buscar mi dinerito y así si vengo con ella, ya mi marido no me dice nada porque sabe que ella me vigila, además puedo traer a mi hijita. Luego esto me ayuda mucho porque a veces ese cabrón no me da para el gasto y yo saco mi guardadito*

*para que no nos quedemos sin comer” (Karla, entrevista en tianguis Hellen Keller, noviembre 2022).*

La organización de espacios en el tianguis Hellen Keller busca mantener el orden y mediar entre las vendedoras y vendedores poseedores de un espacio de comercio en el tianguis, esta práctica abordada como “La relación formal entre grupos o instituciones determinadas y el gobierno o Estado” (Trejo, 1992, p. 196). Estas acciones cooperativas que se gestionan de manera colectiva muchas veces muestran la forma en el que el parentesco y los sistemas de compadrazgo han permitido tejidos sociales para generar vínculos comunitarios ya sea en el plano familiar, social y laboral. Para esto se replica en el contexto del bazar Hellen Keller y se puede ver en los principios de su conformación, pues muchos de los vendedores llegaron por recomendación de sus familiares, amigos, vecinos o conocidos.

“Yo cuando empecé a vender fue porque en mi casa siempre quedaban ropitas que dejábamos de usar porque ya no les quedaban a mis hijos o a mi marido, pero estaban buenas, entonces vi que la vecina vendía ropa de bazar y al principio se la regalaba a ella para que venda y se ayude, pero con el tiempo tuvimos un problema, mi esposo se enfermó y yo andaba sin dinero, entonces mi vecina me dijo que fuera a vender y me presentó a Don Roger, entonces me dieron mi espacio. Al principio me daba pena, pero pos ni modo, aunque sea para la papa salía y pos mis hijos tenían que comer”

#### **4.4. Proyecto de intervención “Capacitación en el uso y manejo de plataformas digitales para las mujeres del tianguis “Hellen Keller”**

Dentro del quehacer de la antropología aplicada se encuentran como trabajo medular la creación de proyectos de intervención que generen beneficios a la comunidad de estudio y que por ende mejoren las condiciones de la problemática estudiada, a partir de metodologías que integren a la población durante la búsqueda de las soluciones. Derivado de lo anterior se ha generado a partir de esta investigación una propuesta de proyecto denominada “Capacitación en el uso y manejo de plataformas digitales para las mujeres en el tianguis Hellen Keller” que busca coadyuvar a las comerciantes en las ventas en el tianguis. A continuación, se presentan diferentes apartados que dan cuenta del desarrollo del proyecto, el entorno de su desarrollo, así como los objetivos que se buscan con su implementación.

#### 4.4.1. Descripción del proyecto

El proyecto “capacitación en el uso y manejo de plataformas digitales para las mujeres en el tianguis Hellen Keller” se trata de un taller impartido por especialistas en el uso y manejo de redes sociales a mujeres en situación de vulnerabilidad que se identifiquen como comerciantes del tianguis, además, deben encontrarse en la edad adulta, superior a los 40 años.

Este taller se impartió de manera sencilla sin el uso de tecnicismos complicados para la mejor comprensión del contenido, ya que se entiende que la mayoría de las asistentes no superan los 10 años de preparación escolar. La siguiente tabla presenta la descripción de los datos del proyecto

**Tabla 4**

Descripción del proyecto de intervención

TIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mujeres vulnerables (amas de casa) que son comerciantes o trabajadoras por cuenta propia, del tianguis Hellen Keller.	Mujeres vulnerables en su mayoría entre 40 y 65 años que viven en Chetumal, son comerciantes del tianguis Hellen Keller, tienen un nivel socioeconómico bajo y con un promedio de formación académica de 10 años.	95 locales de los cuales 61 mujeres trabajan
Familias a las que pertenecen las mujeres del tianguis Hellen Keller.	Familias vulnerables y de escasos recursos, buscan mejorar el rubro económico de la economía familiar para así tener una mejor calidad de vida.	61 familias

Nota Elaboración propia con información de los informantes clave

El presente proyecto pretende contribuir en la construcción del conocimiento sobre el uso y manejo de las redes sociales de las mujeres comerciantes del tianguis Hellen Keller. Algunas de las causas de este problema se relacionan con el nivel educativo y la escasez de recursos tecnológicos y económicos, falta de difusión y publicidad.

A través de la capacitación a las mujeres del tianguis Hellen Keller podrán adquirir conocimientos que contribuyan en la mejora de sus ventas, ya que al darse a conocer por medio de redes sociales y publicidad esto a su vez favorecerá en el aumento de la generación de recursos económicos y una mejor calidad de vida para las mujeres comerciantes del tianguis.

El proyecto contempla tener tres etapas: la primera estará enfocada en el diseño de los talleres a impartir a las mujeres del tianguis Hellen Keller, la segunda en la impartición de talleres o cursos de capacitación que ayuden a las mujeres del tianguis a mejorar o crear páginas web además de hacer eficiente el uso de redes sociales para impulsar sus ventas y la tercera en la creación de una página de Facebook para la promoción y difusión del tianguis, esto en un lapso de dos meses.

#### **4.4.2. Diagnostico**

Dentro de los principales problemas a los que se enfrentan las mujeres del tianguis Hellen Keller se encuentra que, no generan los recursos económicos suficientes para tener una calidad de vida digna, las causas más importantes de este problema se relacionan con el nivel educativo, escasos recursos tecnológicos y económicos, falta de difusión y publicidad; ya que al no contar con este conocimiento se incrementa la situación de pobreza en la que viven y afecta las condiciones de vida en la familia.

Sobre las causas mencionadas se proyecta intervenir con una adecuada capacitación a las mujeres del tianguis Hellen Keller, con la impartición de talleres que las ayuden a mejorar el uso y manejo de redes sociales para impulsar la difusión y con ello sus ventas.

Derivado de lo anterior se desprenden el objetivo general que pretende cumplir este proyecto, primero se busca, incrementar la generación de recursos económicos para una mejor calidad de vida de las mujeres comerciantes del tianguis Hellen Keller, de tal modo que, como objetivos específicos, se busca, capacitar a un mínimo de 15 mujeres comerciantes en el uso y manejo de las redes sociales para posteriormente, generar los canales de publicidad y difusión de información sobre el tianguis. Con esto se pretenden diversos resultados que se presentan a continuación

**Tabla 5**

Resultados perseguidos en el proyecto

TIPO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
1. 15 mujeres comerciantes del tianguis Hellen Keller capacitadas en el uso y manejo de plataformas digitales.	Al final del proyecto se habrá logrado capacitar en temas del uso y manejo de plataformas digitales a 15 mujeres comerciantes del tianguis Hellen Keller.
2. Una página de Facebook sobre publicidad y difusión en el tianguis Hellen Keller	Al final del proyecto se habrá logrado la adecuada publicidad y una difusión acertada del tianguis Hellen Keller mediante el diseño de una página de Facebook.

Nota 1 Elaboración propia con datos del trabajo de campo

**4.4.3. Temporalidad y presupuestos**

La temporalidad de la aplicación de este proyecto se distribuye en un total de 16 horas, durante 8 sesiones que se plantean llevar a cabo durante dos días a la semana por lo que abarcará un mes de gestión ya que, las comerciantes no pueden asistir toda la semana pues sus ventas son los días viernes sábado y domingo, se pretende impartir las sesiones los días lunes y miércoles con una duración de 2 horas por la mañana cuando sus hijos se encuentren en la escuela.

Estas actividades se realizarán en una sede conjunta y requerirá que lleven su propio dispositivo, esto refiere a sus celulares propios para realizar sus actividades, además se pretende apoyar en la creación de las páginas de sus comercios particulares. El costo de este taller es de 2700.00 por cada aplicación, a continuación, se desglosan los datos de este monto.

**Tabla 6**

Desglose de los montos del costo del proyecto

<b>DETALLES DE LOS GASTOS POR ITEM</b>	<b>COSTO MENSUAL \$</b>	<b>No DE MESES</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>PERSONAL</b>			
• Jefe proyecto: tiempo completo	\$0.00	1	
• 1 capacitador: medio tiempo	\$2,000	1	\$2,000
<b>BIENES E INFRAESTRUCTURA</b>			
• UQROO (Aula de tics)	No aplica	Para 8 sesiones	\$0.00
<b>MATERIALES</b>			
• Hojas blancas	\$100.00	1	
• Lapiceros	\$50.00	1	
• Opalina	\$300.00	1	\$450.00
<b>VIAJES, LOCOMOCION</b>			
• No aplica			
<b>ALIMENTACIÓN</b>			
• Café	\$100.00	1	
• Galletas	\$100.00	1	
• Agua	\$50.00	1	\$ 250.00
<b>OTROS</b>			
• No aplica			
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,700</b>		<b>\$2,700</b>

Nota 2 Elaboración propia

La aplicación del presente proyecto ha permitido el acercamiento con las mujeres del tianguis Hellen Keller, no solo porque ha generado el desarrollo de las habilidades en el manejo de las plataformas digitales que han utilizado para gestionar las ventas de sus artículos en las redes sociales, sino que también ha creado vínculos amistosos entre las mujeres que han participado en el taller, sin embargo, se ha notado que estos vínculos han sido mayores entre las secciones, es decir, se ha generado más empatía y amistad entre mujeres pertenecientes a la misma sección.

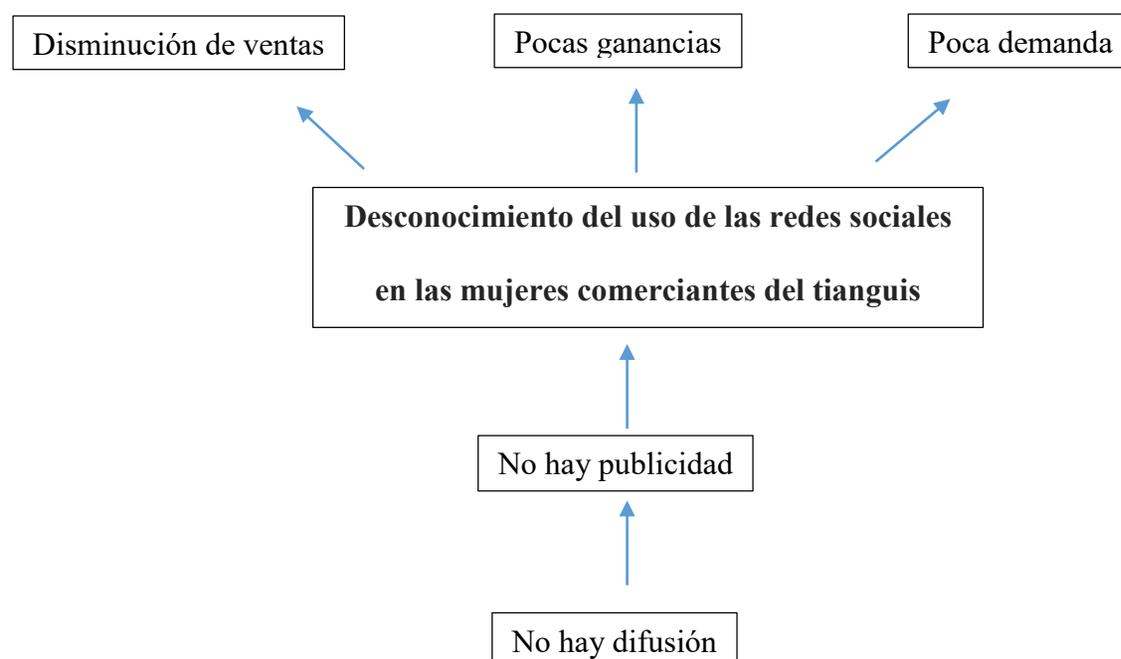
Resultado de esto ha sido que entre las mujeres de la sección A se ayudan a gestionar sus ventas, lo mismo pasa con las de la sección B y la sección C. Por otro lado, ha surgido una organización participativa, ejemplo de esto es la recolección de donaciones para ayuda en los casos de enfermedad, la rifa de regalos entre ellas y pequeñas reuniones de fiesta como la próxima posada navideña.

#### 4.4.4. Origen metodológico del proyecto

El presente proyecto fue resultado de la aplicación de un marco lógico que la población ha ayudado a construir, por lo que a continuación se presenta tanto el árbol de problemas como el árbol de objetivos.

### Ilustración 7

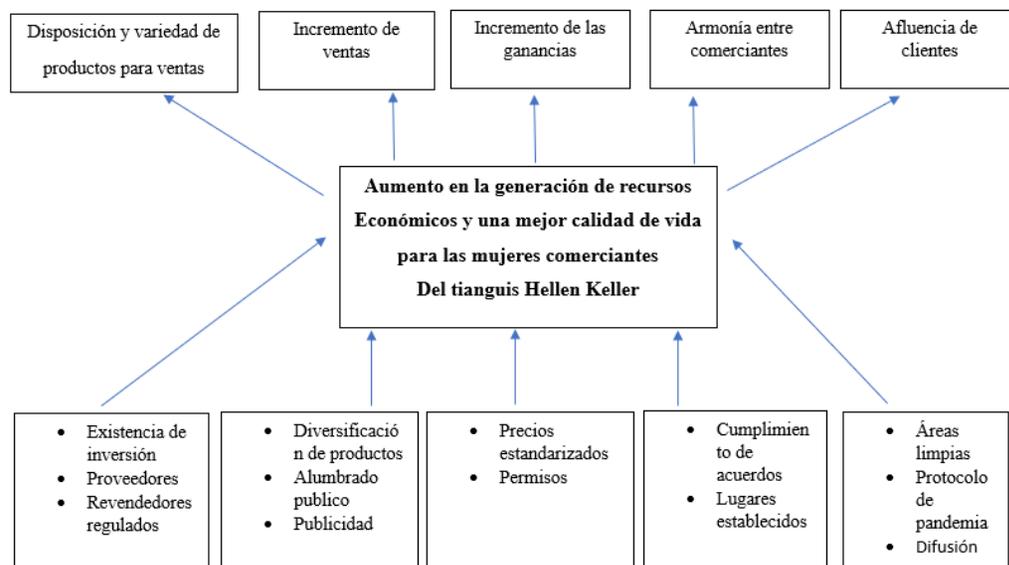
Árbol de problemas



Nota 3 Elaboración propia

## Ilustración 8

### Árbol de objetivos



Nota 4 Elaboración propia

## Conclusiones

A modo de conclusiones podemos señalar en primera instancia que, las formas de vida en el tianguis Hellen Keller se desarrollan en condiciones de precariedad, pese a que son diferentes los actores que intervienen en las actividades del comercio, la mayoría de su población son mujeres, caracterizadas por las bajas oportunidades laborales producidas en dos sentidos, primero por los niveles escolares mínimos, que en su mayoría rondan entre los 10 años por lo que podemos considerar como una preparación a nivel secundaria, esto trae aparejado el difícil acceso al empleo para ellas, dado que también influye el género ante esta problemática, por otro lado, muchas de ellas se encuentran en una etapa de maternidad en la que la responsabilidad del cuidado de los infantes les deja poco tiempo disponible para cumplir las jornadas laborales, en este sentido la actividad comercial dentro del tianguis les parece una gran opción.

Las formas de organización en el tianguis se encuentran gestionadas, regidas y dirigidas por la misma población, ellas han encontrado maneras de establecer acuerdos para el funcionamiento del tianguis y poco a poco han logrado establecer un reglamento, actualmente sostenido por un ente gubernamental, lo que ha propiciado un sostén legal para su desarrollo.

El tiempo en el que se ha desarrollado el tianguis ha hecho que tenga un crecimiento en el espacio, empezando a abarcar calles aledañas de las que en principio abarcaban, por lo que se piensa que en los años siguientes continuará su crecimiento paulatino, permitiendo que otros comerciantes ingresen a esta actividad económica como una forma de vida.

Pese a que esta investigación se ha desarrollado durante dos años y que el trabajo de campo ha logrado una mirada panorámica de las bases establecidas al inicio, al ser un fenómeno social siempre presentará transformaciones y permitirá ver otros fenómenos que no se alcanzan a desarrollar en esta investigación, como las formas de distribución geográfica que propician el crecimiento, tal es el caso de la construcción del domo, que actualmente provoca conflictos por los inconvenientes que trae aparejada su construcción pero que al final se convertirá en un beneficio para la población.

Otras de las problemáticas que se pueden abordar para futuras investigaciones en este espacio social, son las formas de ejercicio de poder intrínsecos en el tianguis, las situaciones de violencia que se viven como el robo, la extorsión o el maltrato.

Finalmente, el capítulo I referente al marco teórico se pueden ver las conceptualizaciones alrededor de la precariedad que viven las mujeres por su condición de género, la situación del déficit laboral en la que se encuentran, que históricamente ha afectado a las mujeres y que en la actualidad pese a que se ha intentado generar los escenarios para mejorar las oportunidades laborales y la igualdad en el campo laboral poco es lo que se ha logrado obtener, de ahí que surjan estos espacios de emprendimiento para el comercio como una alternativa de autoempleo.

En el marco de la formación de los tianguis se puede señalar que también tiene un contexto histórico al surgir desde la época prehispánica cuando se le conocía como el tianquiztli donde la mujer tenía un papel importante como comerciante de comida y que con el tiempo se transformaría para adaptarse a los contextos del comercio de cada época, llegando hasta la actualidad con el surgimiento de conceptos como el de la “neni” en la era digital que denigra las condiciones de comerciante de la mujer en México.

Los contextos del estado de Quintana Roo muestran, que son muchos los asentamientos de comercio que se consideran tianguis, que funcionan como una alternativa de comercio informal y que con el tiempo el gobierno ha intentado regular pero que aún continúa en proceso. Una característica muy importante es que todos los espacios en los que se ubican los tianguis son considerados colonias populares dato que lo liga a las condiciones de precariedad de los vendedores fijos que ahí desarrollan el comercio.

La organización del tianguis Hellen Keller se ha desarrollado desde su asentamiento, donde se ha buscado la organización de la población comerciante que ha encontrado un compromiso mutuo para poder mantener los espacios de venta y la sana convivencia por medio del establecimiento de un comité y la responsabilidad de los espacios físicos que usan para la venta.

## Anexos

### Anexo 1. Guion de entrevista para la exploración de trabajo de campo

#### Guion de entrevista para las comerciantes del tianguis “Hellen Keller”

La siguiente entrevista se realiza para conocer los contextos de la población y su inmersión en el entorno del tianguis, sirve como herramienta de investigación durante la observación directa realizada en dos momentos, primero durante el primer acercamiento a la población y posteriormente durante los últimos meses de la investigación con el fin de discernir cambios en las estructuras de las respuestas.

#### La pertenencia al tianguis y su historia

1. ¿Hace cuánto tiempo que inicio con la venta aquí en el tianguis?
2. ¿Por qué decidió empezar esta actividad de comercio?
3. ¿Cuáles fueron los motivos para entrar al tianguis?
4. ¿Cuál fue el proceso para entrar a vender al tianguis?
5. ¿Fue necesaria la ayuda de amigos o familiares para entrar?
6. ¿Algunos familiares o amigos realizan la misma actividad?
7. ¿Por qué deciden vender en este tianguis y no en otro?

#### La situación económica de la población

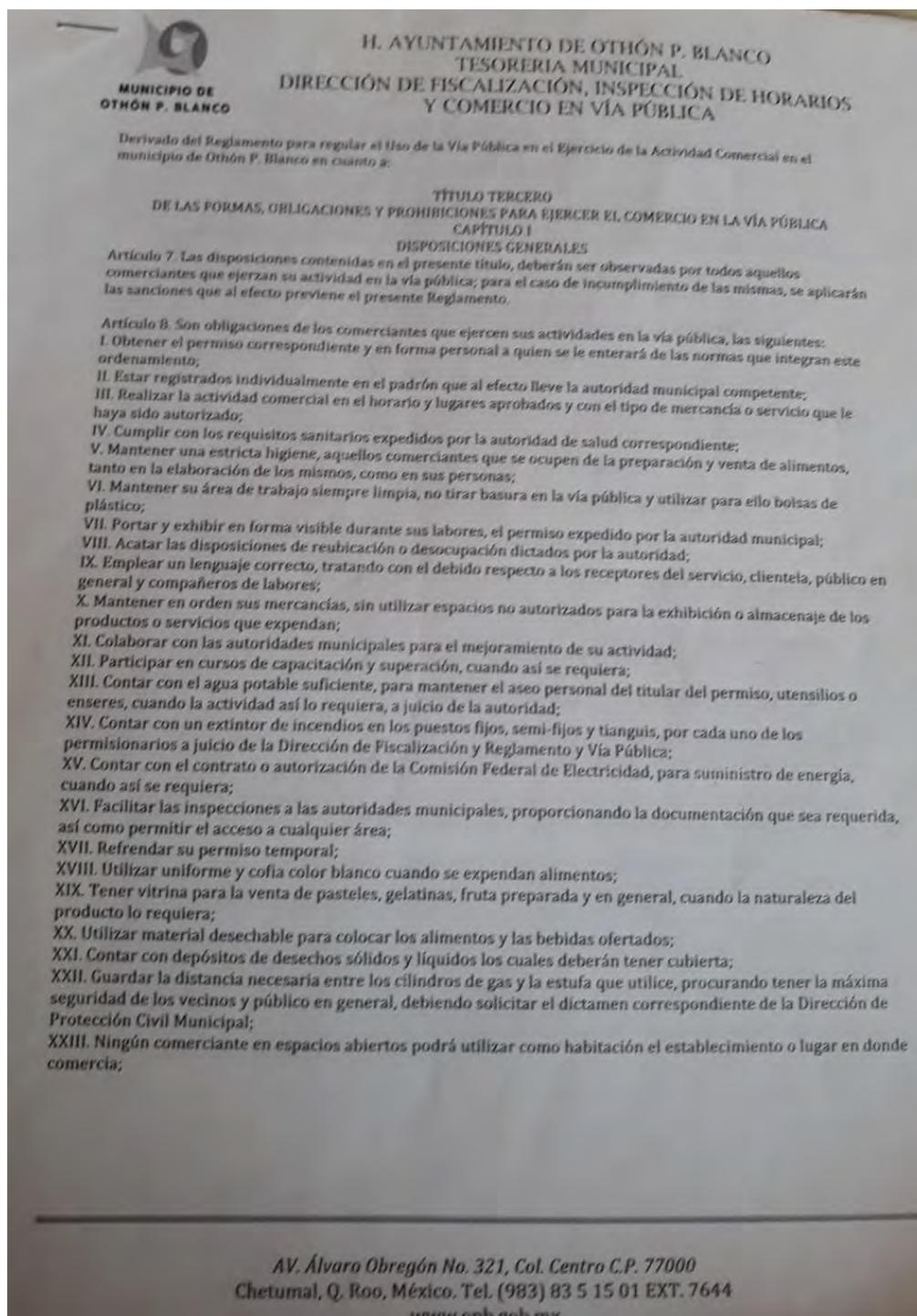
1. ¿Cómo se enteró de este tipo de negocio?
2. ¿Hace cuánto tiempo que viene a vender?
3. ¿La venta en el tianguis es su única entrada de dinero?
1. ¿Tiene otra entrada de dinero aparte de la del tianguis?

2. Además de la venta de la venta en el tianguis ¿recibe algún apoyo adicional por parte del gobierno?
3. ¿Considera que la venta en el tianguis genera lo suficiente para vivir?
4. ¿Cuál es su opinión sobre los productos que se venden mejor en el tianguis?
5. ¿Considera que hay una diferencia en vender en una plaza comercial?

#### La situación del tianguis

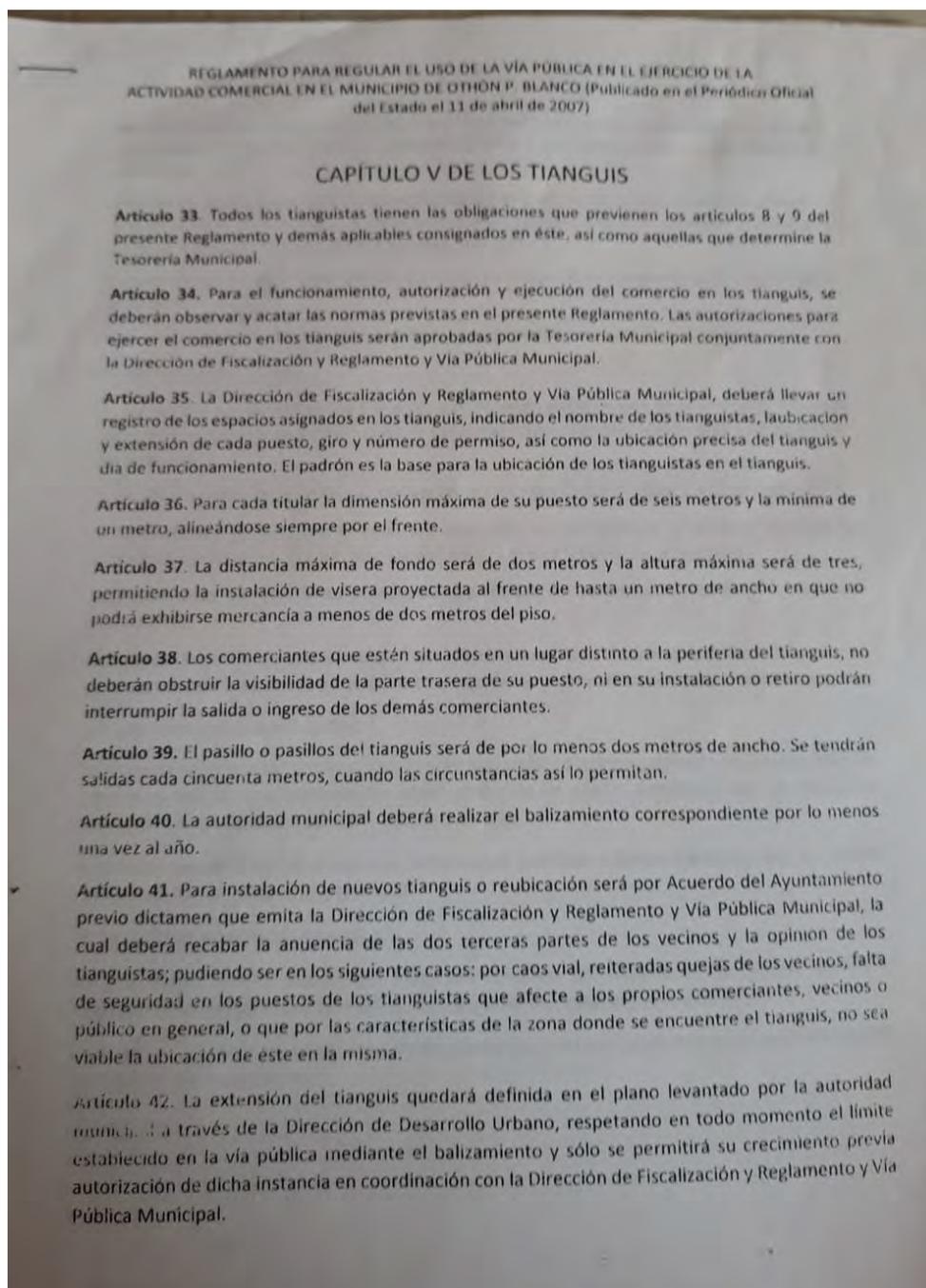
1. ¿Cuál es la organización del tianguis? ¿Cómo se organizan?
2. ¿Existen líderes que coordinan las actividades en el tianguis?
3. ¿Cómo se asignan los espacios a los vendedores?
6. ¿Cómo transporta su mercancía?
7. Además del comercio en el tianguis ¿Tiene un trabajo formal?
8. ¿Qué día considera que vende más?
9. ¿Qué considera que le falta al tianguis para generar más ventas?
10. ¿Ha sido víctima de la delincuencia en el tianguis?
11. ¿Qué fue lo que la trajo a vender al tianguis?
12. ¿Viene sola o la acompañan en la labor de ventas en el tianguis?
13. En la zona de tianguis ¿Cómo se protegen de la delincuencia robos o pedir dinero por el piso?

## Anexo 2. Acápites uno de los acuerdos del tianguis Hellen Keller



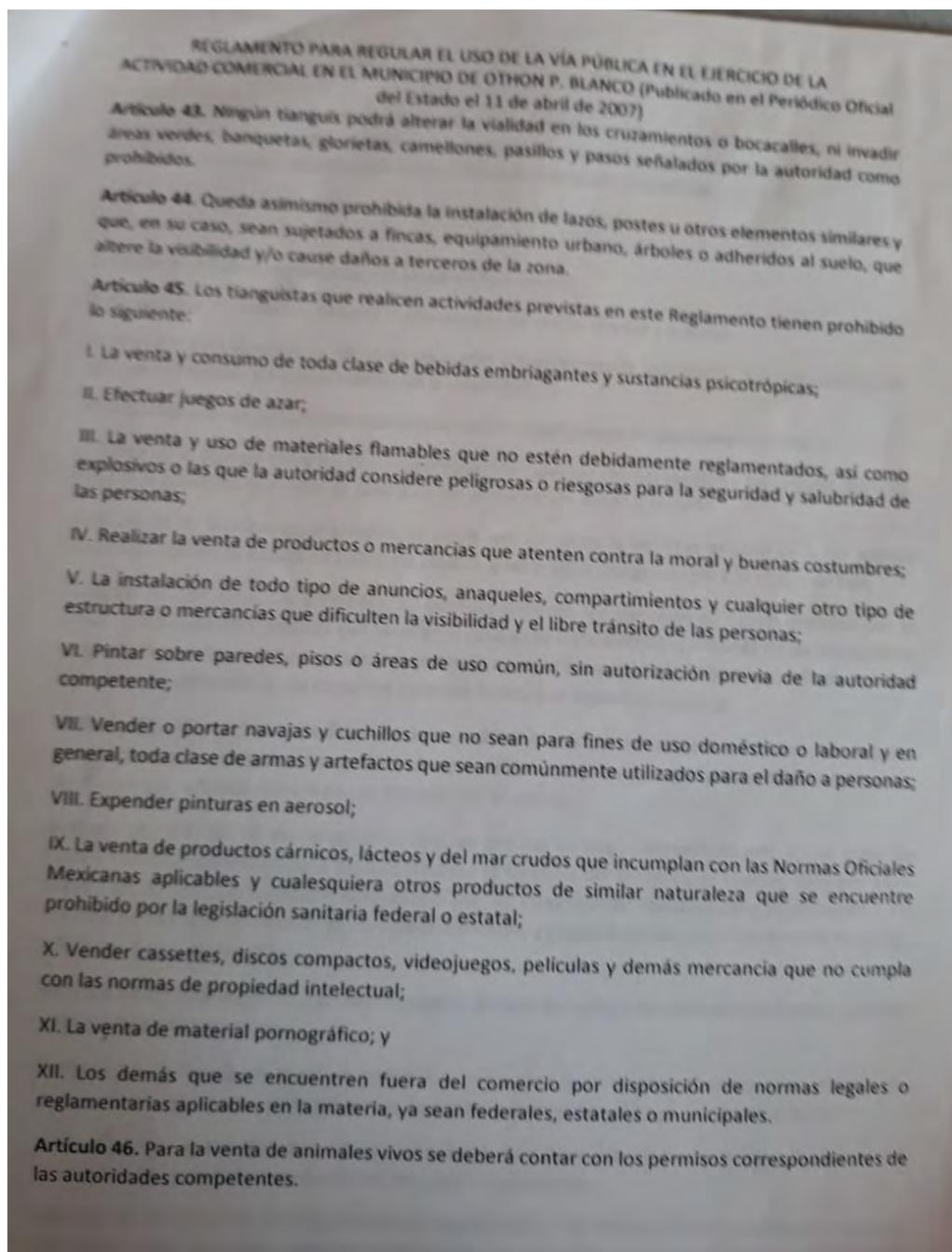
Nota: documento proporcionado por coordinador del tianguis Hellen Keller, 2023

## Anexo 3. Acápites dos de los acuerdos del tianguis Hellen Keller, capítulo V



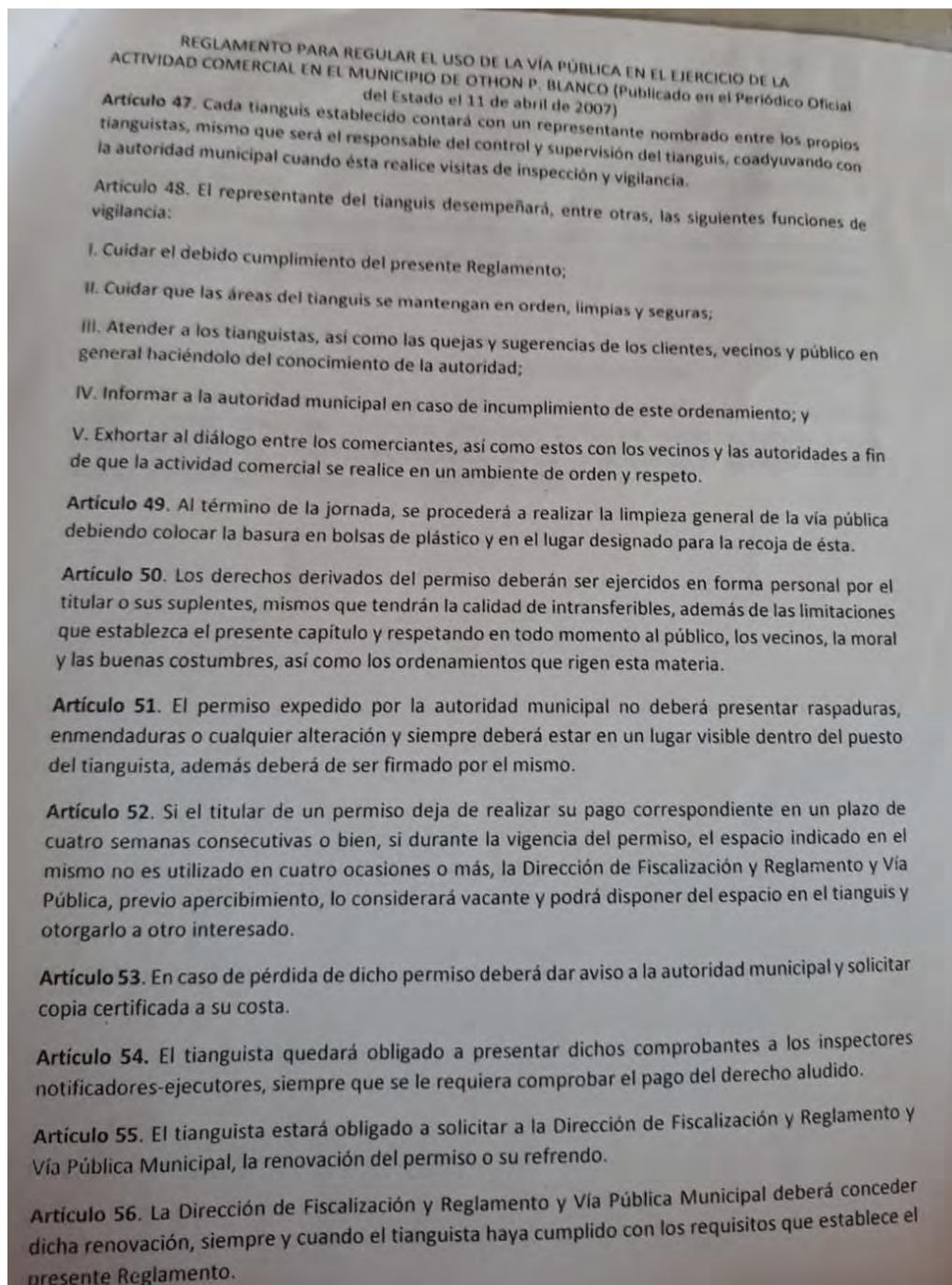
Nota: documento proporcionado por coordinador del tianguis Hellen Keller, 2023

## Anexo 4. Acápites tres de los acuerdos del tianguis Hellen Keller, capítulo V



Nota: documento proporcionado por coordinador del tianguis Hellen Keller, 2023

## Anexo 5. Acápites cuatro de los acuerdos del tianguis Hellen Keller, capítulo V



Nota: documento proporcionado por coordinador del tianguis Hellen Keller, 2023

### Anexo 6. Zona de venta del tianguis Hellen Keller



Nota: Tomada en trabajo de campo 2022

### Anexo 7. Zona de comidas del tianguis Hellen Keller



Nota: Tomada en trabajo de campo 2022

### Anexo 8. Aplicación de entrevistas en el tianguis Hellen Keller



Nota 5 Tomada en trabajo de campo 2023

### Anexo 8. Formas de transportación de mercancías en el tianguis Hellen Keller



Nota 6 Tomada en trabajo de campo 2023

### Anexo 9. Aplicación del marco lógico en el tianguis Hellen Keller



*Nota: Tomada en trabajo de campo 2022*

### Anexo 10. Aplicación del marco lógico en el tianguis Hellen Keller



*Nota: Tomada en trabajo de campo 2023*

## Anexo 11. Formas de organización en el tianguis Hellen Keller



Nota 7 Tomada en trabajo de campo 2023

### Citas y Referencias

- Aguilar, J. G., Allet Acuña, R., Aguilar, J. G., & Allet Acuña, R. (2021). Inclusión de la propensión al autoempleo en el proceso de emparejamiento del mercado laboral. *Problemas del desarrollo*, 52(207), 107–131.  
<https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2021.207.69741>
- Aguilar-Barceló, J. G., Moctezuma, A. B. M., & Urquidy, M. R.-. (2014). Género y autoempleo en México durante la recesión de 2008-2009: Un estudio de flujos laborales. *Papeles de Población*, 20(80), 145–191.
- Alba, C. (2021). *Comercio informal, solución provisional a la falta de empleo digno* | Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.  
<https://cucea.udg.mx/es/noticia/03-feb-2015/comercio-informal-solucion-provisional-la-falta-de-empleo-digno>
- Álvarez Velázquez, E., Sinforoso Martínez, S., Álvarez Velázquez, E., & Sinforoso Martínez, S. (2019). Identificación de competencias emprendedoras en una muestra de egresados de la licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios de la Universidad Veracruzana Tuxpan. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(19).  
<https://doi.org/10.23913/ride.v10i19.584>
- Amador, I., Botero, N., Larrahondo, L., & Andrade, V. (2019). Significados del trabajo en mujeres que realizan trabajos productivo y reproductivo. *Psicogente*, 22(41), 1–36.
- Área de Psicología de las Organizaciones y el Trabajo. (2007). Organizaciones, trabajo y sujeto. *Universitas Psychologica*, 6(1), 9–10.
- Arellanes Cancino, Y., Arellanes Cancino, N., Ayala Ortiz, D. A., Arellanes Cancino, Y., Arellanes Cancino, N., & Ayala Ortiz, D. A. (2017). El tianguis de cambio de Pátzcuaro,

- Michoacán a través del Metabolismo Social desde Mesoamérica hasta el siglo XXI.  
*Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 27(50), 0–0. <https://doi.org/10.24836/es.v27i50.489>
- Arias, M. V. (2009). Conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público. EL CASO DE LOS BAZARES POPULARES DE MEDELLÍN. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 14(1), 141–160.
- Bayón, M. C. (2006). *Social precarity in Mexico and Argentina: Trends, manifestations and national trajectories*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/11152>
- Bernal León, R. (2010). *Los tianguis informales de oferta fluctuante en Hermosillo, ¿una opción de empleo decente?* El colegio de Sonora.
- Cárdenas Marcelo, A., Vizcarra Bordi, I., Espinoza Ortega, A., & Espinosa Calderón, A. (2021). *Género y segregación socioespacial en la conformación de los tianguis de Ixtlahuaca: Un estudio de las mujeres que elaboran y venden tortillas artesanales, en Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas* (primera). Instituto Literario núm. 100 Ote.
- Catrip-Pintor, A. K., Hernández-Flores, J. Á., Méndez-Espinoza, J. A., Catrip-Pintor, A. K., Hernández-Flores, J. Á., & Méndez-Espinoza, J. A. (2020). Tipología de Circuitos Cortos de Comercialización en mercados y tianguis periurbanos de la región de Cholula, Puebla. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 30(56). <https://doi.org/10.24836/es.v30i56.995>
- De la Torre, A. (2019, septiembre 10). El tianguis: Lugar de encuentro prehispánico y de creación de identidad. *Suum*. <https://suum.mx/el-tianguis-lugar-de-encuentro-prehispanico-y-de-creacion-de-identidad/>

- Fernández, D. C., & Peón, F. V. (2013). Movilidad laboral y transmisión intergeneracional del autoempleo informal en México. *Gaceta Laboral*, 19(1), 5–35.
- González, L. M., Villarreal, C. P., & Pellegrini, S. M. (s/f). El autoempleo como mecanismo de arraigo de la población en México; el caso de cuatro localidades. *Estudios demográficos y urbanos*, 21(3), 547–623.
- González Medina, A. (2017). Trabajo, género y redes sociales: Experiencias Laborales de administradoras de bazares de ropa en Facebook. *Revista Colombiana de Sociología*, 40(2), 129–146. <https://doi.org/10.15446/rsc.v40n2.66388>
- Hasemann Lara, A. E. (2009). La discriminación institucional de vendedoras ambulantes: Los retos de una «pobre» madre pobre trabajando en la calle. *Revista pueblos y fronteras digital*, 4(8), 237–263. <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2009.8.177>
- Horbath, J. E., & Gracia, A. (2014). Discriminación laboral y vulnerabilidad de las mujeres frente a la crisis mundial en México. *Economía, sociedad y territorio*, 14(45), 465–495.
- INEGI, I. N. de E. G. e I. (2021). *Chetumal (Quintana Roo) Othón P. Blanco*. [mexico.PueblosAmerica.com](https://mexico.pueblosamerica.com/i/chetumal/). <https://mexico.pueblosamerica.com/i/chetumal/>
- Jones, C., Motta, J., & Alderete, M. V. (2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 4–13. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.12.003>
- Mauricio, B. (2017). Altares y tianguis: Una apología del espacio abierto en Sudamérica. *Estoa. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca*, 6(11), 139–159. <https://doi.org/10.18537/est.v006.n011.a08>

- Maza, O. (2004). El trabajo, una nueva lectura desde los procesos de precarización. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 2(4), 91–112.
- Mega News, I. (2019, mayo 20). *Tianguis del parque Forjadores, una tradición en Chetumal*. MegaNews. <http://meganews.mx/quintanaroo/tianguis-del-parque-forjadores-una-tradicion-en-chetumal/>
- Murillo Pantí, A., Barrera Rojas, M. Á., Campos Cámara, B. L., Murillo Pantí, A., Barrera Rojas, M. Á., & Campos Cámara, B. L. (2020). Percepción del espacio público: Pérdida de atractivo en el Corredor Urbano Comercial Avenida de los Héroes de Chetumal, Quintana Roo, México. *Revista de urbanismo*, 43, 79–95. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2020.57299>
- ONU Mujeres. (2016). El Progreso De Las Mujeres En El Mundo 2015-2016. Transformar Las Economías Para Realizar Los Derechos. Resumen. *Revista Estudios Feministas*, 24(2), 589–614.
- Perales Gandara, A. (2008). *Reglamento del comercio informal*. Gobierno del Estado de Zacatecas. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Zacatecas/Todos%20los%20Municipios/wo94870.pdf>
- Peralta-Gómez, M. C. (2012). Significados, cambios y contexto actual de trabajo. Estudio interpretativo. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 8(1), 165–182.
- Pool Cab, M. N. (2017). LA SOCIEDAD CASA COMO MODELO EXPLICATIVO DE LA ORGANIZACIÓN SOCIAL, IDENTIDAD Y POLÍTICA ENTRE LOS MAYAS DEL PERIODO CLÁSICO. EVIDENCIAS Y REFLEXIONES. *Península*, 12(1), 95–117. <https://doi.org/10.1016/j.pnsla.2017.01.005>

- Rodríguez Díaz, O. E. (2020). *Apropiación del espacio público: Tianguis El Piojo (Gran Bazar Siglo XXI) Municipio de Toluca, Estado de México*.  
<http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/109455>
- Sandoval, E. (2012). Economía de la fayuca y del narcotráfico en el noreste de México: Extorsiones, contubernios y solidaridades en las economías transfronterizas. *Desacatos*, 38, 43–60.
- Sandoval Hernández, E. (2020). ¿Por qué la gente compra fayuca en los tianguis de Monterrey? *Alteridades*, 30(60), 79–89.  
<https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/alt/2020v30n60/sandoval>
- Sandoval Hernández, E. (2022). *Economía del bazar en el puente del papa, Monterrey*. 5(9), 224.234. <https://doi.org/10.29340/en.v5n9.219>
- Sandoval-Hernández, E. (2022a). Ganar ‘clientes’ y gestionar favores. Delegados sindicales en tianguis de Monterrey. *Estudios sociológicos*, 40(118), 187–211.  
<https://doi.org/10.24201/es.2022v40n118.1994>
- Sandoval-Hernández, E. (2022b). Ganar ‘clientes’ y gestionar favores. Delegados sindicales en tianguis de Monterrey. *Estudios sociológicos*, 40(118), 187–211.  
<https://doi.org/10.24201/es.2022v40n118.1994>
- Santos, F. J., Barroso, M. de la O., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, 35, 177–196.
- Seve, B., Lázaro-Villaverde, F., Gastéllum-Alvarado, J.-M., Redondo, E., Seve, B., Lázaro-Villaverde, F., Gastéllum-Alvarado, J.-M., & Redondo, E. (2022). Tianguis. Emergencia de ciudades temporales dentro de la ciudad. Ocupación espontánea del espacio público: El caso de Tlacolula. *EURE (Santiago)*, 48(143). <https://doi.org/10.7764/eure.48.143.15>

Tello-Méndez, N. G. (2018). Experiencias de mujeres en tianguis y mercados populares en Oaxaca. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 62, 105–118.

Valencia, E. L. (2014). Un sistema de intercambio híbrido: El mercado/tianguis La Purísima, Tehuacán-Puebla, México. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 18, 137–163.

Viña, J. G. (2015). Economía Sumergida Y Relaciones Laborales En Europa. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 21, 31–59.