



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ

FACULTAD DEL HÁBITAT

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

TEMA:

**APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO POR MEDIO DEL
COMERCIO SEMIFIJO; LA ACTUAL IMAGEN URBANA EN LA
AVENIDA EJE VIAL PERTENECIENTE AL CENTRO HISTÓRICO DE
LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ.**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRA EN CIENCIAS DEL
HÁBITAT

LÍNEA DE GENERACIÓN Y APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO:
ARQUITECTURA

PRESENTA:

LIC. DUP. CRISTINA BELTRÁN MONCADA

DIRECTORA:

DRA. LOURDES MARCELA LÓPEZ MARES

SINODALES:

MDU. FILIBERTO ADRIÁN MORENO MATA
DR. JOSÉ GUADALUPE RIVERA GONZÁLEZ

SEPTIEMBRE DE 2017



PARA LA REALIZACIÓN DE ESTA TESIS SE CONTÓ CON EL
APOYO DE CONACYT No. 703457/584625

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí por permitirme llevar a cabo esta experiencia en mi continuo desarrollo académico y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por su apoyo en estos dos años.

A la Dra. Marcela por su apoyo constante durante la investigación, una gran persona.

Al Maestro Adrián Moreno por sus consejos y por todo el apoyo que recibí estos dos años de parte suya.

Al Dr. José Guadalupe Rivera, por permitirme conocer una disciplina distinta a la arquitectura y el urbanismo y sobre todo muy interesante como lo es la Antropología y ayudarme a entender un poco más de ella.

A mi familia, por el apoyo incondicional que siempre recibo de ustedes.

Y al universo entero por siempre conspirar a mi favor ¡gracias, gracias, gracias!

ÍNDICE

Resumen.....	5
Introducción.....	6
Objetivos.....	9
Preguntas de investigación.....	10
Antecedentes del comercio informal.....	10
Tipología del comercio informal.....	12
1 ANALOGÍAS Y TEORÍA DEL ESPACIO PÚBLICO.....	17
1.1 Estado del Arte.....	17
1.2 Teorías: Referencias y discusiones.....	20
1.2.1 Espacio público.....	21
1.2.2 La apropiación en el espacio público.....	21
1.2.3 Comercio en la vía pública.....	24
1.2.4 Centralidades urbanas históricas.....	28
1.2.5 Comercio en la vía pública dentro del Centro Histórico.....	30
1.2.6 Sobre la Imagen Urbana en los centros históricos.....	33
2 INSTRUMENTOS Y ETAPAS DE LA ESTRATEGÍA METODOLÓGICA.....	34
2.1 Marco analítico.....	34
2.1.1 Categorías analíticas de la imagen urbana.....	35
2.1.2 Accesibilidad.....	36
2.1.3 Percepción.....	37
2.1.4 Cualidades físicas.....	38
2.2 Estrategia metodológica.....	39
2.2.1 Observación: notas de campo y mapeo.....	42
2.2.2 Entrevista.....	44
2.2.3 Cambios a partir de la prueba piloto.....	46
2.2.4 Análisis de hallazgos: códigos y redes.....	47
3 HALLAZGOS Y DESCRIPCIÓN DEL CASO.....	49
3.1 Caso de estudio.....	49
3.2 Los antecedentes y el panorama de la informalidad urbana del Comercio en la vía pública en el Centro Histórico de San Luis Potosí (CHSLP).....	51

3.3	El lugar de estudio.....	58
3.3.1	La accesibilidad, percepción y las cualidades espaciales del lugar como componentes del espacio público	60
3.3.2	Ubicación de elementos físicos y perceptivos del lugar.....	70
4	CONCLUSIONES: SOBRE EL COMERCIO AMBULANTE COMO FENÓMENO DE APROPIACIÓN EN EL CENTRO HISTÓRICO DE SAN LUIS POTOSÍ EN LA AVENIDA DE EJE VIAL.	78
4.1.1	Apropiación del espacio.....	78
4.1.2	Percepción del lugar	78
4.1.3	Aspectos positivos del comercio semifijo.....	80
4.1.4	Aspectos negativos del comercio semifijo	80
4.2	Metodología	81
4.3	Propuestas de mitigación ante el impacto del fenómeno de apropiación del espacio público por el comercio semifijo.....	83
4.4	Investigación a futuro	84
5	BIBLIOGRAFÍA.....	86
6	Anexos.....	90
6.1	Reglamento de plazas y mercados del municipio de San Luis Potosí	90
6.2	Estructura de las entrevistas a ciudadanos en general, comerciantes ambulantes y servidores públicos.	94
6.3	Redes con las que se obtuvieron los datos generales de las entrevistas con el uso del software Atlas.ti.....	98
6.4	Cuadros de obtención de resultados con el software Atlas.ti.....	101
6.5	Fotografías de la Avenida eje vial (de la calle Juan Sarabia y Reforma)	103

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. La Alameda Central antes de su remodelación.....	19
Fotografía 2. Después de la remodelación de la Alameda Central de la Ciudad de México	19
Fotografía 3. Las estructuras semifijas se retiran por la tarde-noche, según el horario del permiso con el que cuentan	59

Fotografía 4. Las autoridades municipales de comercio son los encargados de regular y hacer entrega de permisos y avisos en el lugar donde se instalan	59
Fotografía 5. Las personas suelen transitar el arroyo vehicular por la falta de accesibilidad arriba de la banqueta, ya que las dimensiones de los puestos semifijos acaparan gran parte del espacio transitable.....	63
Fotografía 6. El comercio ambulante en eje vial, centro histórico de SLP.....	66
Fotografía 7. Los elementos urbanos pasan a ser parte de la estructura apropiada para uso personal del comercio ambulante.....	68
Fotografía 8. La prostitución es una de las percepciones más comunes que se tiene del lugar, por consecuencia el sitio se entorna inseguro	74
Fotografía 9. Edificios coloniales que se encuentran en este lugar son utilizados como prostíbulos, pero se anuncian como hoteles	79

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Principales conceptos que rodean el fenómeno de apropiación del espacio público.....	20
Imagen 2. Tipos de apropiación del espacio público.....	23
Imagen 3. Factores que influyen en el comercio informal	25
Imagen 4. Fenómenos que intervienen en los programas de rescate dentro de los centros históricos	29
Imagen 5. Estrategia metodológica	40
Imagen 6. Ubicación del caso de estudio del comercio informal dentro del primer cuadro del centro histórico	50
Imagen 7. Resultados del registro de accesibilidad por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos	61
Imagen 8. Resultados del registro de accesibilidad por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos por parte de las entrevistas realizadas.....	64
Imagen 9. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos, comerciantes semifijos y servidores públicos.....	64
Imagen 10. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos	67

Imagen 11. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos, comerciantes semifijos y servidores públicos.....	67
Imagen 12. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos	70
Imagen 13. Elementos urbanos que componen la imagen urbana del lugar.....	71
Imagen 14. Elementos urbanos que componen la imagen urbana del lugar.....	72
Imagen 15. Conflictos urbanos que forman parte de la percepción de la imagen urbana del lugar	73
Imagen 16. Rutas de transporte Público que transitan por la avenida eje vial	74
Imagen 17. Sentido de las calles alrededor de la avenida Eje Vial	75
Imagen 18. Ruta del metrobus	75
Imagen 19. Observación de la inseguridad a partir de una zona roja como es considerado los puntos de prostitución, el segundo mapa señala el caos vial generado por varios factores urbanos.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distintas Investigaciones en ciudades y centros históricos de ciudades mexicanas.....	31
Tabla 2. Categorías analíticas de la imagen urbana. Estudios de las ciudades....	35
Tabla 3. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2000-2003.....	54
Tabla 4. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2003-2006.....	55
Tabla 5. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2006-2009.....	56
Tabla 6. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2015-2018.....	57
Tabla 7. Resultado de las entrevistas realizadas en la avenida Eje Vial.....	60

Resumen

El comercio ambulante es un fenómeno social, político y económico que afecta los espacios públicos, en especial en aquellos que concentran mayor número de personas o comercios establecidos como son paradas de camión o calles de paso, hoy en día el comercio dejó de deambular por las calles, esta práctica se ha llevado a cabo en lugares específicos establecidos por las autoridades municipales los cuales los convierten en comerciantes semifijos (ya que permanecen diariamente y solo durante la noche se retiran). Este fenómeno se presenta con frecuencia en los centros históricos los cuales hoy en día albergan grandes cantidades de comerciantes semifijos y sus organizaciones los cuales se distribuyen por las calles de este sector de la ciudad, ya que son atraídos por las ventas y el turismo que en este lugar se genera y sus ventas son generalmente más altas que en otros puntos de la ciudad. Esta situación ha cambiado la percepción de los ciudadanos que tienen sobre la imagen urbana del centro histórico, ya que como consecuencia de la modificación de su aspecto físico, la imagen mental que tienen ellos sobre esta no es precisamente positiva o atractiva, pues la generación de inseguridad y falta de mantenimiento e higiene a este entorno da como consecuencia una descuidada percepción del lugar. La presente investigación aborda el comercio semifijo que se lleva a cabo dentro del centro histórico de San Luis Potosí, específicamente en la avenida Eje vial, comenzando en la calle de Juan Sarabia y terminando en la intersección de la avenida Reforma, este lugar se encuentra en el perímetro "B" perteneciente a la zona de monumentos históricos de la ciudad de San Luis Potosí (decreto presidencial del día 19 de diciembre de 1990). Dentro de este documento se analizó la apropiación por parte del comercio semifijo en esta área y como afecta la imagen urbana del lugar, además de otros factores sociales y urbanos que directa o indirectamente también intervienen en la imagen urbana y su deterioro. Este fenómeno se estudió por medio de entrevistas a las personas que intervienen directa e indirectamente con el fenómeno de estudio, con esto se elaboraron propuestas de mitigación y mejoría para el espacio público con el fin de impactar de manera positiva en la percepción del lugar.

Introducción

Encontramos distintas definiciones al tratar de darle nombre al comercio y sus formas de establecerse dentro de los espacios públicos no destinados a esta práctica económica. Generalmente desde su aparición es llamado comercio informal a cualquier tipo de actividad económica no registrada, regulada ni gravada que se encuentra fuera del marco legal establecido por el Gobierno, el cual, por consiguiente, no ofrece ningún tipo de protección legal (Frische, 2013). El origen del concepto se remonta a 1972, cuando una misión de empleo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) realizó un estudio sobre una amplia gama de actividades económicas de bajos ingresos en Kenia. El estudio llegó a la conclusión de que estas actividades, a pesar de su escala reducida y de utilizar tecnologías simples y poco capital, no sólo eran eficientes y lucrativas sino que poseían un alto potencial para crear empleo y reducir la pobreza (Frische, 2013).

Se conoce como comercio ambulante a la práctica de ofrecer productos y servicios (como autoempleo por ejemplo, plomero, carpintero etc.) en los espacios públicos trabajando con o sin licencia, una de sus características principales son el moverse de un sitio a otro durante el día para la venta de su mercancía, suelen tener puestos techados sobre ruedas o al aire libre sentados al lado de una canasta o una manta que muestre su mercancía, la mayoría de los negocios de los vendedores ambulantes son operaciones de una sola persona que utilizan, en función de sus necesidades, la mano de obra no remunerada de sus propios familiares (Monique Cohen, 2000). Mientras que el comercio semifijo se establece con puestos metálicos, anclados al piso o puestos semifijos que se desmantelan por la tarde-noche y vuelven a instalarse a la mañana siguiente, en el mismo sitio (Hernando de Soto, 1986).

Los estudios que se tienen sobre este fenómeno generalmente son de carácter económico y político, ya que esta economía “informal” se convierte en un gran contrapeso para los sectores comerciales legales, lo cual crea conflictos con las autoridades que permiten este tipo de comercio que muchas veces no se tiene registro del número de ambulantes en las calles.

A su vez, al instalarse en lugares públicos en los cuales los ciudadanos realizaban sus actividades cotidianas o desplazamientos esta situación se convierte en un fenómeno de *apropiación del espacio público* ya que sin aviso a los mismos usuarios del lugar imponen sus estructuras, se adueñan de las banquetas, mobiliario urbano y toman parte de la infraestructura del lugar para beneficio de sus ventas.

La *apropiación del espacio público* se refiere a la ocupación física y, con ello, a la exclusión de otros posibles usuarios del espacio, ya que quien se apropia del espacio de forma material realiza una localización física de personas, cosas y procesos, que excluyen a otros posibles usuarios (Lucio, 2000). Que a diferencia de la definición del *uso del espacio* significa que este lugar se encuentra regulado por el estado, está en directa relación con su estatus de propiedad: la ley no contempla que espacios de otra naturaleza puedan ser usados públicamente (Schlack, 2007).

En este trabajo de investigación, el uso de este término (apropiación) se da a partir de las circunstancias en la que los ciudadanos observan este fenómeno, el cual es realizar actividades económicas que no corresponden al uso de suelo en el que se encuentra.

En efecto, el uso de estos espacios públicos como lo son las calles del centro histórico, es de carácter público y el comercio en la vía pública dificulta la posibilidad de hacer compatibles el goce de un conjunto de derechos entre sí, de los actores sociales involucrados y el resto de la sociedad. Se evidencia con la imposibilidad de armonizar el derecho al libre tránsito de los peatones y el libre disfrute del espacio público, frente al derecho al trabajo por parte de los comerciantes en vía pública.

Ahora bien, estas acciones han tenido repercusiones sobre la manera en que los comerciantes en vía pública se apropian de los espacios públicos. Esta legitimación viene dada por el grado de organización que adquieren, en el cual se regula socialmente el acceso y permanencia en los espacios urbanos en los que desarrollan el comercio en vía pública. Por lo anterior, la apropiación a la que

hacemos referencia, tiene que ver, no por el orden jurídico vigente, sino con la apropiación del espacio que se da como resultado de la permanente negociación entre los comerciantes en vía pública y los miembros del sistema político-institucional; y a la construcción de un conjunto de reglas no reconocidas jurídicamente que permiten la organización en tales espacios.

La investigación analizó y evaluó el fenómeno del comercio semifijo en la zona Centro de la ciudad de San Luis Potosí, y el impacto que tiene su práctica en la imagen urbana del lugar desde la perspectiva del diseño urbano y del paisaje. Uno de los alcances que pretendió esta investigación fue la comprensión de los procesos de apropiación del comercio semifijo y su impacto en el espacio público para así proponer estrategias urbanas e instrumentos de planeación y diseño urbano que permitan enfrentar, mitigar o solucionar los problemas relacionados al fenómeno.

La presente investigación cuestionó estas prácticas de apropiación desde el enfoque urbano y social, teniendo como parámetros de investigación la accesibilidad al espacio público y la percepción del lugar apropiado y las cualidades físicas del lugar, por parte de los ciudadanos que habitan y transitan en el perímetro del centro histórico de la ciudad de San Luis Potosí así como de las autoridades que están encargadas de controlar este comercio y los mismos ambulantes, los cuales influyeron directamente estas distintas opiniones y puntos de vista para la realización de propuestas y estrategias de mitigación del fenómeno dentro de este sitio colonial de la ciudad.

La diferencia entre comercio formal y comercio semifijo es muy notoria, el comercio formal paga impuestos y permisos, además de establecerse en un lugar digno para llevar su actividad a cabo, mientras que el comercio semifijo se realiza en un sitio no adecuado para su establecimiento, pagando solo un permiso al municipio por su estadía en el lugar evitando otro tipo de impuestos (como los servicios básicos, agua, luz, internet) provocando la molestia de los comerciantes formales establecidos, tanto sobre la instalación de este comercio frente a sus

negocios como el consentimiento de las autoridades para permitir esta actividad a cabo.

Por ultimo quiero mencionar que durante la investigación hicimos mención al comercio en la vía pública (o también mal llamado ambulante, pues por lo general esta actividad ya no se mueve a otros sitios) como comercio semifijo, ya que el termino de informal hace alusión a que carece de reglas protocolarias o falta de permiso para establecerse, situación que no sucede en el centro histórico de San Luis Potosí ya que, como mencionamos en el párrafo anterior, los comerciantes semifijos pagan una cuota al municipio específicamente a la dirección de comercio para establecerse en la vía pública. También se hace mención de manera conceptual los principales procesos y fenómenos vinculados con el objeto de estudio; la apropiación del espacio público por el comercio informal.

La parte central de la investigación giró en torno al análisis –mediante vivencias y experiencias concretas de las personas que intervienen- de la forma en que se concibe lo público desde lo local y las diferentes estrategias que ejercen los grupos sociales para conservar y usar el espacio público. En este sentido, la investigación busco describir y entender como los usuarios explican y perciben el espacio público y como el comercio ambulante afecta sus vivencias e interpretación del entorno dentro del lugar. Contextualizando teóricamente, a partir de la reflexión sobre los conceptos de accesibilidad, percepción y las cualidades físicas del lugar, esto de manera particular para cada uno de los participantes entrevistados.

Objetivos

El objetivo principal fue analizar la apropiación del espacio público por parte del comercio semifijo en el Centro Histórico de S.L.P. así como el origen y los factores políticos, económicos y sociales que conllevan a esta práctica económica a desarrollarse en un espacio no destinado a ello. Específicamente buscamos conocer la transformación urbana que ha generado el comercio ambulante a partir de sus prácticas en el Centro Histórico de San Luis Potosí. También buscamos

evaluar los factores políticos, socioculturales y económicos que contribuyen a llevar a cabo esta práctica económica para proponer estrategias urbanas e instrumentos de planeación y diseño urbano que permitan enfrentar, mitigar o solucionar este fenómeno.

Preguntas de investigación

En esta investigación buscamos entender:

¿Qué situaciones sociales y urbanas causan la apropiación de los espacios públicos por parte del comercio semifijo en el centro histórico?

¿Cuáles son las consecuencias en materia de imagen urbana, sobre la accesibilidad, la percepción y las cualidades físicas del lugar que derivan de la presencia del comercio semifijo dentro del espacio público en el Centro Histórico de S.L.P.?

¿Qué estrategias o criterios de diseño urbano permitirán enfrentar o mitigar este fenómeno?

Como hipótesis proponemos que los procesos de apropiación del espacio público por parte del comercio semifijo propician cierta inseguridad, anarquismo y conflictos con la accesibilidad peatonal y al comercio local dentro de las calles que se encuentran invadidas por el mismo. Esto afecta el espacio público por las barreras físicas que representan las estructuras y puestos ambulantes en este lugar.

Antecedentes del comercio informal

Sobre este concepto, el antropólogo Keith Hart (1971), es considerado uno de los pioneros de este campo. Después de examinar oportunidades de ingresos informales en Ghana señaló que muchos de estos ciudadanos si tenían un empleo productivo, pero estaban fuera del rango del “radar” del Estado y por lo tanto no eran tomados en cuenta en las estadísticas nacionales de desempeño económico. A partir de esto surgió la definición de informalidad, en referencia a aquellas

actividades que eluden las instituciones formales y los marcos reguladores (de Alba & Lesemann, 2012).

La distinción entre el sector formal e informal en las economías urbanas de los países en vías de desarrollo ha jugado un papel importante al poner de relieve y despertar preocupación acerca de a) la inadecuación de los supuestos en que descansa la teoría económica tradicional, especialmente con respecto al funcionamiento del mercado laboral; b) las escasas posibilidades del sector moderno de absorber los incrementos de mano de obra en el corto, mediano y largo plazo c) el importante papel económico y potencial de crecimiento de una parte del sector informal; d) la necesidad de incluir dentro de la estrategia económica global, políticas específicas en favor de las actividades que lo conforman, de manera que promuevan la superación de la pobreza y de las desigualdades sociales (Dagmar, 1979).

En México, la investigadora Patricia Ramírez Kuri señala que el comercio en la vía pública es de origen ilegal, por ello su expresión pública adquiere formas de rechazo social de los estratos empresariales que se ven afectados por esta actividad a la vez que se torna una preocupación institucional por las autoridades (Kuri, 2005).

En este caso, el comercio en la vía pública está asociado a la imposibilidad material de los individuos para satisfacer sus necesidades básicas y de sus familias por medio de mecanismos formales, situación que los obliga a desatender ordenamientos legales en el espacio urbano para satisfacer tales necesidades, obviando, incluso, las obligaciones que como ciudadanos se tienen con el Estado y el colectivo en general. De esto se desprende tres ejes como fuente de origen de la informalidad (Alba & Lesemann , 2012):

- Deficiente orden legal: En el marco del crecimiento urbano reciente en México y sus periodos de crisis, el fenómeno del comercio informal se ha multiplicado al proliferar y extenderse en calles, banquetas, parques, estaciones de autobuses y oficinas, lo que ocasiona serios problemas en la

vialidad, salud pública, seguridad, daños al erario, a la ciudadanía y la economía en su conjunto.

- Inequitativa distribución de la riqueza: Una de las características de la economía mexicana es el estancamiento con la inflación, esta situación se refleja principalmente en menor crecimiento económico, rápidos incrementos de los precios de los productos de consumo no duradero, déficit creciente en la balanza de pagos y en el presupuesto del sector público, así como en un desmesurado endeudamiento externo e interno.
- Mercado laboral-formal escaso o deficiente: Al agudizarse la crisis económica comienza el despliegue de inmigrantes desocupados a la ciudad y de los trabajadores urbanos expulsados de sus empleos en la búsqueda por la supervivencia dentro de la economía informal. El estado, por su parte, sabedor del problema, e imposibilitado para ofrecer opciones “formales” a los trabajadores, tolera el crecimiento de los empleos informales.

Existen diversas propuestas relacionadas con los factores que vinculan el comercio en la vía pública con la violencia, se trastocan entonces, patrones de orden social, político y económico. Alba y Lesemann (2012) sostienen que también que la línea que divide las funciones estabilizadoras (normativa y gobierno) a las desestabilizadoras (el comercio ambulante) de la informalidad es muy delgada, lo que crea un precario equilibrio entre la coerción y la complicidad que puede derivar en violencia y desorden con relativa facilidad en el espacio público.

Tipología del comercio informal

El comercio en la vía pública se organiza en formas distintas dependiendo de la situación en la que se encuentren. Hernando de Soto (1986), clasifica al comercio informal en la vía pública de la siguiente manera:

- *Mercados sobre ruedas*: En México originalmente surge dentro de las tradiciones de tianguis prehispánicos con el intercambio de alimentos y semillas, este término se surge en 1970 como respuesta al excesivo

intermediarismo establecieron lugares y días de la semana en que los productores se concentrarían en tramos de la calle previamente definidos para vender sus mercancías a un precio no mayor al centro de abasto. Originalmente se trataba de comestibles, pero con el paso del tiempo podemos encontrar electrodomésticos y bisutería, de producción nacional o extranjera.

- *Tianguis-bazar*: Originalmente su característica fundamental era su ubicación sobre terrenos baldíos privados y públicos; se instalaban con material portátil para funcionar sábados y domingos y en ocasiones un día entre semana; sin embargo ahora ya también se establecen en la vía pública
- *Puestos fijos y semifijos en la vía pública*: Expenden en la calle principal alimentos preparados, prendas de vestir y bisutería. Han constituido en los últimos años un problema para los comerciantes establecidos, para la población residente en el lugar donde se asientan y en general, para los consumidores, debido a las condiciones de insalubridad e inseguridad con la que operan. A pesar de que están establecidos en un lugar, ya sea con puestos metálicos, anclados al piso o puestos semifijos que se desmantelan por la tarde-noche y vuelven a instalarse a la mañana siguiente, no cuentan con agua corriente ni lavabos o cuartos sanitarios; tampoco con sistemas de refrigeración para mantener frescos los alimentos que expenden; utilizan tanques de gas para sus estufas, los que colocan dentro o fuera del puesto implicando riesgos para todos los transeúntes.
- *Puestos aislados*: Existen también puestos aislados que constituyen el comercio de subsistencia, ya que son atendidos en su mayoría por una persona y no presentan un volumen alto de mercancías. Estos vendedores se ubican en lugares de gran afluencia de personas (cines, teatros, mercados públicos, paradas del camión o bases de taxis colectivos). Casi siempre cuentan con un lugar fijo y ocasionalmente dos sitios diferentes el mismo día, según la cantidad vendida. Muchos de ellos no dependen de líderes o no están afiliados a alguna organización que los proteja. Los permisos para operar los obtienen directamente de los inspectores y funcionarios de vía

pública del municipio mediante cuotas variables, según el lugar donde se localicen y su volumen de ventas.

Al observar y conocer el tema del comercio en la vía pública y sus antecedentes económicos, sociales, físicos y políticos así como su delimitación, en esta investigación nos enfocamos en los puestos semifijos en la vía pública, debido a que en la ciudad y principalmente dentro del centro histórico la presencia de estas estructuras “temporales” (ya que durante la noche se retiran) tienen gran presencia en los espacios públicos, principalmente alrededor de las avenidas y paradas de autobús, lo cual crea un conflicto con el peatón y el desplazamiento del mismo, además de que el acumulamiento de puestos en estos espacios empiezan a modificar la imagen urbana del lugar, interviniendo con la percepción del ciudadano y su estadía en el sitio.

Cabe mencionar que durante la investigación nuestro objeto de estudio será referido como comercio semifijo, ya que este tipo de establecimiento no puede ser llamado informal pues a diferencia de este término, los comerciantes del centro histórico de S.L.P. pagan una cuota al municipio para establecerse en las banquetas, también de manera errónea se le ha llamado comercio ambulante, pues las estructuras permanecen semifijas y sus ventas permanecen en el mismo sitio toda la semana. Por lo que este término acuñado por Hernando de Soto es el que corresponde.

El caso de estudio se encuentra en el centro histórico de la ciudad de San Luis Potosí, específicamente en la avenida Eje vial, empezando por la calle y cuchilla de Juan Sarabia (desde el centro) hasta llegar a la avenida Reforma (hacia la periferia del mismo centro) ya que este tipo de comercio está apropiándose de las calles principales del centro histórico especialmente en esta zona, lo cual se refleja en la imagen urbana del lugar, este tema lo explicaremos en los capítulos correspondientes.

La tesis se estructura en cuatro capítulos, el primero corresponde al Marco Teórico, el cual nos introduce a los temas de interés para analizar el caso de

estudio y los conceptos que se relacionan directamente con el fenómeno de apropiación y su relación con el comercio semifijo, en esta parte observamos cómo se entrelazan los conceptos y dan forma al entendimiento de nuestro fenómeno de estudio, además de mencionar casos similares en otras ciudades dentro del estado del arte y su manejo en ellas del fenómeno.

El segundo capítulo corresponde al Marco Metodológico, donde se explica la estrategia metodológica que se llevó a cabo en esta investigación, las tres categorías analíticas que sirvieron como base al desarrollo de las notas de campo (las cuales fueron desarrolladas dentro del sitio de análisis) y los tres tipos de entrevista dirigida a nuestros participantes (comerciante semifijo, autoridad municipal y ciudadano en general), y con esto conocer el estado general del lugar, las vivencias, opiniones y percepción de ellos entorno al fenómeno. También se hace mención de las pruebas piloto que se realizaron y como se analizó la información de las notas de campo y las entrevistas (esta última, menciona el uso del software Atlas.ti para el análisis de datos cualitativos).

En el tercer capítulo, Hallazgos y Descripción del Caso se hace mención al caso de estudio y sus antecedentes históricos, además de enfatizar el lugar de estudio (la avenida Eje vial, quedando como limitación de la calle Juan Sarabia la cual se encuentra en el corazón del centro hasta la avenida Reforma, la cual abarca una parte de la área periférica del borde del Centro Histórico), se aborda el panorama actual del fenómeno, las preexistencias físicas del lugar y el desarrollo de las entrevistas se ven reflejadas en esta parte, ya que los ejes en los que se enfocó el estudio (la percepción, la accesibilidad y las cualidades físicas del lugar) y la opinión sobre esto de los ciudadanos, comerciantes y autoridades se dan a conocer así como su relación y acercamiento con el fenómeno

En el capítulo cuatro se mencionan las conclusiones, el cual comienza con la percepción del comercio ambulante como fenómeno de estudio en el caso de realizado en S.L.P., la apropiación del espacio en este lugar (del Centro Histórico) y los aspectos positivos y negativos que rodean al comercio semifijo. La discusión de la metodología y las propuestas de mitigación ante el impacto del fenómeno de

apropiación, las cuales se mencionaron como objetivos dentro de la investigación. Por último se menciona una opinión sobre la investigación a futuro y la aportación que hace esta investigación sobre los espacios públicos.

Por último se anexan los elementos que formaron parte de la investigación de manera directa o indirecta para su conocimiento, entre los que destacan las entrevistas, las redes que se obtuvieron con los datos dentro del software Atlas.ti, los cuadros que se formaron para la obtención de resultados y fotografías del lugar.

1 ANALOGÍAS Y TEORÍA DEL ESPACIO PÚBLICO

Esta primera parte, nos introduce a los trabajos realizados por diversos autores sobre el espacio público y la relación con el comercio semifijo, es importante conocer las investigaciones que se han realizado con anterioridad para entender desde estas perspectivas el fenómeno y comprenderlo en nuestra unidad de estudio.

1.1 Estado del Arte

Esta investigación contribuye al análisis de la imagen urbana de los centros históricos que tienen la presencia de comercio semifijo, por lo general encontramos artículos o investigaciones que refieren a este fenómeno desde la perspectiva económica y política y como repercuten en estos lugares, sin embargo nosotros buscamos nuevos ejes de investigación o al menos adentrarnos a temas no muy vistos desde la perspectiva social o urbana. Con esto buscamos abrir una brecha distinta en la investigación social.

En esta parte se aborda la contextualización del fenómeno del comercio semifijo en casos similares a nuestra unidad de estudio, que es el centro histórico de San Luis Potosí, para conocer previamente este suceso se mencionan antecedentes del comercio informal y su desarrollo en otras ciudades así como su manera de mitigar en estos lugares, esta parte de la investigación es fundamental antes de comenzar el desarrollo de nuestra metodología.

Uno de los ejemplos más sobresalientes entre los antropólogos y sociólogos que estudian el contexto de la informalidad en los espacios públicos, es el caso de Túnez en África. La informalidad en esta ciudad se planteó, en primer lugar, en términos del así llamado «sector no estructurado», por oposición al “sector moderno” (Charmes, 1983) . Según Jacques Charmes, el ambulante en este país comprendía pequeñas empresas (de tres a diez empleados) dedicadas a oficios menores en la vía pública. Los rasgos principales de estas actividades económicas eran la poca inversión de capital, un alto grado de adaptabilidad y el uso de trabajadores no asalariados (aprendices, familiares, etc.), las autoridades

tunecinas se vieron presionadas para reconciliar el dinamismo de las pequeñas microempresas (que proporcionaban sustento a los que viven en condiciones precarias) con las demandas de los empresarios de reducir las actividades informales para acabar con su supuesto efecto dañino sobre la economía formal. El descontento surge en diciembre de 2010 y enero de 2011, cuando se impulsó una protesta por parte de jóvenes desposeídos provenientes de familias empobrecidas, que no podían encontrar trabajo a pesar de contar con títulos educativos. Lo interesante de este levantamiento social fue que no hubo liderazgo central ni ideología común que unificara al pueblo, sino solo una llamada general por la dignidad, el derecho al trabajo y la condena al despotismo y la corrupción (Ayeb, 2011). En Latinoamérica una representación del problema de comercio en las calles y su control fue en la ciudad de Quito, que cuenta con uno de los centros históricos más grandes del mundo, fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Los comerciantes ambulantes ubicados en el Centro Histórico de Quito desarrollaban su actividad en dos formas, la primera ubicada en espacios fijos y la segunda en forma ambulante. En el año de 2002 alrededor de 5200 comerciantes fueron paulatinamente reubicados en los Centros Comerciales del Ahorro, siendo exitoso el desalojo de las calles, que fuera negociado y programado en condiciones aceptables por las partes y que podría decirse, se realizaron en forma pacífica sin llegar a confrontaciones violentas, esta acción habría permitido el desarrollo normal del curso previsto dentro del proceso recuperación del Centro Histórico. Bajo el control de este comercio, las amenazas de un posible regreso siempre se hace esperar, por los grupos radicales que no están de acuerdo a su reubicación (como sucede en todas las ciudades que tienen este fenómeno) es por ello que las autoridades deben sostener una perspectiva integral, que ligue los aspectos sociales, económicos y culturales en forma sistémica y que asegure la sostenibilidad del proyecto en condiciones de equidad. En la ciudad de México, el caso de la Alameda Central fue analizado por Ángela Giglia (Camarena Ocampo & Portal, 2015). En esta ciudad se llevó a cabo una política que apuntó a mejorar la imagen de la ciudad y convertirla en un destino atractivo en el escenario global. La Alameda con anterioridad tenía usos

populares y era mayormente utilizado como espacio de convivencia por las clases sociales bajas, además de llevarse a cabo actividades como la prostitución y el comercio informal. Cuando el proyecto se llevó a cabo no contempló la actividad informal ya que pretendía dar una imagen urbana “higienizada” del lugar, produciendo una isla regida por reglas exclusivas y excluyentes. Con el transcurso de los meses, la Alameda vuelve a ser apropiada por la misma clase popular, pero con menos comercio informal, ya que el mismo diseño de la Alameda no permite la acumulación de estructuras o espacios para el desarrollo de este. (Además de que el cruce a la Alameda es un caos vial y por consiguiente hay menos ventas).

Fotografía 1. La Alameda Central antes de su remodelación



Fuente: cdmx.gob.mx, Junio de 2007.

Fotografía 2. Después de la remodelación de la Alameda Central de la Ciudad de México



Fuente: cdmx.gob.mx. Enero de 2015.

En la mayoría de las investigaciones existentes el enfoque se dirige a factores económicos y repercusiones del comercio en la vía pública en el sector empresarial y de turismo, dirigiendo su línea al desplazamiento de este factor económico a mercados dentro y fuera del centro de la ciudad.

Tomamos como ejemplo estos casos de estudio como antecedentes de la informalidad urbana dentro de los centros históricos ya que estos lugares compartieron similitudes como la apropiación del espacio público y la intervención de las autoridades correspondientes, dentro de la revisión de antecedentes de apropiación no se encontraron casos que mencionaran la imagen urbana como una de las principales condiciones afectadas en el centro histórico y algún tipo de renovación que llevara como principal objetivo incluir o mitigar el fenómeno de apropiación tomando en cuenta este factor urbano. Por lo que nuestro trabajo toma como uno de los ejes principales la mejora de la imagen urbana dentro del centro histórico y es mencionado dentro de las preguntas de investigación.

1.2 Teorías: Referencias y discusiones

Para introducirnos al proceso de nuestra investigación en este capítulo se analizó el marco de referencia para abordar el área de estudio, específicamente abordamos los conceptos de espacio público e intentamos además, entender la complejidad que los entrelaza formando una red que expone el fenómeno de manera sustancial.

Imagen 1. Principales conceptos que rodean el fenómeno de apropiación del espacio público



Fuente: Elaboración propia en base a diferentes autores, Febrero de 2016.

1.2.1 Espacio público

La noción del espacio público es central para entender las dinámicas permisibles al comercio informal o semifijo y en las mecánicas de apropiación de esta actividad cuyo principal escenario es este espacio.

Tratándose de la ciudad, el espacio público hace referencia a dos dimensiones: el espacio físico que remite a los sitios identificados de encuentro entre la gente, de confluencia e intercambio (plazas, calles, centros de diversión y de reunión); y el espacio político, que en ocasiones coincide también con ser un espacio físico (Congreso, cámaras, instituciones, etcétera), pero que tiene la cualidad en general de ser un espacio desterritorializado, definido principalmente por la circunstancia de constituirse a partir de la acción mancomunada de los grupos y los individuos (Arditi, 1995).

El espacio público está constituido por múltiples micro espacios públicos que pueden tener un carácter contingente o permanente. Es un espacio de libre circulación, incluyente y accesible a todos; un ámbito de confluencia de individuos, de comunicación y expresión en el que los intereses particulares, las prácticas y las demandas adquieren visibilidad; y es también el ámbito natural de expresión de la acción colectiva, el escenario de los debates, polémicas y conflictos entre grupos, donde circulan los discursos y se forman identidades (Kuri, 2009).

Cuando se habla de espacio público no puede evitarse aludir a las nociones sobre sus formas de uso y el desarrollo del individuo dentro de esta, pero también e igual de importante a sus formas de apropiación por parte de las personas que lo habitan, transitan o viven por lo que en principio es necesario hacer una distinción de la definición de apropiación.

1.2.2 La apropiación en el espacio público

Se les llama espacios públicos a aquellos que representan recursos materiales que la sociedad ha creado (Paynter, 1982) están a cargo de la administración pública del Estado (Escribano, 1956) y permite que la población se mueva y

comunique con el entorno (Lee, 1987). En cambio, los espacios privados se caracterizan porque allí se limita la capacidad de movilización, acceso de la población y su interacción mediante formas de control que limitan la libertad (Rapoport, 1977).

Los espacios públicos tienen una función importante para los grupos que se apropian de ellos, debido a que facilitan en el intercambio de funciones, y promueven la cooperación e interacción entre diferentes personas, en tanto que los espacios privados carecen de esta función (Hernández, 1998).

Debido a que a nadie se le puede limitar el acceso a los espacios públicos, estas han sido puestas en debate debido a las diferentes formas de apropiación que sobre ellos existen. En este caso, las formas que aquí se desean explorar corresponden a la apropiación material. Se refiere a la ocupación física y, con ello, a la exclusión de otros posibles usuarios del espacio, ya que quien se apropia del espacio de forma material realiza una localización física de personas, cosas y procesos, que excluyen a otros posibles usuarios (Lucio, 2000).

La concepción del espacio como un lugar común de sociabilidad y relaciones de poder político, permite entender el significado entre la relación y la representación del mismo. Son tres las dimensiones, según (Lefebvre, 1974), por medio de las cuales se puede representar el espacio. Se presenta como algo vivo, dinámico y que se produce e instituye no sólo desde la normatividad del estado, sino también desde las vivencias (imágenes, símbolos) cotidianas y modos que tiene el ciudadano común de practicarlo y observarlo. De Certeau (1999) describe, que la significación del espacio se traducirá en apropiaciones que recomponen el espacio propuesto por el entorno en la medida en que las colectividades lo hacen parte de ellas, siendo ésta, parte de la práctica cultural (Harvey, 1989). A esta reflexión, se le puede agregar que las causas y las consecuencias de las nuevas formas de transformación (apropiación) y territorialización espacial se deben a que los procesos y modos en que se ocupa actualmente el espacio público han cambiado gradualmente con el motivo de otorgar una nueva significación. Ante esto, es preciso señalar que *“el espacio es un producto material en relación con otros*

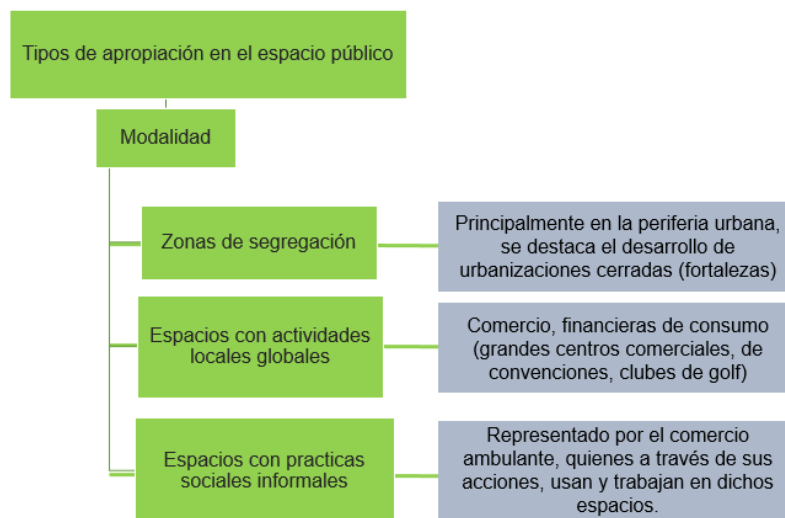
elementos materiales, entre ellos los hombres, los cuales contraen determinadas relaciones sociales, que dan al espacio (y a los otros elementos de la combinación) una forma, una función, una significación social” (Jordi Borja, 2000 pag. 114).

Dentro de la apropiación del espacio público, se destacan tres modalidades:

a) *los espacios privados* con “actividades locales-globales” en los cuales surgen las zonas de producción y comercio, financieras y de consumo (grandes centros comerciales, centro de convenciones, clubes de golf), así como fraccionamientos urbanos cerrados denominados “clusters” (Kuri, La ciudad, espacio de construcción de ciudadanía, 2009)

b) *los espacios de segregación*, principalmente en la periferia urbana. Se destaca en este caso el desarrollo de urbanizaciones cerradas (fortalezas) como viviendas privadas o espacios de recreación con acceso limitado a una cuota de costo altamente elevado) la producida por la *informalidad*, que se lleva a cabo por prácticas sociales en el espacio público la cual es exhibida y representada por el comercio ambulante, quienes a través de sus acciones usan y trabajan en dichos espacios. Este último punto se analizará como eje central de la investigación.

Imagen 2. Tipos de apropiación del espacio público



Fuente: Elaboración propia con base en Patricia Ramírez Kuri, Noviembre de 2015.

Como explica Ramírez, el espacio público es objeto de cambios en su entorno físico, los cuales se llevan a cabo por diversas actividades los cuales incluyen o excluyen a los demás ciudadanos. El comercio en la vía pública, por su forma de apropiación limita el espacio físico del usuario por llevarse a cabo en lugares por lo general no aptos para esta actividad.

En el siguiente apartado se pretende aportar nociones sobre lo que significa la actividad del comercio en la vía pública y su derivación en las formas de apropiación del espacio público: ambulantes, fijos o semifijos, que constituyen un rostro acotado del espacio público. A estos actores, que cubren una gama extensa de sujetos concretos, se les encuadrará a lo largo de esta investigación en la categoría de comercio informal, tomando en cuenta que esta categoría unifica diferentes tipos de comercios.

1.2.3 Comercio en la vía pública

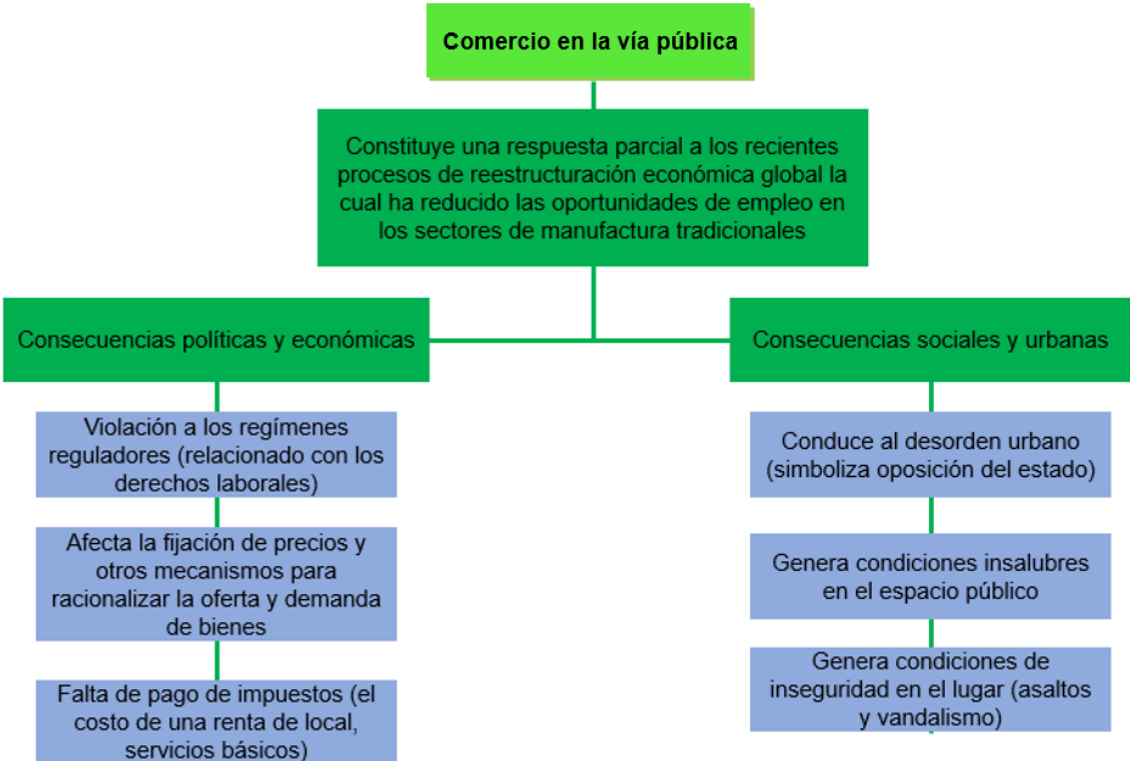
Esta actividad económica es el precedente de lo que hoy en día conocemos como comercio ambulante y semifijo ya que este se originó en los espacios públicos sin un orden legal, no podemos dejar de lado este importante antecedente y su origen para el estudio del comercio semifijo pues es de gran importancia conocer estas características para entender el fenómeno de manera general.

El llamado “comercio informal” surge de la acelerada expansión demográfica del sector informal registrada en las grandes metrópolis, constituye una respuesta parcial a los recientes procesos de reestructuración económica global la cual han reducido las oportunidades de empleo en los sectores de manufactura tradicionales (Roy, 2002).

Las actividades económicas en la vía pública dentro de las ciudades trae consigo consecuencias que afectan al comercio formal, pero si hablamos también de manera física y espacial, también afectan a las personas que transitan libremente por las calles (Kuri, 2009).

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, este tipo de comercio también cubren las necesidades básicas de sobrevivencia económica, ya que de alguna manera son el modo de subsistencia de estas personas que no cuentan con un trabajo dentro de alguna dependencia gubernamental burocrática, empresarial o cualquier otro trabajo regulado por la ley, por lo tanto son toleradas tanto por la ciudadanía como por el sector público.

Imagen 3. Factores que influyen en el comercio informal



Fuente: Elaboración propia con base en Roy 2002 Felipe de Alba, Noviembre de 2015.

El establecimiento del comercio en la vía pública genera situaciones espaciales más allá de lo físico. Un ejemplo de esto son las consecuencias políticas y económicas, donde intervienen factores como la oferta y demanda, la regulación del comercio por parte de las autoridades municipales pero sin servicios básicos que ofrecer además irregularidades en los derechos laborales de los trabajadores de estos establecimientos, pues sus jornadas laborales rebasan (a veces) las doce horas. En la parte social y urbana el comercio informal es visto por los ciudadanos

como lugares sucios, inseguros con altas probabilidades de sufrir algún delito, esto se debe a la aglomeración de puestos ambulantes en un sitio angosto o de poco espacio para transitar, por lo que los aspectos sociales también giran en torno de este fenómeno.

1.2.3.1 Aspecto Social

En este aspecto, existe un amplio espectro de posibilidades de significación simbólica mediante la diversidad: edad, género, etnia, religión, actividades y usos. La correspondencia entre las actividades de los diversos grupos y funciones del espacio crean una identificación entre ambos, generando una simbiosis recíproca en el transcurso del tiempo, que llevan “a la diferenciación e identificación individual y colectiva” (Camarena Ocampo & Portal, p.76). De ahí, que “los vínculos que se efectúan entre el espacio y las personas en el tiempo, propician sentimientos de arraigo y lazos de pertenencia de los actores con los lugares” (Heidegger, 2009)

1.2.3.2 Aspecto político

Las formas de asociación grupal articulada en torno al comercio en la vía pública posibilitan, además estar fuera de la legalidad, negociar su aceptación semiestructurada mediante la obtención de decretos o bandos de buen gobierno que les permiten operar legítimamente en la ilegalidad ya que representan una dimensión política (botín) para los partidos políticos, tanto de oposición como en el gobierno, que les garantiza un estimado de votos perfectamente controlados. (González, 2011).

Debe considerarse la problemática que encierra el permiso extra formal por parte de las autoridades locales y que afecta intereses de otros actores sociales formalmente reconocidos por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Por ejemplo, mientras un comerciante establecido debe realizar entre 15 y 28 trámites diferentes ante las autoridades para poder funcionar, los comerciantes informales de vía pública o puesteros realizan uno sólo ante las autoridades locales por medio de sus líderes que los representan en cualquier gestión o trámite y no declaran a las autoridades hacendarias.

Dentro de estas organizaciones existen grupos de interés, las redes de liderazgo forman parte de un sistema de control orientado a asegurar que los agremiados brinden su apoyo incondicional y obligatorio a las autoridades y a los procesos electorales o su apoyo político para algún partido, en especial al oficial. Así el líder de la organización casi siempre está ligado –directa o indirectamente- con algún alto funcionario representante de autoridad gubernamental, política, administrativa, judicial, policíaca y militar.

1.2.3.3 Aspecto económico

Los espacios donde se desarrolla el comercio en la vía pública como lo son banquetas y hasta calles enteras están en remate y en venta al mejor postor con precio por metro cuadrado, por la vía de puestos callejeros de todo tipo: se venden, arriendan, subarriendan según superficie, altura, sitio y giro (de Alba & Lesemann, 2012). Visto de esa manera, el comercio en la vía pública constituye uno de los principales problemas socioeconómicos del ordenamiento urbano. Este tipo de actividad comercial suele adquirir una de dos formas básicas: el ambulante y el puesto fijo o semifijo (Torres, 1997). La complejidad de este problema se expresa quizá, sobre todo, en los *beneficios* que la informalidad genera por el hecho de abrir oportunidades de trabajo, empleo e ingreso para amplios sectores de la sociedad a través de la venta y consumo de productos (Kuri, 2005).

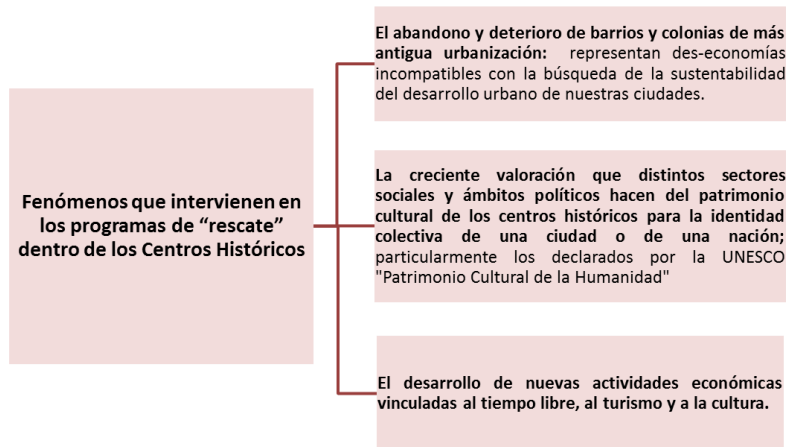
El comercio en la vía pública cuenta con vertientes vistas en los anteriores párrafos, las cuales lo catalogan como un fenómeno económico estructurado y visible en las economías de las ciudades principalmente en el espacio público. Esta actividad se lleva a cabo en espacios donde se encuentra mayor concentración de personas y sus ventas puedan fluir sin contratiempos, por lo tanto los lugares elegidos son aquellos donde además de los habitantes de la ciudad, se encuentran consumidores externos y turistas, tal como los centros históricos, de las ciudades coloniales que son particularmente atractivos para las actividades económicas informales debido a la gran afluencia de visitantes y compradores, los cuales son atraídos a este tipo de establecimientos por los alimentos, artículos de artesanía o similares.

1.2.4 Centralidades urbanas históricas

En México, como en América Latina, la revalorización de las ciudades y centros históricos así como la puesta en práctica de programas de “rescate” de los mismos, son prioridades cada vez más presentes en las agendas programáticas de gobernadores y presidentes municipales. Entre otras razones que pueden explicar este interés se encuentran, por lo menos, tres fenómenos que parecen caracterizar la problemática actual de nuestras sociedades urbanas. Por una parte el abandono y deterioro que conocieron durante varias décadas los barrios y colonias de más antigua urbanización, representan des-economías incompatibles con la búsqueda de la sustentabilidad del desarrollo urbano de nuestras ciudades. Su despoblamiento sostenido implica una sub-utilización de la infraestructura y de los equipamientos ahí acumulado a lo largo del proceso de urbanización, mientras que el financiamiento público de la urbanización periférica es cada vez menos sostenible. La mayoría de los Planes de Desarrollo Urbano plantean hoy en día la necesidad de “re-urbanizar”, “re-funcionalizar”, “re-densificar” o “reciclar” las estructuras urbanas existentes (Coulomb, 2010).

De hecho, este renovado interés por las ciudades históricas se está dando cuando el proceso de globalización de los intercambios financieros, comerciales y culturales, tiende a uniformizar los patrones de consumo y a cuestionar la afirmación de la diversidad cultural de las identidades locales. La atención cada vez más internacionalizada de los centros históricos introduce y legitima los procesos, políticas e inversiones que se proponen revalorizarlos, mediante proyectos de “rescate” de su imagen, de renovación urbana y habitacional, de desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas al tiempo libre, al turismo y a la cultura.

Imagen 4. Fenómenos que intervienen en los programas de rescate dentro de los centros históricos



Fuente: Elaboración propia con base en Patricia Ramírez Kuri, Noviembre de 2015

Pero al mismo tiempo, nuestras ciudades, es decir nuestras sociedades urbanas, y notoriamente las grandes áreas metropolitanas, viven un proceso de redimensionamiento de esta función socio espacial estructurante que es la centralidad, y sin la cual es prácticamente imposible que se construya y se reproduzca la sociabilidad urbana de antes. En el proceso de obsolescencia física y socioeconómica de sus centros históricos, las ciudades se enfrentan a la posible pérdida, no sólo de un conjunto de monumentos históricos, sino de espacios que hasta hace poco asumían las distintas dimensiones de la centralidad urbana. La consolidación de la centralidad urbana, que se suele leer como el impacto territorial de la globalización, acompaña la segregación urbana y la polarización socio espacial que han caracterizado desde hace tiempo el proceso de urbanización periférica de la gran mayoría de las ciudades mexicanas. Los nuevos "centros" o las nuevas "plazas" son, como su nombre lo indica, "comerciales": falsas centralidades homogéneas y segregadas (Coulomb, 2010).

Una de las características principales de las centralidades históricas es el surgimiento del comercio en sus calles, el cual va dirigido a aquel sector que pretende adquirir diversos productos de manera fácil y económica, ya que por lo regular los precios que ofrecen los comerciantes informales son muy bajos en comparación con comercios establecidos y cadenas comerciales. Por lo que el

comercio en la vía pública se convierte en el fenómeno urbano y económico presente dentro de este espacio, cada vez más visible para los ciudadanos y turistas.

1.2.5 Comercio en la vía pública dentro del Centro Histórico

La gestión pública en el centro histórico tiene que enfrentar la regulación y conciliación de intereses encontrados (comerciantes establecidos / comerciantes callejeros, población residente / población flotante, propietarios / inquilinos, etc.), en un contexto en donde son los procesos de exclusión y polarización socio-espaciales que estructuran el actual proceso de urbanización. En este sentido, la gobernabilidad democrática, que es sin lugar a dudas un tema central de la agenda del desarrollo sustentable de las sociedades urbanas, tiene en el centro histórico un espacio de prueba y de inevitable innovación (Coulomb, 2008).

La apuesta al turismo, local o extranjero, está fuertemente vinculado al conflicto que se ha generado en muchos centros históricos en torno a la actividad en las calles y plazas del comercio ambulante; y el reclamo de su reubicación por parte de distintos sectores de la iniciativa privada se ha vuelto también, para los gobiernos locales, a la vez un reto y una demostración de su voluntad de “rescate” de un centro histórico, y de su capacidad de gobernar. El éxito de la empresa puede proyectar al gobernante local hacia más altas responsabilidades políticas (Coulomb, 2008)

Varios son los autores que han identificado el problema en diversos artículos en los que describen el Centro Histórico y su relación con el comercio en las calles, los temas más relevantes de esta literatura encontramos el descontrol de esta práctica dentro de espacios históricos, las fallas políticas, el desacato por parte de los comerciantes, y los problemas sociales que surgen cuando desean reubicarlos en algún mercado normativizado.

A continuación se presenta un cuadro con una pequeña descripción dependiendo de cada autor y su punto de vista.

Tabla 1. Distintas Investigaciones en ciudades y centros históricos de ciudades mexicanas

Investigaciones en ciudades y centros históricos de ciudades mexicanas	
Autor	Evidencia
Daniel Hiernaux	Existen 2 formas de concebir los centros históricos: patrimonialista y posmoderna, la primera se centra en la conservación y preservación del legado histórico, la segunda se centra en el presente, la fragmentación y la continuidad histórica.
Elsa Patiño Tovar	La conservación o el mal llamado "rescate" de los centros históricos se ha centrado sobre la problemática física de los monumentos y de los espacios abiertos y muy poco sobre la dimensión socioeconómica de su uso y disfrute por parte de la sociedad urbana.
Carmen Imelda González	La confrontación de intereses se ha cristalizado en muchos centros históricos en torno a la actividad en las calles y plazas del mal llamado comercio "ambulante" y el reclamo de su reubicación por parte de los distintos sectores de la iniciativa privada. Para las políticas públicas, la reubicación de los comerciantes ambulantes fuera del perímetro patrimonial suele presentarse no solo como una acción de rescate y del disfrute de los espacios públicos; Se ha vuelto también, para los gobiernos locales un reto y una demostración a su demostración de rescate de un centro histórico y de su capacidad de gobernar.
Luis Felipe Cabrales	Documenta las estrategias, arreglos y mecanismos utilizados para retirar en el año 2001 a más de 1500 comerciantes de la vía pública del centro histórico de la ciudad de Morelia, el autor reflexiona asimismo sobre los límites de la apuesta turística, plantea la necesidad de una acción integral y subraya el papel del <i>Patronato Pro-Rescate del Centro Histórico</i> de la ciudad en el proceso de una nueva forma de gestión que asocia el sector público y el sector privado.
Secretaría de Desarrollo Social, Díaz-Berrio y González Pozo	Analizan un conjunto de problemáticas, política, estrategias, acciones e instrumentos que deberían estructurar los planes o programas parciales de desarrollo urbano integral para los centros históricos de México.

Fuente: Elaboración propia con base en recopilación de René Coulomb, Enero de 2016.

Los temas que tocan los autores sobre los centros históricos son diversos, pero como punto de enfoque el espacio público y el uso de suelo dentro del lugar señalado. Por ejemplo para Hiernaux (2014) los centros históricos tienen dos puntos de partida para los gobiernos locales, su conservación o la renovación posmoderna, la cual no está permitida en centros históricos con renombre de patrimonio histórico, lo cual entra en conflicto con la modernización del lugar.

De manera particular, Patiño (2012) describe como los programas de rescate tienen como prioridad la preservación del patrimonio, dejando de lado las necesidades de las personas que habitan estos lugares, ya que el objetivo principal de estos programas es la atracción turística a los centros históricos y con esto el fomento al turismo y atracción de franquicias, mientras que el ciudadano que cuenta con su vivienda dentro del lugar poco a poco desplazado por el incremento a la plusvalía que empieza a tener el sitio histórico.

Por su parte en lo que se refiere a estos programas de rescate, Morales (2001.) propone la descentralización de servicios y actividades comerciales dentro del Centro Histórico para equilibrar los usos de suelo que a diferencia de lo que proponen estos programas, evitaría daños al patrimonio y el exceso de modernización (como fachadas y edificios) dentro del centro, por lo que su preservación sería visible para el visitante, además evitaría la aglomeración de servicios y el entorpecimiento del desplazamiento en este lugar.

La Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL) por su parte, lleva a cabo un programa donde se analiza un conjunto de problemáticas, políticas, estrategias y acciones que deberían estructurar los planes o programas parciales de desarrollo urbano en los centros históricos de México, los cuales sería conveniente que estos lugares llevaran a cabo estos planes que se encuentran ya autorizados, pues tienen como objetivo la preservación de estos lugares a la par de llevar a cabo las normativas correspondientes.

Ya que mencionamos el rescate de los centros históricos, un ejemplo de ello en México lo menciona Luis Felipe Cabrales, en Morelia Michoacán, ya que se llegó a un acuerdo con de manera estructurada y planeada con los líderes comerciales y su reubicación no tuvo consecuencias catastróficas como en otros casos, esto gracias a las mesas de trabajo que compartieron con líderes comerciantes para el desarrollo de un plan de acción y de desplazamiento donde la opinión de los comerciantes informales fue escuchada por las autoridades correspondientes.

Dentro del objeto de estudio que es el comercio semifijo y esta, a su vez es una forma de apropiación dentro del espacio público en el cual se llevan a cabo estas actividades, nos dirigimos con previo análisis de conceptos en la presente tesis, a un enfoque específico que tiene impacto inmediato en la vía pública, nos referimos a la imagen urbana, la cual se explica a continuación.

1.2.6 Sobre la Imagen Urbana en los centros históricos

Por todo lo que conlleva el comercio semifijo, se ha creado una imagen urbana deteriorada. La problemática de este fenómeno de ocupación “callejera” es visible ya que participa en conflictos como inseguridad, higiene, contaminación del ambiente (basura, ruido, desechos orgánicos e inorgánicos expuestos al aire libre y al drenaje etc.) invasión a la vía pública para el tránsito y recreación de la ciudadanía en general, confrontación con el comercio formalmente establecido y deterioro de la imagen urbana. Esto sin considerar otros tipos de problemas sociopolíticos y económicos en los que tales sectores son importantes sujetos en la vida diaria (de Alba & Lesemann, 2012).

La imagen urbana de un centro histórico es parte fundamental para la atracción turística, esta se convierte en el reflejo de su pasado y crea una identidad dentro del lugar, ya sea por la tipología de las fachadas, los jardines que alberga o las plazas que constituyen un punto de reunión para los ciudadanos y los visitantes externos. Con el deterioro de la imagen urbana en el centro de una ciudad convierte estos lugares en “blanco fácil” para situaciones inseguras o vandalismo, por lo que el comercio y los lugares turísticos se ven afectados por esta situación.

2 INSTRUMENTOS Y ETAPAS DE LA ESTRATEGÍA METODOLÓGICA.

Este apartado se dividió en dos rubros. En el primero se desarrolló el marco analítico el cual da mención a las 3 principales categorías en que se basó este trabajo para tratar de obtener la información adecuada respecto a al tema de imagen urbana, las cuales son: la accesibilidad, la percepción y las cualidades físicas del lugar en cuestión.

En el segundo apartado se explica la estrategia metodológica que se llevó a cabo en la investigación y la herramientas principales utilizadas para la recopilación de información las cuales fueron las notas de campo y la entrevista, así como los parámetros que se utilizaron para realizarla a los 3 tipos de actores principales que rodean el fenómeno del ambulante (ciudadanos en general, servidores públicos y comerciantes ambulantes). Por ultimo en este mismo apartado del capítulo también especificamos el método y la herramienta utilizada para analizar los resultados de las entrevistas.

2.1 Marco analítico

Las categorías analíticas que a continuación se presentaran, fueron elegidas por la relación directa que tiene el individuo con el medio social, principalmente con la imagen urbana ya que son elementos fundamentales en la relación del sujeto con el espacio público donde la sensibilidad, la observación y el sentir de las personas las relacionan directamente con un sentimiento físico o mental dentro del lugar, algo muy utilizado en la psicología ambiental y su relación con la arquitectura (Canter, 1974).

Tabla 2. Categorías analíticas de la imagen urbana. Estudios de las ciudades

Componente	Descripción Explicativa	Categorías Analíticas
1. Infraestructura	Tipos de elementos de infraestructura que se encuentran en el lugar (luz, drenaje, etc.) y condiciones en las que se encuentra.	Cualidades físicas
2. Mobiliario urbano	Elementos de mobiliario urbano que se encuentran en el lugar y sus condiciones.	
3. Vegetación	Tipos de vegetación que existen en el lugar, como arbustos o elementos de ornato y las condiciones en las que se encuentran	
4. Espacial	Relaciones del individuo con el medio	Accesibilidad
5. psicológica-social	Lazos individuales con otras personas y organizaciones	
6. Seguridad	las condiciones a desarrollarse las prácticas accesibles deben ser compatibles con la configuración de los entornos construidos.	
7. Individual	La diferencia de opinión acerca del E. P. difiere de las categorías por sexo y edad.	Percepción
8. Mental	La imagen mental contiene partes de imaginación y experiencias	
9. Afectivo-sensorial	La imagen es atribuida a los sentimientos y observación del lugar.	

Fuente: Elaboración en base a Jaime Linares Zarco en "La Imagen Urbana en el siglo XXI, entre la crisis y la transición urbana" México, p. 64, 2010 y José Fuentes Gómez, "Imágenes e imaginarios urbano: su utilización en los en Revista Ciudades, núm. 46, México, RNIU, Mayo de 2016.

Las categorías aquí mencionadas, analizaron el fenómeno dentro del espacio público y los efectos que tiene la imagen urbana del lugar a través de la percepción de los entrevistados, que a su vez está compuesta por varios elementos los cuales interpretan y relacionan al sujeto con el espacio que lo rodea, el diseño urbano es utilizado en esta investigación como herramienta de intervención para el análisis de la imagen urbana el cual con la ayuda de elementos interpretativos del espacio público formamos un cuadro correlacional el cual nos sirvió para entender la relación de estos conceptos con la imagen urbana, dividiéndolos por sectores que dieron evaluación a nuestras herramientas de

trabajo para comprobar, conocer o verificar las respuestas de nuestros actores principales dentro de la investigación en relación al fenómeno que se estudió.

Para llevar a cabo estas categorías dentro de las entrevistas, previamente se hizo un análisis del lugar, empezando por su historia, de cómo el comercio ambulante emergió específicamente en el centro histórico y como se encuentra en la actualidad. A partir de aquí comienza el estudio de nuestra unidad de estudio.

2.1.2 Accesibilidad

Una característica del espacio urbano es la accesibilidad y ésta se define como el grado o nivel con el que cualquier ser humano puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura, más allá de su condición física o facultades cognitivas (Guillamón, 2003)

Desde el punto de vista urbano, la accesibilidad constituye una condición necesaria para el flujo de personas y actividades económicas. De esta forma, puede concebirse como un elemento básico, integrador de la estructura de las ciudades. En este sentido, debería orientar la dimensión de los elementos estructurales de la ordenación de los flujos de la movilidad peatonal, la circulación de vehículos y la disposición de las plazas de aparcamiento entre otros (Augusto, 2005).

Los lugares históricos y tradicionales, se caracterizan por ser espacios que se encuentran dispersos, se trata de lugares públicos, de uso peatonal, abiertos al tránsito de personas y de vehículos, lugares de paso, ocupados o apropiados por particulares o por distintos grupos organizados que habitan o trabajan en el espacio público y desarrollan usos sociales, mercantiles y de consumo, la complejidad de estos espacios es desafiada por la falta de accesibilidad (Kuri, 2013).

Para entender la accesibilidad y su relación además del físico, encontramos su desarrollo en las siguientes descripciones sociales y psicológicas:

- *Espacial, relaciones del individuo con el medio:*

La manera en la que el sitio es apto para llevar a cabo las relaciones interpersonales de los individuos dentro del medio.

- *Psicológica-social, lazos individuales con otras personas y organizaciones:*
La interacción entre personas y su desenvolvimiento dentro del espacio
- *Seguridad, las condiciones a desarrollarse las prácticas accesibles deben ser compatibles con la configuración de los entornos construidos:*
Que tan seguro es caminar y adentrarse al sitio con la idea de no tener algún tipo de accidente físico por los elementos que ahí se encuentran (toldos, estructuras metálicas).

Estas descripciones formaron parte para el desarrollo de las entrevistas, pues para formular las preguntas se tomó en cuenta este tipo de premisas.

2.1.3 Percepción

Se refiere a un hecho principalmente cognitivo, producido a partir de un organismo controlado por la excitación sensorial. Por extensión, y especialmente en el ser humano, este proceso puede estar influido poderosamente por los factores sociales y personales (ambientales), (Castillo, 1996).

La percepción en el espacio se refleja más como un orden subjetivo y no tanto material, porque se observa al espacio público como área de comunicación y emisión/recepción de mensajes entre diferentes personas y grupos (Hall, 1969).

Esta forma de percepción ha involucrado mecanismos de acción para contrarrestar sus manifestaciones en la apropiación del espacio físico, ya que mientras estos han requerido de la acción directa de la fuerza pública para desalojar a quienes ocupan físicamente el espacio, y con ello la confrontación directa entre personas, las formas de contrarrestar la apropiación y la negativa percepción que se tiene de estos espacios involucran la desaparición de códigos y símbolos, o mediante la yuxtaposición de unos símbolos sobre otros ya expuestos sobre el espacio (Amendola, 2002).

En este apartado, analizaremos 4 componentes las cuales intervienen en la imagen urbana y su relación con el individuo y el espacio que lo rodea, los cuales se explican a continuación:

Individual, la diferencia de opinión acerca del espacio público, difiere de las categorías por sexo y edad:

La opinión del usuario es relativa a la edad que tenga, sexo al que pertenezca y sobre todo, la frecuencia dentro de este espacio.

Mental, la imagen contiene partes de imaginación y experiencias que recuerdos históricos o personales le atribuye a ciertas calles al momento de transitarla.

Afectivo-sensorial: La imagen es atribuida a los sentimientos y observación del lugar: que aromas o situaciones emocionales, le recuerdan al usuario estar en cierta calle invadida por la informalidad, además identifica elementos que le estorban en su andar.

Estas categorías se desarrollaron de igual manera dentro de la entrevista, de manera indirecta se mencionan dentro de las preguntas a la persona en cuestión y observar su percepción del lugar.

Por lo general, los organismos gubernamentales perciben las actividades en la vía pública como actividades económicas marginales, es decir de bajos ingresos; en esta situación de subsistencia; trabajos domésticos o familiares no remunerados; o remunerados en actividades insuficientemente clasificadas formalmente (de Alba & Lesemann, 2012).

2.1.4 Cualidades físicas

Se refiere a la mayoría de los elementos que se encuentran dentro del espacio público teniendo una función útil dentro de la infraestructura y usos para los ciudadanos los cuales son visibles y tienen una enorme importancia en la imagen urbana, los componentes principales a analizar son:

Infraestructura, tipo de elementos de infraestructura que se encuentran en el lugar (luz, drenaje etc.) y las condiciones en las que se encuentran: que elementos del espacio público el usuario encuentra en buenas condiciones, en desuso o en malas condiciones poniendo al usuario en riesgo dentro del espacio público.

Mobiliario urbano, elementos de mobiliario urbano que se encuentran en el lugar y sus condiciones: aquellos elementos que a su percepción sean visibles y si los identifica a simple vista o por algún motivo, el comercio informal sea un obstáculo para su observación.

Vegetación: tipos de vegetación que existen en el lugar, como árboles o plantas arbustivas y de ornamento, condiciones en las que se encuentran: elementos de ornato en buen estado dando la impresión de un paisaje sano, fértil o lo contrario a este, su estado y uso del mismo.

El análisis de esta categoría depende gran parte la nota de campo, ideal para la observación y percepción del lugar, los cuales nos arrojaran la información que nos interesa de manera sencilla.

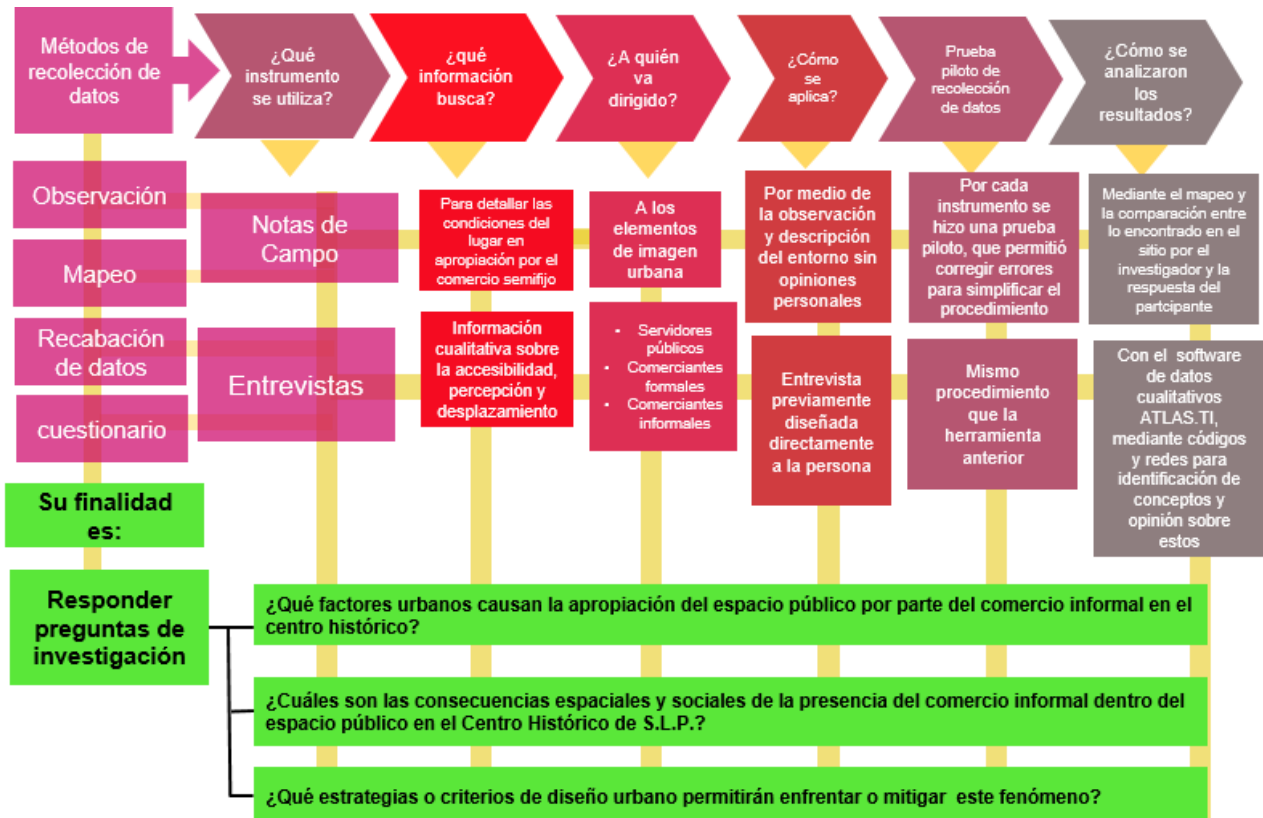
Teniendo en cuenta los principales conceptos y factores que influyen en la apropiación del espacio público se formularon las notas de campo, mapeo y observación del lugar, así como las entrevistas, bajo estos ejes (cualidades físicas, accesibilidad y percepción) los cuales se evaluaron y categorizaron en el siguiente cuadro de categorías analíticas, las cuales analizaron la imagen urbana con la ayuda de la percepción de los distintos usuarios del espacio público.

2.2 Estrategia metodológica

La estrategia metodológica empleada en este trabajo se dividió en dos etapas, la primera fue la observación, con este método se registró lo visto en el lugar dentro de las notas de campo y se realizó el mapeo de circunstancias perceptibles por los investigadores y los entrevistados, además de incluir en este método los aspectos físicos del lugar y la localización de cada uno de estos elementos a tomar en cuenta.

En la recabación de datos se cuestionó a los actores principales sobre su estadía en el lugar bajo los parámetros de una entrevista con las categorías analíticas antes descritas en la investigación, la opinión de los ciudadanos, vendedores de puesto semifijo y autoridades competentes en el tema fueron el factor clave para la realización y análisis de la presente investigación.

Imagen 5. Estrategia metodológica



Fuente: Elaboración propia, Marzo de 2016.

Esta información pretendió contestar las preguntas de investigación:

¿Qué situaciones sociales y urbanas causan la apropiación de los espacios públicos por parte del comercio semifijo en el centro histórico?

¿Cuáles son las consecuencias en materia de imagen urbana, sobre la accesibilidad, la percepción y las cualidades físicas del lugar que derivan de la

presencia del comercio semifijo dentro del espacio público en el Centro Histórico de S.L.P.?

¿Qué estrategias o criterios de diseño urbano permitirán enfrentar o mitigar este fenómeno?

Esta discusión se encuentra en el capítulo cuatro de conclusiones

A continuación damos una breve descripción a los métodos y aplicación en el caso de estudio seleccionado:

Observación: mediante la observación obtuvimos información sobre el estado actual del sitio. Los hallazgos fueron capturados mediante notas de campo y después en mapeos, los cuales indicaban ciertos puntos importantes dentro del lugar como inseguridad, aglomeración etc. (explicado en el capítulo de hallazgos) además del conteo de puestos ambulantes para comparar con la información proporcionada por las autoridades.

Recolección de datos: nuestro principal objetivo fue la opinión de nuestros participantes (ciudadanos en general, comerciantes semifijos y servidores públicos) con respecto al fenómeno del ambulante y como intervenía este en la percepción de la imagen urbana del centro histórico desde cada uno de ellos. Se realizaron 3 tipos de cuestionarios los cuales tuvieron como ejes principales los conceptos de cualidades físicas, accesibilidad y percepción, esto sirvió como base para dar respuesta a las preguntas de investigación.

Para el análisis de resultados, en la observación se utilizó el mapeo y se hizo un registro de los lugares en los que particularmente sobresalió alguna situación para los entrevistados o para nosotros mismos dentro del análisis del sitio. Las entrevistas fueron analizadas dentro del programa ATLAS.Ti la cual desglosa la información cualitativa mediante códigos y redes, los cuales nos señalan por bloques, las opiniones más repetidas o situaciones dentro del espacio público.

2.2.1 Observación: notas de campo y mapeo

¿Qué información se busca, a quién está dirigido y cómo se aplica el instrumento?

Las notas de campo son una herramienta científica fundamental, ya que un punto importante del enfoque de las notas de campo es que no está estructurado rígidamente y así abre al investigador a lo no anticipado y a lo inesperado; el investigador ve las cosas como son, no como está programado que sean (James, 1999).

La nota observacional (NO) empleada en las investigaciones se enfoca en los acontecimientos experimentados mediante la escucha y la observación directas en el entorno. Son una forma de interpretación no interactiva que describe la acción. Este tipo de notas se centra en la descripción más que en la interpretación y se hace con la mayor precisión posible. Se advierte que cuanto mayor sea el lapso de tiempo entre el acontecimiento observado y la redacción de las notas de campo, mayor es la probabilidad de distorsión y de que resulte imposible reconstruir la secuencia de acción y de conducta con total precisión. Es por ello que a lo largo de todo el proceso intentamos realizar las notas a la par de la observación. Cada nota observacional represento un suceso o acontecimiento, se aproximó al quién, qué, cuándo y cómo de la acción observada, describiendo entornos, quién habla con quién, etc.

Las notas de campo aplicadas en el sitio sirvieron para detallar las condiciones del lugar apropiado por el comercio semifijo, esta descripción no incluye opinión personal ni sugerencias.

Estas notas de campo se desarrollaron dentro del sitio de análisis, específicamente en las calles de Reforma y Eje vial, delimitándose por sitios donde se encontraban los puestos semifijos (en conjunto) e interferían con la circulación de personas y actividades cotidianas. Esta sección se analizó en el mes de diciembre a febrero, el primer mes se encontraba saturado de peatones por la época alta de ventas, mientras que para febrero la disminución de peatones

era muy marcada. Las horas de observación fueron de las 10 a 1 de la tarde, y de 5 a 7 de la noche, se anuló las visitas nocturnas pues el lugar es peligroso para transitar según los peatones y en experiencia propia, pues con la ausencia de policías y similares este lugar es un punto de reunión de prostitución y asaltantes.

Relacionado con las categorías analíticas, la observación de la imagen urbana fue lo siguiente:

Cualidades físicas: infraestructura, mobiliario y vegetación. Para este contexto era notable el deterioro del lugar, dentro de la infraestructura se observaban postes rodeados de cables conectados en ellos, conocidos como “diablitos” de los cuales se obtiene energía eléctrica sin haber contratado el servicio, considerado como toma clandestina. Para el mobiliario urbano existen señaléticas verticales o postes donde indican las paradas de las rutas de transporte público, las cuales se encuentran tapadas por toldos de las estructuras semifijas, durante el recorrido de esta avenida solo 1 banca se encontró en toda la avenida, pero se encontraba dentro de un puesto semifijo, también existen teléfonos públicos de monedas en buen estado y los cuales aún son útiles a pesar del uso común del celular, las paradas de autobús las cuales cuentan con mupis o anuncios dentro de vitrinas, se ven mermados por la aglomeración de puestos ambulantes, por lo que los usuarios de transporte tienen que bajar de la banqueta para señalar la parada del autobús. La vegetación más común dentro del lugar son los árboles frondosos como eucaliptos o similares, los cuales sostienen puestos semifijos que se afianzan en ellos, existen maceteros los cuales no cuentan con ninguna planta y solo existe el esqueleto del mobiliario, el cual alberga basura y fauna nociva (ratas, cucarachas etc).

Accesibilidad: Espacial, relaciones del individuo con el medio, psicológica-social, lazos individuales con otras personas y organizaciones, seguridad, las condiciones a desarrollarse las prácticas accesibles deben ser compatibles con la configuración de los entornos construidos: observamos la accesibilidad que se tiene dentro del sitio desde un ámbito un tanto psicológico, la seguridad que tienen las personas para entrar al lugar, las percepción que se tiene de las personas al

entrar a estos pasillos y la dificultad de pasar por esta avenida dentro de los pasillos. Por lo que se observó, las personas tienen dificultad para el libre tránsito, desde el choque de hombros entre individuos hasta ligeros empujones para caminar de un modo más rápido y salir del lugar, al pasar por lugares ruidosos como la farmacia y la música a volumen alto y los puestos de discos ilegales o “piratas” se observa la incomodidad de las personas al pasar por allí.

Percepción: Individual, la diferencia de opinión acerca del Espacio público difiere de las categorías por sexo y edad, mental, la imagen contiene partes de imaginación y experiencia afectivo-sensorial: La imagen es atribuida a los sentimientos y observación del lugar la percepción que se tuvo de los individuos fue tomando en cuenta su aparente edad y sexo pues las percepciones difieren a partir de estos factores, además en esta parte se analizó las relaciones que se forman dentro del espacio con los ciudadanos y comerciantes semifijos, en esta parte nos referimos al trato entre estos dos usuarios del espacio público, la presencia de las autoridades como son los inspectores de comercio y la relación con los comerciantes, lo cual observamos un trato amable entre estos 3 actores dentro del espacio público, también se percibe cierta inseguridad en zonas donde se encuentra prostitución, calles solitarias o falta de aglomeramiento de puestos ambulantes.

Estos puntos mencionados se mapearon dentro del capítulo tres, los cuales cuentan con indicadores como los lugares vistos como peligrosos, tráfico y cuellos de botella peatonales para la banqueta transitada dentro de esta avenida. Los mapas fueron creados con el programa arquitectónico AutoCAD y permiten la legibilidad del lugar para cualquier persona que desee consultarlo.

2.2.2 Entrevista

¿Qué información se busca, a quién está dirigido y cómo se aplica el instrumento?

La entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado

para preguntar. Todos aquellos presentes dialogan sobre una cuestión determinada planteada por el receptor. Una entrevista es recíproca, donde el entrevistado utiliza una técnica de recolección mediante una interrogación estructurada o una conversación totalmente libre; en ambos casos se utiliza un formulario o esquema con preguntas o cuestiones para enfocar la charla y esto el cual sirve como guía.

Se identificó a los entrevistados por ser actores clave en el conocimiento del fenómeno económico semifijo, así como por ser personas que conocen el lugar por el trabajo que ejercen o porque laboran, ahí mismo (en los alrededores del sitio). La mayoría de los participantes decidió no ser grabado debido a preocupaciones de acorde político; ya que el año pasado, se suscitaron problemas de violencia y desagrado con las autoridades (más adelante abordamos este punto) y por lo tanto transcribimos las notas de cada entrevista. Los comentarios aportados por los participantes fueron de gran utilidad para confirmar citas textuales en la descripción y análisis de la información. Las respuestas nos ayudaron a determinar el grado de percepción, accesibilidad y la manera de cómo se desplazan por medio de una descripción cualitativa. Las entrevistas se llevaron a cabo directamente con los actores principales, intentando captar una vinculación de perspectivas. Además estas se llevaron a cabo en sus sitios de trabajo, incluyendo el mismo espacio público apropiado, oficinas gubernamentales o en la calle mientras caminaban por el lugar. El perfil del participante se definió por *informantes clave* ya que estos individuos poseen información detallada al fenómeno que se analizó, con esto también se evita divagar o agregar información de personas que desconocen el tema estructuradamente, estos informantes clave fueron los siguientes:

- Director de comercio del Ayuntamiento de San Luis Potosí
- Inspector de comercio en Centro Histórico
- Miembro de la organización de comerciantes informales instalada en el centro histórico en banqueta sobre avenida
- Ciudadanos en general

Se realizó una prueba piloto con comerciantes establecidos, en la que al igual que al ciudadano en general se le preguntó su opinión sobre el comercio semifijo, se decidió omitir en esta investigación su participación ya que dentro del contrapeso de respuestas este sector solo encontraba un enfoque totalmente negativo y sin una respuesta justificable que respaldara su opinión, por lo que consideramos en este proceso una situación inoportuna y cerrada para la realización de entrevistas futuras dentro de esta investigación a este sector comercial.

Se llevaron a cabo 3 tipos de entrevista (ciudadano, comerciante ambulante y servidor público) las cuales incluían diferentes tipos de preguntas relacionadas con las categorías analíticas como fueron cualidades físicas, accesibilidad y percepción las cuales se desarrollaron dentro de las preguntas (véase anexo 1). El número de entrevistas que se llevaron a cabo, fueron 5 por cada grupo que participó y estas se realizaron en función de la disponibilidad de los participantes, desde mediados del mes de noviembre de 2016 a febrero de 2017.

En esta parte, para el acercamiento a los entrevistados en primera instancia se contactó con una persona a partir de una relación de amistad de parte de uno de los investigadores, la cual pertenecía al grupo Antorcha, la cual lidera en mayor parte del centro histórico. En este caso se entrevistó a los comerciantes semifijos que pertenecían a este grupo por la facilidad que se nos dio por parte del líder para acercarnos, como no fue posible contactar a otros líderes de grupos similares no pudimos llegar de manera directa con otros comerciantes, pues no se les permite hablar o ser entrevistados por temor a situaciones políticas.

En cuanto a los ciudadanos en general se reclutaron al azar, dependiendo de su disponibilidad. Cabe destacar que los participantes accedían a contestar al mencionar que se trata de una investigación académica.

2.2.3 Cambios a partir de la prueba piloto

El 22 junio de 2016, se realizó la primera entrevista personal con la directora de Comercio Eliza García Román, como resultado de esta prueba, se consideró

reducir el número de preguntas, además de especificar claramente los conceptos de los cuales deseamos obtener información preliminar que infiere en la imagen urbana.

Para las pruebas en ciudadanos, se hicieron pláticas previas con ciudadanos de paso por el lugar, los cuales mencionábamos sobre el tema del comercio semifijo el cual identificaban como ambulante, lo cual se explicó el error del termino pues este comercio no se mueve durante el día de lugar, ellos nos ayudaron a estructurar las preguntas, pues muchas hablaban de manera técnica y existía confusión o desconocimiento de ciertos términos.

Para los comerciantes semifijos, se hicieron preguntas de manera directa sin pruebas antecesoras, pues la líder del grupo reviso previamente el cuestionario y sugería la forma de la pregunta sin cambiar el contenido.

2.2.4 Análisis de hallazgos: códigos y redes

Con la información obtenida por las entrevistas personales que se llevaron a cabo durante el periodo de la investigación, se llevó a cabo un proceso de análisis y descripción con la ayuda del software profesional QDA (software para el análisis cualitativo de datos) ATLAS.ti, el cual funciona como procesador de textos y datos multimedia.

Este programa nos permitió formar redes combinando los tres tipos de entrevistas (al ciudadano en general (CG), al comerciante ambulante (CA) y a los servidores públicos (SP). Por medio de la transcripción de entrevistas, identificamos y codificamos los conceptos principales que describen su observación particular frente al fenómeno del comercio semifijo. Los conceptos fueron separados por “familias” los cuales agrupan las respuestas que se referían al mismo concepto pero en diferentes puntos de vista según el tipo de actor entrevistado CG, CA O SP, con esto se formaron códigos los cuales nos refieren a respuestas que se contradicen o se familiarizan.

Después correlacionamos el fenómeno con diferentes circunstancias de las categorías analíticas y de las características del comercio ambulante, las cuales fueron trianguladas dentro de las redes formadas por medio de “familias” por los códigos dentro del programa ATLAS.ti, esto se observa en los hallazgos del capítulo siguiente.

En este capítulo desarrollamos una parte fundamental para nuestra investigación, el acercamiento al lugar, la entrevista y convivencia con los actores principales fueron los elementos clave para obtener la información que requeríamos para la el análisis del sitio y del fenómeno. Una parte fundamental de esta sección fue la realización de diferentes tipos de entrevista para nuestros distintos tipos de participantes, ya que por las actividades que realizan en el lugar, su percepción a este era distinto. También las pruebas piloto nos ayudaron a pulir y definir parámetros para elegir a los tipos de entrevistado, lo cual da como resultado lo visto en el siguiente capítulo.

3 HALLAZGOS Y DESCRIPCIÓN DEL CASO

En este capítulo, los hallazgos describen el caso de estudio el cual fue ilustrado durante la investigación por mapas conceptuales y tablas de elaboración propia en coordinación con varios autores del tema, el desarrollo de este se divide en los 3 ejes en los que tornó su objetivo principal: el análisis de la accesibilidad, percepción y las cualidades espaciales del lugar.

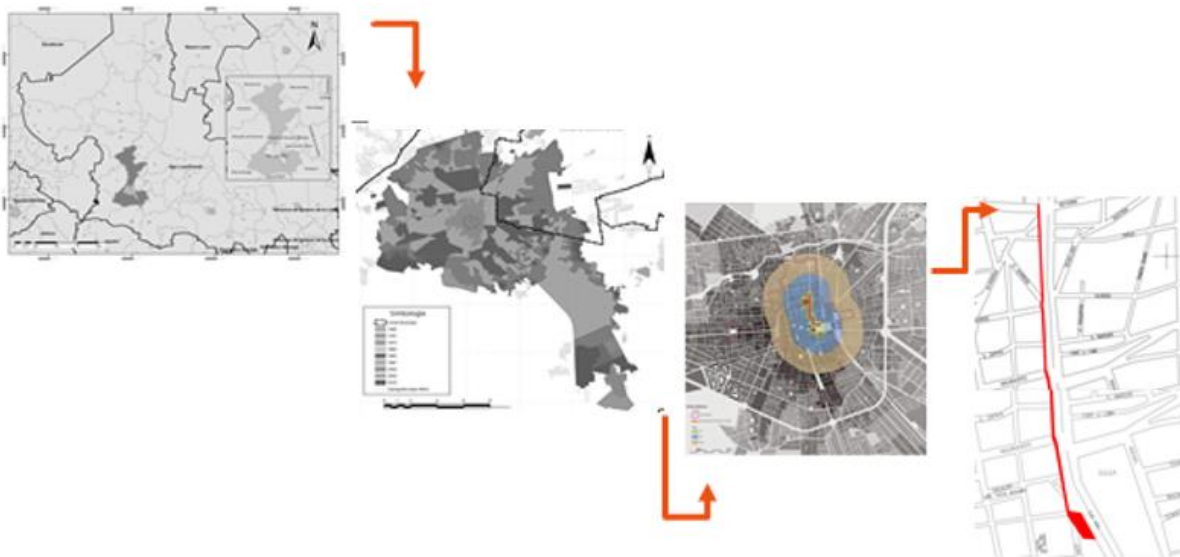
3.1 Caso de estudio

En el estudio de caso se puede registrar y describir la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado (Yin, 1984). También los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos. Las investigaciones realizadas a través del método de estudio de caso, pueden ser descriptivas, si lo que se pretende es identificar y describir los distintos factores que ejercen influencia en el fenómeno estudiado; exploratorias, si a través de las mismas se pretende conseguir un acercamiento entre las teorías inscritas en el marco teórico y la realidad objeto de estudio y explicativas si se busca descubrir los vínculos entre las variables y el fenómeno (Chetty, 1996).

Se considera pertinente utilizar el Centro Histórico de San Luis Potosí como caso de estudio, ya que en él se observa un concentrado número de comerciantes semifijos y deterioro de la imagen urbana, en especial sobre la avenida Eje vial y la intersección de Juan Sarabia (de norte a sur) donde será nuestro sitio de análisis, en la que sus elementos de análisis fueron principalmente la accesibilidad, percepción y las cualidades físicas del lugar. Fue elegido por encontrarse sobre una vialidad de importante circulación continua, contar con evidencias de comercio informal excesivo en banquetas, la presencia de estructuras metálicas para el desarrollo de esta actividad, mobiliario urbano deteriorado, y sede de la delincuencia (carteristas y asaltantes) en distintas horas del día comentaron los inspectores del departamento de comercio del municipio de

San Luis Potosí. Además el caso fue seleccionado también por su ubicación geográfica dentro del centro histórico y la accesibilidad del lugar para la recolección de datos y observaciones y representa el 45 % del total del comercio semifijo del centro histórico (el comercio restante se divide en subdivisiones menores por todo el centro). Su delimitación espacial se llevó a cabo tomando en cuenta el mapeo digital con el que cuenta el INEGI en su censo económico 2014 (Mapa 1), en el cual se menciona su ubicación pero no se cuenta con un conteo físico de este sector económico informal, ya que esta institución federal no toma esos datos por ser una situación irregular que se lleva a cabo en las calles, y la información que se encuentra en la Dirección de Comercio se encuentra incompleta, por lo que nuestra investigación se llevó a cabo en donde se encontraba una alta concentración de ambulantes en una calle de gran tránsito omitiendo aquellas de uso peatonal, para la observación de desplazamiento y accesibilidad a diferentes puntos de la ciudad, siendo entonces un trabajo de carácter *in situ*.

Imagen 6. Ubicación del caso de estudio del comercio informal dentro del primer cuadro del centro histórico



. Fuente: Señalización sobre la cartografía urbana del INEGI 2014, Google Maps, Junio de 2016.

A lo largo del tiempo, este lugar ha sido un constante mercado semifijo, el cual alberga mercancía como alimentos preparados, fruta de temporada, ropa

económica y artículos variados, haciendo el sitio de difícil acceso y entorpeciendo el tránsito peatonal. La imagen urbana del lugar se ha convertido en una situación peligrosa y poco atractiva (a opinión de los usuarios constantes del sitio) por los constantes asaltos que se llevan a cabo aquí y la falta de mantenimiento de las banquetas, edificios y locales que se encuentran en su alrededor.

Los comerciantes no llegan por si solos a este (o estos) lugares, pertenecen a organizaciones o asociaciones de comerciantes que derivan de otras organizaciones más grandes, como lo es Antorcha Campesina, la cual alberga un gran número de afiliados y maneja el 60 por ciento del comercio en el centro histórico, de aquí se distribuyen pequeños grupos independientes (pero de un modo o de otro siguen perteneciendo a Antorcha), lo cual se caracterizan por ser unidos y leales a sus principios e ideas como organización.

3.2 Los antecedentes y el panorama de la informalidad urbana del Comercio en la vía pública en el Centro Histórico de San Luis Potosí (CHSLP)

Los antecedentes del comercio ambulante en la ciudad de San Luis Potosí se remontan a los años 30's y 40's cuando la venta de leña y carbón así como la venta de agua sustraída por los aguadores se encargaban de venderla casa por casa, el crecimiento de la ciudad y la falta de mercados propiciaron el incremento del comercio informal o el llamado ambulante. Cabe hacer mención que el verdadero problema en la capital de SLP ha sido el comercio semifijo, que surgió aproximadamente entre 1958 y 1960, en las calles de 16 de septiembre, entre Pedro Montoya y Tomás Vargas, en calles cercanas a la Avenida Ponciano Arriaga, ahora conocida como Eje Vial. Desde entonces este tipo de comercio fue conocido como "línea de fuego" o "Alí baba y los cuarenta ladrones", por la gran variedad de mercancías que se vendían, cuya procedencia se suponía era ilícita (Norma Sofía García Ruíz & López Tello, 2000).

En esa época el comercio semifijo ya ocasionaba problemas peatonales y viales, por lo que se intentó darle solución mediante la construcción del mercado 16 de septiembre, ubicada en esa zona de la ciudad. Por algunos años ese sector de la

ciudad quedo “limpio” de comerciantes en la vía pública. No obstante, en realidad se trató de un proceso de reubicación o relocalización de esa actividad en otros sectores del centro histórico, como fue el caso de la explanada Ponciano Arriaga y calles de Guajardo y Morelos (afuera del mercado Hidalgo), donde los comerciantes semifijos comenzaron a ocupar los espacios o vías públicas que daban acceso a zonas de comercio formal. A raíz de la construcción del mercado Hidalgo, el comercio fijo y semifijo fueron tolerados en dicha explanada ya que el cupo del mercado era insuficiente. Por consiguiente, se construyó el mercado República que albergo a nuevos comerciantes

A principios de 1982 resurge el problema del comercio semifijo sobre la calle 16 de septiembre, la administración municipal de Salvador Nava Martínez procedió a reubicar este tipo de comercio dentro del mercado 16 de septiembre ya que la mayoría de los locales de ese mercado eran utilizados como bodegas (los comerciantes preferían vender afuera del mercado). En 1984 a raíz de la devaluación y de la crisis económica de ese tiempo, resurge este tipo de comercio en las calles de Pedro Montoya, 16 de septiembre y Moctezuma, amenazando con invadir el corredor urbano del Eje Vial. De acuerdo con información oficial, a estos comerciantes no se les cobraba el derecho de piso, bajo el supuesto de no crear intereses. En la actualidad la mayoría de los comerciantes semifijos no cuentan con la autorización municipal para desarrollar sus actividades comerciales, pero por razones de índole política e incapacidad de las autoridades municipales para aplicar la normatividad, no son retirados de la vía pública (Norma Sofia García Ruíz & López Tello, 2000), por tal motivo surgen organizaciones como la Coalición de Organizaciones en Defensa del Comercio (CODECO) (del grupo Antorcha Campesina Nacional) que conforman más de 45 organizaciones de comerciantes, algunas de ellas son: Abastos, Ruta 23, U.C.O.F.Y.S., Ruta 4, Comerciantes Antorchistas, Tianguis El Rebote A.C., Federación Estatal de Tianguistas y Comerciantes, Ruta 1, CMAP, Unión de Globeros, MRP, FECOPE, Unión de Tianguistas Ruta 9, Asociación Potosina de Tianguistas AC, Organización Única de Comerciantes de las Vías, ULCEM AC, Eventos Especiales, Puestos Semifijos, Comerciantes Tianguistas del Santuario, Tianguistas del PRI, Unión de

Tianguistas Ruta 13 (CODECO, 2016) Todos estos se encuentran por toda la ciudad capital, dividiéndose en comercio semifijos y tianguis semanales.

Después de muchos años de tolerar este fenómeno, en la actualidad, la administración de Ricardo Gallardo Juárez (2015-2018) ha tratado de enfrentar este problema utilizando el desalojo y la fuerza pública hacia los comerciantes semifijos del centro histórico, los cuales se rehúsan a dejar el espacio público, además de realizar marchas y cierre de calles cuando convirtiendo esta situación en un caos vial y social (Zaragoza, 2016).

Por otra parte, la dirección de comercio, del H. Ayuntamiento de San Luis Potosí, el cual está encargado directamente de llevar un control y conocimiento de esta actividad dentro del espacio público, menciona que dentro de la ciudad de San Luis Potosí, específicamente en la zona centro se encuentran 3175 puestos semifijos, de los cuales 1050 se encuentran dentro del perímetro A del Centro Histórico. También reconoció que existen 4 mercados construidos para su alojamiento en diferentes años y administraciones públicas, tal como “La Pulga”, Mercado Allende, San Luis 400 y Tomas Vargas, actualmente se planea el 5 denominado Tepeché, localizado en la zona centro también, el cual pronostican como “exitoso” por encontrarse cerca de otro mercado (formal) llamado República.

A continuación se hace un breve recuento de las organizaciones que se encuentran en nuestro caso de estudio (Eje vial, de la calle de la avenida Reforma a la intersección de la calle Juan Sarabia), en los siguientes cuadros se observa su incremento dentro del lugar en diferentes administraciones municipales, además del surgimiento de nuevas organizaciones en el lugar, las cuales derivan de organizaciones grandes como Antorcha Campesina, CMAP (Coordinadora del Movimiento Amplio Popular) o CROC (confederación revolucionaria de obreros y campesinos).

Comercio ambulante 2000-2003

Tabla 3. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2000-2003

Periodo de Administración	Organizaciones		Eje Vial (de Juan Sarabia a Reforma) total ambulantes	Tipo de instalación	Giro	
					Artículos variados	Alimentos
2000-2003	CMAP	"Libres"	114	Puesto semifijos, carreta y triciclo	Cintos y ropa de piel	Variedades de dulces
	Libre	UNINASCO			Tejidos	Pays
	FECOPE	Unión de boleros			Eléctronica	Raspas de hielo
	Encadenados	MAZAS			Refacciones de carro	Gordas de harina
	Antorcha	Ernesto Flores			Ropa deportiva	Licuidos
	Eventos Especiales	Unión de voceadores			Ropa usada	Chicharrones
	Julián Ávila	MOY			Cassettes y cd's	Elotes
	Moises	Unión de Globeros			Juguetes	Camote
	Francisco Nestle	Frente común			Periodicos y revistas	Tacos y refrescos
	CROC	Benito Juárez				Mariscos preparados
	CTM	Don Layo				Semillas (nueces y pistaches)
	Frente Popular	CTM				Gelatinas
	Unión del Centro	CROM				Hot dogs, malteadas
	Heroínas Mexicanas	FPP				Frutas de temporada por kg
	FOCA	Valentín Rosas				Frituras
	Manuel González	Rosalio Morales				
	Dimas					

Fuente: Dirección de comercio, 2017.

A principios del 2000, existían menos puestos semifijos dentro del centro histórico, a pesar de esto se dividían en más organizaciones y existían personas que no pertenecían a ninguno, por lo que eran censados con el nombre del propietario del lugar, dentro de este sitio de análisis, desde entonces ya existía un congestionamiento en las banquetas con la acumulación de puestos

Comercio ambulante 2003-2006

Tabla 4. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2003-2006

Periodo de Administración Municipal	Organizaciones	Eje Vial (de Juan Sarabía a Reforma)	Tipo de instalación	Giro	
				Artículos variados	Alimentos
2003-2006	CAT	120	Puesto semifijos, carreta y triciclo	Cintos y ropa de piel	Variedades de dulces
	FECOPE			Tejidos	Pays
	Antorcha			Eléctronica	Raspas de hielo
	Unión del centro			Refacciones de carro	Gordas de harina
	Manuel González "Libre"			Ropa deportiva	Licuarios
	Ernesto Flores			Ropa usada	Chicharrones
	Unión pueblo libre			Cd'S	Elotes
	CMAP			Juguetes	Camote
	Julián Ávila			Periodicos y revistas	Tacos y refrescos
	Dimas				Mariscos preparados
	Unión de voceadores				Semillas (nueces y pistaches)
	Unión mutualista				Gelatinas
	Unión del centro				Hot dogs, malteadas
					Frutas de temporada por kg
					Frituras

Fuente: Dirección de comercio, Julio de 2017.

En 2003 (la siguiente administración municipal) en el lugar influyeron las organizaciones más importantes de los comercios ambulantes, FECOPE, Antorcha, CAT y CMAP, personas que trabajaban como independientes se unieron a estos grupos (la mayoría) y los que no, seguían instalándose de manera regular, aunque también de estos grandes grupos se desprendían miembros y comenzaban sus propios grupos el número de comerciantes semifijos incremento lentamente.

Comercio ambulante 2006-2009

Tabla 5. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2006-2009

	Organizaciones	Eje Vial (de Juan Sarabía a Reforma)	Tipo de instalación	Giro	
				Artículos variados	Alimentos
2006-2009	CAT	130	Puesto semifijos, carreta y triciclo	Cintos y ropa de piel	Alimentos
	FECOPE			Variedades de dulces	
	Antorcha			Tejidos	Pays
	Unión del centro			Eléctronica	Raspas de hielo
	Manuel González			Refacciones de carro	Gordas de harina
	"Libre"			Ropa deportiva	Licuos
	Ernesto Flores			Ropa usada	Chicharrones
	Unión pueblo libre			Cd'S	Elotes
	CMAP			Juguetes	Camote
	Julián Ávila			Periodicos y revistas	Tacos y refrescos
	Dimas				Mariscos preparados
	Unión de voceadores				Semillas (nueces y pistaches)
	Unión mutualista				Gelatinas
	Unión del centro				Hot dogs, malteadas
					Frutas de temporada por kg
					Frituras

. Fuente: Dirección de comercio, Julio de 2017.

Para la administración que comenzó en 2006 el número de comerciantes semifijos incremento en un pequeño porcentaje, las organizaciones de comerciantes seguían retomando fuerza y popularidad entre los ambulantes independientes,

De las administraciones 2009-2012 y 2012-2015 no se cuenta con un censo oficial por parte de la Dirección de Comercio del H. Ayuntamiento de San Luis Potosí, por lo tanto se desconoce si en esas temporadas llevaban un control del comercio semifijo dentro del centro histórico.

Comercio ambulante 2015-2018

Tabla 6. Organizaciones del comercio semifijo instalados en eje vial en el periodo administrativo municipal 2015-2018

Periodo de Administración Municipal	Organizaciones		Eje Vial (de Juan Sarabia a Reforma)	Tipo de instalación	Giro	
2015-2018	CAT	CMAP	145	Puesto semifijos, carreta y triciclo	Artículos variados	Alimentos
	FECOPE	Encadenados			Cintos y ropa de piel	Variedades de dulces
	Antorcha				Tejidos	Pays
	MPL				Eléctronica	Raspas de hielo
	Benito Juárez				Refacciones de carro	Gordas de harina
	FPI				Ropa deportiva	Licuadaos
	El Negro				Ropa usada	Chicharrones
	Martín Ayala				Cd'S	Elotes
	Unión del centro				Juguetes	Camote
	Carmela Navarro				Periodicos y revistas	Tacos y refrescos
	Ernesto Flores					Mariscos preparados
	José Nieves					Semillas (nueces y pistaches)
	Dimas					Gelatinas
	Heroínas Mexicanas					Hot dogs, malteadas
	Unión de voceadores					Frutas de temporada por kg
	"Libres"					Frituras
	UGOCEM					

Fuente: Dirección de comercio, Julio de 2017.

En la actualidad, la venta de alimentos y artículos variados no difiere mucho de lo que con anterioridad se vendía, las organizaciones siguen a la alza y con ella el desprendimiento de "líderes" que siguen formando grupos de comerciantes, por lo tanto se ha incrementado solamente en este tramo de Eje Vial de 2000 a 2015, 31 puestos de comerciantes semifijos. Para ser un sitio de tránsito peatonal en una vialidad primaria, el incremento de esto entorpece y genera conflictos entre transeúntes, como lo es la accesibilidad a esta banqueta, el aglomeramiento de personas y el aprovechamiento de esta situación para delinquir.

Los anteriores cuadros o línea del tiempo del comercio semifijo en la avenida de eje vial (entre Reforma y la intersección de Juan Sarabia) nos indican un incremento de participantes dentro de las organizaciones de comerciantes más grandes que existen en el país, las cuales en su mayoría suelen desprenderse de "Antorcha Campesina", estos grupos atraen a personas instaladas de manera independiente ofreciéndoles protección, ayuda a sus familias y solidaridad e intervención como mediador con las autoridades municipales o las que

intervengan, en conflictos por el espacio en el que se instalan (información del departamento de comercio del H. Ayuntamiento de SLP, 2016). Cada vez son más las personas que deciden hacerse miembros por lo cual el número de afiliados y la unión y solidaridad que los caracteriza suele rebasar las leyes que existen sobre el espacio público y el comercio, además del control por parte de las autoridades a estos lugares y a estos grupos, lo cual lo convierte en un caos entre organización-gobierno y destacando en los medios de comunicación el desorden social que entre ellos se genera por la falta de comunicación y entendimiento de exigencias (por parte de las organizaciones) y lo que la autoridad puede ofrecer dentro del reglamento del uso del espacio público.

El comercio establecido, a través de las cámaras de comercio, de sus representantes y del gobierno del estado y municipal, ha tratado de manera infructuosa que los vendedores semifijos tengan una reubicación. Ello se debe, entre otros factores al papel que juegan las organizaciones políticas que los protegen. En algunas zonas los establecidos han competido sacando sus productos a la calle para recuperar su clientela (Pulso, 2015).

3.3 El lugar de estudio

La instalación de los vendedores en la vía pública, principalmente el comercio semifijo del centro histórico de la ciudad de San Luis Potosí es una acción regulada por el gobierno municipal, la cual es tratada directamente con la dirección de comercio en el departamento de plazas y mercados, estos expiden un permiso para la venta de productos en la calle dentro de un puesto semifijo, las medidas específicas permitidas son 2.0 x 2.0 m o también 3.0 x 2.0 m, pero del reglamento a la realidad dentro del espacio público se observa otra situación, pues los puestos comerciales suelen apropiarse de 1 a 3 m más de lo permitido invadiendo espacio con las estructuras semifijas o apartando más lugar con cajas de cartón o madera, lo cual genera como consecuencia el entorpecimiento del desplazamiento peatonal, el sortear las lonas, estructuras o cajas o hasta maniqués que estos instalan en la vía pública, generando un caos peatonal entre los transeúntes. Como parte de la imagen social, dentro del lugar se encuentran sitios

considerados peligrosos por el tipo de ventas o concentración de personas que llegan a ellos, como lo son los prostíbulos, que en esta sección de la avenida se ubican 4, dentro de edificios antiguamente coloniales que antes eran utilizados como vecindades.

En esta parte, aclaro que dentro del caso de estudio, los comerciantes informales son llamados en la investigación comerciantes semifijos, pues aunque anteceden dentro de la informalidad como estilo de vida, en la actualidad estos establecimientos pagan una cuota, por lo que se entiende que se encuentran dentro de un control por parte de la dirección de comercio acatando la normativa que esto implica.

Fotografía 3. Las estructuras semifijas se retiran por la tarde-noche, según el horario del permiso con el que cuentan



Fuente. Periódico el Pulso, Noviembre de 2016.

Fotografía 4. Las autoridades municipales de comercio son los encargados de regular y hacer entrega de permisos y avisos en el lugar donde se instalan



Fuente. Periódico el Pulso, Noviembre de 2016.

3.3.1 La accesibilidad, percepción y las cualidades espaciales del lugar como componentes del espacio público

Como parte del uso de las herramientas metodológicas, desglosamos la información de manera brevemente cuantitativa, la cual en la siguiente tabla menciona de manera general la opinión pública sobre las principales categorías analíticas del lugar en las que se enfoca nuestra investigación: la accesibilidad, la percepción y las cualidades físicas del lugar.

Tabla 7. Resultado de las entrevistas realizadas en la avenida Eje Vial

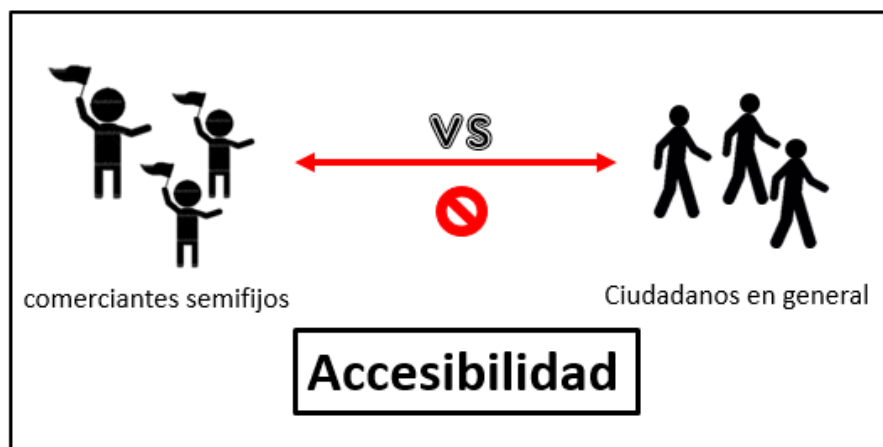
Categorías Analíticas	Ciudadano en general	Porcentaje	Comerciante ambulante	Porcentaje	Servidor público	Porcentaje
Accesibilidad	El origen del problema se ubica en la esfera económica.	90%	Los comerciantes ambulantes no son problema con la accesibilidad y cruce del lugar.	100%	Los comerciantes ambulantes cuentan con permisos para instalarse.	100%
	Entorpecimiento del flujo peatonal.	100%				
	La aglomeración de personas genera estrés y enojo entre los peatones.	95%			El impacto espacial del comercio ambulante se reduce a la apropiación de más espacio que del asignado.	80%
Percepción	Lugar inseguro con alta probabilidad de ser asaltados.	100%	Perciben el lugar con inseguridad en el entorno laboral.	40%	Un ambiente de inseguridad por la delincuencia que en estos lugares se genera.	100%
	Ruido constante por la venta de música y	100%	Perciben que podrían ser desalojados			
Cualidad es físicas	Se perciben los elementos físicos con dificultad, por la intervención de los puestos en las banquetas.	90%	-Creen tener el espacio necesario para llevar a cabo su actividad económica.	60%	Una imagen urbana deteriorada y la idea de un lugar empobrecido por su aspecto físico y socioeconómico.	90%
			Observan el lugar descuidado, como edificios y banquetas.	30%		

Fuente: Elaboración propia, Mayo de 2017.

Las opiniones sobre el lugar son muy generales entre los usuarios, su rango de distinción en la misma pregunta a diferente persona fue muy similar entre las respuestas, por lo visto la opinión pública tiene cierto peso e influencia en la percepción del lugar, lo cual afecta considerablemente al desplazamiento y las visitas a él.

La investigación se llevó a cabo bajo tres ejes primordiales los cuales nos facilitaron la observación del fenómeno y nuestro objetivo a estudiar, el primero fue la accesibilidad, este eje principal destaco de manera negativa para los ciudadanos que transitan por las calles de nuestra unidad de estudio. Más que un enfoque normativo y tecnificado del ambulante, las reflexiones que siguen hacen hincapié en la manera de cómo se percibe en las implicaciones que lo rodea y el resultado de su existencia en el espacio público.

Imagen 7. Resultados del registro de accesibilidad por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos



Fuente: Elaboración en el software Atlas.ti, Mayo de 2017.

En el centro histórico de San Luis Potosí, específicamente en la avenida eje vial (abarcando desde el pasaje de Juan Sarabia hasta llegar a la avenida Reforma) la accesibilidad a sus banquetas se convierte en una situación crítica de desplazamiento, además de generar situaciones de estrés y desesperación por parte de los transeúntes, convierte este lugar en un privilegio para unos cuantos. Tal como lo menciona la señora Araceli, -“*si puedo evito esa banqueta, me*

molesta mucho estar tratando de evitar los cordones esos que cuelgan de las lonas y te pegan la cabeza, la gente va toda lenta y uno lleva prisa, te atontas bien cabron”.

Por su parte los comerciantes semifijos no tienen problema para fijar sus puestos en este sitio, además de ampararse con un permiso municipal la percepción de ellos es distinta en el lugar, pues el objetivo principal de ellos es la venta de sus productos por lo que el colapso del desplazamiento no es un tema que a ellos interese, por su parte comentan que si el municipio les otorga permiso es una señal de que el espacio público es un lugar apropiado para su instalación, doña Elena menciona al respecto: *“pues nosotros no estorbamos en la calle, si nos dan permiso es porque está permitido ¿no?, además a mi nadie nunca me ha dicho que les estorbo y si así fuera pues que, es mi trabajo y pago para ello un lugar”-.*

Aunque para los ciudadanos signifique sortear estructuras semifijas, cajas y basura, el espacio público se reduce al beneficio de un grupo económico organizado y con una fuerza de convocatoria cada vez más fuerte.

Si bien, no se tienen estudios específicos sobre la percepción del ciudadano sobre la apropiación del espacio público por parte de los semifijos, Norma Jaramillo (2002), relata que la inserción de las organizaciones en el espacio urbano está marcado por la hostilidad, su existencia y permanencia ha dependido de su capacidad para sortear conflictos producto de la disputa con distintos actores sociales que se oponen, con el fundamento de que la actividad que realizan aunque representa un mecanismo de sobrevivencia, implica la utilización con fines comerciales de espacios considerados públicos.

Fotografía 5. Las personas suelen transitar el arroyo vehicular por la falta de accesibilidad arriba de la banqueta, ya que las dimensiones de los puestos semifijos acaparan gran parte del espacio transitable



Fuente; Toma propia, Enero de 2017.

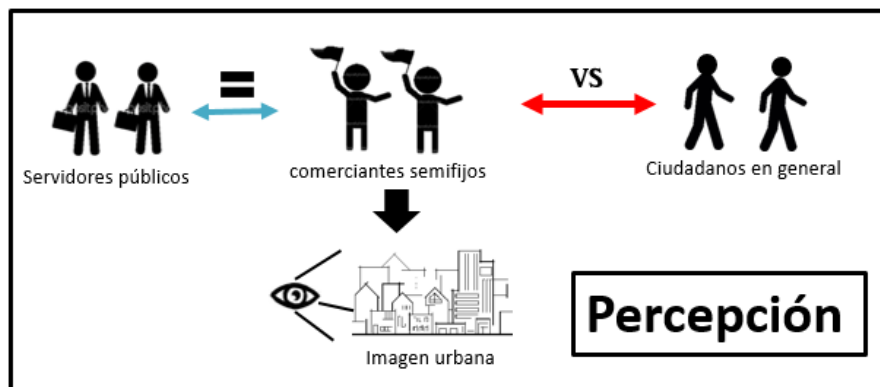
Por esto, las autoridades correspondientes deben exigir a los comerciantes semifijos el respeto al espacio otorgado, evitar el crecimiento de sus puestos, pues si aceptaron esta regulación para llevar a cabo sus actividades en un espacio considerado para todos, y a su vez ellos también exigen libertad de expansión y expresión, los ciudadanos quienes también colaboran con la subsistencia del comercio ambulante, merecen también la voz y presencia dentro del espacio público.

Imagen 8. Resultados del registro de accesibilidad por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos por parte de las entrevistas realizadas



Fuente: Elaboración propia, Mayo de 2017.

Imagen 9. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos, comerciantes semifijos y servidores públicos



Fuente: Elaboración en el software Atlas.ti, Mayo de 2017.

Una de las características que tiene el comercio semifijo es la percepción que se tiene del lugar donde se instala, por su parte dentro de la opinión ciudadana esta

característica relativamente subjetiva tiene un común denominador: el mal estado en el que se encuentra el entorno y el peligro que este representa. Felipe de Alba menciona que el fenómeno de ocupación callejera es participe en conflictos como inseguridad, higiene, contaminación ambiental, así como invasión de la vía pública para el libre tránsito y la recreación de la ciudadanía en general, la consideración de este autor no está alejada de la percepción del ciudadano que transita el centro histórico de la ciudad de SLP. En entrevista los 5 ciudadanos entrevistados manifestaron un descontento con la imagen que representa el comercio semifijo, expresaron cierta “aversión” al atravesar estas calles, pues además de conservarse en mal estado las banquetas, el ruido que generan las ventas de piratería y el mal olor de las cañerías cercanas que se encuentran destapadas, restan puntos a la imagen que da el comercio ambulante, Quique menciona al respecto de manera molesta –*“es un asco, neta no sé porque los dejan ponerse en este sitio, aparte de ser un verdadero estorbo son sucios, ni siquiera recogen su basura y huele bien mal, ¿es neta que esta es la imagen que le damos a los visitantes? Por eso prefieren otras ciudades como Querétaro”*.

En este concepto, los comerciantes semifijos señalaron una percepción más de inseguridad que de contaminación visual y de higiene que manifiesta el lugar, ellos mencionan situaciones de riesgo que se vive por los asaltantes de poca monta que rodean el lugar, tal como lo dice doña Mariquita –*“luego la gente ya no quiere pasar porque luego los andan asaltado y quitando sus carteras, pero pues nosotros sabemos que son esos raterillos que viven acá adelante”*- refiriéndose a uno de los barrios más empobrecidos y peligrosos de la zona centro, el barrio de Tlaxcala, aunque ellos dicen conocer quiénes son las personas que provocan los delitos prefieren callar, pues temen represalias por parte de estos o de sus familiares, mientras que las autoridades también comentaron sobre la percepción de un lugar inseguro, ellos aseguran que gran parte de los asaltantes son los mismos familiares de los comerciantes ambulantes y que estos por lo regular tienen su vivienda en dicho barrio.

Fotografía 6. El comercio ambulante en eje vial, centro histórico de SLP

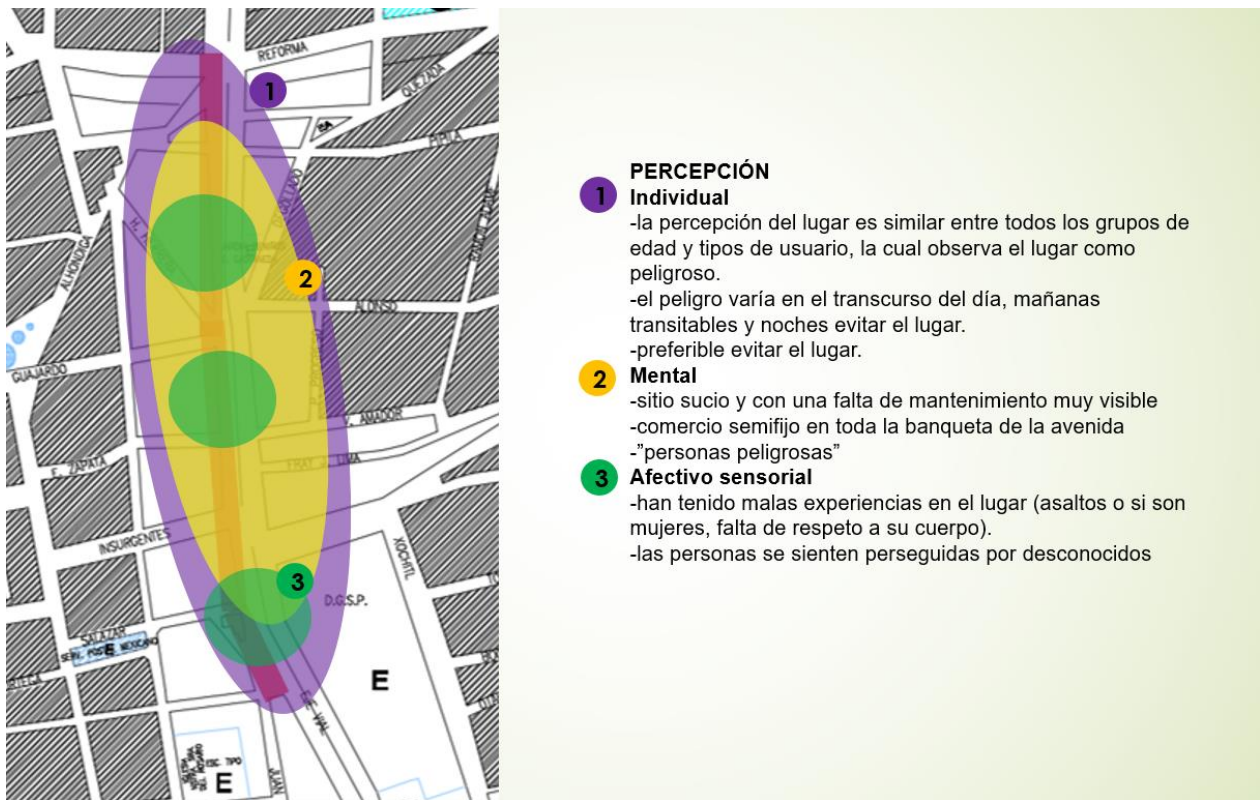


Fuente: Toma propia, Enero de 2017.

Una de las principales causas que tiene el gobierno para el desalojo de los semifijos es la percepción que da al entorno (ciudadano o turista) en el centro histórico, Imelda González menciona que en la ciudad de México, los programas de rescate del centro histórico apuestan más por un turismo local o extranjero el cual esta premisa se encuentra en las primeras de lograr con la renovación de la imagen urbana histórica, por lo que a manera global, esta idea no está muy lejos de ser presentada en la ciudad de San Luis Potosí. Por lo que el comercio ambulante se convierte inmediatamente en una imagen negativa anclada y permitida legalmente en el espacio público.

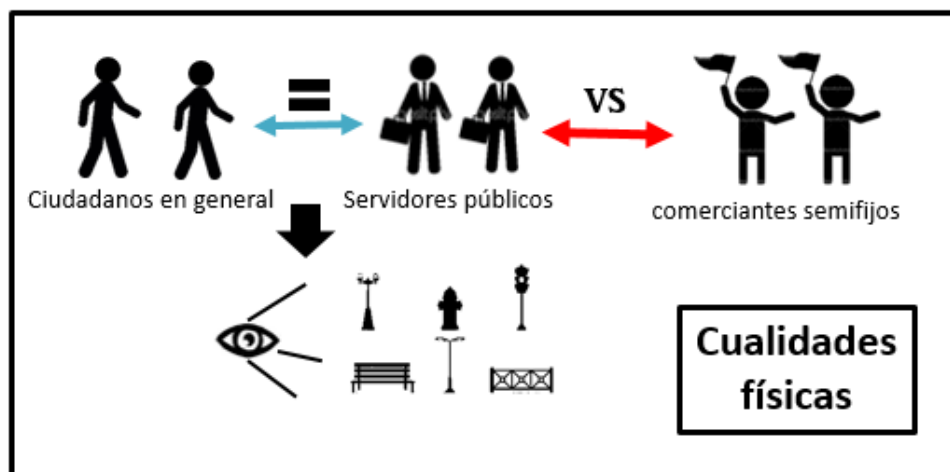
Para que el comercio semifijo tuviera una concepción positiva en el espacio público, se debe tomar en cuenta los límites permitidos en su legalidad, con esto me refiero a una regulación de higiene, visual y auditivo del sitio en labor con las autoridades correspondientes, un plan de manejo sobre la imagen urbana de este lugar que muchas veces se ve opacado por elementos que no corresponden a ellos y empeoran su imagen (las cañerías en mal estado que se encuentran cercanas al sitio por ejemplo) o el uso de estructuras adecuadas para la venta de sus productos, ya que muchas veces su forma o dimensión son las que suelen afectar la imagen urbana que se tiene del lugar y la percepción de ella.

Imagen 10. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos



Fuente: Elaboración por parte de las entrevistas realizadas, Mayo de 2017.

Imagen 11. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos, comerciantes semifijos y servidores públicos



Fuente. Elaboración propia por parte del software Atlas.ti, Mayo de 2017.

Las cualidades físicas del lugar o aquellos elementos que componen el espacio urbano (como el mobiliario, la infraestructura o la vegetación que se encuentra en el lugar) son los elementos más importantes de guía para el transeúnte que aquí se desplaza, pero con la existencia del comercio semifijo estos elementos universales suelen ser parte de la apropiación del comercio semifijo a los elementos de su entorno. En entrevista los ciudadanos comentaron que con dificultad podían distinguir las paradas del transporte público, la señalética de cruce o alguna banca que se encontrara en el lugar, por lo que dificultaba su ubicación de donde se encontraba, mientras que las personas que pasan con regularidad identifican claramente cada anuncio o mobiliario que fueran a ocupar (desde un teléfono público o la toma de una ruta de transporte específica, ya que los autobuses tienen diferentes paradas dependiendo de su destino). Por lo que conflictua la estadía en el lugar. El espacio arquitectónico toma importancia en este apartado, ya que los ciudadanos perciben edificios atractivos y “bonitos”, los cuales creen que pueden ser rescatados para la mejora del lugar, el problema es que la mayoría de estos son prostíbulos y vecindades de prostitutas los cuales también forman parte de la imagen que se tiene del lugar, los cuales empeoran la visibilidad del sitio, ya que agrega cierta inseguridad (aparte de los asaltos) a dicha avenida.

Fotografía 7. Los elementos urbanos pasan a ser parte de la estructura apropiada para uso personal del comercio ambulante



Fuente; Toma propia, Enero de 2017.

Por su parte el comerciante semifijo no percibe (o no toma importancia) a estos elementos, solo aquellos que se encuentran bajo la sombra de un árbol perciben la importancia de tener cerca una sombra que inhibe el calor y el sol diario, los que utilizan las bancas para que formen parte de su puesto semifijo o también los que usan la señalética urbana para el amarre de sus lonas, creen que estos elementos apropiados no afectan a nadie y pues como ellos comentan “*nadie les dice nada*”.

Los inspectores de comercio comentan que con los semifijos empobrecen la imagen del centro de manera radical, que el mal estado de los elementos urbanos que existen en las calles se debe a ellos, pero que al final, don Armando, inspector de comercio comenta que “*ya mejor ni les dicen nada porque no entienden*”.

El ablandamiento de las autoridades ante esta situación de apropiación material se debe a que evitan tener problemas con los líderes de las organizaciones, los inspectores de comercio son los que tratan directamente con los comerciantes, por lo que “*mientras menos broncas tengamos con ellos mejor*” situación que no solo afecta a la imagen urbana, sino también al ciudadano que transita y no le es familiar el lugar, el cual puede desorientarse y llegar a sitios peligrosos que rodean estas calles.

Aunque en los estudios sobre el comercio semifijo se ha puesto poca o nula atención a las consecuencias que se tiene sobre la apropiación de los elementos urbanos por parte del comercio semifijo, es importante señalar que en primera instancia estos elementos tienen un objetivo dentro del espacio libre, y que por consiguiente su apropiación repercute en la estadía del peatón. Ante esto, es preciso señalar que “*el espacio es un producto material en relación con otros elementos materiales, entre ellos los hombres, los cuales contraen determinadas relaciones sociales, que dan al espacio (y a los otros elementos de la combinación) una forma, una función, una significación social*” (Jordi Borja, 2000). Dejando en claro, que desde esta concepción, el espacio otorgará una forma y una función a los sujetos que lo transitan, que lo ocupan y que lo apropian y esto

puede influir directamente con los que no son parte de esa apropiación, los cuales tienen consecuencias urbanas de segregación a estos elementos universales.

Imagen 12. Resultados del registro de percepción por parte de los ciudadanos y comerciantes semifijos

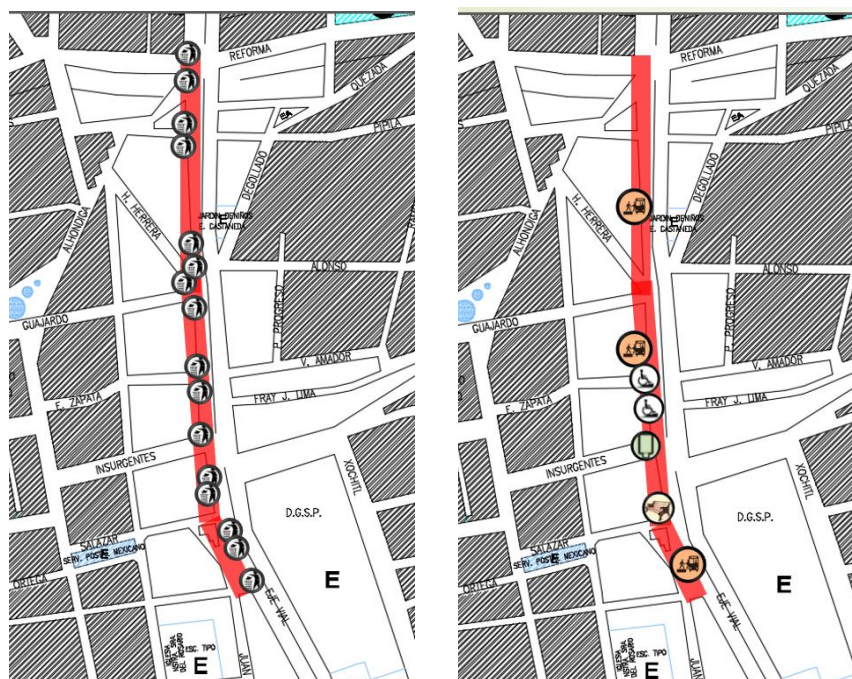


Fuente: Elaboración propia por parte de las entrevistas realizadas, Mayo de 2017.

3.3.2 Ubicación de elementos físicos y perceptivos del lugar

En los mapas siguientes se muestran la contabilización de los elementos urbanos hallados en el sitio de análisis, esta información se obtuvo de los resultados de las notas de campo, las cuales nos ayudaron a comprender y comparar lo visto en el espacio público con los resultados de nuestras entrevistas realizadas a los ciudadanos que se desplazaban en el lugar a pie, las cuales se describen a continuación:

Imagen 13. Elementos urbanos que componen la imagen urbana del lugar



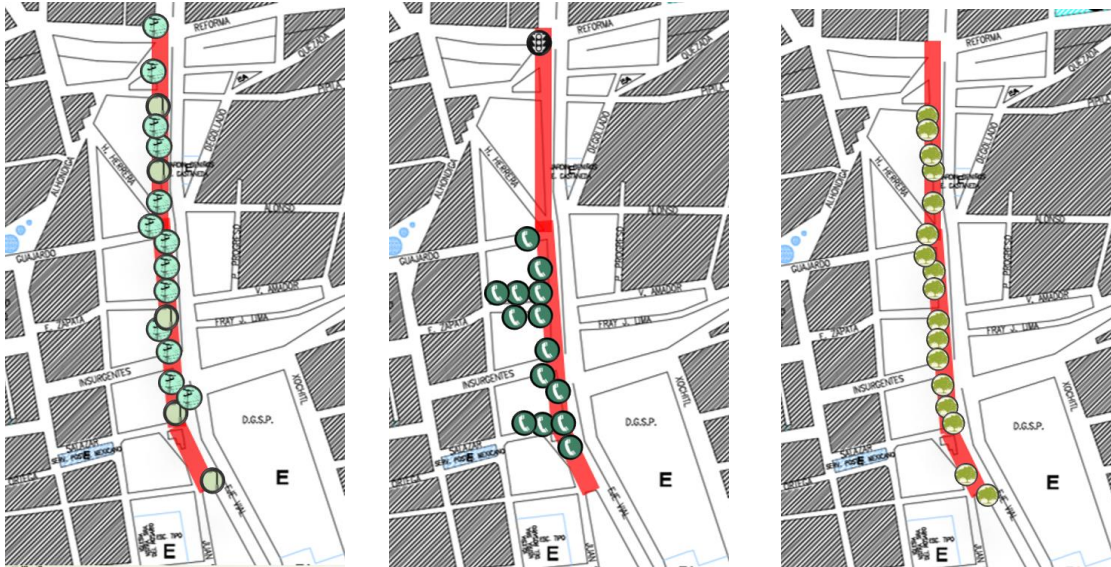
Fuente: Elaboración propia, Enero de 2017.

En esta parte se observan los elementos básicos del mobiliario urbano que se encuentran en el espacio público y la ciudad, observamos la existencia de basureros suficientes para una avenida, el estado en el que se encontraban era bueno y su uso constante, a un costado de estos podemos encontrar costales y cajas de cartón pertenecientes a los comerciantes semifijos, (los cuales hacen ver el lugar como sucio y descuidado) por las noches son recogidos por aseo público del departamento de ecología.

En cuanto a elementos urbanos solo se aprecia 1 sola banca en toda la avenida, la cual es apropiada por un puesto ambulante y rara vez está a la vista, a su vez solo 2 rampas para acceso universal se encuentran en toda la avenida, dificultando a las personas con algún problema de movilidad y al traslado de mercancía desplazarse libremente. En cuanto a las paradas de transporte público se encuentran 3 señaléticas haciendo referencia del paso de las rutas de camión, son poco visibles por las lonas del comercio semifijo y solo las personas que concurren este lugar saben que rutas pasan por ahí, existen 2 paradas con

sombra y banca, las cuales se encuentran en buenas condiciones y su uso es constante.

Imagen 14. Elementos urbanos que componen la imagen urbana del lugar

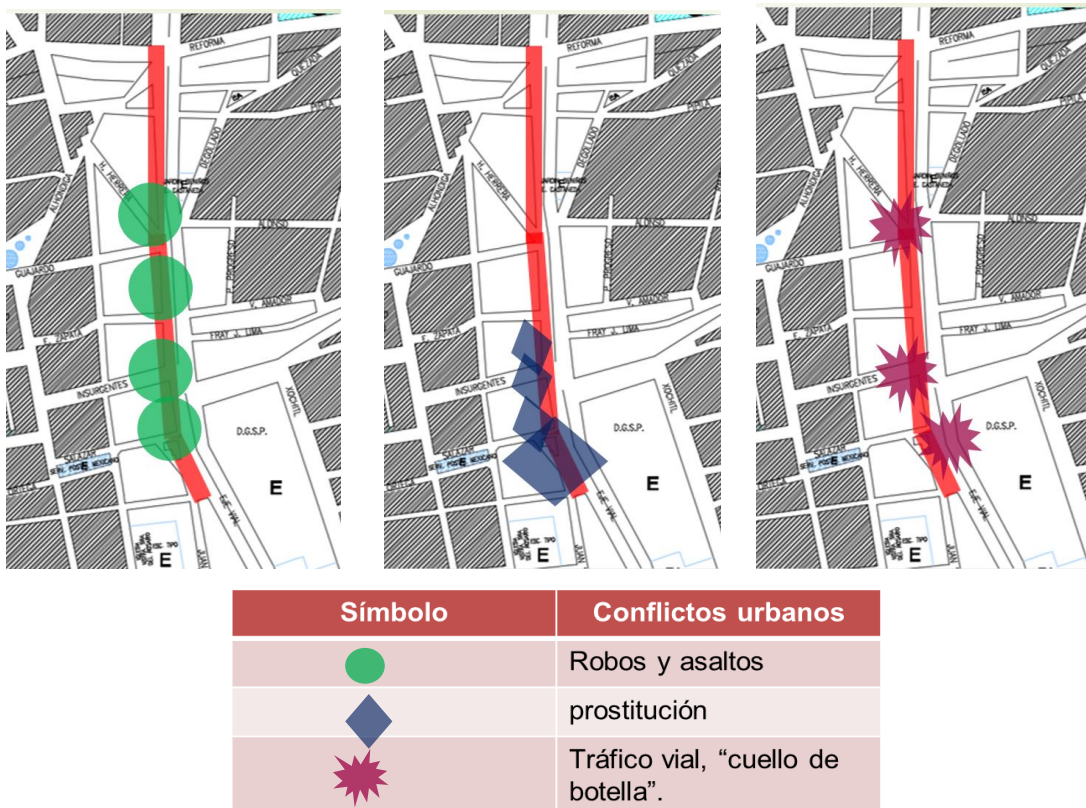


Símbolo	Elementos urbanos
	18 postes de luz
	12 teléfonos públicos
	18 árboles

Fuente: Elaboración propia, Enero de 2017.

Sobre elementos de infraestructura como lo son los postes de luz eléctrica, la mayoría se encuentran descuidados, de ellos cuelgan los “diablitos” o tomas de luz clandestinas para uso de los comerciantes semifijos, los teléfonos públicos de monedas aún son utilizados a pesar de la gran demanda del celular y en este lugar encontramos 12 de ellos en función, los árboles que están en el transcurso de la avenida son de gran tamaño y su follaje produce sombra suficiente, el cual se ve reflejado por las noches, tapando las luminarias que se encuentran en el lugar.

Imagen 15. Conflictos urbanos que forman parte de la percepción de la imagen urbana del lugar



Fuente: Elaboración propia, Enero de 2017.

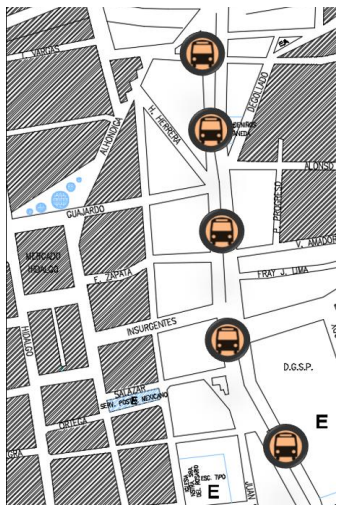
Esta parte fue más perceptiva dentro de las notas de campo en el espacio público, en estos sitios visitados se aprecian aquellos lugares considerados peligrosos por los ciudadanos y por nosotros también. Por ejemplo las calles que hacen esquina se encuentran un tanto solas y producen una sensación de inseguridad, también encontramos una sección donde se encuentra la zona de prostitución y con ella la generación de conflictos de carácter social en su alrededor. Por último también observamos tráfico vehicular y partes donde esta se estanca por las constantes paradas del transporte público afectando a los demás usuarios de la vialidad.

Fotografía 8. La prostitución es una de las percepciones más comunes que se tiene del lugar, por consecuencia el sitio se entorna inseguro



Fuente: Periódico el Pulso, Noviembre de 2016.

Imagen 16. Rutas de transporte Público que transitan por la avenida eje vial



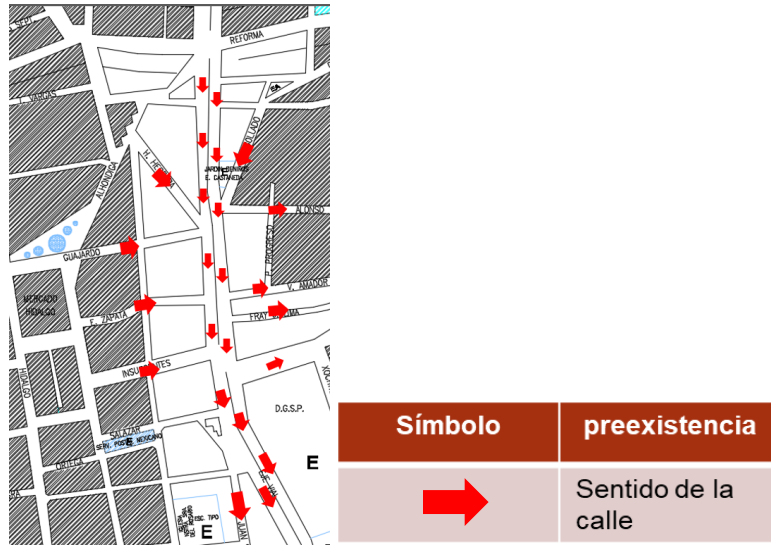
Ruta	Destino
1	Tlaxcala, Progreso, Guanos
1	Peñasco, Progreso
3	Constancia
3	Zapata
3	San José
6	Las Flores
6	San Juanico
6	Ponciano Arriaga
7	Vallejo
8	Constitución, Pedro Moreno
8	Damián Carmona-Saucito
15	Lomita
15	Valentin Amador

Ruta	Destino
16	Morelos, Santo Tomas
16	Soledad
17	Del Llano, Observatorio
18	Sector sur
19	Arbolitos
20	León García
21	Satélite
22	Conalep, Retornos
23	Hogares Populares
25	Los Gómez
26	Wenceslao
10	Perimetral

Fuente: Elaboración propia, Enero de 2017.

El transporte público es uno de los servicios más solicitados por la ciudadanía para su traslado a diferentes puntos de la ciudad, en esta avenida pasan alrededor de 27 rutas las cuales trasladan al norte, sur y oriente de la capital. El 80 por ciento de los camiones pasan por aquí, reflejando su demanda en el tráfico que genera.

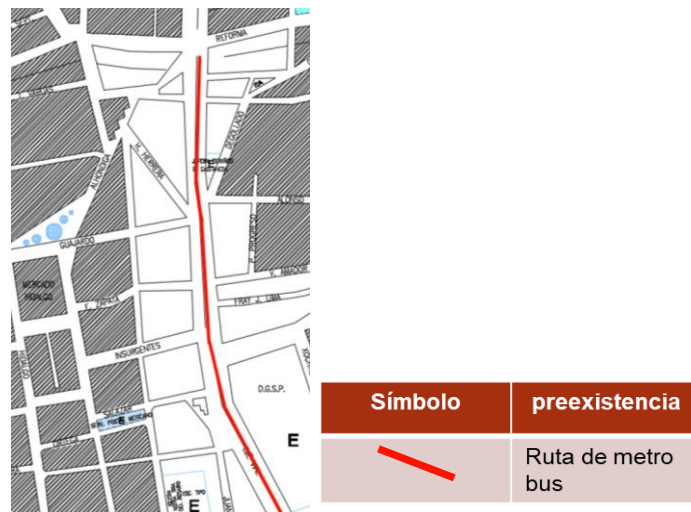
Imagen 17. Sentido de las calles alrededor de la avenida Eje Vial



Fuente: Elaboración propia, Enero de 2017.

En esta parte observamos que las calles del lado izquierdo desembocan en la avenida principal después siguen su curso, esta situación genera la acumulación de vehículos para transitar dicha avenida provocando caos vial en horas pico.

Imagen 18. Ruta del metrobus



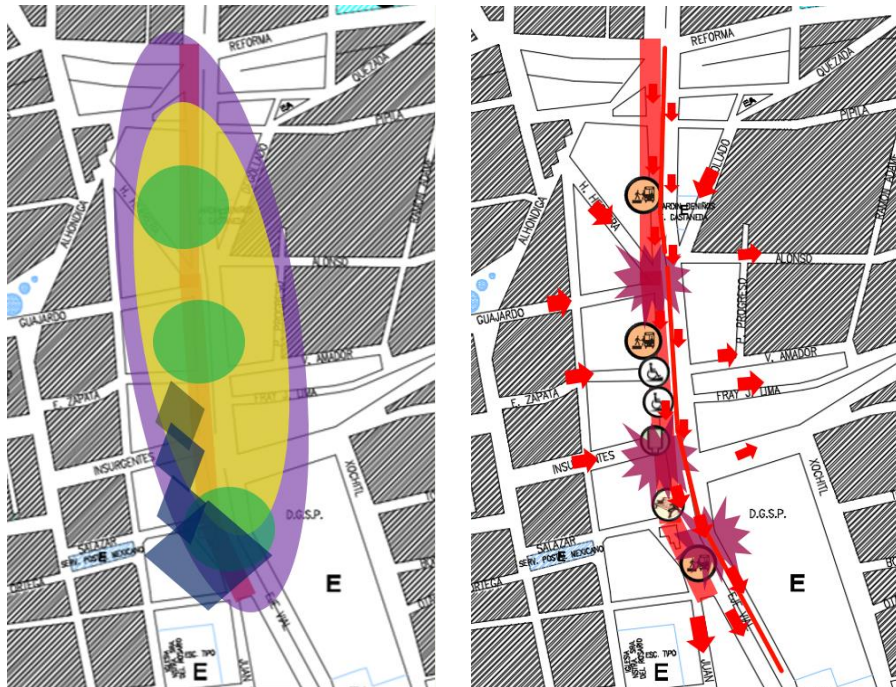
Fuente: Elaboración propia, Enero de 2017.

Recientemente se aprobó la creación de un metrobus el cual conectaría el centro de la ciudad con la zona industrial, ya que según las autoridades encargadas de

obras públicas, el transporte público comienza a ser insuficiente, esta obra cruzaría la avenida eje vial y sale hacia la parte oriente de la ciudad, en el mapa se observa el cruce de lo que vendría siendo la vialidad del metrobus por el carril izquierdo, la cual tendría como consecuencia un congestionamiento vehicular de mayores proporciones que con el que se tiene actualmente.

Como vimos en los mapas anteriores, el sitio es muy transitado tanto por ciudadanos como por automóviles, la existencia del comercio semifijo es a causa de esta razón lo cual se ve reflejado en la imagen del lugar, teniendo como consecuencia la degradación del paisaje.

Imagen 19. Observación de la inseguridad a partir de una zona roja como es considerado los puntos de prostitución, el segundo mapa señala el caos vial generado por varios factores urbanos



Fuente: Elaboración propia, Enero de 2017.

A manera de conclusión de la información que se dio como resultado de esta herramienta, encontramos situaciones que tienen que ver como resultado de la observación del entorno, por ejemplo, la existencia de hoteles de paso y prostitución afecta a las calles que rodean esta avenida, la inseguridad es un factor “normal” en estos lugares (imagen 24) mientras que si juntamos los mapas

de sentido de vialidad junto con los cuellos de botella y el mobiliario urbano donde ubica las paradas del camión (imagen 25), se observa físicamente el caos del tráfico y su origen.

4 CONCLUSIONES: SOBRE EL COMERCIO AMBULANTE COMO FENÓMENO DE APROPIACIÓN EN EL CENTRO HISTÓRICO DE SAN LUIS POTOSÍ EN LA AVENIDA DE EJE VIAL.

En esta parte, finalizamos con la reflexión que nos dejó el trabajar en campo y realizar las entrevistas, los resultados que se dieron a partir de estas herramientas metodológicas y sobre esto, nuestro aporte en la investigación.

4.1.1 Apropiación del espacio

La unidad de estudio la cual se encuentra dentro del perímetro “B” del centro histórico, está rodeado de circunstancias sociales poco seguras, tal como la prostitución o las llamadas “zonas rojas”, venta de drogas, vecindarios en situaciones precarias (o disfrazadas como tal, siendo hoteles de paso también) y la generación de violencia y delitos. En lo que respecta a la apropiación del espacio público, cabe destacar que existen mesas de trabajo las cuales se llevan con regularidad cada mes en la unidad administrativa municipal, en los que participan líderes comerciantes, comerciantes en general y autoridades municipales, las cuales dentro de ellas acuerdan situaciones o cambios sobre el uso del espacio (por ejemplo desplazamientos por obras públicas o fechas de mayor venta como en navidad etc.), en las cuales a través del dialogo se logra atenuar la tensión que se tiene sobre ellos en las calles y la cual se espera que siga existiendo estas reuniones así cambien las administraciones municipales como cada 3 años sucede, ya que la constante comunicación beneficia a ambas partes para un manejo interno sin violencia el cual también afecta a terceros, como son los ciudadanos en general.

4.1.2 Percepción del lugar

La percepción del lugar tomo dos ejes en el desarrollo de la investigación, el primer eje fue lo percibido mediante las notas de campo y la visita al sitio a diferentes horas del día y distintos días, en él se manifestó las preexistencias del lugar y los acontecimientos del mismo por parte de los investigadores y el segundo

fue mediante los resultados de las entrevistas a los ciudadanos y su percepción, parte fundamental de la investigación.

Con ello llegamos a la conclusión de que existen circunstancias negativas dentro del entorno las cuales dificultan la mejoría del lugar, por ejemplo hay elementos que perjudican indirectamente el lugar, como lo es la sombra de los arboles los cuales tapan la luz de las luminarias por las noches, la aglomeración de personas en lugares reducidos y la existencia de paradas de camión en sitios de restringida banqueta.

Las estructuras semifijas dificultan el tránsito de peatones y la lentitud del desplazamiento, por lo que la presencia de asaltantes los cuales viven cerca del lugar es frecuente en el transcurso de la avenida.

La imagen urbana es percibida como sucia, maltratada y poco atractiva por la presencia de estructuras semifijas en mal estado o sin un diseño fijo, la mejoría de la imagen del lugar depende en gran medida a planes de recuperación y restauración del entorno por parte de autoridades municipales y estatales además de federales por estar localizado en un sitio de valor patrimonial.

Fotografía 9. Edificios coloniales que se encuentran en este lugar son utilizados como prostíbulos, pero se anuncian como hoteles



Fuente: Periódico el Pulso, Junio de 2015.

4.1.3 Aspectos positivos del comercio semifijo

A pesar de la crítica que se le tiene al comercio callejero, los ciudadanos prefieren consumir sus productos por los precios bajos y la rapidez con la que se entregan, ya sean alimentos o artículos personales. Por lo que crea un conflicto entre la imagen ideal de un espacio público como lo es el centro histórico y las conveniencias económicas del ciudadano.

Uno de los aspectos que sobresalen sobre el comercio semifijo y sus ventas es el bajo costo que manejan sus productos ya sean alimentos o artículos variados, lo cual es un atractivo adicional al consumidor, aunque este no tenga calidad ni garantía al adquirirlo, lo cual es un riesgo por la pérdida económica que se puede tener al comprar algo que no se puede devolver.

Los comerciantes semifijos se sienten motivados a seguir en las calles por la respuesta positiva de sus productos por parte de sus compradores, que por lo general es constante. Esta situación genera una tensión sobre la asertividad de la apropiación del espacio público, ¿Cómo se puede controlar algo considerado “informal” pero que a su vez está regulado por el gobierno pero además tiene consecuencias negativas en la imagen urbana y en la salud pública? Sumando a esto, la aceptación del ciudadano para su crecimiento y estadía cotidiana. Tal vez es solo cuestión de un acuerdo entre autoridades y comerciantes semifijos en las exigencias de sanidad y percepción del lugar sobre este comercio así como la firme congruencia del ciudadano de consumir productos los cuales ellos están conscientes que generan un aspecto negativo al entorno urbano y que ellos también sufren las consecuencias desestabilizadoras del lugar (como la frágil percepción o la alteración de la accesibilidad al sitio) por lo que debe meditarse de manera individual y colectiva que es lo que desean observar en su entorno público.

4.1.4 Aspectos negativos del comercio semifijo

La negatividad de este comercio se presenta en las opiniones ciudadanas y las autoridades municipales. Mientras que para el comerciante ambulante su venta no

repercute en el espacio público y es visualizada como una actividad económica legal, para los ciudadanos genera un impacto visual deteriorado, el cual afecta la imagen urbana y turística del centro histórico.

Las autoridades por su parte señalan que en anteriores administraciones municipales no se tuvo un control sobre estos (por más de 6 años) y el número de ambulantes ascendió lo cual para ellos se ha visto complicado su control.

A pesar de generar consecuencias negativas para el entorno, los productos o ventas no descienden, por lo que se cuestiona al ciudadano que si cree que este fenómeno es un conflicto estático, el consumo y descenso del mismo está en sus decisiones de seguir como comprador activo.

Como una situación contradictoria a esto, el cien por ciento de los ciudadanos entrevistados comentó que percibe la avenida como sucia e insegura lo cual creen también que este aspecto negativo influye en la percepción de los turistas, restándole merito a la arquitectura que rodea la parte periférica del centro histórico.

Con este apartado, concluimos que las mejoras en la imagen urbana deben considerar también los elementos arquitectónicos de esta área, además de, en caso de no poder retirar los puestos ambulantes de manera inmediata, apoyar en la imagen de la estructura en lo que respecta por parte de las autoridades correspondientes que son las que permiten su instalación.

4.2 Metodología

La metodología utilizada para analizar la apropiación del espacio público no presento dificultades para aplicarla en campo, en primera porque se hicieron pruebas piloto con las autoridades, en específico con la directora de la directora de comercio, la cual se prestó sin contratiempos ni dificultades de dialogo para hablar sobre el fenómeno del comercio semifijo en el centro histórico, con la cual pudimos profundizar el tema y verlo desde la perspectiva de las autoridades. La segunda prueba piloto se dio con los ciudadanos o transeúntes del lugar, los cuales nos

ayudaron a modificar la estructura de las preguntas para hacer entendible nuestra búsqueda de información sin el uso de tecnicismos y mejorar el dialogo entrevistador-ciudadano, ellos aportaron información necesaria para conocer la opinión general de los potosinos que visitan esta parte de la ciudad y su percepción sobre el lugar, mostraban cierta inseguridad al hablar del tema pero al finalizar la entrevista comentaban sus deseos por ver una mejor imagen urbana.

En cuanto al comerciante semifijo, podemos decir que fue un éxito poder conocer las organizaciones que se encuentran instaladas allí, pero primero tuvimos que tener un contacto confiable para poder conocer al dirigente del lugar, el cual se presentó de manera amable al saber que solicitábamos información sobre el comercio semifijo por parte de una investigación de tesis de maestría por parte de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. La estructura de la entrevista fue presentada a la dirigente del lugar, la cual observo y comento sobre las preguntas y después permitió que entrevistáramos a los comerciantes instalados, ellos informados sobre nuestra presencia en el sitio, decidieron responder abiertamente (ellos no suelen dar entrevistas sin el consentimiento de su líder, pues desconfían de las autoridades o cualquier persona que decida acercarse a solicitar información de ellos).

Se consideró una metodología con un enfoque urbano y perceptivo, ligado indirectamente con temas sobre políticas públicas y la organización de estos grupos sociales, aunque se obtuvo información valiosa de conocimiento político, en el principio de la investigación se dejó claro que el objetivo de la investigación fue de interés urbano y social perceptivo, lo cual deja en claro que podemos abrir otra brecha sobre el tema de comercio ambulante en otros temas sociales con el método similar de entrevista y el uso de conceptos de análisis como se manejó en esta investigación.

4.3 Propuestas de mitigación ante el impacto del fenómeno de apropiación del espacio público por el comercio semifijo

El propósito de la investigación, como se habló con anterioridad en los primeros capítulos de este documento fue conocer el proceso de la apropiación del espacio público por parte del comercio semifijo en el centro histórico de San Luis Potosí y sus orígenes en los aspectos económicos, sociales y un tanto económicos, además de su transformación urbana a partir de dicho fenómeno, lo cual gracias a la metodología aplicada se obtuvieron hallazgos deseados para el conocimiento de nuestra búsqueda.

Ya con la información capturada, pudimos contestar nuestras preguntas de investigación las cuales dieron como resultado las siguientes propuestas

Estrategias urbanas para la mitigación del fenómeno de apropiación del espacio público por el comercio semifijo en el centro histórico de la ciudad de San Luis Potosí.

- Adjuntar en las mesas de trabajo que se tiene con los comerciantes dentro del Ayuntamiento, temas emergentes sobre las condiciones de imagen urbana idóneas del lugar y la importancia que tiene esta en el centro histórico, haciéndolos partícipes de su mejora y el impacto positivo que puede tener esta también en su comercio y la participación conjunta entre autoridades y comerciantes de mantener estas áreas seguras y atractivas.
- En conjunto con las autoridades, proponer el mantenimiento y pintura de estructuras semifijas y lonas, las cuales a su vez también pueden sugerir un mismo color para todas para igualar la imagen del lugar.
- La propuesta de un carrito prototipo, como una estructura semifija que esté acorde a la arquitectura y condiciones físicas del lugar, además de que se realicen con un material acorde a su uso y tome en cuenta el lugar donde

se instalara, (de nuevo las condiciones sociales y culturales del lugar) así se evita el uso de elementos de mobiliario y señalética como modo de apropiación.

- El análisis por parte de las autoridades sobre el cambio de uso de suelo sobre edificios en estado de abandono y de usos inseguros y delictivos para la creación de mercados céntricos para el uso del comercio ambulante, evitando el desalojo de estos y la creación de mercados en lugares alejados y poco visibles para los consumidores, los cuales a largo plazo se convierten en elefantes blancos y bodegas, eliminando por completo su primera intención.
- Mesas de dialogo con participación ciudadana en temas de decisión de ciudad, como lo es la apropiación del espacio público con temas incluyentes sobre el espacio urbano y la opinión del ciudadano como actor clave dentro del espacio público y su interacción con el comerciante semifijo.
- Crear un programa para la mejoría del mobiliario urbano y la vegetación existente dentro del centro histórico, en el que incluyan los elementos que se encuentran dentro de la periferia o bordes, ya que la mayoría de estos son excluidos de programas de mantenimiento, por lo visto en el análisis de campo, también llevar a cabo un programa de accesibilidad para todos, el cual le dé importancia a la creación de rampas dentro de todo el centro histórico no limitando a este sector de la población como personaje dentro del espacio público.

4.4 Investigación a futuro

Es fundamental conocer la opinión de los ciudadanos para la toma de decisiones en el espacio público, y la entrevista es una herramienta clave para llevar a cabo este trabajo, en el conocimiento que me deja realizar esta investigación, nos dimos cuenta que los temas políticos y económicos como lo es la apropiación por el

comercio semifijo en lugares públicos, la opinión del consumidor es un elemento clave para tomar decisiones inteligentes y que impacten a largo plazo un proyecto urbano. No hay mejores conocedores del centro histórico y de cualquier parte de la ciudad que los mismos peatones, ciclistas y automovilistas que transitan día a día y tienen la percepción similar de esta, más que los tomadores de decisiones.

Finalmente, esta investigación aporta elementos poco utilizados en el análisis de este fenómeno social enfocados en los aspectos urbanos y físicos que influyen directamente con el entorno y las personas, las cuales giran a un enfoque aterrizado a las condiciones del lugar y dejando un poco de lado las luchas internas por intereses económicos y políticos que genera este fenómeno con las autoridades, por lo que uno de los objetivos fue abrir la brecha de la visión de este fenómeno más allá de lo que se ha estudiado (lo cual es un tema sumamente amplio de manera política y económica) y enfocarnos a la participación del ciudadano y su opinión sobre él y como incluye en su vida cotidiana. Lo cual deja como resultado la influencia del diseño urbano dentro de la sociedad y la necesidad de prestar atención a esta rama del urbanismo la cual muestra resultados positivos para la planeación de propuestas urbanas y sociales dentro de la ciudad.

5 BIBLIOGRAFÍA

- Alba, F. d., & Lesemann, F. (2012). *Informalidad urbana e incertidumbre ¿cómo estudiar la informalización en las metrópolis?* Ciudad de México: Coordinación de Humanidades.
- Amendola, G. (2002). *La ciudad postmoderna*. Barcelona: Celeste Ediciones.
- Ángel, A. B. (1997). *Etnografía, metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. México: AlfaOmega.
- Architects, P. f. (1974). *D. Canter*. Londres: Applied Science.
- Arditi, B. (1995). La política después de la política. En S. Bolos, *Actores sociales y demandas urbanas* (págs. 76-94). México: Universidad Iberoamericana.
- Augusto, F. I. (2005). Estado del arte, concepto de diseño urbano. *Revista de Arquitectura*, 39-41.
- Ayeb, H. (2011). "Social and Political Geography of the Tunisian Revolution: The Alfa Grass Revolution". *Review of African Political Economy*, 467-479.
- Camarena Ocampo, M., & Portal, M. (2015). *Controversias sobre el espacio público en la Ciudad de México*. México: UNAM.
- Candia, J. M. (23 de Octubre de 2009). *Sector Informal ¿treinta años de un debate bizantino?* Obtenido de Sector Informal ¿treinta años de un debate bizantino?: http://www.rau.edu.uy/universidad/inst_derecho_del_trabajo/candia.htm
- Candia, J. M. (13 de 04 de 2016). *Sector Informal "¿treinta años de un debate bizantino?"*. Obtenido de http://www.rau.edu.uy/universidad/inst_derecho_del_trabajo/candia.htm
- Canter, D. (1974). *Psychology for Architects*. Londres: Applied Science.
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Editorial Alianza.
- Castillo, J. (1996). *Psicología Ambiental, Naturaleza y Cultura*. Santiago: Ediciones por la vida.
- Charmes, J. (1983). "Le secteur non structuré en Tunisie: son importance, ses caractéristiques et ses possibilités de promotion". *Cah O.R.S. T.O.*, 107-117.

- Chetty, S. K. (1995-1996). The case study method for research in small- and medium – sized firms. *International small business journal*, 5.
- CODECO. (25 de Abril de 2016). *Movimiento Antorchista Nacional*. Obtenido de Movimiento Antorchista Nacional: <http://www.antorchacampesina.org.mx/noticias.php?id=16246#.Vx5nYNLhC02>
- Cohen Monique, M. B. (2000). "La mujer de Vendedores Ambulantes: El Camino Hacia el Reconocimiento". *SEEDS*, 4.
- Coulomb, R. (2008). Sustentabilidad de la centralidad urbana e histórica, una reflexión desde el centro histórico de la ciudad de México. *Quivera*, 29-49.
- Coulomb, R. (2008). Sustentabilidad de la centralidad urbana e histórica, una reflexión desde el centro histórico de la ciudad de México. *Redalyc*, 8-12.
- Coulomb, R. (2010). *México: centralidades históricas y proyectos de ciudad*. Quito: Olacchi.
- Coulomb, R. (2010). *México: centralidades históricas y proyectos de ciudad*. Quito: Olacchi.
- Dagmar, R. (1979). Sector informal urbano: algunos problemas conceptuales. En V. E. Tokman, *El subempleo en América Latina* (págs. 38-39). Buenos Aires: CLACSO y El Cid Editor.
- de Alba, F., & Lesemann, F. (2012). *Informalidad urbana e incertidumbre ¿cómo estudiar la informalización en las metrópolis?* México: UNAM.
- Frische, J. (2013). Transformar políticas de informalidad urbana: el caso de la transición tunecina. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 107-132.
- González, R. M. (2011). Espacio público e informalidad: El caso del programa de apoyo para la reubicación del comercio popular en la ciudad de México. *Revista de antropología experimental*, 139-158.
- Guillamón, J. (2003). Ingeniería y territorio. *Revista del colegio de ingenieros de caminos, canales y puertos*, 4-12.
- Guillamón, J. (2003). Ingeniería y Territorio. *Revista del Colegio de Ingenieros de caminos, canales y puertos*, 4-12.
- Hall, E. T. (1969). *The hidden dimension*. New York: Doubleday and company inc.

- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Londres: Cambridge University Press/Blackwell.
- Harvey, D. (2003). *Espacios de esperanza*. México: Akal.
- Hernández, C. P. (1998). *La ciudad compartida. El género de la arquitectura*. Madrid: Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España.
- I., T. W., & Znaniecki, F. (1877). *Street life in London*. Londres: Sampson, Low, Murston, Searle and Rurington.
- James, M. (1999). *Investigación-acción y curriculum, métodos y recursos para profesionales reflexivos*. España: Ediciones Morata.
- Jiménez, R. T. (2007). El comercio en la vía pública: Entre programas de reordenación urbana. *Gestión y estrategia*, 11-12.
- Jordi Borja, M. C. (2000). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Barcelona: Taurus.
- Kuri, P. R. (24 de Noviembre de 2005). Ciudadanía y participación en el espacio local de la ciudad de México. Una mirada a la delegación Coyoacán. México: Porrúa. Obtenido de Actas del IV Congreso de IGLOM Retos de modernización del municipio mexicano.
- Kuri, P. R. (2009). *La ciudad, espacio de construcción de ciudadanía*. México: UACM.
- Kuri, P. R. (2013). *Las disputas por la ciudad, espacio social y espacio público en contextos urbanos de Latinoamérica y Europa*. México: Porrúa.
- Kuri, P. R. (2013). *Las disputas por la ciudad, espacio social y espacio público en contextos urbanos de Latinoamérica y Europa*. México: Porrúa.
- L., G. J., & LeCompte, M. D. (1984). *Ethnography and qualitative design in educational research*. Madrid: Morata.
- Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace*. París: Anthropos.
- Lucio, R. L. (2000). El espacio público en la ciudad europea: entre la crisis y las iniciativas de recuperación. Implicaciones para Latinoamérica. *Revista de Occidente*, 230-231.
- N., D. (1970). *The research act in sociology*. Londres: Butterworths.

- Nélisse, C. (1994). *La croisée du formel et de l'informel: entre l'État et les partenariats*. París: PUF.
- Nieto, G. G. (2000). Intermediarismo político y sector informal: el comercio ambulante en Tepito. *Revista Nueva Antropología*, 37.
- Norma Sofia García Ruíz, & López Tello, E. (2000). *El comercio informal en la capital de San Luis Potosí (problema social, político y económico)*. San Luis Potosí.
- P., S. J. (1972). *The cultural experience: Ethnography in complex society*. Chicago: Science Research Associates.
- Peter, J. T. (2003). *World city network: A global urban analysis*. Londres: Routledge.
- Rapoport, A. (1977). *Aspectos humanos en la forma urbana*. Barcelona : Gustavo Gili.
- Roy, A. (2002). *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America, and South Asia*. Lanham: Lexington Books.
- Schlack, E. (2007). Espacio público. *ARQ*, 25-27.
- Soto, H. d. (1986). *El otro sendero*. México: Gedisa.
- Villafañe, J., & Mínguez, N. (1996). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.
- White, P. G. (2004). *Mental maps*. London: Routledge.
- Yin, R. K. (1984). *Case study research: design and methods, applied social research methods series*. Newbury Park,: Sage.Anexo.
- Zaragoza, M. (12 de Enero de 2016). Se compromete Gallardo a reestructurar la deuda del municipio de SLP. *El financiero*, pág. 2.

6 ANEXOS

6.1 Reglamento de plazas y mercados del municipio de San Luis Potosí

H. AYUNTAMIENTO DE SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.

REGLAMENTO DE PLAZAS, MERCADOS Y PISO DEL MUNICIPIO LIBRE DE SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.

Fecha de aprobación: 30 de julio de 2002. Fecha de promulgación: 1 de agosto de 2002. Fecha de publicación: 22 de octubre de 2002.

CAPITULO IV DE LOS VENDEDORES AMBULANTES O TEMPORALES

ARTÍCULO 20.- En las zonas de protección de los Mercados Municipales, no se permitirá la instalación de vendedores ambulantes o de fijos o semifijos.

ARTICULO 21.- El Presidente Municipal, el Director de Comercio o el Jefe del Departamento podrán autorizar a los particulares permisos eventuales para vendedores temporales o ambulantes, así como para puestos semifijos cuando éstos den cumplimiento a las condiciones siguientes:

I.- Formular la solicitud respectiva;

II.- Presentar la licencia sanitaria expedida por la dependencia correspondiente del Gobierno Estatal;

III.- Suscribir el compromiso de cumplir con las recomendaciones, horarios y requisitos que les señale el Departamento;

y IV.- En el caso de instalación de juegos mecánicos, deberán presentar la autorización del Departamento de Tránsito Municipal, que justifique que su instalación no afecta la vialidad de personas o vehículos; Además deberán depositar una fianza en efectivo a criterio del Jefe del Departamento, para garantizar los daños eventuales que pudieran producirse a pisos, áreas verdes u objetos situados en zonas públicas, la cual se reintegrará al depositante total o

parcialmente una vez que haya fenecido el término del permiso e inspectores o verificadores municipales determinen que no causó ningún daño, o bien, en caso contrario, se hará efectiva la garantía aplicándose total o parcialmente, según el caso, a la reparación de los daños causados.

ARTICULO 22.- Para el caso de que cualquier particular sin el permiso o licencia del Departamento ocupe la vía pública con cualquier objeto, a fin de ejercer actos de comercio, el Departamento, por sí, o por conducto del Departamento de Inspección General, o la Dirección General de Seguridad Pública Municipal, procederá a retirar los objetos y los depositará en los almacenes municipales y a disposición de su legítimo propietario a quien se les devolverá una vez que en forma indubitable acredite la propiedad y posesión legal de los mismos, así como la comprobación del pago de la infracción o multa correspondiente.

ARTICULO. 23.- Son obligaciones de los comerciantes una vez aprobada su solicitud: I.- Ejercer el comercio en el lugar y superficie que les autorice el Departamento;

II.- Sujetar sus actividades al horario que expresamente les autorice el Departamento;

III.- Mantener completamente aseada la superficie cuya ocupación temporal se autorice, durante el ejercicio de sus actividades;

IV.- Al término de sus labores, asear completamente la superficie ocupada, quedando prohibido que se deje en ella o en áreas adyacentes, cajas, bultos, mercancías, carros de mano, vehículos de cualquier clase, estructuras metálicas o de otra índole, basuras o desecho. También hacer la reparación de la superficie ocupada, en el caso de haber resultado dañada por el solicitante;

y V.- Cubrir los impuestos y derechos que señale la ley de Ingresos.

ARTICULO 24.- El Departamento de Plazas, Mercados y Piso regulará la expedición de permisos para evitar la aglomeración de vendedores en las áreas públicas.

ARTICULO 25.- Cuando los solicitantes hubieren dado cumplimiento a las condiciones que señala el Artículo 21 en sus fracciones I, II, III y IV, del presente Reglamento, el Presidente Municipal, el Director de Comercio o el Jefe del Departamento de Plazas, Mercados y Piso expedirán los permisos con sujeción a los siguientes requisitos:

I.- Que los vendedores eventuales o ambulantes autorizados desempeñen sus actividades únicamente en los lugares asignados, cancelándose su permiso cuando infrinjan esta disposición; II.- Que los vendedores ambulantes o temporales no se dediquen a la venta de alimentos en camiones, omnibuses, remolques o vehículos similares sin previo permiso del Departamento de Tránsito Municipal; III.- Que la instalación de vendedores ambulantes o de puestos fijos o semifijos no afecte con sus actividades la vialidad de personas y vehículos;

IV.- En caso de instalación de juegos mecánicos, se señalará la superficie que ocuparán cuidando que exista la debida vialidad para personas y vehículos;

y V.- Que se precise el tiempo y término de vigencia del permiso, que se estipule en los permisos, así como que éstos son revocables por el Presidente Municipal o por el funcionario en que se delegue esta facultad.

ARTICULO 26.- Sólo en casos excepcionales podrán concederse permisos a vendedores ambulantes o eventuales o la instalación transitoria de puestos semifijos, en el área de comercio en vía pública y zona de protección de los mercados municipales, cuando se trate de venta de libros al público, objetos de arte grabados y pinturas, bajo la condición de que se cumpla por los solicitantes con los requisitos que previenen los Artículos 21, 22 y 23 de este Reglamento. Bajo las mismas condiciones podrán autorizarse gratuitamente su instalación a institutos de enseñanza superior, clubes de servicio, sociedades científicas y literarias y organismos análogos que desarrollen como fin actividades similares. Todos los permisos a que se refiere este artículo sólo otorgan derecho de ocupación de la vía pública y plazas por el término y horario en ellos especificado, quedando sujetos a cancelación o revocación en cualquier término y contra su

cancelación o revocación sólo procederán los recursos que se señalan en la ley de Procedimientos Administrativos para el Estado y Municipios de San Luis Potosí.

6.2 Estructura de las entrevistas a ciudadanos en general, comerciantes ambulantes y servidores públicos.



Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat

Esta encuesta es parte de una investigación sobre la imagen urbana y la percepción sobre la apropiación del espacio público por parte del comercio ambulante en la ciudad de San Luis Potosí, investigación realizada en la Maestría en Ciencias del Hábitat, en la Facultad del Hábitat. Gracias por su colaboración.

Edad:

actividad:

CIUDADANOS EN GENERAL:

1. ¿Qué cosas observa, ve, huele y escucha cuando transita por el pasillo?
2. ¿Experimenta alguna emoción en particular en referencia a diversas partes del pasillo en el transcurso a su destino?
 - +miedo
 - +angustia
 - +armonía
 - +neutralidad
3. Mencione que elementos físicos observa en el lugar que NO pertenezcan al comercio informal
 - +rampas
 - +teléfonos públicos
 - +señalética

4. ¿Observa algún edificio antiguo o colonial en el transcurso por esta avenida?

5. ¿Tiene dificultad para trasladarse al cruzar este pasillo?

Física (elementos sobrepuestos)

6. ¿Le gusta que la calle tenga comercio ambulante? por qué?

7. ¿Qué ventajas y desventajas cree que tenga el comercio ambulante?



Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat

Esta encuesta es parte de una investigación sobre la imagen urbana y la percepción sobre la apropiación del espacio público por parte del comercio ambulante en la ciudad de San Luis Potosí, investigación realizada en la Maestría en Ciencias del Hábitat, en la Facultad del Hábitat. Gracias por su colaboración.

Edad:

actividad:

SECTOR PÚBLICO

1. ¿Qué situaciones llevan a los comerciantes informales a elegir el lugar donde se asientan?
2. ¿Qué consecuencias tiene el comercio informal con respecto a la imagen urbana de la ciudad, específicamente en el Centro Histórico?

+seguridad
+salubridad
+ecología

3. ¿Cómo se regula el comercio informal?
4. ¿Con que fin se retiran los puestos semifijos?
5. ¿Qué medidas se han tomado o pretenden tomar para un establecimiento legal de los comerciantes informales?



Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat

Esta encuesta es parte de una investigación sobre la imagen urbana y la percepción sobre la apropiación del espacio público por parte del comercio ambulante en la ciudad de San Luis Potosí, investigación realizada en la Maestría en Ciencias del Hábitat, en la Facultad del Hábitat. Gracias por su colaboración.

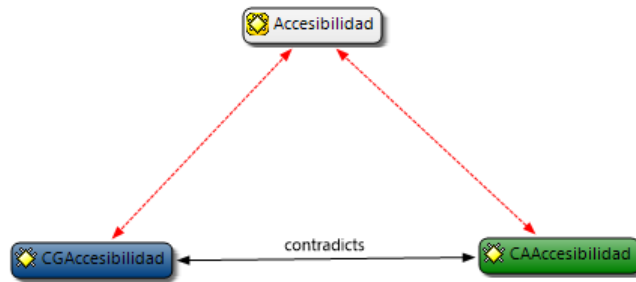
Edad:

actividad:

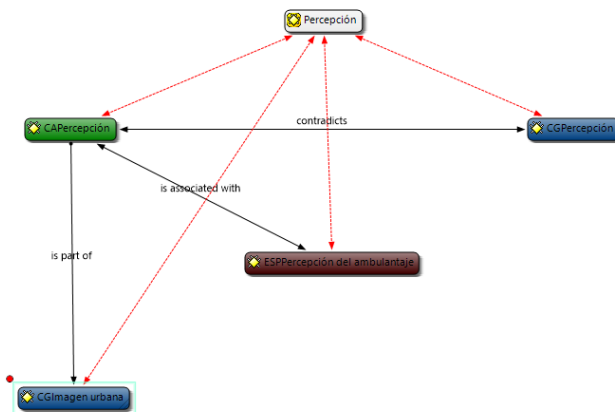
COMERCIANTE SEMIFIJOS

1. ¿Cómo decide el lugar en el que se establece?
2. ¿Cuáles son las necesidades básicas que debe cubrir un espacio para poder instalarse?
+infraestructura
+mobiliario
3. ¿cómo guarda su mercancía y cuanta distancia tiene que hacer para trasladarla a su puesto?
4. ¿Cómo es su relación con los comerciantes formales e inspectores de la dirección de comercio?
5. ¿Se siente seguro en el lugar que se establece?
6. Si no tuviera el puesto ambulante ¿Dónde desearía llevar a cabo su actividad económica?

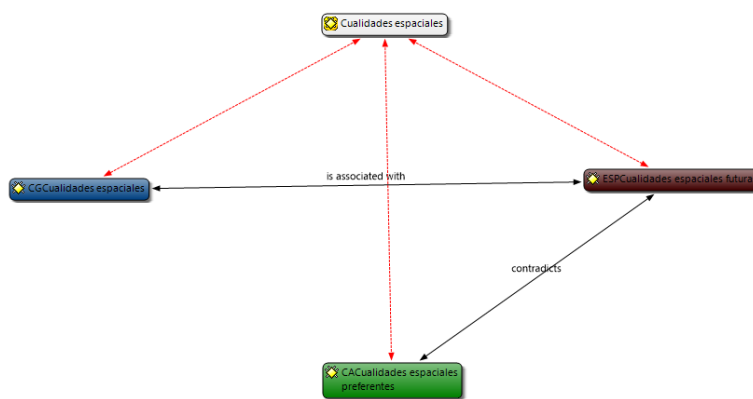
6.3 Redes con las que se obtuvieron los datos generales de las entrevistas con el uso del software Atlas.ti



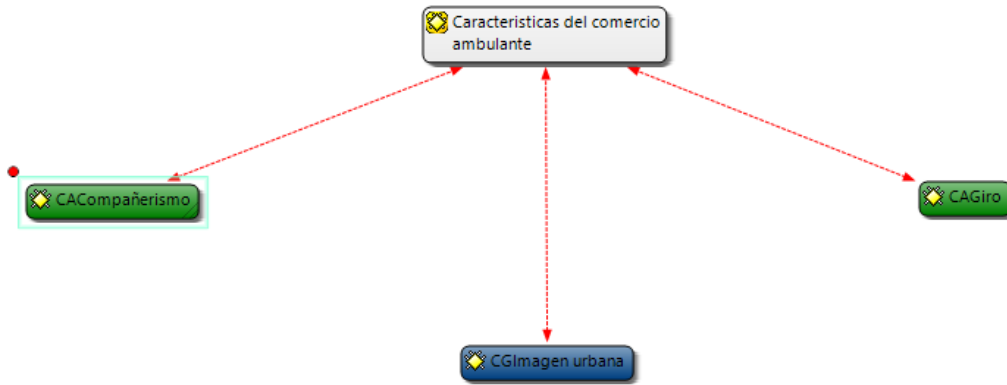
Red 1. Sobre el concepto de accesibilidad, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017.



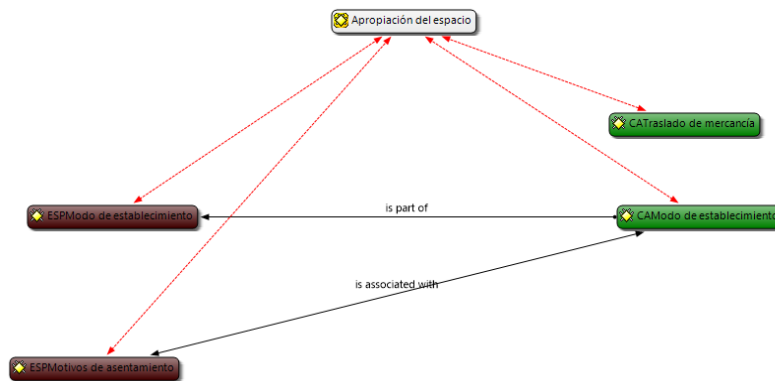
Red 2. Sobre el concepto de percepción, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017.



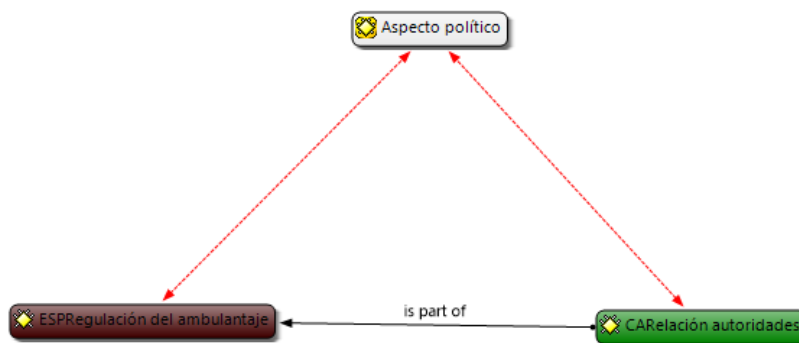
Red 3. Sobre el concepto de las cualidades espaciales, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017.



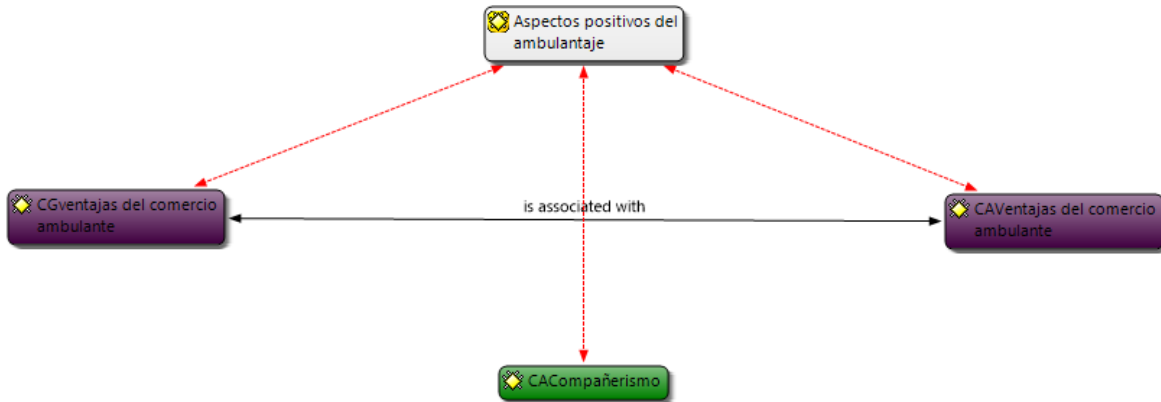
Red 4. Sobre las características del comercio ambulante, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017



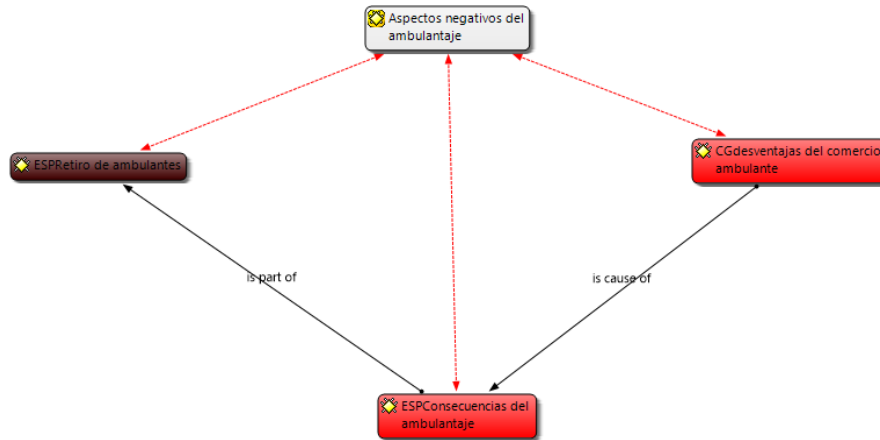
Red 5. Sobre la apropiación del espacio, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017.



Red 6. Sobre el aspecto político del ambulante, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017.



Red 7. Sobre los aspectos positivos del ambulante, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017.



Red 8. Sobre los aspectos negativos del ambulante, con base en ATLAS.ti, elaboración propia, Abril de 2017.

6.4 Cuadros de obtención de resultados con el software Atlas.ti

Categoría Analítica	Ciudadano en general	Comerciante ambulante	Servidor público
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> -Entorpecimiento del flujo peatonal -La aglomeración de peatones genera estrés y enojo entre los transeúntes 	<ul style="list-style-type: none"> -Los comerciantes ambulantes no son problema con la accesibilidad y cruce del lugar 	No aplica
Percepción	<ul style="list-style-type: none"> -Perciben un lugar inseguro y con alta probabilidad de ser asaltados -Ruido excesivo por la venta de películas y discos piratas -Malos olores provenientes de las cañerías mezclado con los alimentos que se venden en el lugar 	<ul style="list-style-type: none"> -Perciben el lugar con inseguridad, tanto en ser asaltados como ser desalojados sin aviso alguno. 	<ul style="list-style-type: none"> -Un ambiente de inseguridad por la delincuencia que en estos lugares se genera. -Un lugar sucio.
Cualidades espaciales	<ul style="list-style-type: none"> -Los ciudadanos alcanzan a percibir los elementos físicos que existen en el lugar (infraestructura y mobiliario) pero con dificultad, ya que los puestos no dejan percibir a simple vista estos elementos. -Reconocen la arquitectura colonial que en el lugar se encuentra. 	<ul style="list-style-type: none"> -Creen tener el espacio necesario para llevar a cabo su actividad económica -Perciben el lugar descuidado, como edificios y banquetas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Una imagen urbana deteriorada y la idea de un lugar empobrecido por su aspecto físico y económico.

Cuadro 1. Categorías del espacio público analizadas en la entrevista, elaboración propia con base en entrevistas y el software Atlas.ti, Marzo de 2017.

Características del ambulante	Ciudadanos en general	Comerciante ambulante	Servidor público
Establecimiento	No aplica	-Los comerciantes ambulantes están conscientes de que la Dirección de Comercio, en conjunto con sus líderes de grupo, llegan a un acuerdo para asentarse con los permisos correspondientes	-El espacio es asignado por el departamento de plazas y mercados y en dialogo con los líderes comerciantes. -Estos espacios son ocupados por familias, los cuales suelen rentar sus propios lugares a otras personas. -Actualmente ya no existen lugares disponibles en el centro histórico.
Relación con las autoridades	No aplica	-La mayoría de los entrevistados menciono una relación conflictiva con las autoridades, especialmente con los inspectores de comercio de la zona, los cuales según sus palabras muchas veces no se prestan al dialogo.	-Los ambulantes suelen agredir a las autoridades cuando estas llegan para poner orden a algún conflicto
Compañerismo	No aplica	-Existe una unión y apoyo entre ellos pertenezcan o no al mismo grupo, lo cual crean lazos de compañerismo estrechos.	-Son organizaciones con extensa solidaridad entre ellos.
Ventajas del comercio ambulante	-Los precios bajos, su cercanía a las paradas del camión y el "fast food" para las personas que van de paso.	-El éxito de sus ventas se encuentra en los precios bajos que mantienen y la calidad de sus productos	Ninguna
Desventajas del comercio ambulante	-los productos no tienen garantía -existe poca accesibilidad en los lugares donde los comerciantes ambulantes se establecen -la mayoría de estos lugares son blanco de asaltos -la mala imagen que dan sobre el centro histórico	Ninguna	-No se ofrece garantía por los productos adquiridos

Cuadro 2. Características del ambulante del centro histórico de San Luis Potosí, dentro de la avenida eje vial, elaboración propia con base en entrevistas y el software Atlas.ti, Marzo de 2017.

6.5 Fotografías de la Avenida eje vial (de la calle Juan Sarabia y Reforma)



Foto 1. Carretilla de ambulante sin uso momentáneo entorpece el flujo peatonal, foto propia, Enero de 2017.



Foto 2. Venta de golosinas, foto propia, Enero de 2017.



Foto 3. Conjunto de cajas y cartón se apropian de la banqueta, foto propia, Enero de 2017.



Foto 4. Puestos semifijos de ropa frente a panadería, foto propia, Enero de 2017.



Foto 5. Elementos urbanos ornamentales en abandono, Enero de 2017.



Foto 6. Estructuras semifijas no son retiradas cuando están en desuso, Enero de 2017.