

Gustavo Porras Castejón

¡DEJENNOS TRABAJAR!  
Los buhoneros de la zona central

¡DÉJENNOS TRABAJAR;  
Los buhoneros de la zona central

GUSTAVO PORRAS CASTEJÓN



**28**  
**DEBATE**

331.13  
P820J

P838 Porras Castejón, Gustavo  
*¡Déjennos trabajar!, los buhoneros de la zona  
central.* -- Guatemala,  
FLACSO, 1995.

108p.

1 Informalidad  
2 Trabajadores  
I Autor  
II Título

Esta publicación es posible gracias al auspicio de la Embajada Real de los Países Bajos para Centroamérica.

Publicación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales -FLACSO-  
Programa Guatemala

Diseño de portada: Rossina Cazali

Los criterios expresados en esta publicación  
son de la exclusiva responsabilidad del autor.

Impreso en Serviprensa Centroamericana  
3a. avenida 14-68, zona 1  
Guatemala, Guatemala, 1995  
Teléfonos: 25424 - 29025  
Fax: 20237

REG. 11672  
CUT. 10420

BIBLIOTECA

# CONTENIDO

PRESENTACIÓN / 9  
*Gisela Gellert*

1 INTRODUCCIÓN / 11

2 LA OCUPACIÓN DE LA CALLE / 15

2.1 Contexto global

2.2 Contexto espacial-urbano

2.2.1 Antecedentes

2.2.2 El deterioro del centro

3 ¿QUIÉNES SON? / 27

3.1 Perfil sociodemográfico

3.1.1 Sexo

3.1.2 Edad

3.1.3 Escolaridad

3.1.4 Etnicidad

3.1.5 Migración

3.2 Relaciones y trayectorias laborales

4 LA CONQUISTA DE LA CALLE / 39

4.1 Los núcleos capitalinos

4.2 La integración de migrantes

4.3 La organización de los vendedores

5 EL NEGOCIO / 53

6 LA MUNICIPALIDAD / 59

6.1 Base normativa

6.2 Política municipal

7 CONCLUSIONES / 73

7.1 Rasgos generales

7.2 Política municipal

8 PROPUESTA / 77

ANEXO / 81

## PRESENTACIÓN

Con esta publicación, el Área de Estudios Urbanos de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales -FLACSO- Programa Guatemala, presenta los resultados de una investigación puntual sobre un sector determinado del desenvolvimiento urbano actual: los vendedores callejeros de artículos no comestibles en puestos fijos de la zona central.

El estudio de estos sujetos sociales, que se identifican como grupo a través de una actividad económica común en un espacio definido, corresponde a una línea de investigación que ya tiene tradición en el Área de Estudios Urbanos de FLACSO: la subsistencia de sectores populares y sus lógicas.

La venta callejera en el centro de la ciudad no es un fenómeno nuevo, pero ha ganado nuevas dimensiones en el contexto nacional y urbano reciente, el cual se revela en el primer capítulo. Esta nueva dinámica de la "ocupación de la calle" tiene dos caras: para unos es una oportunidad de ganarse la vida en un contorno laboral cada vez más limitado, y para otros constituye una faceta más del deterioro que sufre el ambiente urbano, y en especial el centro tradicional de la ciudad. A pesar de que se han implementado varias políticas por parte de diferentes administraciones municipales para enfrentar el problema de la venta callejera -las cuales se analizan en un capítulo específico-, esta clase de comercio popular se extendió considerablemente y sigue siendo materia de preocupación para las respectivas autoridades.

Empero, ¿cómo encontrar estrategias y mecanismos viables para la regulación de actividades o procesos urbanos sin conocimientos reales sobre los actores involucrados? En el caso concreto de los "buhoneros de la zona central" las ideas manejadas comúnmente sobre este sector en realidad son suposiciones generales que carecen de información legítima y no contestan interrogantes como las siguientes: ¿de dónde provienen y cómo llegaron a ser vendedores de la calle? ¿cómo es el perfil

sociodemográfico del sector? ¿qué relaciones laborales se establecieron? ¿qué clase de organización han desarrollado para defender sus intereses? ¿cómo realizan sus negocios? ¿cómo ven su futuro? etc.

Conforme a la importancia en las investigaciones que realiza el Área de Estudios Urbanos de FLACSO de que esas sirvan como insumos para quienes tienen la responsabilidad de diseñar políticas y proyectos para poder enfrentar los diferentes aspectos de la problemática urbana actual, este estudio -de carácter descriptivo y analítico- corresponde a una solicitud de la Municipalidad de Guatemala para disponer de criterios reales sobre el sector en mención y su contexto, así como de una propuesta para un manejo institucional conveniente.

Por último, queremos agradecer el apoyo financiero que ha brindado el gobierno de los Países Bajos, a través de su embajada en Costa Rica, para poder realizar esta investigación.

*Gisela Gellert*  
Coordinadora del Área  
de Estudios Urbanos

# 1 INTRODUCCION

La proliferación de ventas callejeras en ciudad de Guatemala es un fenómeno que ha ido suscitando creciente interés desde una perspectiva institucional y académica.

Por lo que respecta a lo primero, la Municipalidad de Guatemala es la institución directamente relacionada con el asunto, y a lo largo de los últimos treinta años ha ido adoptando un conjunto de medidas circunstanciales que, sobre todo a partir de la administración de José Angel Lee (1982-1986), se han dirigido hacia la normación y el control de las ventas callejeras; por otra parte, todos los intentos de suprimirlas han fracasado.

Desde el punto de vista académico, el conocimiento y análisis del fenómeno de la venta callejera permite aportar al conjunto de estudios que se realizan sobre las problemáticas urbanas y, en particular, sobre lo que se ha dado en llamar "economía informal". La venta callejera está vinculada con los movimientos migratorios que se producen hacia ciudad de Guatemala, muestra un componente importante de población que se autoidentifica como indígena, remite al análisis de los factores de expulsión y atracción en coyunturas concretas y refleja aspectos fundamentales de la situación del país, como las graves carencias en la oferta de servicios públicos y el escaso dinamismo en la generación de empleos formales aceptablemente remunerados.

Por otra parte -al menos en el sector investigado-, la venta callejera se revela como uno más de los recursos desarrollados por las personas para asegurar su sobrevivencia y mejorar sus condiciones de vida remontando un contexto de aguda precariedad. La venta callejera en el sector -además-, es expresión del proceso de deterioro y del cambio de funciones ocurrido en el centro histórico de la capital.

El ámbito de las ventas callejeras es sumamente extenso y heterogéneo. En principio se puede distinguir entre vendedores ambulantes y vendedores ubicados en puestos fijos; luego, clasificarlos según los artículos que expenden (básicamente artículos comestibles y no comestibles); asimismo, los diferencia su ubicación en el espacio urbano (periferia de los mercados, avenidas y calles principales, avenidas y calles secundarias). En todos los casos, los pocos datos de que se dispone y la observación empírica permiten afirmar que cada uno de estos subsectores refleja procesos causales, características y lógicas diferentes, aunque también elementos básicos en común.

La investigación que fundamenta el presente informe se produjo en un sector determinado: el de los vendedores callejeros de artículos diversos (no comestibles), que ocupan puestos fijos en la 5a. y 6a. avenidas de la zona 1, en el Mercado Peatonal de la 18 calle y en El Portal del Comercio.

Todos ellos (con la excepción actual de los de El Portal), pagan una tasa regular a la Municipalidad capitalina. Estos vendedores, que ocupan un espacio privilegiado para su actividad (la zona central), se han organizado -al igual que sus colegas en muchas ciudades latinoamericanas-, en torno a la defensa de su posesión de la calle, y para ello la estrategia fundamental ha sido la de normalizar sus relaciones con la Comuna, lo cual se produce desde el momento en que ésta les cobra tasas o arbitrios.

En el área indicada existen también otras ventas callejeras fijas y móviles que expenden artículos comestibles, así como vendedores ocasionales ("paracaidistas"). Sin embargo, por lo señalado antes con respecto a las características diferentes, éstos no fueron considerados dentro de la investigación.

La elección del sector investigado se produjo por una combinación de diversas razones:

- a Los vendedores ubicados en la zona central constituyen la primera prioridad de la Municipalidad capitalina en lo que a ventas callejeras se refiere.
- b Los vendedores de artículos no comestibles ubicados en puestos fijos en el área señalada representan un nuevo desarrollo de la venta callejera distinto del tradicional.

- c El sector investigado puede considerarse “de punta”, en la medida que representa la fase más avanzada del proceso que conduce a la consolidación de las ventas callejeras y a su normalización de hecho; esto permite analizar una secuencia y asimismo conceptos y propuestas con un significativo grado de elaboración.
- d Por su nivel de desarrollo (ocupación permanente de las vías públicas y alta capacidad de gestión y respuesta), el sector representa la problemática más compleja para las autoridades municipales en materia de ventas callejeras.
- e La presencia de migrantes en el sector, mayoritariamente indígenas, permite analizar en una experiencia concreta la migración a la capital y aportar al conocimiento y comprensión de lo indígena en el contexto capitalino.
- f Por sus características -entre las que resalta su ubicación física y su grado de auto-organización-, el sector investigado facilita la aplicación de encuestas y entrevistas.

Sin embargo, debido precisamente a lo antes señalado, el sector objeto de la investigación constituye una situación específica y por ello los resultados de la encuesta y el análisis no pueden generalizarse al conjunto de ventas callejeras, aunque es muy probable que existan núcleos de vendedores callejeros con características similares (por ejemplo, los ubicados en las inmediaciones del Mercado del Guarda).

La investigación tiene como meta el aporte académico dentro del contexto de los estudios urbanos que desarrolla la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Guatemala), y a su vez proporcionar insumos para delinear una política municipal con respecto al sector investigado, lo cual fue solicitado por la Municipalidad capitalina. Al final se hace una propuesta concreta para abordar la cuestión de las ventas callejeras en la zona central.

Los objetivos son de carácter descriptivo y analítico: en lo descriptivo, trazar el perfil del sector investigado abarcando los aspectos sociodemográficos, los relativos a la actividad económica desarrollada, el grado y tipo de organización existente en el sector, las relaciones de éste con su contexto inmediato y la visión que existe entre los

interesados con respecto a las perspectivas de su actividad. En el plano analítico se trata de desentrañar las lógicas que rigen la actividad del sector y su relación con el contexto. Las conclusiones tienen un carácter propositivo que procura integrar la perspectiva municipal con los intereses y características del sector.

La investigación comenzó en febrero de 1994 a cargo de un equipo inicial integrado por Santiago Bastos, Francisco Rodas y el suscrito. Santiago y Francisco aportaron su amplio conocimiento sobre estudios urbanos y métodos y técnicas de investigación, lo cual fue fundamental en la precisión de las hipótesis, el diseño de la boleta y su aplicación. Una de las primeras tareas del equipo inicial fue preparar el acceso al sector, lo cual se realizó a través de reuniones con las directivas del mismo, en las cuales se explicaron los objetivos y métodos de la investigación; los directivos mostraron su beneplácito con el proyecto y colaboraron para facilitar su ejecución. La buena voluntad de los vendedores que dedicaron su tiempo a responder la encuesta (una hora en promedio), más la disposición de los diferentes entrevistados, hicieron posible el trabajo y mostraron que se trata de un sector abierto, reflexivo y comunicativo.

Gisela Gellert, responsable del Área de Estudios Urbanos de FLACSO, contribuyó con sus sugerencias y con el aporte de sus propias investigaciones sobre el centro capitalino, las cuales constituyen el fundamento de lo consignado sobre el tema en el presente informe. La fase de encuesta se desarrolló entre abril y junio, a cargo de un equipo de encuestadores de FLACSO dirigido por Otto Rivera; Lourdes Velázquez tuvo a su cargo el procesamiento de la información.

El profesionalismo y la calificación de todos los involucrados hizo posible que la investigación se realizara dentro de los plazos previstos hasta concluir con el presente informe, que es responsabilidad de su autor.

## 2 LA OCUPACIÓN DE LA CALLE

### 2.1 Contexto global

La ocupación de las calles del centro capitalino por vendedores es un fenómeno que comenzó a adquirir sus características actuales a partir de la década de los sesenta, de manera que forma parte de la expansión de la informalidad que se relaciona con los procesos de cambio ocurridos a nivel del país y de su capital. Tales procesos, para los fines que aquí interesan, se podrían sintetizar en los siguientes aspectos:

- la relativa industrialización estimulada por la política de sustitución de importaciones en el contexto del Mercado Común Centroamericano: las nuevas industrias se concentraron en la ciudad capital y sus inmediaciones y se constituyeron en un factor muy importante de atracción de flujos poblacionales. Sin embargo, mientras la producción industrial tuvo un crecimiento promedio de 7.5% anual a lo largo de las dos primeras décadas del Mercomún, el incremento de la mano de obra apenas representó en promedio el 1% anual;
- junto con lo anterior se produce un incremento cualitativo de la “tercerización” de la economía nacional y de la economía urbana en particular: el crecimiento del sector servicios -y especialmente del comercio- atrae migración interna y a su vez estimula la expansión de las capas medias de la población;
- asimismo, el aparato estatal crece, dando lugar al surgimiento de nuevas entidades que se corresponden con los conceptos y lineamientos entonces en boga (el Estado como promotor y planificador del desarrollo). Todo eso ocurre bajo el mismo modelo que concentra las oficinas públicas en la capital y que estimula la migración y también el crecimiento de una población flotante que visita la urbe para realizar en ella sus diferentes gestiones administrativas;

- la expansión física de la capital y las consiguientes dificultades de transporte modifican los horarios de trabajo tradicionales, incorporándose la modalidad de jornada única que fomenta el expendio de alimentos para los laborantes;
- se modifican las funciones del espacio urbano y especialmente de la zona central;
- la presión demográfica sobre la tierra llega a niveles extremos que “pulverizan” el minifundio y al mismo tiempo se producen dos procesos de profunda trascendencia: el surgimiento de nuevos patrones migratorios hacia la capital y el exterior del país y la introducción de los abonos químicos en la pequeña producción agrícola, que por esa vía ingresa al terreno de la economía comercial;
- a pesar de las graves carencias en educación, entre 1950 y 1981 se pasa de un 72 a un 42% de población analfabeta, descenso que ha sido mucho mayor que en los lapsos intercensales anteriores; mayor educación parece estar vinculado con mayor propensión a emigrar.

Un segundo momento, muy importante en el comportamiento de los flujos migratorios hacia la capital y en la expansión de la informalidad, se produce a partir del terremoto de 1976. La destrucción de las viviendas, especialmente en la región suroccidental, debilitó este importante factor de arraigo de la población y agudizó la situación de los sectores más pobres. A partir del siniestro se incrementó en el campo, y especialmente en las áreas de mayoría indígena, el accionar de agencias de muy diverso tipo que atendieron la emergencia y luego prosiguieron impulsando proyectos de desarrollo, aunque con una presencia muy desigual en el territorio. De entonces para acá, tales agencias y las Organizaciones No Gubernamentales apoyadas por ellas se han sumado como otro factor de cambio económico y sociocultural.

Por la misma época la economía guatemalteca experimentaba por primera vez, al menos en cincuenta años, el fenómeno de la inflación, y en los años posteriores al terremoto (1976, 1977 y 1978) conoció sus más altos índices de expansión del Producto Interno Bruto (PIB). En mayo de 1978 se produce una masacre de campesinos en el municipio de Panzós, departamento de Izabal, lo cual será una dramática evidencia del rumbo represivo que de nueva cuenta va a determinar la política nacional, en un

contexto de ascenso de movimientos populares en el campo y en la ciudad. También por esas fechas comienza a adquirir mayor dinamismo un fenómeno de creciente incidencia nacional e internacional: la migración de trabajadores a Estados Unidos de América.

Desde mediados de los años sesenta hasta los inicios de los ochenta se produce en el país un fenómeno sociopolítico de múltiples repercusiones: la labor concientizadora y organizadora de un sector de la Iglesia Católica inspirado en los postulados de la Doctrina Social de la Iglesia. Esta labor se concentra en las áreas del país habitadas fundamentalmente por población indígena (regiones suroccidental y noroccidental). La concientización en torno a los temas básicos de dignidad de la persona humana y búsqueda del bien común se combina con esfuerzos de capacitación productiva que se desarrollan en las parroquias y sobre todo a través del movimiento de Acción Católica.

La concientización le confirió sustento y energía a los esfuerzos de cambio económico y al mismo tiempo alentó los movimientos de recuperación y desarrollo de la identidad indígena que estimularon el surgimiento de reivindicaciones de tipo étnico y movimientos específicos dirigidos a tales objetivos. El creciente protagonismo indígena en la vida del país que se expresa en todos los terrenos (económico, político y cultural), es sin duda el rasgo nuevo de mayor trascendencia y ocurre como ruptura frente a una situación anterior defensiva que procuraba eludir antes que transformar.

La capacitación productiva también fue implementada por agencias de desarrollo del gobierno e internacionales (AID y Cuerpos de Paz), pero en comparación con ellas, "Acción Católica ha sido con mucho el medio más importante para la introducción de cambios en los últimos veinte años... esta organización ha sido el instrumento principal para introducir los fertilizantes químicos y otras nuevas técnicas agrícolas. En cada caso esto ha sido seguido por la creación de cooperativas de crédito y también de comercialización. Las cooperativas han proveído a los indígenas primero con el dinero necesario para comprar los fertilizantes y luego con el acceso mismo a dichos fertilizantes... por medio de reuniones dirigidas por esta organización se ha presentado información técnica a los indígenas... De esta especie de central de comunicaciones la información ha sido llevada al plano de los ejemplos prácticos y transferida a familias individuales, usando para ello la compleja organización rural de catequistas".

A Acción Católica “debe darse el crédito en cuanto al uso casi universal de fertilizantes químicos en la actualidad... Todas las cooperativas que funcionan satisfactoriamente -de cuantas conozco-, aún tratándose de una simple cooperativa de crédito o comercialización, han sido organizadas y sostenidas por Acción Católica” (Carmak, 1979, pp. 388-389).

Cuando se produjo el triunfo de la Revolución Sandinista en Nicaragua (julio de 1979), el movimiento social contestatario en Guatemala, en el campo y en la ciudad, se encontraba en una fase vigorosa de ascenso, que fue estimulada por los acontecimientos ocurridos en Nicaragua y también en El Salvador. Junto con ese movimiento se desarrollaba la presencia de las organizaciones insurgentes, cuyos principales bastiones se conformaron en las regiones suroccidental, noroccidental y norte; hacia mediados de 1980 se comenzó a hacer evidente que en ellas se producía una extensa rebelión de la población indígena mayoritaria, la cual fue cobrando el perfil de una insurrección. Vinculado a ello, a la situación regional, a la coyuntura externa y a sus propias contradicciones internas, la economía nacional se precipitó hacia la depresión, espoleada en primera instancia por la fuga de capitales que se produjo ante el ascenso del movimiento revolucionario a nivel regional y nacional. Al mismo tiempo, el ejército de Guatemala empezó a implementar en gran escala sus planes contrainsurgentes.

La estrategia de contrainsurgencia se efectuó a través de la represión masiva que se concentró en las áreas insurrectas y mediante otras formas de represión aplicadas en la costa sur y en el área metropolitana de Guatemala. Esta represión produjo -entre otras caudas negativas-, el fenómeno de los desplazados internos y la organización de Patrullas de Autodefensa Civil (PAC), en las cuales llegaron a estar integradas cerca de un millón de personas (el número de desplazados también se calculó en un millón, los muertos en más de cien mil y los huérfanos en una cantidad similar). Además, como secuela de la violencia, la economía de las regiones antes citadas sufrió descabros profundos y con ello perdieron sustento distintos negocios y actividades productivas que comenzaban a despuntar; diversos estudios y análisis han mostrado el impacto que tales acontecimientos tuvieron en la vida nacional, entre los que se cuentan los flujos migratorios hacia la ciudad capital.

Durante el primer quinquenio de los ochenta se intensifica el desempleo y el subempleo. La economía nacional entra en franca recesión y en la agricultura se

produce el abandono del cultivo del algodón que es sustituido por otros productos (maíz, sorgo, soya), que ocupan un volumen mucho menor de mano de obra, tanto permanente como estacional. La recesión económica está también vinculada al pago de la deuda externa contraída fundamentalmente por el gobierno dentro de la política que concebía al Estado como promotor del desarrollo y que, sobre todo a partir de 1978, se traza el objetivo de compensar con inversión pública el déficit de la inversión privada. Sin embargo, las inversiones estatales se produjeron en una cuantía menor a la declarada o sirvieron para financiar proyectos fantasmas, debido en ambos casos a los altos niveles de corrupción.

Para abonar a sus deudas y mantener el ritmo de gasto, el gobierno incurre crecientemente en la práctica del déficit fiscal sustentado por deuda externa e interna, lo que en este último caso significó emisión de moneda sin respaldo.

El 23 de marzo de 1982 se produce un golpe de Estado que rompe con la falsa institucionalidad que se había procurado mantener y la cual condujo a un nuevo fraude en las elecciones generales celebradas en enero de ese año. El gobierno de facto que asume, encabezado por un triunvirato militar, anuncia que su estrategia consistirá en un "retorno a la institucionalidad"; esto ocurre en el momento de mayor intensificación de la violencia, sobre todo en el área rural, donde las masacres van acompañadas de la quema de viviendas y el arrasamiento de cultivos y las PAC alcanzan su máximo nivel. Sin embargo, es en ese período cuando arranca el proceso de democratización que hasta la fecha se mantiene en medio de flujos, reflujos e incesantes contradicciones. El 8 de agosto de 1983 un nuevo golpe de Estado depone al General Efraín Ríos Montt y coloca en la jefatura de gobierno al también general Humberto Mejía Vítores. Este ofrece que se celebrarán elecciones, convoca a la elección de una Asamblea Constituyente y luego a elecciones generales.

En el plano económico, con el golpe de Estado del 23 de marzo se inician una serie de políticas de estabilización que en primera instancia reducen drásticamente el gasto estatal, lo cual -al margen de otras razones-, estuvo determinado por el cierre de las fuentes de endeudamiento externo. La banca internacional, interesada hasta entonces en expandir sus créditos por la vía del endeudamiento oficial, se concentra en asegurar el pago; con ello llegan las políticas de ajuste estructural que conllevan recortes en el gasto público y especialmente en los rubros que se han denominado

como “inversión social”, básicamente, los servicios públicos esenciales y las políticas de subsidio.

En enero de 1986 asume el primer gobierno civil del “retorno a la institucionalidad” presidido por Vinicio Cerezo; el 25 de mayo de 1993, el entonces presidente Jorge Serrano rompe el orden constitucional; el 6 de junio del mismo año el Congreso de la República elige a Ramiro de León Carpio para completar el período de Jorge Serrano. Estos son tres momentos fundamentales del proceso de democratización caracterizado, entre otras cosas, por la poca eficacia de los gobiernos civiles para remontar una crisis política de la cual son prisioneros y su impotencia frente a una situación socioeconómica determinada por la rigidez de las estructuras internas y de las exigencias de la economía internacional.

Cuando se retorna a la democracia institucional, ya está perfilada la situación socioeconómica básica que subsiste hasta la actualidad y que, para los efectos que aquí interesan, se podría sintetizar en una agudización del desempleo producida por múltiples factores y agravada por las caudas de la violencia y por la incapacidad del Estado para cubrir los servicios públicos esenciales (educación y salud, por lo menos). Grandes contingentes de población, en una situación de virtual abandono, muchos de ellos desplazados de sus lugares de origen, desarrollan una multitud de iniciativas para sobrevivir, que van ensanchando la economía informal.

Al mismo tiempo, las remesas enviadas por los guatemaltecos ocupados en Estados Unidos adquieren grandes proporciones y, aunque es imposible precisar su monto, se calcula que representan una cantidad equivalente a la producida por los tres principales productos de agroexportación del país. En las áreas rurales (y de nuevo en el altiplano indígena), se extienden los nuevos cultivos de exportación (agroexportaciones no tradicionales) y también se desarrolla la maquila, tanto a nivel de empresas como de pequeños y medianos talleres y trabajo a domicilio. Las estadísticas y las ciencias sociales incorporan nuevos conceptos que reflejan lo ocurrido a nivel de los sectores populares y capas medias pobres de la población: trabajadores por su cuenta, microempresarios, campesinos no tradicionales.

Como rasgo de carácter estructural, muy vinculado con el objeto de este estudio, debe anotarse la extensión de las relaciones monetarias que se produce con la

modernización económica a la que se ha hecho referencia, y lo cual ocurre en detrimento de las formas de autoconsumo que predominaban antes en extensas regiones rurales y campesinas, especialmente indígenas. Esta monetización estructural de las relaciones económicas se inició básicamente con la introducción de abonos químicos en la pequeña agricultura campesina, lo cual supone una determinada inversión de capital y junto con ello conlleva la venta de una parte cada vez más importante de la cosecha a efecto de cubrir los costos de producción; se contratan créditos y se empiezan a calcular las distintas actividades en términos de costo-beneficio bajo la lógica del sistema. Esto, entre otros efectos, comporta un mejor conocimiento de ese sistema e incide en la valoración de la tierra y del trabajo agrícola y artesanal.

La "tercerización" de la economía nacional se incrementa en consonancia con factores generales que en todas partes conducen a la expansión acelerada de los rubros comercio y servicios, y dentro de este contexto general se produce en Guatemala un fenómeno particular: el envío de remesas por los guatemaltecos trabajando en el exterior incrementa la capacidad de consumo y de inversión de sectores populares y medios de la población. Otro aspecto, menos conocido aún, es el impacto de lo que se podría llamar "economía clandestina", y que es la constituida por las diferentes mafias del crimen organizado que "lavan" su dinero en el país o remuneran las diversas actividades delictivas. El auge de las construcciones de lujo en la capital guatemalteca ha sido señalado como expresión (en parte), del lavado de dinero del narcotráfico internacional.

Para 1990, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), calculó que en Guatemala el 52% de la población económicamente activa se ocupaba en la economía informal. Al margen de la cuantificación precisa de éste y de los otros fenómenos antes citados (lo cual es virtualmente imposible bajo las condiciones actuales), es obvio que la economía nacional cada vez más está influida por fenómenos cuya medición escapa a las cuentas nacionales; fenómenos económicos cuyos epicentros están fuera del país y que introducen en él dinámicas que son inexplicables dentro del marco exclusivo de los factores e indicadores tradicionalmente considerados.

Es este contexto descrito a grandes rasgos el que prevalece durante los años en los cuales se produce la conquista de la calle por vendedores bajo las modalidades ya mencionadas. Sin embargo, como se mostrará más adelante, la conformación del

sector objeto de la investigación parece responder a lógicas específicas en las cuales inciden sin duda las características generales del período y la situación estructural que le subyace, pero la incidencia del contexto aparece mediada por circunstancias particulares y concretas.

Es necesario recordar que la investigación no versó sobre la venta callejera en general, sino sobre la situación de un sector de vendedores callejeros que hemos considerado "de punta".

## 2.2 Contexto espacial-urbano

### 2.2.1 Antecedentes

La presencia de vendedores ocupando los espacios públicos o deambulando por ellos es un fenómeno tan antiguo como la ciudad misma. Refiriéndose a las condiciones imperantes durante las primeras cinco décadas de existencia de la Nueva Guatemala de la Asunción, Langenberger señala que "los productos de consumo diario se proveían por un sistema disperso de comercio en pequeño en manos de vendedores ambulantes... Un mal arreglado laberinto de puestos de mercado y de tinglados se extendía sobre la superficie entera de la poco impresionante plaza mayor, a cuya pila central acudían los vendedores para lavar los platos, los arrieros para abrevar las mulas y las mujeres para bañar a sus niños"<sup>1</sup>.

Para 1860, "... Lo que había en medio de la Plaza Mayor era unos cajones o covachas primitivas en que se vendía jarcia, cordeles, balas, pólvora, azufre y canastos, etcétera"<sup>2</sup>. A pesar de la existencia del Mercado Central inaugurado en 1871, Díaz (1935) observa que a la Plaza Mayor "con abundancia de basuras, arribaban como hoy (1925) multitud de indios con vistosos trajes, haciendo activo comercio durante todos los días, aumentando considerablemente los sábados".

---

1 Citado por Gellert, Gisela, Ciudad de Guatemala: factores determinantes en su desarrollo urbano (1975 hasta la actualidad), *mimeo*, p. 17.

2 Batres Jáuregui, citado por Gellert, Gisela, Ciudad-Centro-Plaza: un estudio del proceso urbano en la ciudad de Guatemala (1773-1993), *mimeo*, Guatemala 1993 p. 40.

En cuanto al Portal del Comercio, el espacio que éste ocupa fue dedicado a esa actividad desde que el marqués de Aycinena, cuya casa allí se ubicaba, estableció tiendas en los tres frentes de ella, las cuales dio en arrendamiento. “La parte sur de la Plaza Central fue bautizada rápidamente con el nombre ‘Portal del Comercio’, denominación válida hasta hoy. Así se marcó desde el inicio la función comercial de esta área, la cual se conserva en la actualidad, aunque con significativas modificaciones y cambios en su calidad...”<sup>3</sup>. El plano de la casa de Aycinena (1781), indica que bajo el portal hacia la plaza se ubicaron trece tiendas, hacia la actual 7a. avenida cinco tiendas y hacia la actual 9a. calle, seis. Para fines del siglo XIX, en el Portal y en el Pasaje Aycinena se establecieron los negocios de más prestigio de la ciudad. Luego de los terremotos de 1917-1918 el Portal del Comercio se reconstruyó y de nuevo se ubicaron en él los comercios de categoría.

La 18 calle, que hasta las postrimerías del siglo XIX constituyó el límite sur de la capital, se fue convirtiendo desde esas fechas en un centro comercial, pero de carácter popular. Diversos factores contribuyeron a que dicho espacio adquiriera esa función: la construcción del puerto de San José en el Pacífico en 1869, lo cual indujo a que se formara por primera vez, fuera del sector central, un eje de establecimientos terciarios que favoreció considerablemente el comercio en esa dirección, activando el tráfico en la carretera al suroeste de la ciudad, luego conocida como Avenida del Guarda Viejo, hoy Avenida Bolívar. Cuando se construyó el Boulevard 30 de junio, hoy Avenida de la Reforma, el tren “Decauville” que conducía a él partía de la 18 calle llegando hasta la Villa de Guadalupe. En los años 80 del pasado siglo, los edificios centrales del ferrocarril (estaciones y aduana), contribuyeron a la urbanización y aseguraron un intenso flujo de personas. También hacia fines del siglo pasado se construyeron dos mercados en el área de la 18 calle.

De allí en adelante el papel comercial de la 18 calle se iría acentuando conforme todos estos factores evolucionaron, y el sitio se fue reforzando como un punto nodal para el transporte urbano y extraurbano y para el tráfico de mercancías. Hacia los años sesenta del presente siglo, los mercados ubicados en las cercanías de la 18 calle estaban ya ampliamente desbordados y los vendedores cada vez más colocaban sus puestos en la vía pública.

---

3 Gellert, Ciudad..., p. 116.

En cuanto a la 6a. avenida sur, ésta se convirtió en asentamiento de comercios elitarios desde muy temprano, rasgo que se conservó hasta los años sesenta del presente siglo, cuando se inicia el proceso de deterioro del centro que será tratado más adelante. La 5a. avenida adquirió también perfil comercial como eje entre los focos constituidos por el complejo Plaza Mayor-Mercado Central-Portal del Comercio, por una parte, y la 18 calle por la otra; sin embargo, el comercio de la quinta gravitó hacia el eje de la 18 calle y por ello desde un principio se orientó a clientela popular. En ambas avenidas la calidad de los comercios evolucionó de manera decreciente en correspondencia con el patrón centro-periferia.

### 2.2.2 El deterioro del centro

“Con los cambios revolucionarios a partir de 1944 y el crecimiento explosivo de la población metropolitana, se rompieron definitivamente los límites urbanos definidos con la fundación de la ciudad, así como las estructuras tradicionales. Se iniciaron corrientes sociales intra-urbanas de dimensiones hasta entonces desconocidas. Producto de este proceso fue el abandono definitivo del centro por la clase alta y su traslado hacia los suburbios elitarios al sur, los cuales se expandieron más en esta dirección (zonas 13 y 14). La clase media se propagó en el sector central, pero al mismo tiempo buscó la cercanía de los nuevos barrios de clase alta, asentándose en la periferia de ellos”<sup>4</sup>. Por otra parte, lo que ahora puede definirse como área metropolitana de Guatemala (AMG), pasó de 362 mil habitantes en 1950 a un millón 790 mil en 1990.

El comercio y otras actividades terciarias de alto rango, siguiendo a su clientela, empezaron a trasladarse desde la década de 1960 también hacia el sur de la ciudad, penetrando cada vez más en las zonas residenciales de la clase alta, obligándola a desplazarse hacia el sur-este, donde se establecieron nuevos prestigiosos barrios (zona 15 y su prolongación a lo largo de la carretera a El Salvador).

Encifras absolutas, la población de la zona 1 alcanzó su número más alto en 1964 con 96,195 habitantes. El censo de 1981 indica solamente 57,328 habitantes, cifra que corresponde prácticamente a la población del cantón Centro en 1921, área entonces más pequeña que la posterior zona 1. En términos relativos, en comparación con las

---

4 *Ibid.*, p. 99.

demás zonas, en 1950 y 1964 el sector central albergaba todavía el mayor porcentaje de habitantes, mientras en 1973 bajó al tercer lugar y en 1981 al quinto (CCP, pp. 100-101).

| Zona | 1950   | 1964   | 1973   | 1981    |
|------|--------|--------|--------|---------|
| 1    | 74,523 | 96,195 | 83,171 | 57,328  |
| 5    | 26,559 | 76,323 | 84,326 | 74,043  |
| 6    | 27,043 | 64,460 | 76,455 | 74,011  |
| 7    | 14,459 | 74,416 | 87,373 | 113,417 |
| 18   | 2,147  | 9,217  | 30,756 | 93,781  |

El Plan Maestro de Mercados Minoristas,<sup>5</sup> proyectó el número de habitantes de la zona 1, calculando 50,900 para 1990, 48,900 para 1992 y 41,600 para el 2,000. Si las proyecciones son correctas, en el año 2,000 la zona 1 ocupará el 10 lugar por número de habitantes entre las zonas capitalinas. Sin embargo, a pesar del descenso en su población residente, la zona 1 ha continuado a la cabeza en cuanto a tráfico de buses (en 1986 circulaban por ella 30 rutas).

Esta pérdida de habitantes en el sector central no se explica por invasión masiva de otras funciones, sino por la "huida" de los vecinos debido al general deterioro ambiental en el casco histórico. Sin embargo la actividad en el centro no ha cesado, aunque adquirió otro carácter en correspondencia con la presencia popular; el comercio y los servicios se fueron adaptando a las características de su nueva clientela y el centro atrajo flujos de población por diversas razones, entre ellas, crecientemente, la presencia de verdedores callejeros.

La construcción del Centro Cívico que se inició a fines de la década revolucionaria y se completó hasta los años setenta, y la construcción del mercado La Terminal en la zona 4 desde principios de los años sesenta, constituyeron desarrollos decisivos en el traslado de funciones del centro histórico hacia su periferia sur y sur-oeste.

Actualmente se distinguen claramente dos "centros" en la ciudad, uno en pleno proceso de deterioro y el otro prosperando cada día más. Por un lado existe el área del

5 *Plan Maestro y Estudios de Prefactibilidad de Mercados Minoristas*, Hidroservice (Engenharia de Projetos Ltda., São Paulo, Brasil), Guatemala 1986.

casco histórico que se caracteriza como el “centro popular” y, por el otro, la “zona viva” (zona 10) con su área de influencia que se esparce hacia las zonas 9, 13 y 14. “A partir de la década pasada (1980) se puede destacar claramente en el proceso urbano de la ciudad de Guatemala una nueva dimensión, producto de un desarrollo socio-económico en el país que se inicia con la aplicación de políticas de ajuste estructural sin compensaciones sociales, acompañado de una profunda crisis que afrontan las instituciones públicas. Expresión visible de ello es una creciente segregación social y espacial de la sociedad urbana capitalina, con pauperización y marginación por un lado, y un aumento considerable en la concentración de capitales por el otro. La aparición de un ‘centro rico’ a la par del ‘centro pobre’, es solamente una expresión más de esa segregación...”<sup>6</sup>.

Desde hace unos veinte años el centro tradicional es frecuentado sobre todo por la clase urbana popular, y hacia este tipo de usuarios se orientan las actividades y calidad de establecimientos que se ubican en la zona. Es fundamentalmente durante este período que cobra forma el fenómeno objeto de este estudio: la ocupación de la calle en la zona central por vendedores callejeros de artículos no comestibles, los cuales pasan de una situación semi-ambulatoria a la instalación de puestos fijos. Como ya ha sido señalado, esto se consolida en la medida que las autoridades municipales adoptan la decisión de otorgar licencias y cobrar tasas; asimismo, las autoridades nacionales en diversas circunstancias, propician la ocupación de las calles por los vendedores.

---

6 Gellert, ciudad..., p. 116.

## 3 ¿QUIÉNES SON?

### 3.1 Perfil sociodemográfico

Los datos que la encuesta arrojó al respecto fueron expuestos a directivos de los cuatro subsectores, a los cuales les sorprendió que coincidieran con sus propias apreciaciones y estimaciones. En la presentación de la información, además de otras referencias, se usarán como marco comparativo los datos de Juan Pablo Pérez Sáinz para el sector informal capitalino (FLACSO, 1991).

#### 3.1.1 Sexo

La venta callejera de artículos diversos no comestibles aparece como un espacio predominantemente masculino (2.5 hombres x 1 mujer), coincidiendo en este sentido los datos de la encuesta con los de la Municipalidad de Guatemala. Sin embargo, la informalidad en general ha sido definida como un ámbito más accesible al trabajo femenino, y especialmente en el sector servicios. Los datos de Pérez Sáinz (FLACSO 1991) para el sector informal de ciudad de Guatemala muestran también preponderancia de hombres (58%).

La preponderancia masculina se acentúa entre quienes se autoidentifican como indígenas, donde el 83% son hombres y el 17% mujeres, mientras entre los no indígenas la proporción es de uno a uno (51% hombres y 49% mujeres).

Asimismo, al cruzar la variable sexo con la de propiedad o no propiedad sobre el puesto resulta que de los propietarios el 65% son hombres y el 35% mujeres, mientras los empleados son 90% hombres y 10% mujeres.

La preponderancia masculina entre los empleados la explican los vendedores por la rudeza de las tareas que toca efectuar, y en menor medida por seguridad ante

las distintas eventualidades que ocurren en la calle: delincuencia, manifestaciones, violencia callejera. La venta supone, entre otras cosas, montar y desmontar el puesto rápidamente y cargar bultos desde y hacia la bodega.

Con respecto a la acentuada prevalencia de hombres en el segmento indígena se señala que en su cultura “existe la convicción de que es al hombre a quien le corresponde el trabajo remunerado, mientras la mujer se ocupa de tareas en el ámbito doméstico que incluyen la atención de huertas y la crianza de animales. Es el hombre el que busca colocarse en la ciudad, viene solo y en la mayoría de casos no pretende traer a su familia sino procurarse recursos para mantenerla en el lugar de origen. Entre los vendedores no indígenas, en cambio, se trata de familias urbanas con otras posibilidades de dividirse el trabajo y sin medios para el autoconsumo”<sup>7</sup>. Efectivamente, la encuesta mostró que de los migrantes procedentes de la región nor-occidental (Quiché y Huehuetenango), el 98 por ciento son hombres (este rasgo será examinado en detalle más adelante).

No obstante esta preponderancia masculina, un rasgo sobresaliente del sector es el destacado papel de liderazgo que juegan las mujeres no indígenas. Son ellas las que han encabezado las movilizaciones y asediado a políticos y funcionarios, las gestoras principales ante la Municipalidad y las que ocupan el mayor porcentaje de cargos en las directivas.

### 3.1.2 Edad

Según la encuesta, la incorporación a la actividad laboral del grupo etéreo más joven (menores de 20 años), representa más del doble en términos porcentuales de lo que se registra para el sector informal en ciudad de Guatemala (8%), puesto que en la encuesta dicho grupo representa el 19%. En cuanto al grupo comprendido de los 20 a los 39 años, los porcentajes son coincidentes. Las diferencias se marcan de nuevo en los otros dos grupos etéreos (40-64 y más de 64), ya que Pérez Sáinz consigna 42% para ambos en el sector informal, mientras la Encuesta indica el 25 por ciento.

---

7 Entrevista con Santos Sica, oriundo de Momostenango, presidente de la directiva de la 5a. avenida con 24 años en la venta callejera y 19 en su puesto de la 5a. avenida. Comenzó a vender en la capital en 1970 en la periferia del Mercado La Placita; muestra un elevado grado de conocimiento y de reflexión sobre su sector y actividad.

Al cruzar sexo con edad del entrevistado tenemos el panorama de un universo joven fundamentalmente masculino junto con una incorporación tardía de las mujeres al espacio laboral. De los menores de 20 años el 95% son hombres; en el grupo de 20 a 39 años el 72% es masculino; de 40 a 64 años tenemos 54% de hombres y 46% de mujeres.

### **3.1.3 Escolaridad**

Los vendedores callejeros objeto de la encuesta muestran un nivel de escolaridad inferior al del sector informal capitalino. En la encuesta, el 52% carece de instrucción o tienen la primaria incompleta, frente a 41% en los datos de Pérez Sáinz. Los porcentajes de primaria completa son equivalentes (alrededor del 23%) y los porcentajes de estudios secundarios son de 24% en la encuesta y de 34% en los datos de Pérez Sáinz.

Al cruzar nivel de escolaridad con etnicidad resulta que los no escolarizados representan el 21% entre los indígenas y el 9% entre los no indígenas, mientras en los demás niveles los datos son equivalentes. Entre sexo y nivel de escolaridad no se registró relación significativa.

### **3.1.4 Etnicidad**

El sector objeto de la investigación se muestra como un espacio donde predominan quienes se autoidentifican como indígenas, que son el 65% (frente a 18% en los datos de Pérez Sáinz para el sector informal en su conjunto); el 57% de los encuestados conoce alguna lengua indígena.

En las entrevistas se hizo manifiesto que los aspectos de tipo étnico tienen marcada relevancia en el sector y que en éste las relaciones interétnicas difieren de las pautas que son dominantes en el conjunto de la sociedad urbana y de la sociedad en general. En primer lugar, el reconocimiento de la propia identidad indígena se aprecia como un fenómeno reciente. “Hace tal vez diez años la mayoría ocultábamos nuestra verdadera identidad, pero ahora el indígena, el maya, cada vez más está orgulloso de serlo. Eso pasa en todo el país; aquí en el sector discutíamos lo de la identidad y decíamos, aprendamos de los chinos, ellos hablan su dialecto sin importarles si otros

lo comprenden o no, no se avergüenzan de su cultura". Abraham Chanchavac<sup>8</sup> sostiene que el rescate de la identidad está en la base de los anhelos de progreso, "la labor de concientización que han realizado los sacerdotes católicos enseñando a aspirar a una vida mejor". Esta apreciación sobre el papel de la identidad fue compartida por los demás entrevistados indígenas.

En cuanto a las relaciones interétnicas dentro del sector, distintos informantes indígenas indican que se mantienen expresiones discriminatorias; "los ladinos usan la palabrita 'indio' para insultar, pero tal vez es por costumbre, y ya ni se dan cuenta, pero las relaciones son muy diferentes que con la gente de la calle que es racista". Por otra parte, en las entrevistas con vendedores ladinos se manifestó en todos los casos una alta valoración con respecto a los indígenas del sector. "Aquí se puede observar que mientras los ladinos venimos para abajo los naturales van para arriba, por trabajadores, porque no chupan ni despilfarran", dice doña María Vega<sup>9</sup>. Doña Ana María Menchú<sup>10</sup> piensa que "los indígenas son los más inteligentes, qué bueno para Guatemala porque ahora ellos nos van a apoyar pues van para arriba, no se duermen, son innovadores". Directivas del Peatonal señalan que "los indígenas son los más ahorrativos e inteligentes, son como los chinos, piensan en el mañana y no despilfarran".

En cuanto a las aptitudes particulares de los indígenas, Mateo Diego (kanjobal), piensa que "el indígena, como ha sufrido en el campo, valora las posibilidades de la ciudad".

El ladino es dado a imitar, a seguir la moda, y algunos no saben administrarse. El indígena, antes que vestirse bien prefiere tener buen surtido de mercadería, no le

- 
- 8 Abraham Chanchavac Xiloj, oriundo de Momostenango, tenedor de un puesto en la periferia sur del Peatonal, estudió hasta 4o. año de Perito Contador pero decidió sacrificar sus estudios para dedicarse al negocio y que de esa manera sus hijas tuvieran la oportunidad de salir adelante. Asiduo lector de temas sobre la cultura maya, al momento de la entrevista se encontraba leyendo *La patria del criollo* de Severo Martínez Peláez.
- 9 María Vega, vicepresidenta de la directiva de la 5a. avenida, ladina oriunda de Mixco con 35 años en la venta callejera, lideresa tradicional del movimiento, ampliamente conocida en el sector y en los círculos de la Municipalidad capitalina.
- 10 Ana María Menchú, directiva de El Portal; su abuela, su madre y ella han sido vendedoras "aunque mis hijos ya no lo serán", porque de tres que tiene dos han completado ya la segunda enseñanza.

importa la ostentación. Los ladinos tienen varias mujeres mientras los indígenas no, pues el matrimonio para toda la vida es enseñado y vigilado por la comunidad. Desde que se pide a la novia los parientes advierten que es para siempre; cuando hay conflictos entre los esposos los padres de ambos se reúnen para examinar el asunto y hablan con la pareja; si se separan enfrentarán el rechazo de su gente, mientras en la capital la vida es anónima. Los ladinos tienen a su favor el conocimiento del español, que les facilita mucho”.

De los subsectores, aquél donde se expresa con mayor vigor la presencia indígena es la quinta avenida; de su directiva de doce miembros, nueve son indígenas. En los otros sectores, en cambio, aunque predominan numéricamente los indígenas, las directivas están integradas en su totalidad por ladinos. La presencia indígena implica sin duda un conjunto de particularidades, pero tanto la encuesta como las entrevistas mostraron que tanto indígenas como ladinos actúan en el sector en función de las mismas lógicas esenciales.

### 3.1.5 Migración

El sector investigado está constituido fundamentalmente por migrantes (77%), de los cuales las tres cuartas partes se autoidentifican como indígenas. Destaca que estos migrantes en un 63% procedan de aldea o caserío (migración rural-urbana); si sólo se consideran los autoidentificados como indígenas, 7 de cada 10 proceden de aldea o caserío. “Tanto entre indígenas como entre ladinos, produce más emigrantes la aldea o caserío que las cabeceras municipales... Ello puede deberse a que el menor tamaño del territorio guatemalteco hace de la capital un centro de atracción migratoria que irradia hasta los lugares más alejados, sin encontrar competencia seria en otros centros poblados del país cuya atracción migratoria es débil”<sup>11</sup>. Sin embargo, en el sector, la mayor parte de migrantes ladinos procede de cabecera departamental o municipal (migración urbana-urbana).

Por lo que respecta al lugar de nacimiento de los migrantes, el 83% proceden de las regiones sur-occidental y nor-occidental, mientras en los datos de Pérez Sáinz este

---

11 Asociación para el Avance de las Ciencias Sociales en Guatemala (AVANCSO), “*Vonós a la capital*”, Estudio sobre la emigración reciente en Guatemala, *Cuadernos de investigación* No. 7, p. 62.

porcentaje es del 19. Entre quienes provienen de la región sur-occidental (departamentos de Sololá, Totonicapán, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Retalhulehu y San Marcos), el 53% son oriundos del departamento de Totonicapán y de ellos el 78% son de Momostenango, municipio de amplia trayectoria comercial. Del total de migrantes, el 64% es oriundo de municipios pertenecientes al área lingüística k'iche'.

A nivel nacional, sin embargo, AVANCSO consigna que “los departamentos con una tasa de emigración moderada son precisamente los departamentos mayoritariamente indígenas situados al occidente y norte de la ciudad capital”<sup>12</sup>, aunque luego anota que “la emigración a la capital ha crecido vertiginosamente entre los indígenas mientras que la tradicional emigración ladina a la capital ahora se ha dividido en dos contingentes: los que siguen yendo a la capital y los que emigran al extranjero; esto es, con muy contadas excepciones, a Norteamérica”<sup>13</sup>.

En definitiva, el sector puede definirse como un ámbito fundamentalmente indígena, colocado en este aspecto muy por encima de las tendencias generales en la informalidad urbana y los flujos migratorios, y se puede sugerir que ello expresa la vocación y las aptitudes para el comercio de los indígenas.

Comparando los datos de la encuesta con los de Pérez Sáinz tenemos una población migrante de arribo más reciente a ciudad de Guatemala: sólo la mitad llegó antes de 1977, mientras en los datos de PS son las tres cuartas partes; entre 1979 y 1990 arribó el 34% y el período más intenso de arribo de migrantes al sector es el último (1991-94), con el 15 por ciento.

Cruzando la región de procedencia con el período de arribo a la capital resulta que la región sur-occidental muestra mayor estabilidad en los tres períodos considerados (antes de 1977, 1977-1985 y después de 1985, que son 46, 50 y 44% respectivamente), mientras en la nor-occidental se muestra un incremento significativo (21, 34 y 39%). La migración procedente de las otras regiones descendió en todos los casos.

Cruzando migración-sexo tenemos que el 74% de los migrantes son hombres y

---

12 *Ibid.*, p. 32.

13 *Ibid.*, pp. 59-60.

el 26% mujeres, porcentajes equivalentes a los generales de la encuesta. Examinando la relación sexo-región de procedencia aparece una situación atípica: la de la región nor-occidental (98% hombres).

Indagando en las entrevistas sobre este último dato, resultó que entre los migrantes indígenas se producen dos tipos de situaciones: los que emigran junto con su familia o luego la traen a la capital, y aquéllos que vienen solos y no se plantean traer a la familia sino mejorar sus condiciones de vida en los lugares de origen. Desafortunadamente la encuesta no incluyó preguntas que permitieran cuantificar el fenómeno, pero en las entrevistas los informantes sostienen que son mayoría los que actúan en función de la segunda opción, y sobre todo entre los migrantes recientes. “El que se trae a la familia va a parar a los asentamientos”; además, “en la aldea se vive mejor, se es más libre, pero no se gana dinero como en la capital”; “es como los que se van a Estados Unidos y mandan dinero para su familia”.

Según los informantes del sector, que todos coinciden en la apreciación de que son mayoritarios los casos comprendidos en la segunda opción, los indígenas visitan regularmente su tierra. “Los naturales visitan su tierra constantemente, para las cosechas de manzana, maíz o trigo; incluso muchos se van casi cada semana, salen el sábado y regresan el martes, por eso los lunes y martes hay menos puestos. También van para las fiestas y especialmente para Semana Santa y Navidad”.

Eusebio Tayún, hablante de k'iche', oriundo de una aldea de Malacatancito (departamento de Huehuetenango), cada dos o tres semanas visita su casa, además que siempre está presente para el momento de la siembra, de echar el abono químico, de tapiscar. Sin embargo, su mujer está al pendiente de las siembras (maíz y frijol), y se encarga de conseguir trabajadores para las distintas faenas. Tienen cerca de 15 cuerdas de terreno de las cuales 4 y media están cultivadas; el resto es bosque de pinos que debe conservarse porque es necesario para juntar leña y sobre todo para que se conserve la tierra, porque al botar el bosque ésta se seca.

Este año esperan que las cosechas sean suficientes para el consumo de la familia. Desde hace ocho años vende en la capital. La venta callejera le ha permitido progresar; sus ganancias las ha invertido en mejoras en su casa, tanto en la construcción como en la adquisición de enseres, y también en la agricultura, pero sobre todo para invertir

en su aldea, en los diferentes proyectos que va planteando el comité que existe: agua potable, escuela, energía, un juzgado. Su mayor satisfacción es contribuir con la comunidad y por allí se logrará el progreso de todos. Cada quien contribuye según sus posibilidades y a él le satisface poder incrementar sus contribuciones. Eusebio piensa que seguirá vendiendo en la capital, pero que sus hijos (ahora pequeños) estudiarán y quizá sean profesionales.

En cuanto a las razones para migrar, tanto los datos de la encuesta como las entrevistas, así como el análisis comparativo, inducen a pensar que hacia el sector los movimientos migratorios obedecen a circunstancias muy concretas, que por supuesto se inscriben en el contexto general. Como ya quedó señalado, la mayoría de migrantes arribaron durante la época de violencia masiva y de recesión económica (1980-1986), pero el flujo de migrantes no sólo continúa sino que se ha incrementado durante los últimos tres años, período de relativa paz y recuperación de la economía nacional (aunque esto no implica de las economías locales).

Sobre el papel de la violencia en el arribo de migrantes al sector las opiniones se dividen. Los directivos de la sexta avenida piensan, por ejemplo, que “la migración se ha producido debido a la violencia, al servicio militar obligatorio y a las PAC, puesto que fue obvio que el arribo de migrantes se incrementó a partir de 1980”. En cambio los directivos de la 5a. avenida piensan que la violencia jugó un papel secundario y que, entre otras cosas, el arribo de hombres solos lo demuestra, “porque cuando es por motivos de violencia vienen familias completas”. Además, el área que ha producido más migrantes al sector (la de Tonicapán), fue un área poco afectada por la violencia, al menos de manera directa. Sin embargo, habría que analizar el papel de la violencia en el deterioro de las economías locales y regionales, por una parte, y por la otra, la restricción de los movimientos comerciales hacia otros puntos del territorio.

Asimismo, otros vendedores entrevistados, de amplia trayectoria en el sector, sostienen que la evolución de éste depende sobre todo de cuál sea la política municipal, si dejan vender o no; dicen que después del terremoto la afluencia de vendedores se incrementó, no porque fueran damnificados sino porque la creencia de que lo eran propició que las autoridades permitieran la venta; asimismo, la afluencia de vendedores en el primer quinquenio de los ochenta la relacionan con la política del

alcalde José Angel Lee, y el incremento de los últimos años también tiene que ver con la política municipal de tolerancia, que ahora objetan los vendedores “formalizados”. Dicho sea de paso, la percepción de las autoridades municipales coincide con lo anterior: uno de los principales dilemas de las actuales autoridades municipales frente a la venta callejera es que la “normalización” del fenómeno o la implementación de medidas tipo peatonalización de ciertas calles, “mercados de pulgas” y otras, fomentarían un torrente incontenible.

Tanto en los datos de la encuesta como en las entrevistas aparece que la mayoría de los vendedores ubicados en el sector eran comerciantes con anterioridad y sólo el 19 por ciento fue vendedor ambulante en su trabajo previo al actual. Destaca asimismo la elevada proporción de migrantes oriundos del departamento de Totonicapán, de municipios de arraigadas tradiciones comerciales. Entre ellos son mayoritarios los momostecos quienes, a juicio de Santos Sica, “somos como las palomas, porque en cuanto tenemos alas debemos salir volando. Por generaciones hemos visto a nuestros padres hacer lo mismo, y a la fecha existen comerciantes momostecos desde Estados Unidos hasta Panamá y en el interior del país estamos en Petén, Livingston y muchas otras partes. Aunque tengamos tierra ello no nos detiene; las tierras son pobres y escasas, pero aun cuando no fuera así de todas formas el comercio es lo principal, la agricultura no nos atrae como negocio”.

Abraham Chanchavac señala que a él siempre le gustó vender, pero si hubiera tenido terreno se habría quedado, aunque en Momostenango no hay agricultura; participó en cursillos de cooperativismo, desarrollo integral, tecnificación agrícola, pero sin tener tierra donde sembrar. “En la región del altiplano sólo se produce una cosecha al año, de enero a noviembre, ¿qué se hace mientras?. A los 14 años fui a trabajar en el algodón pero se sufre demasiado, en los tres tiempos sólo se come frijol y una ración de dos libras de maíz diarias por persona. En la capital hay oportunidad de cambio, de ampliar la cultura”.

La venta callejera ambulante es sin duda una actividad propicia para los migrantes en general, por ser accesible a personas con grados bajos de escolaridad o sin ellos y por demandar un mínimo de recursos para comenzar, pero quienes acceden al sector investigado, que como ya quedó señalado debe considerarse “de punta”, son en su mayoría personas que han cumplido trayectorias previas como comerciantes y,

dada la relación establecida con la Municipalidad, el acceso está formalmente congelado, el número de puestos reconocido no se puede incrementar, y por ello la posesión de un puesto es un bien escaso que se conserva o se negocia y no una oportunidad al alcance de cualquiera.

### 3.2 Relaciones y trayectorias laborales

En cuanto a la propiedad o no propiedad sobre el puesto, el 73% de los encuestados son propietarios. Por lo que respecta a los empleados, la propiedad del puesto donde trabajan pertenece a "otro vendedor" (52%) y a "un familiar" (38%). Sólo se registró un caso en el cual el puesto pertenece a un establecimiento comercial formal. Con estos datos queda definitivamente descartada una idea muy difundida según la cual los vendedores callejeros eran en realidad dependientes de los comercios formales. Según parece, esta apreciación fue sugerida por el hecho de que los vendedores callejeros guardaban sus pertenencias en los almacenes o porque los comerciantes formales les brindaban refugio a la hora de las redadas. Asimismo, el hecho de que los comerciantes formales del sector -salvo contadas excepciones-, no hayan hecho demandas para que sean retirados los vendedores callejeros (al menos los de artículos no comestibles), fomentó también la suspicacia.

Para el 45% de los migrantes encuestados la venta callejera en el sector fue su primer empleo en la ciudad; el 55% ya había trabajado antes fuera del área metropolitana. Por lo que respecta a la rama de actividad en la que se ejerció el trabajo anterior, el 41% corresponde a comercio, el 26% a agricultura y el 16% a industria. De acuerdo a la fuerte presencia en el sector de migrantes del área rural y en especial de las regiones sur-occidental y nor-occidental, se puede considerar que se trata de agricultores-comerciantes o de artesanos-comerciantes, aunque la elevada presencia de momostecos podría indicar que en este caso se trata de comerciantes en sentido estricto.

Entre los propietarios de puesto, el 71% poseía anteriormente un lugar de venta en el AMG, que en el 63% de los casos se ubicaba en la zona 1. Este dato es ilustrativo del proceso de conformación de los núcleos originales capitalinos que se abordará posteriormente. Asimismo, los datos sobre el tiempo que se tiene como vendedor callejero muestran un promedio de 18 años para las mujeres y 10.5 para los varones;

cruzando la información con la variable étnica resulta que los indígenas tienen un promedio de 11 años y los no indígenas de 15. La antigüedad de las mujeres en la venta podría ser uno de los factores que explican el papel relevante que ellas desempeñan en las directivas. De hecho, la preponderancia numérica de hombres en el sector está vinculada a la migración indígena.

En cuanto a la categoría ocupacional en el trabajo anterior predominan los trabajadores por cuenta propia con el 56%, luego siguen los asalariados de microempresa (20%) y los asalariados de empresa (17%), de manera que la movilidad ocupacional ocurrió fundamentalmente dentro del sector informal.

El 80% de quienes se ocuparon en el comercio lo hicieron como trabajadores por cuenta propia (TCP), mientras esta categoría sólo representó el 6% en el caso de la industria. Por otra parte, el 53% de quienes trabajaron en "industria" lo hicieron como asalariados de microempresa, mientras en el comercio esta proporción fue del 11%. Sólo se detectaron dos casos de trabajadores familiares no remunerados (TFNR).

Por lo que respecta a las razones de abandono del trabajo anterior, de las respuestas se deduce que el 81% lo hicieron "para mejorar", lo cual se confirma al constatar que, en las razones para elegir el trabajo actual, tanto los propietarios de puesto como los asalariados señalan ventajas y sólo una minoría condiciones imperativas. Entre las ventajas la principal es la "rentabilidad" (26 y 23%), la "realización personal" (24 y 23%), "ventajas familiares" (22 y 21%) y la "accesibilidad" (15 y 14%), de manera que, a este respecto, no se registran diferencias significativas entre propietarios y no propietarios. Obviamente los criterios de "realización personal" y "ventajas familiares" tienen base económica. Al introducir el factor étnico no se aprecian tendencias distintas.

Analizando los datos anteriores por subsector (sólo propietarios), resulta que el criterio de rentabilidad prevalece en la 5a y 6a avenidas (35 y 33%), cae a su punto más bajo en El Portal (8%) y tiene un rango intermedio en el Peatonal (20%). Este dato es indicativo de que la ocupación de buhonero es particularmente rentable bajo la forma de venta callejera en sentido estricto.

El tiempo promedio que tienen los puestos en el sector (9.5 años), indica una gran estabilidad, y analizándolo por subsector refleja los distintos períodos de ocupación:

16 y 19 años de promedio en la 5a. avenida y El Portal y 6 años en la 6a. avenida. En la 18 calle la existencia de puestos es de las más antiguas, pero el hecho de que el Mercado Peatonal sea reciente distorsionó las respuestas. Para el conjunto del sector, los propietarios de puesto tienen un promedio de 15 años como vendedores callejeros mientras los empleados un promedio de 5 años.

## 4 LA CONQUISTA DE LA CALLE

Desde que se tiene memoria y según la evidencia disponible, en el área objeto de estudio han existido siempre vendedores callejeros. Sin embargo, el fenómeno que aquí analizaremos no es la presencia de vendedores en general, sino el proceso que condujo a los vendedores callejeros de artículos no comestibles a proliferar y a ocupar las calles y espacios públicos de manera permanente.

Como ya ha quedado señalado, el sector objeto de la investigación está constituido por cuatro subsectores que, a la par de rasgos en común, muestran importantes diferencias en todos los planos: historia de su ocupación de la calle, características y significado de su actividad según el espacio concreto que ocupan y formas de organización, entre otras. Sin embargo, existen también rasgos comunes y procesos similares. Además, en los orígenes y la génesis de estos contingentes de vendedores callejeros hay que distinguir entre los núcleos de capitalinos y los migrantes que han ido arribando a lo largo del tiempo.

### 4.1 Los núcleos capitalinos

En el caso de los núcleos capitalinos (que no excluye personas oriundas del interior del país), el fenómeno de desbordamiento de los mercados municipales juega un importante factor. En las entrevistas realizadas con los vendedores más antiguos del sector resulta que la mayoría de ellos tuvieron antes puesto en algún mercado del área: el Mercado Central, el Mercado Colón y La Placita. Sin embargo, en la encuesta aparece que, de los que se dedicaban al comercio antes de ubicarse en el sector, sólo el 20% provino de diferentes mercados municipales.

No obstante, la saturación y el desbordamiento de los mercados ha sido vinculado a la expansión de la venta callejera por la Municipalidad de Guatemala; en los considerandos del reglamento sobre ventas callejeras emitido en diciembre de

1985, cuando fungía como Alcalde Jorge Arturo Saravia, se asienta “que el crecimiento de la población, las condiciones de desempleo y el subempleo prevalecientes en la actualidad en el país y el estancamiento en la construcción de nuevos mercados, ha ocasionado que desde hace varios años se iniciara un proceso de saturación y desbordamiento de los mismos y como consecuencia la proliferación de ventas en banquetas, calles y plazas de la ciudad”.

Asimismo, el ex-alcalde Abundio Maldonado (1978-1982), sostiene que “en los mercados nadie quiere segundos pisos o donde hay gradas o está obscuro, nadie quiere estar en el interior del mercado, todos buscan la periferia”. Al respecto, el Plan Maestro de Mercados Minoristas señala que “La experiencia internacional y local demuestra que mercados con más de un nivel difícilmente funcionan bien. La dificultad de acceso de las personas y de transporte de las mercaderías es un factor determinante para que el comercio en los niveles superiores se haga con gran desventaja con relación a la planta baja”<sup>14</sup>.

El total de puestos fijos dentro de los mercados formales del área metropolitana de Guatemala (1986) era de 6,185 puestos, mientras el número de puestos en los desbordamientos era de 8,506.

Los mercados han sido concebidos con el objetivo fundamental de albergar el comercio de alimentos. Sin embargo, gradualmente, se ha ido incrementando el número de puestos dedicados a la venta de artículos no comestibles. Para 1985 el Plan Maestro determinó que para el conjunto de mercados capitalinos los puestos de alimentos constituían el 57%, mientras los de artículos diversos no comestibles (prendas de vestir, artículos típicos y “otros”), representaban el 32 por ciento. En los desbordamientos el porcentaje de vendedores de comestibles es de 50 y el de no comestibles de 46; en los mercados informales estos porcentajes son de 63 y 28 respectivamente.

El incremento de la venta callejera reduce la eficiencia de los mercados. “El problema de la baja rotación de las existencias es consecuencia en gran parte del hecho de que el aumento del consumo fue atendido por la proliferación de comerciantes con

---

14 *Plan Maestro*, p. I. 139.

puestos en las calles. En otras palabras, los comerciantes establecidos en los mercados sufren una fuerte competencia de los comerciantes con puestos en las calles, lo cual tiene como resultado la baja velocidad de venta”<sup>15</sup>. Esto, sumado al deterioro físico y administrativo de los mercados, reduce aún más el atractivo de éstos, al menos para ubicarse en su interior.

El Mercado Central ha estado desbordado prácticamente desde sus inicios, expresándose esto en el asentamiento de vendedores en su periferia; sin embargo, en un principio estos vendedores periféricos, desde el punto de vista de su oferta, constituían una virtual extensión del mercado tradicional: ofertaban artículos comestibles para preparar y en menor medida antojitos y golosinas. Con el paso del tiempo fueron incrementándose los buhoneros, entendiendo por ellos a los que expenden “chucherías y baratijas de poca monta, como botones, peines, etc., que en tienda portátil o en un cesto o bandeja colgada de los hombros lleva su dueño a vender por las calles” (*Diccionario de la Real Academia Española*). Los vendedores asentados en la periferia del Central, al igual que en casos similares de otros mercados, estaban y están bajo la autoridad de la administración del mercado respectivo, lo que generalmente se reduce al cobro del piso de plaza y a algunos intentos fallidos de ordenar y restringir su presencia.

En la medida que la periferia del Central se fue saturando, determinados vendedores avanzaron sobre las calles buscando fijar su permanencia en ellas de la manera que ha sido común a otros en las mismas condiciones y que será tratada más adelante (este fenómeno se acentuó a partir de los años sesenta); encontraron clientela y escaparon al pago de piso de plaza, aunque más adelante harían ingentes esfuerzos para que la Municipalidad se los cobrara en su nueva ubicación y de esa manera la reconociera de hecho. El 3 de marzo de 1976 un terremoto echó por tierra el edificio del Mercado Central que databa del triunfo de la Revolución Liberal (1871), y la reconstrucción del mismo se concluyó hasta 1985. En el ínterin, muchos vendedores antes ubicados en el mercado salieron también a las calles.

Otros vendedores entrevistados tuvieron puesto en el antiguo Mercado Colón. Cuando éste se trasladó a su nuevo emplazamiento, algunos estuvieron inconformes

---

15 *Ibid.*, p. I. 56.

con los puestos que les fueron asignados, ubicados por ejemplo en el segundo nivel del edificio. Además, doña Ana María Menchú recuerda que al nuevo Colón acudieron multitud de comerciantes momostecos y el mercado se saturó y se perdió la venta. Ella, junto con su madre y una hermana, decidieron entonces salir a vender a la calle, lo cual ocurrió hace 22 años; se ubicaron en el Portal del Comercio en un momento propicio, pues fungía como alcalde Manuel Colom Argueta (1970-1974), quien les concedió una licencia que era firmada por el alcalde y por el presidente de la república (a la sazón, el general Carlos Arana Osorio). En cambio, los directivos de la Asociación de Vendedores de la 6a. avenida recuerdan que el período de Colom Argueta fue de intensa persecución.

Antes de que las Menchú llegaran al Portal ya se hacían presentes allí otros vendedores. Doña Marina recuerda que ella se instaló en el Portal desde 1964, cuando fungía como alcalde Francisco Montenegro Sierra. “Don Paco trató de evitar el asentamiento definitivo en el Portal, de manera que un ratito vendíamos y otro nos correteaban”. Sin embargo el alcalde Montenegro Sierra, como se verá más adelante, fue el primero que accedió a tolerar y normar las ventas callejeras en otros sitios como la 18 calle y la 5a. avenida.

Desde el período de Colom Argueta para acá sólo el alcalde Abundio Maldonado (1978-1982) las correteó, cuenta doña Teodora Menchú; durante su período hubo mucha Policía Municipal, pero de todas maneras los vendedores se las ingeniaban para jugarles la vuelta, levantando sus puestos cuando los policías e inspectores se acercaban y volviéndolos a instalar en cuanto se retiraban o se encontraban almorzando. Abundio Maldonado relata que en sus intentos de limpiar las calles y plazas de vendedores “la prensa y el gobierno me atacaron y los vendedores me asediaron, pero con una Policía Municipal bien organizada logré poner orden”.

El alcalde José Angel Lee (1982-1986), nombrado por el gobierno militar que se constituyó a raíz del golpe de Estado del 23 de marzo de 1982, “al principio fue un poco duro y no nos daba audiencia, pero entonces nos juntamos las vendedoras, averiguamos dónde vivía y lo visitamos en su casa a las 6 de la mañana. De allí en adelante su actitud cambió, se abrió al diálogo y accedió a normalizar nuestra situación cobrándonos una tasa municipal por medio de un recibo expedido por la administración del Mercado Central”, dicen las directivas de El Portal.

Doña María Vega recuerda que hace unos treinta años “el alcalde Francisco Montenegro Sierra nos sacó de las banquetas que ocupábamos en la 18 calle y nos puso en la orilla del mercado quemado, pero como el punto no daba resultado nos volvió a permitir la ocupación de la calle”. Por esas fechas, sin embargo, doña María se trasladó a la 5a. avenida, que entonces comenzaba a ser ocupada por vendedores en las cercanías de la 18 calle. Sin embargo, hasta después del terremoto de 1976 se quedó fija, aunque le gusta recordar que “mi calle se la gané a don Paquito, que Dios me lo tenga en su gloria”. Cuando el terremoto se produjo una situación favorable -cuenta doña María-, “porque se dijo que los vendedores callejeros éramos damnificados y a raíz de ello se nos extendió una licencia avalada por la Municipalidad y la Policía Nacional”.

Rosario López y Alma Delia López, integrantes de la junta directiva del Mercado Peatonal de la 18 calle, relatan que los vendedores de esa arteria, “al igual que los demás vendedores callejeros”, pasaron por distintas situaciones derivadas de su relación con las autoridades municipales e incluso nacionales. “El alcalde Francisco Montenegro Sierra fue el primero que autorizó la venta mediante una licencia de buhonero que razonaba la Policía Nacional y que permitía vender de las 3 PM en adelante. Sin embargo, en un principio don Paco prohibió la venta, pero los vendedores acudimos al presidente Miguel Ydígoras Fuentes, con quien hablamos en su casa en horas de la noche quejándonos de la posición del alcalde que no nos dejaba vender en las banquetas. Ydígoras dijo: ‘Paco manda en las banquetas y yo en las calles, ocúpenlas, a ver qué hace Paco mañana’. Efectivamente, al día siguiente ocupamos las calles y las bloqueamos y ante esto el alcalde tuvo que transigir y de allí surgió la licencia antes citada”. Rosario es la actual presidenta de la junta directiva del Mercado Peatonal y se dedica desde hace dieciocho años a la venta callejera; Alma Delia pertenece a la directiva y vende desde hace 35 años; se crió en la 18 calle.

Ydígoras Fuentes (1958-1963), que accedió a la presidencia luego de lograr que se invalidara un proceso electoral celebrado en 1957 y que se efectuaran nuevos comicios, obtuvo ese resultado convocando a manifestaciones callejeras que encontraron respaldo en diferentes estratos de la población principalmente urbanos. Celoso de la popularidad del alcalde, el presidente siempre compitió con él. En lo referente a los intentos de desalojo de los vendedores callejeros, además de lo ya indicado, Ydígoras declaró en los inicios de su mandato que si el alcalde no permitía vender en las aceras, él ofrecía las escaleras del Palacio Nacional.

Rosario y Alma Delia recuerdan que la época de Enrique Peralta Azurdia (jefe de Estado de facto entre 1963 y 1966), fue de intensa persecución a los vendedores: “había policías fijos en la 18 calle y sólo dejaban vender de las 6 PM en adelante”. Los presidentes, generales Carlos Arana Osorio (1970-1974) y Kjell Laugerud García (1974-1978), “tuvieron una posición favorable con respecto a los vendedores callejeros, y especialmente sus esposas Alida España y Hellen Lossi”. Cuando las elecciones de 1978 las lideresas de la 18 calle apoyaron la candidatura del general Romeo Lucas García, “con el único objetivo de que nos dejaran trabajar, ya que no nos interesan puestos ni cargos ni la política en general del gobierno”. Sin embargo el alcalde durante ese período, Abundio Maldonado, “ha sido el más duro en las persecuciones y desalojos”.

Señalan asimismo que el terremoto de 1976 fue un momento definitivo para la expansión y consolidación de la venta callejera: “las calles se poblaron porque se permitió vender”. Sin embargo, la época de mejores relaciones con las autoridades fue la de José Angel Lee como alcalde y el general Humberto Mejía Vítores como jefe de Estado. Con Lee se desarrollaron formalmente las juntas directivas con el propósito de tratar con la Municipalidad. Con Mejía Vítores encontraron siempre apoyo, “y una vez fuimos a almorzar con él a la casa presidencial, hicimos churrasco, llevamos molletes, buñuelos y otras chucherías y hasta bailamos con el general”.

En cuanto a la sexta avenida, las informaciones proporcionadas por los vendedores más antiguos indican que ésta fue ocupada poco a poco por vendedores callejeros hacia fines de los años sesenta. En ese proceso concurren vendedores provenientes de mercados, y parece que particularmente del Mercado Central, y en el empeño coincidieron con otras personas que hace unos veinticinco años gravitaban en torno a los cines que en su momento fueron los más grandes y elegantes de la capital y que por entonces comenzaban a ceder el paso ante las nuevas salas construidas hacia el sur. Se trataba de taquilleros, chicleros, vendedores ambulantes de maní y otras golosinas, vendedores de periódicos, de álbumes, de fotos de artistas y otros.

“Por entonces todos soñábamos con lograr un puesto en la 18 calle o en la 5a. avenida, no pensábamos que la sexta pudiera ser lugar de comercio, pero nos fuimos dando cuenta que no era así, que la sexta tenía su mercado”, dice Gladys Morales, quien antes trabajaba en la taquilla de un cine y ahora es la encargada de capacitación

en la directiva de la sexta avenida. Eran los últimos momentos del “sexteo”, el tradicional paseo que le permitía flirtear a los adolescentes de ambos sexos pertenecientes a las capas medias acomodadas; se había iniciado ya el proceso de deterioro, hasta ahora irreversible, del centro tradicional; la “invasión” del mismo por los sectores populares estaba constituyendo la demanda que percibieron los pioneros en la ocupación de la otrora “primera dirección de la ciudad”.

En cuanto a las peripecias de su asentamiento, lo expresado por los directivos de la 6a. avenida coincide con lo señalado por sus colegas, aunque son ellos quienes declaran que en la época de Colom Argueta se produjeron fuertes redadas. José Angel Lee fue quien primero reconoció la presencia de los de la sexta al acordar con ellos que pagaran una tasa a la Municipalidad por medio del recibo 5-B.

Cuando el alcalde Alvaro Arzú (1986-1990) intentó desalojarlos, “nos presentamos a su despacho mostrándole diez meses de pago anticipado a la Municipalidad”.

En la encuesta aparece que, con una sola excepción, los puestos del Portal se ubicaron allí antes de 1985; en la 5a. avenida el porcentaje de puestos con ese rango de antigüedad es de 63, mientras en la sexta se reduce a 27. El caso del Mercado Peatonal es particular, dado que ese establecimiento se edificó en 1991; no obstante, como ya quedó señalado, la 18 calle es pionera en el asentamiento de vendedores callejeros. En la sexta avenida el asentamiento de vendedores ocurre fundamentalmente a partir de 1986: entre 1986 y 1990 se ubica allí el 52% de los puestos actuales y entre 1990-1993 el 21%, de manera que ocho de cada diez puestos son posteriores a 1986.

El tiempo promedio que tienen los puestos en el sector (9.5 años), indica una gran estabilidad, y analizándolo por subsector refleja los distintos períodos de ocupación: 19 años en El Portal, 16 en la 5a. avenida y 7 en la sexta. Sin embargo, la antigüedad de los puestos en los subsectores no es equivalente al inicio de la actividad de venta callejera por parte de sus tenedores, puesto que siete de cada diez declararon que poseían otro puesto de venta con anterioridad, que en el 63% de los casos se ubicaba en la zona 1. Sólo el 16% de los actuales tenedores de puesto declararon que antes de obtener éste fueron vendedores ambulantes.

## 4.2 La integración de migrantes

Como ya se mencionó, en los núcleos originales integrados fundamentalmente por capitalinos se encontraban también comerciantes originarios del interior del país, especialmente momostecos. Sin embargo, todos los informantes coinciden en señalar que la afluencia de migrantes se disparó a raíz del terremoto de 1976, y desde entonces se ha mantenido de forma sostenida. Aquí lo que interesa es tratar el tema de cómo los que arriban pueden sumarse a los contingentes de vendedores ya establecidos, habida cuenta de que -al menos desde que se formaron directivas-, el acceso al sector es celosamente cuidado por éstas. Incluso, una de las primeras tareas de las directivas en su relación con la Municipalidad fue elaborar listas de vendedores, lo que tenía y tiene una doble connotación: por una parte, asegurar el derecho de unos a ser reconocidos y "formalizados" y, junto con ello, tratar de "congelar" el asentamiento de vendedores en el sector y reclamar la limpieza de las calles "no autorizadas", evitando la proliferación de puestos que implican competencia. Más adelante se volverá sobre este aspecto que ilustra una de las contradicciones más importantes de las directivas y de las autoridades municipales, que de hecho -aunque por razones diferentes- comparten los mismos objetivos.

El tema de cómo crece el sector motiva respuestas evasivas o poco claras de los informantes, salvo excepciones. Los directivos de la sexta avenida informan que hasta 1988 la directiva anterior sólo "reconoció" a 100 vendedores, mientras ellos presentaron una lista de 335 vendedores ante la administración Berger, misma que rige hasta la actualidad. La razón de que la anterior directiva redujera el número de vendedores radicó en que ésta era corrupta, asociada con policías, "y no luchó por aumentar el número de vendedores sino se dedicó a lucrar con los 100 que había y lo mismo hicieron los inspectores municipales". En cambio, según esta versión, la actual directiva reconoció el asentamiento de hecho de todos los vendedores.

Sergio Leal, director de Servicios Públicos entre 1987 y 1993 declara que "al principio las directivas eran delincuentes coludidos con policías, agentes del DIT, los cuales vendían los puestos. La gente reaccionó y los derrocó (1987) y ahora los vendedores organizados controlan el acceso a la calle mediante un código implícito". Con respecto a la venta de puestos los directivos de la sexta avenida sostienen que en su sector no existe y se declaran opuestos "al proyecto neoliberal" que plantea

convertir el puesto en propiedad; “si hay propiedad el grande se come al chico, si se vendieran los puestos, los árabes, chinos y coreanos se apoderarían de todo”.

Sin embargo, como lo muestra la encuesta efectuada, los propietarios de puestos en la sexta avenida y en los otros subsectores han accedido a ellos en momentos distintos, incluso algunos muy recientemente. En conjunto, el 22% de los propietarios encuestados (154), tiene más de 14 años de poseer el puesto (antes del terremoto de 1976), y el 12% entre 9 y 14 años; éstos podrían ser considerados los núcleos originales. Sin embargo, el 38% es de arribo reciente, puesto que sólo tienen entre 1 y 3 años de posesión y el 26% entre 4 y 8 años. Por consiguiente, se podría afirmar que el 64% de los tenedores actuales de puestos son vendedores que se fueron sumando a los núcleos originales, provenientes de otras ubicaciones en la ciudad capital o en el interior del país. De los tenedores de puesto, el 66% se autoidentificaron como indígenas, lo cual es prácticamente equivalente a población migrante.

El departamento de ventas callejeras de la Municipalidad capitalina atiende constantes solicitudes de traspaso en la tenencia del puesto, y otras operaciones de esa naturaleza se producen sin más formalización que el convenio verbal entre los interesados. Es evidente pues que, si bien los puestos se mantienen relativamente estables (en número y ubicación), cambian sus tenedores: ¿cómo ocurre ello? Los procedimientos detectados son la compraventa y los vínculos familiares y/o personales. Los vendedores, y especialmente las directivas, son muy celosos con respecto a la información sobre compraventas. Algunos, como los de la sexta avenida o los de El Portal, niegan que éstas ocurran, o en todo caso señalan que son excepcionales. Los datos de la encuesta apoyarían que esto es así, al menos en lo que al Portal se refiere. En el Mercado Peatonal, en cambio, se habla más abiertamente del asunto y por diferentes medios se hace evidente que el traspaso en la tenencia de puestos es frecuente. Por su parte, la Municipalidad sabe que ello ocurre y, al menos la administración actual, no tiene objeción al respecto; lo que exige es que se notifique el cambio en la tenencia para expedir la credencial respectiva. En el mercado Peatonal es notorio que, mientras en un principio preveían los puestos de 1 y 2 metros, ahora la mayoría son de tres metros, lo que implica negociaciones de los tenedores entre sí.

La información recabada, tanto de funcionarios municipales como de vendedores, coincide en señalar que el precio de un puesto de un metro, por ejemplo en el

Mercado Peatonal, está alrededor de Q. 3,000; por dos metros oscila entre 5 y 6 mil y se dice que, recientemente, alguien pagó Q. 17,000 por un puesto de tres metros ubicado en la periferia del mercado, en el mejor punto de venta. Estas cifras -salvo la última- fueron aceptadas como realistas por vendedores de los cuatro subsectores estudiados.

En cuanto a los vínculos familiares y/o personales, el 18% de los tenedores señala haber accedido al puesto por medio de ellos, el 43% declara haber recibido apoyo de las directivas y el 34% dice que no dispuso de ningún apoyo. Analizando estos datos por subsector resulta que los vínculos familiares prevalecen en la 5a. avenida (41%) y son importantes en la 6a. avenida (20%), mientras son insignificantes en el Portal y el Peatonal. En cambio, el papel de las directivas en la obtención del puesto prevalece en el Portal (85%), el Peatonal (57%), y su importancia desciende en la 6a. avenida (33%) y en la 5a. (21%). El porcentaje de los que declaran no haber recibido ningún apoyo es similar en la 5a. y 6a. avenidas y en el Mercado Peatonal (alrededor del 35%), mientras sólo alcanza el 8% en el Portal. No obstante, en la medida que las directivas centralizan las gestiones con la Municipalidad, sostienen que es a través de ellas que se han obtenido todos los puestos, dado que esto se logra cuando los mismos son reconocidos por las autoridades edilicias y éstas documentan a los tenedores.

Al margen de la incidencia concreta de los vínculos familiares en la obtención del puesto destaca que más de la mitad de los vendedores encuestados tiene familiares vendiendo en la zona 1, lo que sin duda ilustra la importancia de este tipo de vínculos en el acceso a la venta callejera, y habla del grado de cohesión existente en el sector.

En base al supuesto de que las redes familiares o de paisanaje podrían ser más incidentes entre la población indígena se hizo el cruce respectivo, sin que se registrara ninguna variación significativa con respecto a los no indígenas. Santos Sija señala que los vínculos entre familiares y paisanos se producen por la lógica del negocio y no porque existan tradiciones al respecto entre los indígenas o por mero altruismo. "Si uno necesita contratar un empleado, que por las características del negocio debe ser de total confianza, es lógico que piense en personas conocidas, familiares o paisanos. El dueño del puesto generalmente busca delegar en alguien el manejo del mismo para dedicarse él a atender otro o a montar un pequeño taller, por ejemplo. Los que llegan

como asalariados van actuando de manera de poner su propio puesto. Asimismo, entre familiares y paisanos se intercambia información sobre las oportunidades, se comparte vivienda y otros”.

Efraín, oriundo de Santa Lucía Utatlán, con puesto en la periferia sur del Peatonal y diez años de vender en la 18 calle, indica que “la mayoría de vendedores siempre había estado en la 18 calle, aunque alternando la ubicación, como hago yo, que por las mañanas asisto a un mercado (informal) de la zona 7 y por las tardes a la 18, que en las mañanas es muerta. Los que se han ido agregando lo hacen por el procedimiento normal: el puesto se va haciendo a la aventura, buscando el lugar, luego hay relaciones familiares y de amistad y eso tiende puentes para el acceso al Mercado; otros compran los puestos para tener uno o para hacer más grande el que ya tienen”.

### **4.3 La organización de los vendedores**

Como ya se hizo evidente a lo largo de la exposición, cada uno de los subsectores investigados cuenta con su directiva, y en esta materia de nuevo aparecen rasgos comunes y particularidades. En todos los casos el motivo para organizarse es uno solo, la defensa del puesto, y por ello también la contraparte es muy precisa: las autoridades, y muy especialmente las municipales. La organización de los vendedores -su capacidad de actuar en conjunto-, está en función exclusiva de ese único interés que se sobrepone a cualquier diferencia y que los moviliza sin que sea necesaria la agitación o estructuración previa. Por eso la tendencia a la organización, bajo esa modalidad también informal, es una tendencia espontánea. Ahora bien, como ya quedó dicho, el surgimiento de directivas y la creciente formalización de las mismas es un rasgo inducido por la relación con la Municipalidad, desde que ésta optó por concertar con los vendedores callejeros autorizados y requerir su colaboración.

Entre las directivas existentes en el sector la única que se ha formalizado plenamente es la de la sexta avenida, que recién obtuvo su personería jurídica y que forma parte de la Central General de Trabajadores de Guatemala (CGTG). Las otras directivas no están formalizadas, sin embargo fungen como tales frente a los vendedores y la Municipalidad. Todas las directivas declaran que han sido electas en asambleas de vendedores efectuadas in situ y, al margen de los procedimientos

concretos, se puede afirmar que cuentan con la aceptación de la mayoría de vendedores; además, es evidente que ellas están integradas por líderes naturales del sector. Este liderazgo natural incluye la experiencia, la combatividad y también el peso económico, aunque en algunos casos no excluye manejos que son cuestionados por los vendedores.

Los datos de la encuesta muestran que 8 de cada 10 tenedores de puestos se asumen como miembros de las asociaciones. Por subsectores los datos son: 100% en el Portal, 90% en la sexta avenida, 81% en el Peatonal y 64% en la quinta avenida. En conjunto, el 59% de quienes respondieron a la pregunta respectiva (que fueron un poco más de la mitad, mientras el resto "no sabe"), considera que el principal beneficio de las asociaciones es la defensa del puesto, en tanto el 41% restante declara que no producen ningún beneficio.

El papel de las directivas se ha consolidado a lo largo de las tres últimas administraciones municipales (Lee, Arzú, Berger), que las han asumido como interlocutores válidos y a través de ellas han negociado e implementado su política hacia el sector, consistente básicamente en normar la tenencia de los puestos y en delegar ciertas tareas como la limpieza de las calles y sitios. Es precisamente en materia de adjudicación de puestos donde más se registran objeciones, las cuales consisten fundamentalmente en señalar que ha habido favoritismo en las mismas y concentración de puestos a través de "prestanombres", aunque este reclamo no es generalizado en el sector.

Los vendedores callejeros de la zona central, al margen de su grado de organización explícito o formal, han actuado al unísono frente a los intentos de desalojarlos y han percibido, al igual que todos sus colegas -al menos en Latinoamérica-, que un objetivo fundamental de su esfuerzo debe ser el de obtener algún reconocimiento formal por parte de las autoridades, lo que generalmente se produce cuando la Municipalidad cobra tasas y expide licencias. Entre los encuestados, 8 de cada diez consideraron "justo" el pago a la Municipalidad, a pesar de que el 40% declararon que no recibían ningún servicio por parte de ésta, pero en cambio el 88% consideró que dicho pago aseguraba la tenencia del puesto.

Junto con esta estrategia claramente definida se va desarrollando la táctica correspondiente, la cual combina la capacidad de movilización y de presión del sector

con una certera percepción de las contradicciones y las coyunturas políticas, como ha quedado patente a lo largo de la exposición. La movilización y la presión siempre tienen por objetivo negociar -comerciantes al fin-, y el realismo parece presidir todas sus iniciativas; aunque saben que su ocupación de la calle es un hecho consumado no se duermen en sus laureles.

Frente a las objeciones por su presencia procuran salirle al paso a las mismas: por eso asumen sin reparos tareas de limpieza e incluso muestran disposición frente a iniciativas de ordenamiento en materias que les son muy sensibles, como la delimitación de los espacios que pueden ocupar; directivas como la de la sexta avenida, han presentado incluso planes globales a la Municipalidad para el ordenamiento del sector.

“Con la Municipalidad la relación es como ha quedado dicho; se producen conflictos pero se encuentran soluciones. Arzú y Berger han presionado pero han aportado soluciones. Por ejemplo, había problemas en los decomisos porque los inspectores levantaban la mercadería sin que se anotara qué se llevaban y luego faltaban los artículos de más valor. Se acordó con la Municipalidad que se levante un acta que debe ser firmada por un personero de la directiva. Ahora estamos ensayando la medida de uniformar los puestos de venta haciéndolos de 2 metros de longitud y unos de 90 cms. de ancho y otros de 70 cms. según el lado de la sexta avenida donde se van a colocar. Asimismo presentamos un plan de semipeatonalización de la sexta. Colaboramos con la Municipalidad siempre y cuando esto no conlleve ningún traslado”.

Al conquistar la calle, el movimiento de los vendedores pasa de la ofensiva a la defensiva, procurando hacer de la ocupación de los espacios públicos un monopolio de los “formalizados”, de los “reconocidos”, frente a los paracaidistas, los ambulantes y los gritones. Las lideresas que hasta hace poco se oponían a los desalojos invocando el respeto a los derechos humanos -en concreto el derecho al trabajo-, ahora consideran que la Municipalidad es “mano aguada” frente a los nuevos invasores de la calle. La demanda de que la Municipalidad “limpie las calles” es particularmente sentida en el Mercado Peatonal, pues sus ocupantes alegan que esa fue la condición básica que se acordó para aceptar la ubicación en las instalaciones del mercado.

El interés los empuja a estos reclamos, pero su experiencia les dice que no obtendrán mayores resultados y que los recién llegados que ya han logrado asentarse,

allí permanecerán o retornarán, repitiendo los mismos procesos seguidos por sus antecesores. Sin embargo, esto no anula el hecho de que las directivas han sido un medio eficaz para el objetivo de congelar la venta callejera; aunque en los últimos meses se ha incrementado a ojos vista la ocupación de calles en el área (y no de avenidas), a lo largo de varios años no ha aumentado significativamente el número de vendedores fijos. “La directiva es la única que puede gestionar puestos, pero la Municipalidad ya no los autoriza y nosotros tampoco los pedimos”, dicen los de la sexta. Así, los directivos y vendedores que resumen sus demandas al decir una y otra vez “déjennos trabajar”, abogan al mismo tiempo porque no se extienda ese derecho, al menos en su zona de influencia.

## 5 EL NEGOCIO

El área investigada tiene características comunes, y sobre esa base se producen las especificidades de cada uno de los subsectores considerados. En primer lugar hay que tener presentes las consideraciones generales acerca de la zona central, que siempre ha tenido función comercial: lo que ha variado es el tipo de comercio imperante, sobre todo por el desplazamiento de los comercios elitarios y la intensificación de los comercios orientados al consumo popular y medio.

En el área pueden identificarse claramente dos polos de comercio multitudinario situados en sus extremos norte y sur (Mercado Central y Mercado Sur 2 con su desbordamiento).

Además, en la zona 1 se encuentran otros dos mercados de nivel metropolitano, el Colón y La Presidenta; mercado metropolitano es el que recibe compradores de todos los puntos de la ciudad y éstos, en un 98 por ciento, son de ingresos bajos y medios (por debajo de Q. 800 mensuales en 1986 según el Plan Maestro). Como ya se indicó, por la zona central transitan el mayor número de rutas del transporte urbano.

El sector investigado se redujo a los vendedores callejeros de artículos no comestibles que ocupan puestos fijos y que pagan una tasa a la Municipalidad capitalina. Sin embargo el número de vendedores callejeros en el área es sensiblemente mayor, tanto por la presencia de otros vendedores (chicleros, casetas y comedores), como por el creciente asentamiento de "paracaidistas" que han ocupado las banquetas de las calles o deambulan por el sector ofreciendo sus mercancías ("gritones"). Se puede afirmar que la zona se está convirtiendo en un virtual mercado al aire libre.

Dentro de este marco general existen las particularidades de cada subsector. Quizá los ejemplos de la 5a. y 6a. avenidas sean los más ilustrativos. En la quinta los puestos tienen una antigüedad promedio de catorce años mientras en la sexta es de

seis. La quinta se ha consolidado como un lugar tradicional de comercio en donde predomina la oferta de productos nacionales (esencialmente prendas de vestir), los cuales son de uso corriente (uniformes escolares, ropa de trabajo y del diario, mochilas, bolsos, cinturones, etc.); la clientela busca el punto, quienes acuden allí generalmente lo hacen para comprar.

En la sexta, en cambio, la oferta es fundamentalmente importada, y en lo que se refiere a prendas de vestir está constituida por mercancías de moda a bajo precio (los jeans y los zapatos tennis predominan); aunque la encuesta no permitió precisar los proveedores, en las entrevistas aparece que tienen fuerte presencia en el subsector los comerciantes coreanos, chinos y árabes, y en especial quienes están aglutinados en “El Pueblito”, ese pequeño Hong Kong emergido sobre la tercera avenida, entre 19 y 20 calles de la zona 1. La clientela de la sexta parece ser la típica de la venta callejera, es decir, las personas que en el curso de sus desplazamientos diarios o durante paseos dominicales aprovechan para adquirir algo aunque no hayan salido con ese fin específico.

La diferencia en el tipo de clientela tiene incidencia en un aspecto muy sensible: mientras en la quinta existe cierta apertura frente a la eventualidad de un traslado hacia centros comerciales, los de la sexta no quieren ni oír hablar del asunto. Quienes en la quinta consideran atendible un proyecto de reubicación asumen que sus clientes los irían a buscar, siempre y cuando la reubicación fuera en la misma zona (mercado sur 2, plaza Bolívar) y a condición de que se limpiaran las calles de vendedores, pues de lo contrario no podrían competir y de nuevo saldrían a la vía pública. Los directivos de la sexta, en cambio, piensan que el *quid* de su venta está indisolublemente asociado a su ubicación en la calle. No obstante, al margen de las apreciaciones que puedan tener los directivos, el 90 por ciento de los encuestados declara no estar dispuesto a cambiar de lugar y un porcentaje similar considera que el pago a la Municipalidad asegura la tenencia del puesto.

Para el conjunto del sector la encuesta refleja que los proveedores son diversificados. El 66% de los propietarios de puesto declara tener más de tres proveedores cada uno; el 43% les paga sólo al contado, el 29% recibe crédito y el 21% emplea ambas formas. Estos datos refuerzan el carácter de “trabajadores por cuenta propia” que prevalece en el sector: propietarios de sus puestos e independientes de

sus proveedores, que practican una economía de mercado en sentido estricto, sin acuerdos entre los vendedores y sin monopolios ni oligopolios. El 61% se surte con comerciantes mayoristas, el 17% en talleres medianos y pequeños y sólo un 8% vende su propia producción. En cuanto al empleo, el 63% de los encuestados trabaja solo, el 30% contrata a un empleado y el 7% restante a dos o más.

Aunque no fue posible cuantificar, en las entrevistas aparece que los proveedores de productos importados son básicamente ciudadanos coreanos, chinos y árabes, mientras en el caso de los productos nacionales los proveedores son muy diversos: mayoristas ubicados sobre la avenida Bolívar y en La Terminal, microempresas y maquiladoras asentadas en el interior del país y principalmente en las áreas de mayoría indígena. "Los proveedores extranjeros son decididos y ágiles para el negocio, conceden crédito sin mayores requisitos, confían en la gente, saben que es buena paga".

Para el conjunto del sector, con la única excepción de El Portal, la oferta que prevalece es la de artículos de vestir (ropa, calzado, mochilas, cinturones y otros), a lo que están dedicados el 57% de los puestos encuestados. Asimismo se refleja un alto grado de especialización, puesto que son excepcionales los casos en los cuales el vendedor ha cambiado de rubro; el tiempo que tiene el puesto casi coincide con el tiempo de venta del producto principal y el 65% de los encuestados considera que la mayor ventaja de su oferta la constituye su demanda, la cual deriva fundamentalmente de su precio accesible. Sólo un 5% señaló como ventaja principal la poca inversión requerida.

En cuanto a la caracterización de la clientela, 9 de cada 10 vendedores la identificó como de ingresos medio-bajo y medio, mientras los extremos bajo y alto fueron irrelevantes. Los vendedores entrevistados han percibido el fenómeno de que cada vez es mayor la clientela de clase media. Saben que si bien se pierde clientela por los procesos de empobrecimiento, esos mismos procesos producen otra que la sustituye: "la gente más fregada va cayendo a la paca, pero cada vez más los chancles se surten con nosotros".

En cuanto a los ingresos, los datos de la encuesta son poco confiables. No obstante, aún esos datos muestran que los ingresos son netamente superiores al

salario mínimo en el caso de los propietarios de puesto y al menos equivalentes en el caso de los empleados. Este elemento, combinado con jornadas de trabajo superiores a las cuarenta y cinco horas semanales (las dos terceras partes superiores a las sesenta horas semanales), permite afirmar que en el sector no existe el subempleo.

Aparte del hábito generalizado de minimizar los ingresos y desconfiar de cualquier pregunta al respecto, existen motivos propios vinculados con la situación de relativa precariedad que prevalece en el sector en cuanto a sus "derechos" sobre la vía pública: "si declaramos nuestras ganancias reales damos argumentos para que se diga que deberíamos alquilar un local y la base de nuestro negocio es estar en la calle combinando precios bajos, facilidad de acceso y también la posibilidad de regatear, que es algo que nos gusta a los guatemaltecos".

Asumiendo que la pregunta sobre ganancias o remuneraciones sería la de más difícil respuesta, en la encuesta y en las entrevistas se buscaron indicadores que permitieran evaluar el impacto de la actividad en la economía familiar y en el progreso de las personas. El 51% de los encuestados declaró que sus ingresos por la venta significaban la totalidad del ingreso familiar y el 34% indicó que la mitad o más de la mitad. Al igual que en otros grupos socioeconómicos existen los muy exitosos y los que sólo la van pasando, pero se puede afirmar que la venta callejera en el sector representa, al menos para los propietarios de puesto, una opción favorable: ni pensar en cambiarla por un empleo formal, que además significaría perder otro elemento apreciado por todos, su independencia (la tercera parte de los encuestados la consideró como la ventaja principal de su actividad, por encima de la rentabilidad y de cualquier otro aspecto).

Sin embargo, a la pregunta explícita de cómo se percibían los ingresos del hogar, el 17% respondió que muy bajos, el 40% los consideró bajos, el 39% de rango medio y una exigua minoría declaró que eran altos. La situación familiar se considera que "ha mejorado" en el 38% de los casos y que "sigue igual" en el 44%; el 18% estima que ha empeorado.

Rafael González, presidente de la directiva de la sexta avenida, señala que la falta de capacidad administrativa constituye el principal cuello de botella para la mayoría de vendedores. "La venta se logra y aunque sea poca la ganancia es superior

a lo que se obtiene en el campo; el progreso depende de saber administrarse con el pisto". Un directivo de la quinta avenida indica que "quien está en el sector es porque le va bien, si no se regresa a su tierra".

En este tipo de apreciaciones coinciden todos los vendedores entrevistados, quienes relacionan la capacidad administrativa (que básicamente significa ahorro e inversión), con los hábitos personales y la conducta familiar, sin hacer mención de conocimientos técnicos específicos. Como ya quedó anotado, el índice de escolaridad en el sector es inferior al del sector informal urbano en su conjunto, pero esto no es equivalente a la falta de capacitación para el oficio concreto. En este sentido se puede afirmar que los vendedores callejeros estudiados son comerciantes en toda la línea, atentos a la evolución de los precios, a las modas y gustos de la clientela y a las variaciones estacionales de la demanda.

En cuanto al principal problema del negocio, el 55% de los propietarios encuestados declara que es el descenso de las ventas por razones de competencia y de incidencia del contexto nacional; el 41% declara no tener ningún problema. Con respecto a la competencia el 85% afirma que se establece con los propios vendedores del sector, un 12% señala como principal competidor a los vendedores ambulantes y sólo un uno por ciento menciona a los comerciantes formales. Aunque los comerciantes formales no fueron comprendidos dentro de la investigación, hay muchos elementos que indican que, si bien existe cierta competencia e inconvenientes de diverso tipo (como el bloqueo del acceso a los almacenes), parecen prevalecer los intereses compartidos.

Expresiones de este fenómeno son las actitudes de colaboración ya mencionadas entre formales y callejeros, y sobre todo el hecho de que la Municipalidad no haya recibido presiones de los comerciantes formales para desalojar a los callejeros. Sergio Leal indica que en 1988 "se hizo una encuesta entre los comerciantes formales de la zona para ver si resultaban afectados por el fenómeno y si estaban dispuestos a colaborar con la Municipalidad para su erradicación. Los chinos y libaneses de la 5a. avenida, recién llegados, se declararon afectados, pero se negaron a colaborar abiertamente con la Municipalidad, aunque sí estaban dispuestos a hacerlo bajo la mesa". Esta situación no pasó desapercibida para los directivos de la 5a. avenida. Doña María Vega recuerda que "hablamos con esos comerciantes recién llegados y les argumen-

tamos que, además de los muchos años de permanencia en el lugar que nos daban nuestro derecho, nosotros éramos guatemaltecos: santo remedio, de allí en adelante nunca hemos tenido problemas”.

La observación de la zona indica que la oferta de los almacenes difiere a la de la venta callejera en materia de calidad (mercancías de marca), y precios. Para los comercios formales la presencia de vendedores callejeros significa que éstos atraen clientela al centro. Doña María Vega expresa este fenómeno diciendo: “si se fija en la quinta, donde hay vendedores callejeros la calle está alegre, de la 14 en adelante se mantiene triste”. Esta coexistencia del comercio formal e informal -en cuyo conocimiento deberá profundizarse-, es un elemento de primera importancia en el análisis de las opciones municipales frente a la venta callejera en la zona 1.

## 6 LA MUNICIPALIDAD

### 6.1 Base normativa

En el archivo del Concejo capitalino, la primer normación sobre el comercio ambulante que se conserva es el "Reglamento de comerciantes ambulantes o buhoneros y su respectivo impuesto", que data de 1950 y está firmado por el presidente Juan José Arévalo y por su ministro de economía y trabajo Alfonso Bauer Paiz. En los considerandos de ese acuerdo gubernativo se anota que el mismo se emite "a fin de restringir a los límites normales esta actividad y garantizar al comercio establecido y público en general, de competencia ilícitas y especulaciones indebidas". Se agrega que "se hace necesario reglamentar en forma práctica dicha actividad, en defensa de la producción agrícola e industrial del país".

El reglamento clasifica a los comerciantes ambulantes y bajo el concepto de buhoneros entiende "las personas que venden en forma ambulante y sin establecimiento fijo, mercaderías fabricadas o manufacturadas en el país o en Centro América y México". Entre los requisitos que establece para obtener la licencia de buhonero, llama la atención el inciso d) del artículo 3o., que asienta: "si es propietario de tierras tenerlas cultivadas en su totalidad". Luego agrega que "La Dirección General de Comercio, Industria y Controles obtendrá previamente los informes de las gobernaciones sobre los extremos a lo que se refiere el inciso d).

Más adelante contiene las prohibiciones para ejercer el comercio ambulante en la categoría específica de buhonero, lo que queda vedado a:

- a los campesinos que tengan pendiente contrato de trabajo;
- b los que hayan sido procesados por hurto, robo, contrabando o defraudación al fisco; y
- c los extranjeros.

La preocupación con respecto al contrabando se hace patente de nuevo en el artículo 21 que prohíbe “a los comerciantes ambulantes que hacen el tráfico internacional con las otras repúblicas de Centro América y México importar mercancías cuyo peso total, en cada viaje, exceda de cincuenta kilos”. Es obvio que lo que le preocupa a la ley es el contrabando hormiga, y por eso no habla de mercancías provenientes del extranjero en general sino de los países limítrofes.

Las prevenciones contra los buhoneros resaltan aún más al comprobar que el reglamento establece que “La venta ambulante de productos alimenticios, de primera necesidad o aquellos que por su uso deban considerarse esenciales, puede ser libremente ejercida por cualquiera persona guatemalteca sin restricción alguna”. Aquí desaparece la prevención frente al fenómeno migratorio y se fomenta el comercio ambulante de alimentos, que luego habrá de ser analizado como el más conflictivo para el ornato, la salud pública, la eficiencia de los mercados y el desarrollo de la producción agrícola nacional para el consumo interno (conceptos contenidos en el Plan Maestro de Mercados Minoristas de 1986).

El reglamento en mención es indicativo de varios aspectos. Asocia el comercio ambulante, y en especial el oficio de buhonero, a la migración campo-ciudad, y por ello establece el requisito mencionado en el inciso d) citado y a ello suma la prohibición a los campesinos (y no a los trabajadores en general), que tengan pendiente contrato de trabajo. Vincula asimismo la actividad de buhonero con prácticas delictivas (el contrabando), y prevé la presencia de delincuentes o ex-convictos. Incluye el criterio de que el comercio ambulante de mercaderías fabricadas o manufacturadas es una “competencia ilícita”. Establece un conjunto de requisitos burocráticos previstos para disuadir y no para alentar. En síntesis, este reglamento es un producto de su época, del momento político, y en particular de la concepción del Estado como rector del desarrollo nacional.

Refleja asimismo la conciencia y la preocupación por las migraciones hacia la ciudad que el período revolucionario estimuló. En el artículo 66 de la Constitución de 1945 se establece que el Estado “se esforzará... por conservar a los trabajadores en los campos”.

En julio de 1957, el Concejo Municipal de la ciudad de Guatemala, presidido por el alcalde Julio Obiols, emitió un acuerdo por medio del cual “Queda terminantemen-

te prohibido la instalación de toda clase de ventas, expendios, máquinas, artefactos de cualquier naturaleza que sean, en las aceras, banquetas, vías públicas, pasillos, entradas, salidas o vestíbulos de los cines, teatros, hoteles y demás edificios en los que por sus propios fines haya constante afluencia de personas, siempre y cuando tales instalaciones u objetos, a juicio de las autoridades municipales, obstaculicen la libre y fácil circulación de los transeúntes". En esta normativa escueta aparece como preocupación dominante algo que ni se mencionaba en el reglamento de 1950: la ocupación de las calles y los espacios públicos.

En noviembre de 1985, el alcalde interino Jorge Arturo Saravia Domínguez, nombrado por el jefe de Estado, emitió un acuerdo sobre ventas callejeras que tuvo como objetivo único cobrar por el uso de la calle, y en consecuencia no estableció más requisito para establecerse en ella que el pago de las tasas respectivas, junto con algunas restricciones puntuales (no bloquear el "acceso inmediato" a viviendas, negocios, oficinas o edificios públicos, no ubicarse sobre banquetas o calles donde esté prohibido el estacionamiento de vehículos, dejar un paso libre de un metro de ancho para circulación peatonal, no bloquear las esquinas). Por lo demás, calles, avenidas y parques se clasificaron en función de la tasa que habría que pagar, y para los sectores no contemplados expresamente se fijó la suma de Q. 3.00 mensuales por metro cuadrado ocupado.

Sin embargo, este acuerdo fue prolijo en sus considerandos, remitiendo el fenómeno de la venta callejera a causas sociodemográficas y socioeconómicas, y en particular a la saturación y desbordamiento de los mercados. Consideró asimismo que la proliferación de ventas "en banquetas, calles y plazas de la ciudad... ha ocasionado problemas tales como el deterioro del medio ambiente urbano, desorden y obstaculización vehicular y/o peatonal y evasión del pago de tasas municipales". Argumentó asimismo "que es indispensable crear las normas legales que regulen las relaciones entre la Municipalidad de Guatemala y los vendedores callejeros, con el objeto de ejercer control sobre los mismos, establecer el cobro respectivo por el uso que hacen de la vía pública, a efecto de contar con recursos que permitan contrarrestar en parte, el deterioro que hacen a la ciudad y que a la vez tiendan a evitar la proliferación desmedida de tales actividades".

En 1988, bajo la alcaldía de Alvaro Arzú, el Concejo metropolitano preparó un proyecto de "ordenanza para el control de las ventas callejeras". Aunque el mismo

nunca fue aprobado, sus contenidos son ilustrativos acerca de las concepciones y del estado de la cuestión por esas fechas. En sus considerandos evoca la libertad de industria, de comercio y de trabajo que proclama la Constitución de la República, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes; por consiguiente, lo que el proyecto se proponía era dictar las medidas de "regulación y control necesarias para evitar la proliferación de ventas callejeras, especialmente las de alimentos...". Asimismo consideraba que "por falta de fuentes de trabajo u otras circunstancias, no siempre razonables, se ha generado el denominado sector informal del comercio, que consiste en actividades desarrolladas en las vías públicas, tales como la venta de alimentos y ropa..."

La ordenanza como tal prescribía que debía levantarse un registro de las ventas callejeras en siete zonas de la capital (1, 4, 9, 10, 13, 14 y 15), y que a partir de allí quedaba prohibida la autorización de nuevas ventas callejeras en esas zonas: por primera vez aparece el objetivo de "congelar" el fenómeno. Asimismo, el proyecto buscaba asegurar la tenencia individual de los puestos, exigiendo que fueran atendidos directamente por su tenedor y declarando que "por ningún motivo se autorizarán los traspasos, sub-arrendamientos o cualquier negociación de los puntos o puestos de ventas callejeras, en vista que las personas que utilizan la vía pública para tales actividades no tienen la calidad de arrendatarios". Declaraba a los tenedores afectos al pago de una tasa que "constituye una compensación a la Municipalidad para sufragar los gastos de limpieza de las vías públicas y de los tragantes y no el equivalente de pago por arrendamiento del área en que se instale la venta".

## **6.2 Política municipal**

Aunque la base normativa es escasa, ilustra las concepciones y objetivos con los cuales la Municipalidad de Guatemala (y en el primer caso, el gobierno de la república), han pretendido abordar el fenómeno de las ventas callejeras, y puede establecerse la relación entre esas concepciones y objetivos y el nivel de desarrollo de la venta callejera en los distintos momentos.

En el acuerdo de 1950 la ocupación de calles y espacios públicos no aparece como preocupación, hasta el punto que se autoriza sin restricciones el comercio callejero de alimentos. En 1957, en cambio, el objetivo único es la limpieza de calles, avenidas y

parques, lo que sin duda en ese momento parecía realista. En 1985 se le da luz verde a la venta callejera media vez se paguen las tasas respectivas y se cumpla con requisitos mínimos. En 1988 el proyecto preparado por el Concejo procura congelar, regular y ordenar. Al igual que en muchas otras experiencias latinoamericanas, las autoridades edilicias pasan de la persecución a la coexistencia, basicamente como reflejo de su impotencia frente a un fenómeno expansivo, un sector aglutinado y beligerante y una situación socioeconómica que constituye la causa última y la fuerza motriz.

En los cuerpos normativos analizados se identifican una serie de problemas que se asocian a la venta callejera:

- competencia ilícita
- contrabando
- migración rural-urbana
- salubridad
- obstrucción de la vialidad
- evitar "derechos de posesión" sobre la calle

En cuanto a la aplicación práctica de estos conceptos y normas lo ocurrido está basicamente reflejado en el capítulo relativo a "La conquista de la calle". A pesar de autorizaciones y licencias anteriores, se puede afirmar que el sector toma su perfil actual durante la administración de José Angel Lee, porque es a partir de ella que se estabilizan, hasta la fecha, las relaciones con la Municipalidad. Antes de Lee fungió el último Alcalde que procuró limpiar la calle: Abundio Maldonado Gularte (1978-1982).

Durante su campaña, Abundio Maldonado prometió que convertiría de nuevo a la capital en una "tacita de plata". Este término surgió durante el gobierno del dictador Jorge Ubico, cuya obra urbana se caracterizó por la construcción de edificios monumentales para la administración pública (entre ellos los palacios Nacional y de la Policía), y también para el esparcimiento de los sectores elitarios (como los edificios de la Feria de Noviembre en el Hipódromo del Sur). La imagen de la "tacita de plata", tan a tono con el ego del dictador y los hábitos adulatorios de sus cortesanos, reflejaba la concepción que la élite tenía de lo que era "su ciudad", restringida a los espacios que ocupaban en el corazón del centro, en los barrios residenciales del Hipódromo del Norte y en los nuevos asentamientos junto a la Avenida de la Reforma y el área de

Tívoli. Sin embargo, desde hacía mucho tiempo, la ciudad de Guatemala albergaba “barrios marginales” y asentamientos precarios en estado ruinoso.

Abundio Maldonado no pudo concretar sus empeños; al margen de la irrealidad de sus objetivos y de su sesgo elitista enfrentó un cerrado boicot del gobierno central, que entre otras cosas demostró la precariedad material e institucional de la autonomía municipal. “Sustituí a un régimen populista (las dos alcaldías del Frente Unido de la Revolución -FUR), y fui presentado como el alcalde de los ricos, lo que me hizo asumir con mucha oposición interna en una Municipalidad politizada. El gobierno central me hizo la vida imposible, al extremo de auspiciarme dos huelgas en el primer semestre de mi gestión: una al interior de la propia Municipalidad y otra la del transporte. La razón de esta hostilidad derivaba de los celos políticos del general Romeo Lucas García, quien había perdido las elecciones, aunque fraudulentamente resultó ‘electo’, mientras yo las gané limpiamente. Los consejeros de Lucas le señalaron que ‘si Abundio logra hacer obra no hay quien lo pare para la presidencia’”.

Cuando asumió la alcaldía las calles del centro estaban llenas de vendedores, con epicentro en el parque Gómez Carrillo, el cual desalojó y metió tractores para reacondicionarlo “y que volviera a ser el Parque de la Concordia”. Limpió la 5a. y la 6a. avenidas y también la 18 calle. Les planteó a los vendedores que se dedicaran a otros oficios o que buscaran las áreas periféricas para instalarse, puesto que su oferta era de tipo popular. “En las acciones de desalojo la prensa y el gobierno me atacaron y los vendedores me asediaron, pero con una Policía Municipal bien organizada logré poner orden”. Un año antes de que Abundio Maldonado tomara posesión como alcalde, un Seminario de Saneamiento Ambiental celebrado en la Municipalidad sobre el tema Ventas Callejeras concluyó que a pesar del acuerdo ya citado de julio de 1957, proscribiendo las ventas callejeras, éstas “no presentan la tendencia a disminuir, sino por el contrario aumentan en el área central y en las otras zonas”.

Su percepción de los vendedores callejeros es que éstos estaban integrados por ex-inquilinos de los mercados, migrantes y dependientes de los comercios formales. En cuanto a esto último sostiene que los comerciantes formales salen de sus saldos a través de los vendedores callejeros.

Su política de desalojo la hizo en función del ornato y la vialidad; no recibió

peticiones ni presiones para proceder de esa manera, nunca recibió demanda alguna por parte de los comerciantes formales del sector, lo que lo confirmó en su idea de que éstos estaban vinculados con los callejeros. Sin embargo, "a pesar de que fui duro en mi proceder tuve conciencia de la problemática socioeconómica y valoré al sector como gente honesta en un alto porcentaje. Por eso mi meta era la de meter a los callejeros en mercados cantonales. Le propuse la idea a los callejeros y su primera reacción fue dividida por mitad entre el sí y el no, pero luego de una campaña de concientización la mayoría estaba de acuerdo".

Planificó hacer 50 mercados cantonales pero sólo pudo hacer 2; tenía "excelentes opciones financieras" con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), "pero cuando pedí el aval del gobierno para el proyecto de mercados y de 22 pasos a desnivel, éste le ordenó a los integrantes de la Junta Monetaria que me lo negaran".

José Angel Lee ejerció como intendente municipal nombrado por el gobierno de facto entre mayo de 1982 y julio de 1985. Declara que al asumir él la alcaldía se encontraban ocupadas la 5a. y 6a. avenidas "más o menos en un 30% de su ocupación actual, y también estaban ocupados el Portal, las calles aledañas al Mercado Central (entonces en proceso de reconstrucción), el Parque Colón y las Plazuelas Barrios y Bolívar. Dejé limpio el Colón, las Plazuelas Barrios y Bolívar, los alrededores del Mercado Central y El Portal del Comercio".

"La política hacia los vendedores callejeros partió de mi concepto de que nada puede funcionar en lo público sin involucramiento de los interesados y de que todo está relacionado, de manera que no se puede resolver un problema sin abordar también los que le son conexos. Durante mi administración se elaboraron un conjunto de planes en los que se invirtió muchísimo trabajo, entre ellos un estudio sobre los vendedores callejeros". Negoció con ellos "a través de los comités del Poder Popular" (grupo político liderado por él), y como no tuvo Concejo, "eso simplificó e hizo más ejecutiva mi administración".

"La demanda única de los vendedores era que se les dejara trabajar en los lugares donde estaban y el eje de la política municipal consistió en normar la ocupación de la calle". En función de esto:

- se permitió la ocupación de calles y no de avenidas y los vendedores no se opusieron, aunque la medida no se logró implementar;
- los vendedores se comprometieron a efectuar la limpieza;
- se establecieron comités de seguridad para enfrentar a la delincuencia;
- la Municipalidad construyó puestos presentables en la 5a. avenida; en la 6a. no, porque los vendedores todavía eran móviles; se tuvo en mente un "mercado de pulgas" y un plan de peatonización del centro.

Durante la administración Lee se concluyó la construcción del Mercado Central (según la fuente, el 60% de la obra se realizó durante su período). "Se decía que los vendedores no se iban a meter en ese hoyo y resultó que sí, porque establecí con ellos una relación de explicación y convencimiento".

Decidió cobrarle a los vendedores una tasa, por medio del recibo 5-B, debido a dos razones principales:

a porque por ese medio incentivé la organización de los vendedores; les demandé que se organizaran para poder contar con interlocutores legítimos, democráticamente representativos, pedí pruebas de esto y celebré reuniones con todos, asambleas de vendedores con el alcalde;

b el uso del recibo 5-B derivó de que antes la Municipalidad ya cobraba pero con recibos corrientes, lo cual fomentaba la corrupción de inspectores y policías municipales.

Cuestionado en torno a las repercusiones de su política sobre la proliferación de ventas callejeras, José Angel Lee expresó que considera que la presencia de vendedores callejeros tiene un límite natural en la expansión de la demanda, y que por ello las medidas de normación no tienen mayor incidencia en estimularla.

En cuanto al estudio a que Lee hace referencia, se trata de un "Programa de Reubicación de Ventas Callejeras" fechado en febrero de 1984. Según los datos que

éste ofrece existían 10,520 vendedores callejeros de diversa índole en la capital, "quienes sólo como un ejemplo... de la 18 calle a la 14 calle sobre la 5a. avenida... hay 556, según información recabada en el lugar"<sup>16</sup>. De ser cierto ese dato la concentración de vendedores por entonces habría sido mayor que la actual.

El documento habla de "vendedores callejeros establecidos en calles, avenidas y aceras de la ciudad que dedican su actividad a comercios en su orden como mercería, ropa, zapatos, bolsas y otros; siendo muchos de éstos artículos defectuosos provenientes de las fábricas o mercadería que los comerciantes en lugar de realizar dentro de sus propios establecimientos y almacenes, promueven su venta en las calles proporcionando la mercadería a los vendedores callejeros al crédito o en consignación, así como también ocurre que los productos provienen de contrabandos, que de cualquier forma y en los casos mencionados vienen a deteriorar los ingresos fiscales y a favorecer en gran medida a un pequeño grupo de personas inescrupulosas que juegan con las necesidades de la gran masa de población de bajos ingresos". El documento no indica fuentes de las cuales habría extraído o derivado tales conceptos.

Sin embargo, el estudio de referencia se concentra en los efectos perniciosos del comercio de alimentos, sobre todo por sus repercusiones en la salud pública y el encarecimiento de los productos derivado de la multiplicidad de intermediarios. Respecto a los expendios de artículos no comestibles ubicados en puestos fijos señala que "Es necesario proteger en la actividad comercial, los demás servicios que operan en la ciudad, sin menoscabo unos de los otros, ya que el tránsito de peatones se encuentra obstruido en un 90% en las banquetas y el tráfico automotor en un 60% de las vías, en donde se localiza actividad comercial en los sectores centro y sur de la zona 1". De nuevo, si esta información fuera correcta, la situación entonces habría sido más grave que la actual.

Las propuestas para la reubicación de las ventas callejeras de artículos no comestibles eran:

- "Bazares populares", ubicado en un inmueble cercano al mercado Colón con capacidad para 42 comercios, 20 comedores y 12 pisos de plaza.

---

16 Municipalidad de Guatemala, Dirección de Servicios Públicos, Unidad de Planificación Urbana, *Programa de reubicación de ventas callejeras*, Guatemala, febrero de 1984, p. 4.

- Mercado de artesanías, en las inmediaciones del Cerro del Carmen, con capacidad para 200 comercios y 150 pisos de plaza.

Se señalaba que “El Programa de Reubicación de Ventas Callejeras podría ampliarse para la identificación de los siguientes proyectos:

- Plan de mercados detallistas del área metropolitana.
- Programa de establecimientos feriales (Feria del libro, ferias navideñas, ferias cívicas, etc.).
- Estaciones de transporte urbano (buses, microbuses y taxis).
- Urbanización de calles y avenidas, para uso peatonal.
- Recuperación de banquetas, andenes y áreas verdes, que han sido usadas para ventas callejeras.
- Reglamentación de mercados populares a nivel privado. Se cuenta con propuestas hechas a nivel privado para acondicionar instalaciones privadas ya existentes para localizar mercados callejeros, los cuales podrían ser administrados por la Municipalidad de Guatemala”<sup>17</sup>.

En cuanto a las administraciones del Partido de Avanzada Nacional (PAN), el entrevistado fue Sergio Leal, Director de Servicios Públicos entre 1987 y 1993. Interrogado sobre la evolución del fenómeno declara que no ha aumentado significativamente el número de vendedores fijos en la zona 1, debido a que los vendedores se organizaron en la 5a. y 6a. avenidas, El Portal y el Mercado Peatonal. Al principio las directivas eran delincuentes coludidos con policías, agentes del DIT, los cuales vendían los puestos. La gente reaccionó y los derrocó (1987). Ahora los vendedores organizados controlan el acceso a la calle mediante un código implícito.

En cuanto a las características de los negocios dice que antes se pensaba que se trataba de empleados de los almacenes que vendían saldos; esta idea fue sugerida por

---

17 *Ibid.*, pp. 35-36.

el hecho de que los vendedores guardaban sus pertenencias en los almacenes. En 1988 se hizo una encuesta entre los comerciantes formales de la zona para ver si resultaban afectados por el fenómeno y si estaban dispuestos a colaborar con la Municipalidad para su erradicación. Los chinos y libaneses de la 5a. avenida, recién llegados, se declararon afectados, pero se negaron a colaborar abiertamente con la Municipalidad; bajo la mesa si aceptaban colaborar.

La relación con la administración municipal de Alvaro Arzú al principio fue violenta y tirante porque se intentó desalojarlos; luego se fue normalizando hasta que se emitió por primera vez un carnet por parte de la Municipalidad. Este fue recibido con gran beneplácito por los vendedores que lo mandaron a imprimir de primera calidad.

Durante la alcaldía interina de Alvaro Heredia se procedió a medir los espacios que los vendedores debían ocupar y se actuó a manera de no crear conflictos que pudieran repercutir en un año electoral; fue una política de dejar hacer y dejar pasar. Sin embargo, el sector no constituye capital político, pues está conformado en buena medida por indocumentados, indiferentes, personas que prefieren al corrupto que al honesto.

A lo largo de la administración Berger se ha institucionalizado más la relación a través de las juntas directivas, las cuales han perdurado a lo largo de todo el período. Al inicio de su gestión Berger firmó un compromiso donde echó para atrás en la disposición de que las ventas se iniciaran a partir de las 2 pm, lo cual había sido establecido durante la administración Arzú.

Bajo la alcaldía de Saravia (sucesor de José Angel Lee), se emitió un reglamento de ventas callejeras pensado con fines lucrativos. Había gran corrupción en la Dirección de Servicios Públicos, de manera que sus números estaban en rojo. La política de incrementar los ingresos no es correcta; Servicios Públicos no debe ser lucrativo; dicha política lleva a autorizar más puestos, con lo cual se estimula el fenómeno migratorio.

Lo que corresponde es otorgarle apoyo humano y material a la sección de Ventas Callejeras y trazarse tres o cuatro objetivos básicos para no perderse. Es necesario un

nuevo censo y asegurar la permanencia de las personas en los puestos clave de Servicios Públicos a manera de que haya secuencia. Se debe mantener a los vendedores bajo presión, porque si se les deja que pongan puesto ya nunca salen. El fenómeno de la venta callejera en la zona 1 se puede congelar; no es lo ideal pero no hay otra opción.

El 19 de noviembre de 1991, bajo la administración municipal actual, se inauguró el Mercado Peatonal de la 18 calle, el cual constituye el único intento de ubicar a vendedores callejeros bajo una edificación construida sobre la calle. La experiencia ha tenido efectos contradictorios tanto para la Municipalidad como para los vendedores. La Municipalidad ha enfrentado las críticas de los vecinos en el sentido de que se redujo la capacidad de tránsito vehicular en una importante arteria y que de todas maneras no se logró contener la presencia de vendedores callejeros.

Los vendedores entrevistados de otros sectores (la quinta y la sexta), cuestionan la experiencia del Peatonal. “Los mercados para informales no dan resultado y ahí está la prueba del Peatonal de la 18 calle: sólo los miembros y los allegados a la directiva están conformes porque ocupan los puestos periféricos que de hecho están en la calle. La mayoría vende su lugar y regresa a la calle”. Otros sostienen que “la idea de que los vendedores establecidos nos traslademos a un mercado o centro comercial pudiera ser, siempre que dichos establecimientos estuvieran bien hechos y en un buen punto, no como el Peatonal que es un fracaso porque sólo venden los que quedaron en las orillas”.

Sobre la constitución del Mercado Peatonal dos directivas del mismo expresan que, “Al principio de su administración Alvaro Arzú trató de desalojarnos de la 18 calle y luego surgió la iniciativa del Mercado Peatonal que al principio no aceptamos debido a la prepotencia de Arzú que no dialogó, sino sólo exigió que cedieramos sin nada a cambio. El proyecto se planteaba de manera distinta a como es ahora y su autor fue Carlos García Regás.

“Cuando asumió Oscar Berger la cuestión se replanteó. Primero intentó desalojarnos, pero entonces realizamos una manifestación hacia el Congreso de la República contando con el apoyo del diputado Andrés Girón. El alcalde asistió al Congreso y allí presentó el proyecto del Mercado Peatonal; Andrés Girón apoyó la iniciativa del

alcalde y entonces nosotros, al comprobar que estábamos solos, aceptamos el proyecto bajo la exigencia de que las calles quedaran limpias de vendedores”.

En cuanto a si consideran que el Peatonal ha sido una medida exitosa responden que “En un principio sí porque las calles quedaron limpias, pero de dos años para acá han sido invadidas nuevamente, porque ahora no hay gente capacitada para los desalojos, como sí lo eran antes. Ahora los inspectores no actúan o bien reciben dinero de los ambulantes. Los directivos del Peatonal logramos meter presos a dos inspectores en diciembre de 1992 pero no seguimos el juicio y ya no supimos si fueron condenados. De todas maneras la venta callejera no se puede erradicar. Los ambulantes están repitiendo el mismo proceso nuestro, buscan su lugar, se asientan allí y luego enfrentan los intentos de desalojo, lo cual ahora hacen por medio de la mordida”.

Otro vendedor recuerda que la Municipalidad “como siempre, quería sacarnos de la 18 calle, pero nuestra lucha organizada llevó a buscar la solución del Mercado Peatonal. Bajo la administración de Arzú se planteó el desalojo pero también se iniciaron las pláticas. Con Berger persistió la idea de desalojarnos, pero en abril de 1991 realizamos una manifestación, fuimos al Congreso y allí llegó el alcalde. Nos reunimos cerca de 600 vendedores, el Congreso invitó a la directiva y al alcalde a dialogar, y allí mismo Berger tomó la decisión del Peatonal. Quien más nos apoyó fue el diputado Andrés Girón”.

En cuanto al éxito de la medida señala que “Salimos beneficiados los que manifestamos, que eramos los que estábamos fijos en la 18 calle, aunque la distribución de los puestos fue inequitativa. El acuerdo original contemplaba 3 metros por vendedor, pero en la repartición se asignaron espacios de 1, 1.5 y 2 metros. Además, las directivas le dieron puestos a familiares suyos. La Municipalidad no ha cumplido con ciertos requerimientos, por ejemplo, el de limpiar de vendedores la 18 calle, que fue una condición para aceptar cambiarse al Peatonal; se dice que los inspectores municipales reciben dinero de los ‘paracaidistas”’.

Por lo que respecta al éxito comercial del lugar, si bien es frecuente el señalamiento de que sólo venden los que están en las orillas, se puede apreciar, en primer lugar, que todos los puestos están ocupados, que esos puestos han incrementado su dimensión, y que tanto fuera como dentro del Mercado se ofertan mercancías valiosas como equipos de sonido y televisores, además de la ropa y otras mercancías ya mencionadas.



## 7 CONCLUSIONES

### 7.1 Rasgos generales

a La proliferación de ventas callejeras de artículos no comestibles es un fenómeno propio de nuestra época que se manifiesta a escala mundial. El principal estímulo para él radica en su rentabilidad, en comparación con otras actividades remuneradas que pudieran estar al alcance de las personas desprovistas de calificación. El trabajo por cuenta propia significa, además, la independencia, y con ella las posibilidades de mejoramiento, salvo en los casos de extrema precariedad. Es una tendencia que se corresponde con la rigidez del esquema empresarial que no ofrece oportunidades de ascenso para los trabajadores, y con el incremento de las inversiones especulativas que no producen empleos. Lo estimula, asimismo, la inflación, a la cual se adapta mejor la posibilidad de obtener ingresos flexibles.

b Las ventas callejeras expenden mercancías baratas, entre las cuales las importadas son en su gran mayoría de procedencia asiática y las nacionales provienen de fábricas o talleres maquiladores relativamente informales, que hacen caso omiso de marcas y patentes o que ilegalmente canalizan hacia los mercados internos productos que deberían ser exclusivamente de exportación. Tales mercancías -junto con las usadas-, representan la única posibilidad de consumo para los estratos medios y bajos de los asalariados en los países no desarrollados y para los pobres de los países ricos. El nivel medio de los salarios en el segundo o tercer mundo no permite aspirar, salvo como excepción, a las mercancías de marca que manejan los comercios formales, y cuyos precios se corresponden con los del mercado internacional formal.

c Según todo parece indicar, el tráfico de mercancías asiáticas que nutre a las ventas callejeras en todo el mundo y que salta por encima de las barreras comerciales, constituye un conjunto de extensas redes internacionales en las cuales una de las prácticas más comunes es la subfacturación. En Guatemala, por ejemplo, pólizas de

importación consultadas mostraron que los jeans procedentes de Hong Kong son facturados a 50 centavos de dólar la unidad, de manera que aplicándoles el arancel más alto (20%), el monto del impuesto pagado asciende a 10 centavos. La práctica generalizada de la subfacturación anula los esquemas de protección arancelaria formalmente instaurados.

d Los aspectos mencionados anteriormente podrían explicar la proliferación de ventas callejeras en un conjunto de países con situaciones específicas muy distintas, y evidenciar que se trata de un fenómeno internacional que se produce a pesar de la diversidad de situaciones nacionales, aunque éstas tengan también rasgos en común como los ya señalados.

e En el caso de Guatemala es evidente que la proliferación de ventas callejeras está fuertemente vinculada al fenómeno de migración rural-urbana con una creciente presencia de indígenas. En ese proceso se combinan las fuerzas de expulsión propias del deterioro de la economía rural en las regiones de procedencia, la insuficiencia de ofertas de trabajo con remuneraciones aceptables y el surgimiento de expectativas de progreso asociadas al incremento de los niveles educativos formales y de las labores de concientización desplegadas en el campo, y especialmente en las áreas indígenas; también es necesario incluir la vocación hacia el comercio entre la población indígena, lo cual ha sido un factor tradicionalmente subestimado por la tendencia a asociar la cultura indígena exclusivamente con la agricultura.

f En cuanto al fenómeno de la migración, la investigación realizada muestra la necesidad de efectuar estudios más amplios y profundos sobre las características de la misma -al menos en lo que se refiere a ventas callejeras. El dato (no cuantificado) de que los vendedores callejeros del sector procedentes de áreas indígenas muestran la tendencia de mantener a sus familias en los lugares de origen y a invertir allí sus ganancias podría ilustrar que no todas las formas de migración son concentradoras, sino las hay también descentralizadoras, puesto que se movilizan recursos de la ciudad al campo con el objeto de hacer posible la permanencia en él de las familias.

g Existe la idea -y ha estado presente frente a las autoridades municipales, por ejemplo-, de asociar la migración a fenómenos puramente subjetivos. Según esta concepción simplista las migraciones hacia la ciudad se producirían básicamente por

los espejismos que la urbe provoca, de manera que los migrantes pasarían del fuego a las brasas y su situación sería peor en la ciudad a la del campo que abandonaron. No cabe duda que en algunos casos esto es así, y sobre todo cuando está asociado a los desplazamientos provocados por la violencia. Sin embargo, la corriente migratoria en Guatemala responde al fenómeno universal según el cual las ciudades ofrecen un espacio de oportunidades y de ascenso social, aunque por ello haya que pagar un alto costo. Efectivamente, la miseria urbana tiene aspectos más lacerantes y obvios que la rural, pero en la ciudad muchos logran atisbar la luz del túnel.

## 7.2 Política municipal

a El objetivo de “limpiar las calles” ha sido y sigue siendo irreal. Al margen de si se trata o no de un objetivo legítimo, los vendedores callejeros han mostrado reiteradamente su capacidad de eludir o impedir las acciones municipales, quedando en evidencia en este caso -como en muchos otros- la falta de capacidad coactiva de las autoridades municipales y sus recursos exiguos. Además, al tratar el tema de la erradicación de las ventas callejeras es muy importante distinguir entre el comercio de alimentos y el de artículos no comestibles, pues los efectos de estas prácticas no son los mismos.

b En el caso del comercio callejero de alimentos son obvias las implicaciones de salubridad, que no ocurren en el otro caso. Además, según el Plan Maestro de Mercados Minoristas, el comercio callejero de alimentos afecta negativamente la producción agrícola para el consumo interno y la rentabilidad de los mercados, induciendo a los vendedores de los mercados a salir de ellos. Por eso dicho Plan Maestro asienta que “La creciente masa de población que hoy consigue su sobrevivencia del comercio de alimentos básicos en las calles, no podría continuar operando en este sector pues constituye un importante factor de desorganización del abastecimiento de alimentos. Pero podría continuar operando en otro tipo de ventas callejeras, como ropas, cosméticos, objetos de adorno, sandwiches, bombones, etc. Estas ventas callejeras que podrían continuar existiendo, en virtud de problemas económicos profundos, todavía necesitan ser disciplinadas para que no provoquen el caos en el funcionamiento de la ciudad”<sup>18</sup>.

c La política de normar las ventas callejeras con el objetivo de congelar el fenómeno, al menos en ciertas zonas como la central, ha producido resultados

---

18 *Plan Maestro*, p. II.6

relativos, sobre todo en aquellos aspectos que dependen básicamente de las directivas pero, según los testimonios y la evidencia, las calles del centro se han poblado nuevamente de vendedores callejeros luego de un período en el que este fenómeno parecía bajo control. Dicho sea de paso, la proliferación de ventas callejeras en la ciudad de Guatemala es ostensiblemente menor a la de capitales vecinas: México, San Salvador y Tegucigalpa.

d Para formular una política sobre los vendedores callejeros de artículos no comestibles, las autoridades municipales deben en principio definir con precisión cuáles son las problemáticas que esta actividad efectivamente acarrea para la vida urbana. Según la investigación efectuada, el aspecto de "competencia ilícita" con los comercios formales no se plantea; antes bien lo que parece predominar son intereses coincidentes que no excluyen contradicciones, como el bloqueo de los accesos a los almacenes o el ocultamiento de sus vitrinas y rótulos.

e La sindicación de que la venta callejera es un vehículo para el contrabando carece también de significación. Según informes de prensa las cifras del contrabando en Guatemala superan los 1,500 millones de quetzales, de los cuales lo canalizado a través de ventas callejeras sería una ínfima proporción. En todo caso el combate al contrabando no tiene sentido a partir de perseguir al expendedor detallista. Por otra parte, las informaciones al respecto indican que más que evasión de impuestos de importación lo que ocurre en Guatemala es la elusión de los mismos a través del procedimiento ya mencionado de la subfacturación.

f Con relación al objetivo de no fomentar la emigración hacia la ciudad, en primer lugar se trata de un objetivo fuera del alcance de la Municipalidad capitalina, puesto que es un fenómeno de dimensión nacional que implica políticas también a ese nivel. Sin embargo, como la investigación lo ha mostrado, lo que sí depende de la política municipal es la evolución en concreto del sector investigado.

En síntesis y sobre la base de la investigación efectuada, podemos afirmar que la venta callejera de artículos no comestibles en la zona central representa para el municipio problemas de vialidad y ornato, lo primero por la restricción del espacio para circular en calles y banquetas y lo segundo por el mal aspecto que ofrecen una multiplicidad de puestos a cual más diversos, unos arreglados y ordenados y otros no.

## 8 PROPUESTA

Para la Municipalidad, el dilema de qué hacer con las ventas callejeras en la zona central debe ser parte de una temática más amplia: qué se quiere y qué se puede hacer en el centro histórico de la ciudad (con qué medios se cuenta para ello).

El centro histórico que antes fue asiento elitario ha devenido “centro popular”, entendiéndose por popular a un conjunto muy amplio y diverso de sectores sociales. Lamentablemente, este fenómeno ha ido acompañado del deterioro del centro histórico.

Dicho centro fue, hasta la década de los sesentas, el más importante espacio de convergencia de los capitalinos de viejo cuño. Ahora lo es de los nuevos, y en particular de los indígenas, por lo cual se ha convertido en el espacio más importante de encuentro pluricultural que existe en el país.

La venta callejera se ha constituido en un componente del centro y se ha arraigado en él contribuyendo a mantener su vitalidad bajo las condiciones actuales. La venta callejera se ha insertado de manera complementaria a otras actividades y el conjunto se ha amoldado a la situación. Además, para los paseantes, la venta callejera constituye un atractivo más de la zona central.

Sin embargo, la venta callejera constituye también un factor de deterioro debido a que está ubicada en las banquetas de las principales avenidas (y ahora también en las calles), lo cual complica el tránsito de personas y de vehículos. La basura y la suciedad en el centro no pueden concebirse como inherentes a las ventas callejeras, y en cambio están asociadas (sobre todo lo segundo), a la inexistencia de instalaciones sanitarias al acceso de los transeuntes. Con respecto a la basura, las asociaciones de vendedores han dado muestras de capacidad para resolver el asunto.

La propuesta que se ofrece a la consideración de las autoridades municipales y de los vendedores callejeros se debería enmarcar en un plan de peatonalización de un área del centro suficiente para albergar un mercado al aire libre de dimensiones que deben ser cuidadosamente estimadas. Se trataría de instalar puestos uniformes y bien acondicionados por los cuales sus tenedores pagaran a la Municipalidad una tasa correspondiente a las mejoras efectuadas y a las oportunidades de comercio. Esa tasa debería permitir desplegar una labor de vigilancia capaz de garantizar que las calles y avenidas no autorizadas permanezcan libres de vendedores. Asimismo, como parte de la remodelación del centro, construir instalaciones sanitarias que permitan mantener la limpieza e inducir en la población hábitos correctos de convivencia urbana. El costo de las mejoras generales que se efectúen debería repartirse equitativamente entre todos los interesados bajo los esquemas actuales de "contribución por mejoras".

Se trataría de responder con realismo a las tendencias espontáneas, fuertemente arraigadas en la realidad, que no se pueden ni deben revertir, de manera que lo que corresponde es crear las condiciones para que no produzcan deterioro ni caudas negativas para la vida de los vecinos.

El tema mercados ha estado asociado a ventas callejeras y, efectivamente, los mercados municipales están saturados y desbordados en un alto porcentaje, y la Municipalidad no cuenta con recursos para construir nuevos mercados, siendo el obstáculo principal la ausencia de terrenos municipales y el alto costo de los que se pudieran adquirir. La Municipalidad experimenta de manera aguda el contrasentido que significa que, mientras el impuesto sobre inmuebles se paga en base a los valores declarados que no tienen ninguna relación con el precio real, cuando la necesidad pública reclama de alguno de esos bienes éstos deben pagarse a su precio de mercado, con el agravante de que la necesidad pública lo infla en vez de moderarlo.

Sin embargo, si bien no existen posibilidades de construir nuevos mercados (al menos en correspondencia con las necesidades), sí es posible remodelar y reacondicionar los existentes, para lo cual las directivas de los mercados han dado muestras de disposición para contribuir de distintas maneras en las obras indispensables. Creando espacios para vendedores callejeros de artículos no comestibles se puede reducir el espacio que éstos ocupan dentro de los mercados y en su lugar colocar a los vendedores de comestibles retirados de las calles.

Lo anterior, asimismo, debe formar parte de un conjunto de decisiones estratégicas con relación a los servicios públicos, y particularmente mercados, los cuales han estado marginados dentro de las prioridades municipales. Lo primero es reinvertir en los mercados un porcentaje importante de lo que de ellos se obtiene, pues los mercados le producen "ganancias" a la Municipalidad.

Analizando la problemática del mercado de El Guarda en 1986, el Plan Maestro de Mercados Minoristas contiene conceptos y propuestas que es útil citar extensamente.

"En El Guarda Viejo encontramos dos fenómenos simultáneos en el mismo espacio: un mercado con su desbordamiento y un centro de comercio de ropas, calzados y servicios generales en la calle. Con una visión superficial se podría decir que allí existe solamente un fenómeno pero en una observación más próxima, revela que se está formando en el área de influencia de El Guarda Viejo, un subcentro de comercio y servicios. Este nuevo subcentro presenta algunas características específicas. Su reciente surgimiento y crecimiento se deben en primer lugar, a la ubicación en relación al sistema vial principal de la ciudad, que le da condiciones privilegiadas de acceso; y a su posición estratégica en relación a los vectores más recientes de expansión urbana de la metrópoli. Por otro lado, este nuevo subcentro se está formando en un momento de recesión económica. El subcentro está surgiendo bajo la forma específica de un comercio de época de crisis. El comercio en la calle, constituye un canal de comercialización de costo más bajo, pero adaptado a la población de bajos ingresos. Por otro lado en el cuadro de recesión económica el comercio en la calle corresponde a una salida para el problema del subempleo.

"La formación de este nuevo subcentro es reciente y creciente y está provocando intenso cambio de uso del suelo en las calles donde se localizaron los puestos de ventas callejeras.

"... Se puede definir en primer lugar, la estrategia de formación de un subcentro comercial en tiendas, como sería lo normal. A este escenario se le puede contraponer otro, en el cual se consolidaría a largo plazo un comercio en tiendas que convivirían con el comercio callejero.

"... es necesario un plan urbanístico particularizado para el área determinando cuáles serían las calles en que se podrían realizar ventas callejeras, y cuáles productos podrían ser vendidos allí. El plan urbanístico tiene como objetivos: racionalizar el uso del espacio y evitar el deterioro del área. Debe haber una política de control administrativo sobre las ventas callejeras... en conformidad con un plan de aprovechamiento de la calles donde se permitieron las ventas callejeras, a manera de minimizar los obstáculos al tráfico de personas y mercaderías y controlar el crecimiento del número de puestos".

El Plan Maestro advierte que "Esta estrategia de intervención indirecta se contrapone a otras opciones analizadas: a. manutención del *status quo*, que corresponde a una actitud de pasividad por parte del poder público delante del fenómeno. Una posición de *laissez faire* -ni control, ni inversión- llevará al comercio desordenado en las calles, congestionamiento creciente del tráfico, riesgo de deterioro urbano, y consecuentemente, necesidad de intervención masiva de la Municipalidad, a mediano o largo plazo, para recuperar el área"<sup>19</sup>.

En el sector objeto de esta investigación, la normación del fenómeno por parte de la Municipalidad ya ha sido desbordada por la vía del asentamiento de hecho de nuevos vendedores. Frente a esto vuelve a plantearse el dilema del desalojo, el reconocimiento de esa presencia o bien la inacción, y el tiempo corre muy de prisa. Autorizar sin más los nuevos puestos de venta o dejar hacer sería darle luz verde a la ocupación caótica de las calles, y en el área conduciría rápidamente a conflictos con los vendedores "formalizados", lo cual podría dar lugar a una regresión del ordenamiento relativo que ya se ha logrado; asimismo, la vialidad y el ornato están siendo afectados aceleradamente. Es imposible retornar al pasado; es preciso buscar una solución hacia adelante en el marco de un centro popular acondicionado a las legítimas aspiraciones de sus moradores y visitantes que, entre otras, cumpla la función de estimular hábitos correctos de convivencia urbana.

---

19 *Ibid.*, pp. I. 227-229

## ANEXO

### I METODOLOGÍA

### II ENTREVISTAS SELECCIONADAS

### III CUADROS

### I METODOLOGÍA

Se elaboró un censo sobre el sector objeto de la investigación y se dispuso de los datos de la Municipalidad de Guatemala sobre vendedores callejeros en la zona 1 y en el municipio. El censo arrojó los siguientes resultados en cuanto a número de vendedores:

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| - Mercado peatonal (puestos) | 447        |
| - Portal del Comercio        | 42         |
| - 6a. avenida zona           | 175        |
| - 5a. avenida zona           | 193        |
| <b>Total</b>                 | <b>757</b> |

El número de puestos en el Mercado peatonal (447), representaba un peso excesivo en el total del universo. Por ello se tomó sólo lo equivalente a un subsector y se repartió entre los tres existentes.

Junto con el censo se elaboraron croquis sobre la ubicación de los puestos, con el objeto de dirigir la encuesta a puestos específicos, evitando con ello la influencia de motivaciones subjetivas en la aplicación de la encuesta por parte de los encuestadores.

Sobre la base de los datos recabados se elaboró la muestra, quedando de la siguiente manera:

| Sub-universo        | Total      | %            | Muestra    |
|---------------------|------------|--------------|------------|
| 1. Mercado peatonal | 161        | 34.1         | 72         |
| 2. 6a. avenida      | 75         | 37.1         | 78         |
| 3. 5a. avenida      | 93         | 19.7         | 42         |
| 4. Portal           | 42         | 8.9          | 19         |
| <b>Total</b>        | <b>471</b> | <b>100.0</b> | <b>211</b> |

Las encuestas que se realizaron fueron:

|                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| - Mercado peatonal    | (72)                 |
| - 1a. sección         | 36 encuestas         |
| - 2a. sección         | 24 " "               |
| - 3a. sección         | 12 " "               |
| - Portal del Comercio | 16 " "               |
| - 6a. avenida zona 1  | 83 " "               |
| - 5a. avenida zona 1  | 41 " "               |
| <b>Total</b>          | <b>212 encuestas</b> |

### Vendedores callejeros en la zona 1 (Datos de la Municipalidad)

- Total de vendedores callejeros zona 1  
(excluye ambulantes) 1,173
- Total de vendedores de artos. diversos  
(excluye chicherías, casetas y comedores) 910
- Distribución de la venta callejera de artículos diversos por sexo

|           | Municipalidad |           |        |
|-----------|---------------|-----------|--------|
|           | Encuesta      | Municipio | Zona 1 |
| - Hombres | 66%           | 68%       | 71.7%  |
| - Mujeres | 34%           | 32%       | 28.3%  |
| - Total   | 00%           | 100%      | 00.0%  |

Los temas de la encuesta fueron:

## **I Sociodemográfico**

- Sexo
- Edad
- Migración
- Etnicidad
- Hogar (la persona y su hogar)

## **II Movilidad ocupacional**

- Propiedad o no propiedad sobre el puesto
- ¿Cómo llegó a la venta callejera y por qué eligió esa actividad?
- Permanencia en el puesto y en la venta callejera
- Formas de acceso a la actividad: individual, redes familiares y de paisanaje, directivas, proveedores, recursos y ayudas con que contó.

## **III Establecimiento**

- Características físicas
- Productos principales, abastecimiento, formas de pago, cambio en las mercancías ofrecidas, uso de crédito
- Tipo de clientela
- Empleo de trabajo asalariado o de trabajo familiar no remunerado
- Familiares vendiendo en la zona 1 (redes)
- Jornada laboral
- Valor de la mercadería e ingresos netos

## **IV Entorno y percepciones**

- Relaciones con la Municipalidad
- Disposición a cambiar de lugar
- Asociación de vendedores
- Relaciones con el comercio formal

- Relaciones con otros vendedores callejeros
- Valoración de su actividad: factores favorables y adversos
- Perspectiva de cambiar de ocupación

## **V Hogar (socioeconómico)**

- Lugar de residencia
- Tenencia de la vivienda
- Tipo de vivienda y servicios con que cuenta (actual y anterior)
- Papel de la venta callejera en la economía familiar.

En lo que se refiere a entrevistas se realizaron las veinte previstas, habiendo logrado identificar y entrevistar a informantes clave: miembros de las juntas directivas del sector, alcaldes, funcionarios y empleados municipales, vendedores de origen capitalino y migrantes. Las entrevistas permitieron profundizar en aspectos sólo sugeridos por la encuesta y reconstruir procesos que no han dejado huella documental, al menos accesible con los recursos disponibles.

### **Entrevistas seleccionadas**

#### Autoridades municipales

- 1 Abundio Maldonado Gularte, Alcalde Municipal (1978-1982)
- 2 Jose Angel Lee Duarte, Alcalde Municipal (1982-1985)
- 3 Sergio Leal, Director de Servicios Públicos (1987-1993)

#### Directivos del sector

- 4 Directiva de la sexta avenida
- 5 Santos Sica, presidente de la directiva quinta avenida
- 6 María Vega, vicepresidenta directiva quinta avenida

- 7 Directiva del Mercado Peatonal
- 8 Ana María Menchú, directiva de El Portal

#### Vendedores

- 9 Abraham Chanchavac Xiloj, Mercado Peatonal
- 10 Eusebio Tayún Herrera, Mercado Peatonal
- 11 Mateo Diego, quinta avenida
- 12 Teodora Menchú, Portal del Comercio.

### **Abundio Maldonado Gularte** **Alcalde metropolitano (1978-1982)**

Lo primero es el contexto en el cual ejerció el cargo de Alcalde. Sustituyó a un régimen "populista" (dos alcaldías del FUR), y fue presentado como el Alcalde de los ricos, lo cual lo hizo asumir con mucha oposición interna en una Municipalidad politizada. El gobierno central le hizo la vida imposible, al extremo de auspiciarle dos huelgas dentro del primer semestre de su gestión: huelga del sindicato de la Municipalidad y paro del transporte, aunque ninguna huelga le duró más de 72 horas. La hostilidad del gobierno central la atribuye a que el general Romeo Lucas había perdido las elecciones, aunque fraudulentamente resultó "electo", mientras él (Abundio), había obtenido una victoria electoral inobjetable. Los consejeros de Lucas le señalaron que "si Abundio logra hacer obra no hay quien lo pare para la presidencia", y por ello decidieron bloquearle toda posibilidad.

Cuando asumió la Alcaldía las calles del centro estaban llenas de vendedores, con epicentro en el parque Gómez Carrillo, el cual desalojó y luego metió tractores para reacondicionarlo y que volviera a ser el parque de la Concordia; limpió la 5a. y la 6a. y también la 18 calle. Les planteó a los vendedores que se dedicaran a otros oficios o que buscaran las áreas periféricas para instalarse, ya que su oferta era de tipo popular. En sus acciones de desalojo la prensa y el gobierno lo atacaron y los

vendedores lo asediaron, pero con una Policía Municipal bien organizada logró poner orden.

Su percepción de los vendedores callejeros es que éstos estaban integrados por ex-inquilinos de los mercados, migrantes y dependientes de los comercios formales. En los mercados nadie quiere segundos pisos o donde hay gradas o está obscuro, nadie quiere estar en el interior del mercado, todos buscan la periferia. En cuanto al vínculo con los comerciantes formales, sostiene que éstos salen de sus saldos a través de los vendedores callejeros.

Su política de desalojo la hizo en función del ornato y la vialidad; durante su campaña había prometido que la capital volvería a ser "la tacita de plata"; no recibió peticiones ni presiones para proceder así, nunca recibió demanda alguna por parte de los comerciantes formales del sector, lo que lo confirma en su idea de que están vinculados con los callejeros. Sin embargo, a pesar de que fue duro en su proceder tuvo conciencia de la problemática socioeconómica y valoró al sector como "gente honesta en un alto porcentaje". Por eso su meta era la de meter a los callejeros en mercados cantonales; en el proyecto, éstos iban a contar incluso con buses que trasladaran todos los días a los vendedores hacia el mercado. La idea se la planteó a los callejeros y la reacción original fue mitad-mitad (sí y no), pero luego de una campaña de concientización la mayoría estaba de acuerdo.

Planificó hacer 50 mercados cantonales pero sólo pudo hacer 2; tenía excelentes opciones financieras con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), pero cuando pidió el aval del gobierno para el proyecto de mercados y 22 pasos a desnivel, el gobierno central le ordenó a los integrantes de la Junta Monetaria no otorgar el aval.

**José Angel Lee Duarte**  
**Alcalde (21-5-82 a 15-7-85)**

## **Conceptos**

Su política hacia los vendedores callejeros partió de su concepto de que nada puede funcionar en lo público sin involucramiento de los interesados y de que todo

está relacionado, de manera que no se puede resolver un problema sin abordar también los que le son conexos. Las administraciones del PAN tiraron eso por la borda por prejuicios ideológicos y dejaron de lado planes en los que se había invertido mucho trabajo, entre ellos, un estudio sobre los vendedores callejeros. En la administración de Lee se planificó y se dejaron proyecciones de trabajo, sistemas.

En cuanto a la percepción de los vendedores relativa a que Lee, por ser nombrado, necesitaba hacerse de base política, declara que precisamente por ser nombrado no la necesitaba. Que ganó las elecciones anteriores y disponía de los comités del Poder Popular. No tuvo Concejo, y eso simplificó e hizo más ejecutiva su administración. Aceptó el nombramiento de alcalde sobre la base de que Ríos Montt se lo planteó como parte del esfuerzo democratizador.

## Política

La demanda única de los vendedores era que se les dejara trabajar en los lugares donde estaban y el eje de la política municipal consistió en normar la ocupación de la calle. Para esto:

- se permitió la ocupación de calles y no de avenidas y los vendedores no se opusieron, aunque la medida no se logró implementar;
- los vendedores se comprometieron a efectuar la limpieza;
- se establecieron comités de seguridad para enfrentar a la delincuencia;
- la Municipalidad construyó puestos presentables en la 5a. avenida; en la 6a. no, porque los vendedores todavía eran móviles; se tuvo en mente un "mercado de pulgas" y un plan de peatonalización del centro.

Durante la administración Lee se concluyó la construcción del Mercado Central (según la fuente, el 60% de la obra se realizó durante su período). Se sostenía que los vendedores no se iban a meter en ese hoyo y resultó que sí, porque se estableció con ellos una relación de explicación y convencimiento. Decidió cobrarle a los vendedores una tasa, por medio del recibo 5-B, debido a dos razones principales:

a Porque por ese medio incentivó la organización de los vendedores. Les demandó que se organizaran para poder contar con interlocutores legítimos, demo-

cráticamente representativos. Pidió pruebas de esto, y celebró reuniones con todos, asambleas de vendedores con el alcalde.

b El uso del recibo 5-B derivó de que antes la Municipalidad ya cobraba pero con recibos, lo cual fomentaba la corrupción de inspectores y policías municipales.

## **Situación**

Al asumir él la Alcaldía se encontraban ocupadas la 6a. y 5a. avenidas (más o menos 30% de la ocupación actual); el Portal, las calles aledañas al Mercado Central, el Parque Colón y las Plazuelas Barrios y Bolívar. Dejó limpio el Parque Colón y las Plazuelas Barrios y Bolívar, los alrededores del Mercado Central y El Portal del Comercio.

Considera que la presencia de vendedores callejeros tiene un límite natural en la expansión de la demanda, y que por ello las medidas de normación no tienen mayor incidencia en estimular la venta callejera.

### **Sergio Leal, director de Servicios Públicos (1987-1993)**

#### **1 ¿Cómo ha evolucionado el fenómeno de la venta callejera?**

- en cantidad
- en calidad (diversificación, organización, etc.)
- en ocupación de la calle
- en la relación con la Municipalidad

SL. No ha aumentado significativamente el número de vendedores fijos en la zona 1, debido a que los vendedores se organizaron en la 5a. y 6a. avenidas, El Portal y el Mercado Peatonal. Al principio las directivas eran delincuentes coludidos con policías, agentes del DIT, los cuales vendían los puestos. La gente reaccionó y los derrocó (1987). Ahora los vendedores organizados controlan el acceso a la calle mediante un código implícito.

En cuanto a las características de los negocios, antes se pensaba que se trataba de empleados de los almacenes que vendían saldos; esta idea fue sugerida por el

hecho de que los vendedores guardaban sus pertenencias en los almacenes. En 1988 se hizo una encuesta entre los comerciantes formales de la zona para ver si resultaban afectados por el fenómeno y si estaban dispuestos a colaborar con la Municipalidad para su erradicación. Los chinos y libaneses de la 5a. avenida, recién llegados, se declararon afectados, pero se negaron a colaborar abiertamente con la Muni; bajo la mesa si aceptaban colaborar.

La relación con la administración municipal de Alvaro Arzú al principio fue violenta y tirante porque se intentó desalojarlos; luego se fue normalizando hasta que se emitió por primera vez un carnet por parte de la Municipalidad. Este fue recibido con gran beneplácito por los vendedores que lo mandaron a imprimir de primera calidad.

Durante la alcaldía interina de Alvaro Heredia se procedió a medir los espacios que los vendedores debían ocupar y se actuó a manera de no crear conflictos que pudieran repercutir en un año electoral; fue una política de dejar hacer y dejar pasar. Sin embargo, el sector no constituye capital político, pues está conformado en buena medida por indocumentados, indiferentes, personas que prefieren al corrupto que al honesto.

A lo largo de la administración Berger se ha institucionalizado más la relación a través de las juntas directivas, las cuales han perdurado a lo largo de todo el período. Al inicio de su gestión Berger firmó un compromiso donde echó para atrás en la disposición de que las ventas se iniciaran a partir de las 2pm (Arzú).

## **2 Política municipal**

- cuál y por qué
- cómo encontró el fenómeno
- base reglamentaria
- ¿ha existido una estrategia?
- ¿qué investigaciones, censos o encuestas se han realizado?
- qué perspectivas se le ven al fenómeno
- ¿se debe seguir una política o simplemente dejar que evolucione?

SL. Bajo la alcaldía de Saravia (sucesor de José Angel Lee), se emitió un reglamento de ventas callejeras pensado con fines lucrativos. Había gran corrupción en la Dirección de Servicios Públicos, de manera que sus números estaban en rojo.

La política de incrementar los ingresos no es correcta; Servicios Públicos no debe ser lucrativo; dicha política lleva a autorizar más puestos, con lo cual se estimula el fenómeno migratorio.

Hay que otorgarle apoyo humano y material a la sección de Ventas Callejeras y trazarse 3 ó 4 objetivos básicos para no perderse. Es necesario un nuevo censo y asegurar la permanencia de las personas en los puestos clave de Servicios Públicos a manera de que haya secuencia. Se debe mantener a los vendedores bajo presión, porque si se les deja que pongan puesto ya nunca salen. El alcalde deja sin respaldo a sus funcionarios cuando permite que los vendedores se salten las trancas. El fenómeno de la venta callejera en la zona 1 se puede congelar; no es lo ideal pero no hay otra opción.

### **Junta directiva de la 6a. avenida**

Los entrevistados reciben un informe de los resultados básicos de la encuesta y confirman la información. Se trata de directivos con amplia experiencia en su sector (fungen desde 1989) y con evidentes capacidades de liderazgo. Conocen la situación de la venta callejera en otros países, especialmente Centroamérica y Lima, Perú. Han viajado a convenciones y mantienen comunicación e intercambio con otras organizaciones de vendedores callejeros; uno de ellos hace referencia a la obra de Hernando de Soto, "El otro sendero".

### **Ocupación del sitio**

La sexta avenida fue ocupada poco a poco por vendedores callejeros. Entre los primeros estuvieron personas que hace veinticinco años vendían entradas en los cines, chiclets, manías, periódicos, álbumes, fotos de artistas y otros. En esa época todos se peleaban por lograr un puesto en la 18 calle o en la 5a. avenida, pero fueron descubriendo que la sexta tenía comercio.

El alcalde Manuel Colom Argueta (1970-74) fue el más duro con los vendedores callejeros queriéndolos desalojar, aunque cedió temporalmente espacios (los fines de semana, para la época navideña). En la época de Colom Argueta se produjeron frecuentes redadas; frente a ellas, los callejeros recibían protección por parte de los comerciantes formales que les permitían guardar la mercancía en sus establecimientos. El alcalde Luis Fernando Galich fue quien creó la Policía Municipal. Con Abundio Maldonado (1978-82) tuvieron frecuentes encontronazos por intentos de desalojo.

José Angel Lee (1982-84) fue el primero en autorizar la venta cuando la Municipalidad estaba intervenida por el gobierno de facto; esto lo hizo al acordar que los vendedores callejeros pagaran una tasa a la Municipalidad mediante el recibo 5-B. El general Oscar Humberto Mejía Víctores (entonces jefe de Estado), es recordado como el mandatario más favorable a los vendedores callejeros del sector. De allí en adelante la situación cambió.

Sin embargo, en el inicio de la administración Alvaro Arzú (1986-90) se produjeron de nuevo conflictos. Frente a los intentos de desalojo los vendedores callejeros presentaron recibos por pagos anticipados a la Municipalidad. Cuando los conflictos cesaron se entró a un período de normalización de las relaciones con la Municipalidad que hasta la fecha continúa.

Consideran que tanto Arzú como Oscar Berger (1990-95) han presionado pero han aportado soluciones. En la época de Arzú hubo 100 vendedores autorizados en la 6a. avenida y con Berger este número subió a 335. Con Arzú sólo podían vender de 2pm en adelante y con Berger se amplió el horario (de 10am en adelante); consideran que Berger es el que ha dado más apoyo.

La diferencia en el número de vendedores durante las dos administraciones se debe a que antes de la actual existía una directiva corrupta que no luchó por aumentar el número de vendedores sino se dedicó a lucrar con los 100 que había y lo mismo hicieron los inspectores municipales. La directiva actual funge desde 1989, cuenta con personería jurídica y está afiliada a la Central General de Trabajadores de Guatemala (CGTG).

## **Establecimiento**

La demanda para la venta callejera en la 6a. avenida se produce por la combinación de precio, acercamiento al cliente y el hecho de que se trata de un lugar céntrico y concurrido. La venta callejera jala a la gente al centro.

Los puestos no deben ser propiedad, como ocurre de hecho en los mercados para informales, pues éste es el proyecto neoliberal: si hay propiedad el grande se come al chico. Los mercados para informales no dan resultado y ahí está la prueba del Peatonal de la 18 calle; sólo los miembros y los allegados a la directiva están conformes porque ocupan los puestos periféricos que de hecho están en la calle. La mayoría vende su lugar y regresa a la calle, mientras en la sexta son contadas las excepciones de que alguien venda un puesto. Si se vendieran los puestos, los árabes, chinos y coreanos se apoderarían de todo.

En la sexta no hay trazas de oligopolio porque la oferta es muy variada y por ende los proveedores también; algunos fabrican su propia mercancía, otros se surten en microempresas. La oferta de la 6a. es la de mayor calidad; los clientes de la 18 calle no pasan por la 6a. A pesar de lo anterior, se puede decir que los principales surtidores de artículos extranjeros son los almacenes de "El Pueblito" y de producto nacional los mayoristas de la Bolívar. Los proveedores árabes, chinos y coreanos, "sueltan la mercadería" y confían en el vendedor, lo cual agiliza el negocio.

En cuanto al crédito se maneja poco, pero hay interés en disponer del mismo. Recientemente se han presentado prestamistas que cobran un interés del 20% mensual, lo que les parece favorable a los entrevistados; el pago es diario, para un crédito de Q.1,000 se pagan Q. 40 diarios durante 30 días.

El principal obstáculo para avanzar en la venta callejera está en la incapacidad de administrar las ganancias, la bebida influye mucho.

## **Migración**

La misma se ha producido debido a la violencia, el servicio militar obligatorio y las PAC. Junto con la violencia se deterioró la economía en las regiones de origen

(Suroccidental y Noroccidental). Fue obvio que el arribo de migrantes se incrementó a partir de 1980.

Llegan hombres solos, entre 15 ó 20 comparten un cuarto, dejan a la mujer y a los hijos a quienes luego traerán. Si se vienen con familia sufren mucho, van a parar a los asentamientos. La mayoría de los vendedores indígenas combinan la venta callejera con momentos estacionales del trabajo rural e incluso muchos hacen fines de semana largos para ir a su tierra y ocuparse de sus siembras; por eso se reduce la presencia de vendedores los lunes y martes. Además, casi todos viajan después de la Navidad y para la Semana Santa.

Los migrantes indígenas se ayudan entre familiares, entre paisanos no.

### **Percepciones**

Sus relaciones con los comerciantes formales son buenas, con excepciones entre algunos comerciantes extranjeros recién llegados y algún nacional, pero se trata de problemas menores. Al CACIF se le percibe como un ente hostil, puesto que es quien ha reclamado a la Municipalidad el desalojo de los vendedores, acusándolos de competencia desleal. En realidad ellos no compiten con los almacenes sino con los otros vendedores callejeros, puesto que los almacenes tienen en general una oferta diferente, de mayor precio y más seleccionada.

Con la Municipalidad la relación es como ha quedado dicho; se producen conflictos pero se encuentran soluciones. Por ejemplo, había problemas en los decomisos, porque los inspectores levantaban la mercadería sin que se anotara qué se llevaban y luego faltaban los artículos de más valor. Se acordó con la Municipalidad que se levante un acta que debe ser firmada por un personero de la directiva. Ahora están implementando la medida de uniformar los puestos de venta haciéndolos de 2 metros de longitud y unos de 90 cms. de ancho y otros de 70 centímetros según el lado de la 6a. donde se van a colocar. Asimismo la directiva presentó un plan de semipeatonalización de la 6a. avenida. Se muestran anuentes a colaborar con la Municipalidad, siempre y cuando ésto conlleve que no se realice ningún traslado.

La presencia de vendedores callejeros autorizados en la 6a. avenida se ha congelado, aunque siguen concurriendo paracaidistas, sobre todo en las calles aledañas.

La directiva es la única que puede gestionar puestos, pero la Municipalidad ya no los autoriza y ellos tampoco los piden.

### **Santos Sica, presidente de la asociación de la 5a. avenida**

Santos Sija, oriundo de Momostenango, con 24 años en la venta callejera y 19 años en su puesto de la 5a. avenida, entre 17 y 16 calles. Comenzó a vender en la capital en 1970 en la periferia del Mercado La Placita (ahora Mercado Sur). Muestra un alto grado de conocimiento y de reflexión sobre su sector y actividad.

### **Aspectos sociodemográficos**

La venta callejera en el sector es un ámbito preponderantemente masculino por tres razones: 1) entre la población indígena (mayoritaria en el sector), existe la convicción de que es al hombre a quien le corresponde el trabajo remunerado; la mujer se ocupa de tareas en el ámbito doméstico original, que incluyen oficios agrícolas y artesanales; 2) es el hombre el que busca colocarse en la ciudad, viene solo y en la mayoría de casos no pretende traer a su familia, sino procurarse recursos para mantenerla en el lugar de origen; entre los vendedores no indígenas, en cambio, se trata de familias urbanas con otra lógica de división del trabajo, sin recursos para el autoconsumo; 3) el oficio demanda tareas rudas como montar y desmontar el puesto rápidamente, cargar bultos desde y hacia la bodega, por eso se privilegia la contratación de hombres para el trabajo.

Calcula que un 75% de los vendedores oriundos de Momostenango posee en su lugar de origen alguna huerta o parcela para el autoconsumo. Pero aún cuando la persona disponga de extensiones de tierra apreciables, esto por sí mismo no le hace quedarse, puesto que no les resultan atractivas las tareas agrícolas o no son excluyentes del comercio (la mayoría sigue atendiendo su tierra en el lugar de origen, por medio de la familia y de visitas periódicas y estacionales). En cambio los productores de ponchos no migran, no les interesa la capital; tampoco los de Totonicapán donde hay una fuerte actividad artesanal o los de San Francisco el Alto, donde la economía se ha expandido (además de dos días de mercado tienen otro los lunes en Pologuá y surten al Petén, entre otros).

En cuanto a los motivos de la migración considera que éstos corresponden a una secuencia lógica de ascenso y no a condiciones imperiosas para encontrar recursos de sobrevivencia. El que logra permanecer en la venta (que es la mayoría), es porque ya la hizo. Piensa que la violencia ha tenido poca incidencia en la población migrante colocada en el sector; en su área no hubo mayor violencia. En cuanto a los que vienen de Huehuetenango y El Quiché, considera que el hecho de que lleguen hombres solos indica que no es la violencia la causa de su traslado, porque cuando de eso se trata migra la familia completa (todos están en peligro).

Con respecto a la existencia de redes familiares o de paisanaje considera que los vínculos entre familiares y paisanos se producen por la lógica del negocio, y no porque existan tradiciones al respecto o por mero altruismo. Generalmente lo que ocurre es que se contrata a paisanos como asalariados, procurando el dueño delegar en alguien el manejo del puesto para entonces atender otro o montar un pequeño taller, etc. Los que llegan como asalariados van actuando de manera de poner su propio puesto. Asimismo, entre paisanos y familiares intercambian información, comparten vivienda, etc.

## **Establecimiento**

La 5a. y la 6a. son espacios con características muy diferentes, con distinto tipo de oferta. La 6a. avenida construyó su oferta en función de una clientela particular que acudía a la 6a. no con el propósito específico de comprar; es más el fenómeno del transeunte que compra porque al pasar algo le atrajo. En cambio, la 5a. avenida es un lugar tradicional de comercio; la clientela acude con el propósito de comprar sobre la base de una oferta (productos y precios), conocida.

La 5a. expende sobre todo productos nacionales y se especializa en artículos de vestir de uso corriente (ropa de todos los días, uniformes escolares, zapatos, etc.). En la 6a., en cambio, prevalece la oferta importada, las novedades, los jeans y los tenis de estilo. Por eso allí pesan más los proveedores tipo El Pueblito. Santos Sica, en cambio, se surte de proveedores ubicados en Santa Lucía Utatlán (Quiché), Tecpán (Chimaltenango), San Pedro Sacatepéquez (Guatemala) y en La Terminal adquiere productos de San Francisco El Alto (Totonicapán). El hecho de que se surta de áreas indígenas no tiene relación con algún sentimiento de identidad étnica o solidaridad,

sino responde a la lógica del negocio. Es entre los indígenas donde se concentran las actividades de maquila que producen las mercancías adecuadas.

## **Percepciones**

Santos Sica considera que la implementación de centros comerciales que alberguen a los vendedores callejeros puede ser una alternativa favorable si se cumplen determinados requisitos. El primero, que dichos centros estén en la zona (concretamente menciona el Mercado Sur 2 y la Plaza Bolívar); que al concentrarse allí los vendedores se asegure que las calles quedarán limpias, pues no se podría competir con los callejeros o las personas procurarían tener doble puesto; asimismo, el asunto debería negociarse con los actuales vendedores y conducir a acuerdos convenientes y estables. Considera que si esto lo plantea a sus compañeros "se lo comen", pero podría ser una solución global: "lo que pasa es que somos muy conservadores". El punto de vista de Santos Sica está en relación con las características del comercio en la 5a. avenida, que no depende tanto de estar en la calle, aunque sí en el área. El considera que el principal factor favorable de su negocio es el punto.

Con respecto al impacto de la venta callejera en el nivel de vida de las personas no proporciona datos sobre los niveles de ganancia, pero indica que los vendedores consolidados mejoran su vivienda, tienen a sus hijos en colegios privados, han creado tallercitos, etc.

Con respecto a las relaciones interétnicas en el sector considera que sí se dan manifestaciones de discriminación hacia los indígenas, expresadas sobre todo en el uso del término "indio" como un despectivo que ya se ha vuelto costumbre, a veces sin que la gente tenga conciencia de lo que implica. Sin embargo, lo que ocurre en el sector contrasta con el ambiente de la calle que él califica de "racista". "Hace diez años el indígena se avergonzaba de serlo, ahora ya no; por el contrario, cada vez tiene más orgullo de su identidad". En este proceso él planteaba: "aprendamos de los chinos, ellos hablan su dialecto sin avergonzarse y sin importarles si otros los comprenden". El indígena "es de arranca, hace de todo, le busca por todas partes, mientras el ladino de la ciudad claudica frente a las dificultades y es proclive a la delincuencia".

**María Vega**  
**Directiva 5a. avenida**

Doña María comenzó como vendedora callejera hace unos 35 años, sobre la 18 calle, a la par de unos salvadoreños. Su mamá tenía puesto en el mercado de La Placita. Hace unos 30 años, el alcalde Francisco Montenegro Sierra los sacó de la banqueta que ocupaban en la 18 calle y los puso en la orilla del mercado quemado, pero como el punto no daba resultado les volvió a permitir la ocupación de la calle. Pero por esas fechas doña María se trasladó a la 5a. avenida, que entonces comenzaba a ser ocupada por vendedores en las cercanías de la 18 calle. Sin embargo, hasta después del terremoto de 1976 se quedó fija. Antes jugaba al ratón y el gato con los policías municipales y nacionales. Cuando el terremoto desapareció la Policía Municipal y las calles fueron invadidas; en esto contó la existencia de damnificados, se manejó que la ocupación de las calles derivaba de que eran damnificados por el terremoto. Por entonces se les otorgó una licencia de la Municipalidad y la Policía Nacional, fue su primera documentación, pagaban Q. 3.00 (US\$ 3) por metro y ahora pagan menos (Q.7.50 = US\$ 1.30 aproximadamente).

### **Establecimiento**

Se surte, más o menos por mitad, de productos nacionales e importados. Su clientela busca el punto, no es ocasional. En enero el mercado principal es el de los escolares: ropa de uniforme, zapatos, etc. En Semana Santa ropa de verano, en invierno bufandas, gorras de lana, sweaters. Los proveedores llegan a visitarlos, la gente acude buscando artículos que sabe que se expenden a buen precio.

### **Percepciones**

En el sector se muestra que mientras muchos ladinos van para abajo los "naturales" van para arriba. Al ladino de la ciudad lo arruina el despilfarro, la bebida, la pereza; en los barrios pobres de la capital las muchachas se vuelven prostitutas y los muchachos ladrones. En cambio los naturales son austeros, trabajan desde la madrugada. Los que están en la 6a tienen carrazos, mientras los directivos de la 6a., por ejemplo, "están acabados".

Durante los últimos meses las calles están siendo invadidas porque el Departamento de Ventas Callejeras de la Municipalidad deja hacer, tiene una política aguada, y además hay corrupción de empleados municipales menores. Según ella la política debería consistir en respetar a los “vendedores formalmente establecidos”, es decir, los que pagan a la Municipalidad, y limpiar las calles. Le parece también aceptable la idea de que los vendedores establecidos pudieran trasladarse a un mercado o centro comercial, siempre que estuviera bien hecho y en un buen punto, no como el Peatonal, que es un fracaso, donde sólo venden los que quedaron en las orillas.

Según doña María, a los comerciantes formales del sector les conviene la venta callejera, porque toda el área se ha convertido en un gran mercado, “está alegre la calle”, mientras de la 14 en adelante, donde no hay ventas callejeras, está triste. Nunca ha habido problema con los comerciantes formales, quienes incluso le permiten a los callejeros guardar sus artículos en los almacenes.

### **Junta directiva del Mercado Peatonal**

Rosario López, presidenta de la JD, se dedica a la venta callejera desde hace 18 años en la 18 calle.

Alma Delia López, miembro de la JD, vende desde hace 35 años, se crió en la 18 calle.

#### **1 Ocupación de la calle**

Los vendedores de la 18 calle, al igual que los demás vendedores callejeros, pasaron por distintas situaciones derivadas de su relación con las autoridades municipales e incluso nacionales. El alcalde Francisco Montenegro Sierra fue el primero que autorizó la venta mediante una licencia de buhonero que razonaba la Policía Nacional y que permitía vender de las 3pm en adelante. Sin embargo, en un principio Montenegro Sierra prohibió la venta, pero los vendedores acudieron al presidente Miguel Ydígoras Fuentes, con quien hablaron en su casa en horas de la noche quejándose de la posición del alcalde que no los dejaba vender en las banquetas. Ydígoras dijo: Paco manda en las banquetas y yo en las calles, ocúperlas, a ver qué hace Paco mañana. Efectivamente ocuparon las calles y las bloquearon y ante esto el alcalde tuvo que transigir y de allí surgió la licencia antes citada.

La época de Peralta Azurdia fue de intensa persecución; había policías fijos en la 18 calle y sólo dejaban vender de las 6pm en adelante. Los presidentes Carlos Arana Osorio y Kjell Laugerud tuvieron una posición favorable a los vendedores, y especialmente sus esposas Alida España y Hellen Lossi. Apoyaron la campaña del general Romeo Lucas García, con el único objetivo de que los dejen trabajar, no les interesan puestos ni cargos ni la línea que el gobierno vaya a seguir en general: únicamente que les permitan trabajar; sin embargo el alcalde durante ese período (1978-1982), que fue el coronel Abundio Maldonado, ha sido el más duro en las persecuciones y desalojos.

El terremoto de 1976 fue un momento crucial para la expansión y consolidación de la venta callejera, las calles se poblaron porque se permitió vender. Sin embargo, la época de mejores relaciones con las autoridades fue la de José Angel Lee como alcalde y Humberto Mejía Vítores como jefe de Estado. Con Lee se desarrollan formalmente las Juntas Directivas con el propósito de tratar con la Municipalidad; en ese tiempo la presidenta de la 18 calle era doña Natividad Bautista. Fueron a almorzar al Palacio Nacional con Mejía Vítores, hicieron churrasco, molletes, buñuelos y otras golosinas, bailaron con él.

El alcalde Oscar Berger es muy humanitario, a todo dice que sí. Las administraciones del PAN han sido eficaces y con Berger hay excelente relación; por eso ellas están trabajando en la campaña del PAN, reclutando gente para ese partido, siempre con el único propósito de que las dejen trabajar.

## **2 ¿Cuándo se constituyó el Mercado Peatonal y a petición de quiénes?**

Al principio de su administración Alvaro Arzú trató de desalojarlos de la 18 calle y luego surgió la iniciativa del Mercado Peatonal que al principio ellas no aceptaron debido a la prepotencia de Arzú que no dialogó, sino sólo exigió que cedieran sin nada a cambio. El proyecto se planteaba de manera distinta a como es ahora y su autor fue Carlos García Regás.

Cuando asumió Oscar Berger la cuestión se replanteó. Primero intentó desalojarlos, pero entonces realizaron una manifestación hacia el Congreso de la República contando con el apoyo del diputado Andrés Girón. El alcalde asistió al Congreso y allí presentó el proyecto del Mercado Peatonal; Andrés Girón apoyó la iniciativa del

alcalde y entonces ellas, al comprobar que estaban solas, aceptaron el proyecto bajo la exigencia de que las calles quedaran limpias de vendedores.

### **3 ¿Consideran que el Peatonal ha sido una medida exitosa?**

En un principio sí porque las calles quedaron limpias, pero de dos años para acá han sido invadidas nuevamente, porque ahora no hay gente capacitada para los desalojos, como sí lo eran antes. Ahora los inspectores no actúan o bien reciben dinero de los ambulantes. La directiva del Peatonal logró meter presos a dos inspectores en diciembre de 1992 pero no siguieron el juicio y ya no supieron si fueron condenados. De todas maneras la venta callejera no se puede erradicar. Los ambulantes están repitiendo el mismo proceso de ellos, buscan su lugar, se asientan allí y luego enfrentan los intentos de desalojo, lo cual ahora hacen por medio de la mordida.

### **4 ¿Cómo se integran los nuevos vendedores al mercado?**

Por medio de la compra de los puestos. Se sabe que por un puesto de un metro se pagan entre 3 y 4 mil quetzales, 6 ó 7 mil por uno de dos metros y hay informaciones de que se ha pagado hasta Q.17 mil por un puesto de tres metros en la periferia del mercado. La compraventa de puestos es natural, porque aunque no sean propiedad propiamente dicha, lo que se vende es un derecho adquirido.

### **5 ¿Qué características tiene la clientela del peatonal y su oferta?**

Muchos vienen del interior del país a realizar sus compras, son clientes eventuales. Sin embargo ellas tienen clientes propiamente dichos que buscan sus puestos regularmente. La oferta en materia de artículos de vestuario, de cuero, mercería, es fundamentalmente de origen nacional. Los proveedores son mayoristas que acuden regularmente al mercado a ofrecer sus mercancías. "El Pueblito" no tiene importancia como proveedor, pues lo que expende es ropa fina. Están aumentando los puestos donde se venden grabadoras, cassettes, videos y otros artículos eléctricos del mismo tipo. El principal atractivo de la oferta del Mercado es el precio y la posibilidad de regatear, que es algo que le gusta a la gente.

## **6 ¿Cómo son sus relaciones con los comerciantes formales?**

Sin ningún problema. A ellos les conviene nuestra presencia que jala mucha gente. Sus mercancías son distintas a las nuestras, la competencia no es con ellos sino con los otros vendedores callejeros.

## **7 Migración**

La mayoría de vendedores proviene del interior del país y llegaron sobre todo después del terremoto. Algunos traen a sus familias y otros no, vienen los hombres y se quedan las mujeres. Ya no hay gente que quiera trabajar en el campo, prefieren venirse a la ciudad porque con la venta, aunque sea poquito, salen adelante; para ello hay que trabajar duro y saber administrarse. Los indígenas son los más ahorrativos e inteligentes, son como los chinos, piensan en el mañana y no despilfarran.

### **Ana María Menchú Directiva del Portal del Comercio**

## **1 Ocupación de la calle**

Su abuela, su madre y ella han sido vendedoras, sus hijos ya no lo serán; de tres que tiene, dos han completado ya la segunda enseñanza. Su mamá es oriunda de San Cristóbal Totonicapán pero la trajeron a la capital desde que tenía un año de edad; como su madre salía a vender a las ferias a ella le tocó nacer en Escuintla. Su abuela tuvo puesto en el antiguo mercado Colón y de allí se trasladó al nuevo ubicado sobre la 13 avenida, pero a ese nuevo mercado llegaron muchos momostecos y se saturó, y por ello se perdió la venta, y sin embargo había que pagar piso de plaza. Por eso salieron a vender a la calle y se ubicaron en el Portal hace 22 años, aunque siempre acuden a otros lugares de venta. Al momento de realizarse la entrevista, doña Ana María y su madre estaban atendiendo un puesto de velas y veladoras a la entrada del atrio de Santo Domingo, por el Mes del Rosario; generalmente su madre vende manías en El Portal; si deja de llegar dos o tres días los clientes la van a buscar a su casa, siempre ha trabajado la manía.

## **2 Relaciones con la Municipalidad**

En el Portal fueron consiguiendo su puesto en el corre corre tradicional. El alcalde Manuel Colom Argueta (1970-1974) las ayudó al concederles una licencia que era firmada por el alcalde y el presidente de la república (el general Carlos Arana Osorio). De entonces para acá sólo el alcalde Abundio Maldonado las correteó; en ese tiempo había mucha Policía Municipal. José Angel Lee en un principio fue un poco duro, no les daba audiencia, pero entonces se juntaron las vendedoras, averiguaron donde vivía y lo visitaron a las 6am. De allí en adelante las relaciones cambiaron, y Lee normalizó la situación cobrándoles por medio de un recibo emitido por la administración del Mercado Central.

Con las administraciones del PAN no han tenido mayores problemas. En la época en que el licenciado Sergio Leal fue director de Servicios Públicos se iba a echar a andar un proyecto de instalar módulos de 2 metros, de características uniformes, pero el asunto se entrampó debido a infundios. Desde hace dos años la Municipalidad ya no les cobra; el alcalde Berger les ha manifestado que trabajen, que no piensa molestarlos, pero el pago es lo que confiere seguridad. Los vendedores de El Portal pagan en conjunto la limpieza del sitio desde febrero de 1992.

## **3 Organización**

La directiva actual se formó hace cinco o seis años y consta de presidente, vicepresidente, secretario y cinco vocales; para conformarla se reunió a la general, integrada por cincuenta vendedores. La misma tiene como función encargarse de las relaciones con la Municipalidad y entre los vendedores mismos. Doña Ana María se ha encargado de que no haya compraventa de puestos: "el puesto ni se alquila, ni se vende ni se presta, hay que cuidar el pedacito que costó años obtener"; ofrecen hasta Q.5 mil por un puesto.

## **4 El negocio**

Es mejor la calle que contar con local propio; este último significa costos, dificultad para ubicarse bien, contratar servicios ajenos. Los vendedores se resisten a informar sobre el nivel de sus ganancias debido al temor de que los muevan del

sector; a ella su comercio le da para una vida tranquila, ha podido educar a sus hijos; también su madre quiso educarla a ella pero no pudo por la necesidad de andar en las ferias. En El Portal se combina una clientela estable con la que pasa por la calle. Conforme se encarece la vida nuevos sectores acuden a la venta callejera. Las mercancías que prevalecen en El Portal son relojes, calculadoras, aretes; sólo hay dos ventas de zapatos tenis. Ella vende mercadería en general de acuerdo a la temporada: fantasía, juguetes, calcomanías, tarjetas de Navidad.

## **5 Migración**

La fórmula generalizada entre los vendedores indígenas oriundos del interior es que el padre que hizo el puesto manda luego al hijo o a parientes, pero la familia se queda en el pueblo. Los vendedores mismos lo visitan periódicamente para trabajos agrícolas o de artesanía. Señala que los indígenas son los más inteligentes, afortunadamente para Guatemala, y que ahora ellos apoyan a los demás pues van para arriba, no se duermen, son innovadores. Desde que se instaló la nueva directiva, al menos, ya no se han incorporado nuevos vendedores al Portal.

### **Abraham Chanchavac Xiloj Mercado Peatonal**

Oriundo de Momostenango, departamento de Totonicapán. Vende posters y bisutería.

#### **1 ¿Cuándo se constituyó el Mercado Peatonal y a petición de quiénes?**

Fue una decisión de la Municipalidad. Esta, como siempre, quería sacarlos de la 18 calle, pero la lucha organizada de los vendedores llevó a buscar la solución del Mercado Peatonal. Bajo la administración de Arzú se planteó el desalojo pero también se iniciaron las pláticas. Con Berger persistió la idea de desalojarlos, pero en abril de 1991 se realizó una manifestación; fueron al Congreso y allí llegó el alcalde. Se reunieron cerca de 600 vendedores, el Congreso invitó a la directiva y al alcalde a dialogar, y allí mismo Berger tomó la decisión del Peatonal. Quien más apoyó a los vendedores fue el diputado Andrés Girón. El Mercado Peatonal se inauguró el 19 de noviembre de 1991.

## **2 ¿Considera que ha sido una medida exitosa?**

Salieron beneficiados los que manifestaron, que eran los que estaban fijos en la 18 calle, aunque la distribución de los puestos fue inequitativa. El acuerdo original contemplaba 3 metros por vendedor, pero en la repartición se asignaron espacios de 1, 1.2 y 2 metros. Además, las directivas le dieron puestos a familiares suyos. La Municipalidad no ha cumplido con ciertos requerimientos, por ejemplo, el de limpiar de vendedores la 18 calle, que fue una condición para aceptar cambiarse al Peatonal; se dice que los inspectores municipales reciben dinero de los “paracaidistas”.

## **3 ¿Cuál es el núcleo original del Peatonal y cómo se ha ido ampliando?**

La mayoría de vendedores siempre había estado en la 18 calle, aunque alternando su ubicación, como él, que hasta la fecha va en las mañanas a un mercado informal y por las tardes a la 18, que en las mañanas es muerta. Los que se han ido agregando lo hacen por el procedimiento normal; el puesto se va haciendo a la aventura, buscando la ubicación, luego hay vínculos familiares y de amistad y eso tiende puentes para el acceso al Mercado.

## **4 ¿La directiva del Peatonal responde a los intereses de la generalidad de vendedores, ha actuado con ecuanimidad?**

Los que ocuparon los buenos puestos estaban en la directiva o vinculados con ella, ocuparon los espacios de la acera norte. Al interior y en el resto de la periferia del Mercado se vende menos. La directiva no responde a los intereses de la generalidad, aunque ha servido para defender el puesto frente a la Municipalidad.

## **5 ¿Qué características tiene la clientela del Peatonal y su oferta?**

No existen clientes propiamente dichos; son desconocidos que provienen del interior del país. En cuanto a la oferta, es muy distinta a la de la 6a y difiere también de la de la 5a; lo particular del Peatonal son cinchos, mercería, grabadoras grandes, relojes de pared y otros.

**6 ¿Por qué se dedicó usted a la venta callejera y qué oficio ejercía antes? ¿Cómo obtuvo su puesto? ¿Qué papel juega la venta callejera en su economía familiar?**

Siempre le gustó vender. En Momostenango no hay agricultura; él, si hubiera tenido terreno se habría quedado, pero en la región del Altiplano sólo se produce una cosecha al año, de enero a noviembre, ¿qué se hace mientras?

A los 14 años fue a trabajar a la costa en el algodón pero se sufre demasiado, en los tres tiempos sólo se come frijoles y una ración de dos libras de maíz diario por persona. En la capital hay oportunidad de cambio, de enriquecer la cultura. Vive en la capital con su familia (su esposa es capitalina); el único ingreso familiar es el de la venta, lo que le ha permitido superarse, en lo intelectual. Trabajó también de guardián en un Colegio y en la Policía Nacional. Para él, el principal atractivo de la venta callejera es la independencia, es actuar de acuerdo a la propia responsabilidad, sin quien lo mande.

Estudió hasta 4o. año de Perito Contador, pero decidió sacrificar sus estudios para dedicarse al negocio y que de esa manera fueran sus hijas las que tuvieran la oportunidad de salir adelante. Ellas estudian y cuando sean mayores ya no se dedicarán a vender, o si lo hacen, van a ser vendedoras formales. Todo eso no se aprende en el campo. Considera que en el cambio de mentalidad que se ha producido en el área rural es muy importante la labor de concientización que han realizado los sacerdotes católicos, enseñando a aspirar a una vida mejor. El participó en cursillos de cooperativismo, desarrollo integral, tecnificación agrícola, pero sin tener tierra donde sembrar. Lee mucho. Colecciona los suplementos de la prensa y en particular valora "Momento", publicado por Siglo Veintiuno, que desafortunadamente dejó de salir. Actualmente está leyendo "La Patria del Criollo" de Severo Martínez.

**7 Hay indicios de que algunos vendedores originarios del interior del país realizan la venta callejera en combinación con su economía doméstica en sus lugares de origen y por ello no traen a sus familias y de esa manera no se constituyen en migrantes en sentido estricto. ¿Qué puede decir al respecto?**

La mayoría de los migrantes indígenas tienen a la familia en su tierra, allí fortalecen su economía; cada quince días visitan su lugar de origen. El que viene con

familia no prospera; los que vienen sin alguna educación previa se pierden. Muchos patojos no tienen formación ética y se dedican a las mujeres y la bebida. Lo económico es igual a lo que ocurre con quienes salen a trabajar al extranjero y envían remesas.

### **Eusebio Tayún Herrera** **Mercado Peatonal**

Oriundo de la aldea Río Hondo, municipio de Malacatancito, departamento de Huehuetenango, hablante de k'iche', tiene ocho años de vender en la capital, el primero en el mercado Colón, luego en la 18 calle, donde comenzó en la banqueta y luego obtuvo puesto en el mercado Peatonal. Al principio comenzó como empleado de su hermano. Está unido y tiene tres hijos, llegó a 4o. año de primaria. Decidió venirse a la capital por las estrecheces económicas que lo empujaron a buscar nuevos horizontes y porque su hermano "lojaló". La situación de violencia no fue determinante en su decisión, aunque recuerda lo que ocurrió en ese período; sin embargo, en su lugar de origen no fue muy intenso el problema.

Su familia reside en la aldea y su objetivo es que permanezcan allí, "porque se vive mejor, se es más libre, pero no se gana dinero como en la capital". Él piensa que seguirá vendiendo, pero sus hijos (todavía pequeños), estudiarán, y quizá sean profesionales (en la aldea existe escuela primaria).

En su tierra siembran maíz y frijol; su compañera se encarga de conseguir trabajadores para las distintas faenas y a veces las hace él, que cada dos o tres semanas visita su casa, además que siempre está presente para el momento de la siembra, de echar el abono químico, de tapiscar. Tienen cerca de 15 cuerdas de terreno de las cuales 4 y media están cultivadas; el resto es bosque de pinos que debe conservarse porque es necesario para juntar leña y sobre todo para que se conserve la tierra, porque al botar el bosque ésta se seca. Le gusta la agricultura; sus papás eran agricultores. Este año espera que las cosechas sean suficientes para el consumo de la familia; no lo han sido en años anteriores.

La venta callejera le ha permitido progresar, si no, se hubiera regresado. Sus ganancias en la venta las ha invertido en mejoras en su casa, tanto en la construcción como en enseres de diverso tipo; también para invertir en la agricultura, pero sobre

todo para invertir en su aldea, en los diferentes proyectos que va planteando el Comité que existe: agua potable, escuela, energía, un juzgado. Su mayor satisfacción es contribuir con la comunidad y por allí se logrará el progreso de todos. Cada quien contribuye según sus posibilidades y a él le satisface poder incrementar sus contribuciones.

### **Mateo Diego**

Oriundo del municipio de Santa Eulalia, departamento de Huehuetenango, hablante de kanjobal, llegó a la capital en 1990 y ocupó un puesto en la quinta avenida que le fue traspasado por un pariente.

¿Considera usted que existen pautas diferentes en el negocio según se trate de indígenas o no indígenas?

El indígena, como ha sufrido en el campo, valora las posibilidades de la ciudad. El ladino es propenso a imitar, a ser influenciado por la moda y algunos no saben administrarse. En el indígena es más fuerte el sentimiento de identidad; antes que vestirse bien prefiere tener buen surtido de mercadería, no le importa la ostentación. Los ladinos tienen varias mujeres mientras los indígenas no, pues el matrimonio para toda la vida es inculcado y vigilado por la comunidad. Desde que se pide a la novia los parientes advierten que es para siempre; cuando hay conflictos entre los esposos los padres de ambos se reúnen para examinar el asunto y hablar con los cónyuges; si se separan enfrentarán el rechazo de su gente, mientras en la capital la vida es anónima. Los ladinos tienen a su favor el conocimiento del español, que les facilita mucho.

### **Teodora Menchú Portal de El Comercio**

Doña Teodora comenzó a vender en el Portal desde 1964, bajo la Alcaldía de Francisco Montenegro Sierra, cuando un ratito vendían y otro los correteaban. Su mamá vendía en el mercado Colón, pero cuando trasladaron éste les dieron puesto en el 2o. piso y allí no se vendía; por eso se salieron al Portal. Después del terremoto mucha gente salió de los mercados.

Siempre ha vendido fantasía. La mayor persecución ocurrió en el tiempo de Abundio Maldonado; José Angel Lee fue quien les permitió vender, mediante negociaciones que logró el Comité del Portal; desde entonces la Municipalidad les empezó a cobrar, aunque desde hace dos años ya no lo hace; antes les cobraban del Mercado Central. Ella está de acuerdo con que les cobren pero que los dejen trabajar.

Bajo la administración Berger se hizo un censo y se les asignaron dos metros a cada uno, ordenándolos a la derecha. El Comité se formó en la época de Lee y desde entonces entregó una lista de los vendedores a la Municipalidad (“los inscribieron en la Muni”). El Comité fue electo y nunca lo han cambiado.

### **Migración**

Considera que la mayoría de indígenas son de Momostenango y que se instalaron en la época de Lee. Es gente que va regularmente a sus pueblos, se ausentan 8 ó 15 días y nadie les quita sus puestos porque para eso está el Comité. Piensa que se trata de comerciantes que llegan a la capital con el objetivo específico de instalar su venta, y no migrantes a ver qué cae.

### **Establecimiento**

El negocio le ha dado para sostener su hogar y ha ido prosperando; antes cosía de noche, ahora ya sólo se dedica a la venta, también por razones de edad. La situación de sus hijos es mucho mejor que la que ella confrontó. Recibe crédito de sus proveedores y eso le ayuda mucho. Nunca han tenido problemas con los comerciantes formales de El Portal.



