

EL IMPACTO DE INSPECCION EN LOS TIANGUIS DE LA CIUDAD DE LEON, GUANAJUATO

Agustín Villalpando Cervantes¹ y Dr. Alex Ricardo Caldera Ortega²

RESUMEN

El comercio como actividad fundamental para la sustentabilidad. Representado de diferentes maneras, en este caso de estudio en manera de tianguis o mercado ambulante. Tema de discusión en las agendas urbanas; con pros y contras, actividad diaria que repercute los siete días de la semana a la ciudad de León. Estudiado mediante las organizaciones responsables de llevar a cabo la instauración de los tianguis: La Subdirección de Tianguis y las Uniones de Comerciantes. La instauración de procesos y actividades administrativas que fomenten la participación, discusión y aplicación de los tianguis, esto con el afán de disminuir las problemáticas, fomentar el dialogo y disminuir la mala opinión pública de los tianguis.

Palabras Clave

Comercio, informalidad, servicios públicos, desarrollo organizacional, marco lógico

1 Programa de Gestión Pública, Licenciatura en Administración Pública, Universidad de Guanajuato Campus León, Blvd. Puente Milenio #1001, Fracción del Predio San Carlos C.P. 37670, León Guanajuato. México

2 Dr. Alex Ricardo Caldera Ortega, Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Sociales y Humanidades. León, Blvd. Puente Milenio #1001, Fracción del Predio San Carlos C.P. 37670, León Guanajuato. México arcaldera@gmail.com.

INTRODUCCIÓN

El comercio es el mecanismo por el cual se efectúa intercambio de bienes y servicios en un mercado. Dicho concepto desde la época prehispánica en Mesoamérica, con diferentes adulaciones. Siendo este desde aquella época el centro de reunión informal de la sociedad; así como lo es en nuestros días. “Los mercados son sitios donde numerosas personas se congregaban para hacer trueques o comprarse mercancías unos a otros” (Hirth, 2013). Difícil ha sido la tarea de los arqueólogos e historiadores en cuestión de encontrar restos o lugares donde se concentraban mercados, por la tradición costumbre que se conserva de exponer las mercancías al aire libre. Entre los mercados más sobresalientes de la época: Tlatelolco, Texcoco y Tenochtitlán; destacando que en la ciudades pequeñas también se ejercía la acción de comercio en cuanto a mercado; aunque este, se realizaba en fechas alternas (Hirth, 2013).

El “tianguis” palabra originalmente proveniente del náhuatl “tianquiztli”, refiriendo al mercado al aire libre, a la exposición o venta de productos o mercancía, desde los antecedentes como Tlatelolco. Estos productos eran el fruto de una notable y fértil tierra a la que pertenecía la cultura azteca, dicha cultura se conformaba por comunidades, dedicadas a la agricultura; articuladas por centros políticos urbanizados (Martínez Garnica, 1985). El comercio que se realizaba en la época prehispánica, se concentraba especialmente en las rutas desde Tenochtitlán hacia el golfo de México u océano Pacífico (Suárez Molina, 2009) este tipo de comercio era dirigido por los *poshtecas* quienes por medio de caravanas se dirigían desde la zona del Valle de Anáhuac hasta la zona mencionada en virtud de comerciar diferentes productos; quienes vendían pieles de animales, metales como el oro, obsidiana, hierbas medicinales, etc. (Suárez Molina, 2009). Hablar de comercio en la ciudad de León, es acentuar una actividad indispensable en la economía de la ciudad, del Estado y de la república mexicana. La instalación de un aproximado de 170 tianguis a lo largo y ancho de la ciudad, ya sea entre las áreas más antañá o céntricas como: El Coecillo, San Miguel, Carro Verde (San Juan de Dios), Línea de Fuego (Industrial, Obrera y Chapalita); las zonas periféricas como: Las joyas, Villas de San Juan, León II, La Libertad y Diez de Mayo; sin exentar los que llevan el servicio del comercio a las zonas rurales o comunidades de: San Juan de Otates, Santa Rosa o Santa Ana del Conde. Los cuales abastecen a las familias instaladas en todos los polígonos y mayorías de las colonias de la ciudad de León, ofertando productos y mercancías de todos los aspectos, colores y sabores.

El tianguis en la ciudad de León, Guanajuato; representa muchos problemas de informalidad, empleo (desempleo, subempleo), cultura (tradicción, costumbre), proselitismo, ilegalidad, etc. Es un fenómeno urbano-comercial que altera los siete días de la semana, manifestando en las calles de las colonias más populares de la ciudad, donde comerciantes de la localidad y sus cercanías; exponen, comercian y ofrecen sus productos. Se manifiesta de manera ordenada en algunos y alterada en otros; donde los principales problemas como insalubridad, inseguridad, clandestinidad, contaminación entre otros se manifiestan a la orden del día a los

involucrados; como a los clientes, comerciantes, vecinos; en resumidas cuentas ciudadanos. Aún así, también son ventanas de oportunidad para muchísimos leoneses y habitantes de la región, fungen como ventanas de trabajo, desarrollo microeconómico de la zona donde se ubican, factores de redes y sociabilización, turismo y ocio, entre otros.

Cifras del INEGI recogidas por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Guanajuato; revelan 375 tianguis totales en el Estado; siendo León la ciudad con mayor conglomerado en el Estado contando con un aproximado de 170; siendo el 45% de la actividad tianguista en Guanajuato. La cifra al nivel nacional es de 5775 tianguis. Guanajuato siendo de las mayores entidades en crecimiento económico de la república mexicana, además de las más densas y pobladas del país. La entidad a pesar de tener un gran crecimiento económico en la el sector secundario, el sector terciario sigue siendo el más importante de la entidad, dentro del cual se encuentra el comercio, los servicios y el turismo. Existen muchos detractores del comercio en la vía pública organizado en forma de tianguis, tal parece que el crecimiento de los tianguis es directamente proporcionales al crecimiento urbano de las ciudades tal es el caso de la Ciudad de México, Guadalajara, Puebla, Tijuana, Morelia,

La instalación de un tianguis en León, se lleva a cabo por medio de las Uniones de Comerciantes; estas son organizaciones de comerciantes representadas bajo el título de Asociación Civil; esto con el fin de realizar el comercio de forma organizada y protegida. Su principal tarea es la de gestionar los tianguis de su correspondencia; son el primer contacto de parte de las autoridades municipales con el comerciante. Este tipo de organizaciones nace con el fin de realizar comercio, sin embargo; llegan a ser muy heterogéneas (Silva Londoño, 2008) en sus métodos de aplicación. Llegando a considerarse como monopolio de poder para la gestión (Gayosso, 2008) o permisos para muchos comerciantes. Entre sus actividades se concentra el desempeño del comercio organizado en la vía pública, bajo la figura de tianguis. Proteger, representar y consensar con el comerciante. En la ciudad de León hay un aproximado de 30 UC, dentro de las más representativas se encuentra la Línea de Fuego, Unión de Comerciantes Tianguistas y la Unión de Comerciantes Tianguistas 13 de Septiembre.

El artículo 115 constitucional enmarca los servicios públicos que presta el municipio, entre los que se destacan Mercados Públicos. Los tianguis entran dentro de estos. La Dirección de Comercio y Consumo (DCC) es el ente de la administración pública municipal de León facultado en la prestación y reglamentación del comercio en la ciudad, a su vez la Subdirección de Tianguis es la facultada de normar, reglar y ordenar lo relacionado en la instalación de tianguis, la venta de productos permitidos, el consenso entre comerciantes y autoridades municipales.

Métodos y materiales

Ingrese como estudiante de servicio social profesional a la DCC en Septiembre del 2013 y termine mis prácticas en Abril del 2014. Dentro de mi labor de servicio social profesional implemente me percate de la gran carencia de procesos de medición en la organización que alteraban el servicio de inspección de los tianguis. Me di a la tarea de realizar por medio del consenso y el análisis teórico y práctico de los tianguis como de la organización, procesos encaminados en elevar la producción y credibilidad tanto de la

organización como del rubro tianguista. La revisión de bibliografía comparando el caso de estudio con diferentes ciudades de la República tal el caso de la Ciudad de México y Puebla, donde encontré similitudes y diferencias referentes al tipo de tianguis las causas y efectos que alteran entre las ciudades anteriormente mencionadas y el caso leones. Por medio de la revisión tanto teórica y práctica del fenómeno tianguista y de la organización, decidí con el apoyo del Dr. Alex Ricardo Caldera Ortega la implementación de la metodología por medio del Marco Lógico. Metodología muy precisa en la implementación de políticas públicas, en la evaluación y el desarrollo organizacional, avalada por la Unión Europea y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

La metodología de Marco Lógico fue implementada en reuniones con funcionarios y actores clave de la DCC durante los meses de intervención, y con ellos, de forma participativo se realizó las siguientes fases de análisis: Identificación de actores clave, Definición de problema y construcción de los árboles de problemas y objetivos, análisis de alternativas y construcción de la matriz de indicadores.

Se identificaron las causas y los efectos que son inherentes de que el fenómeno tianguista cause muchos problemas tanto en la comunidad y la administración pública, en este caso directamente con la DCC y ST. Encontrando el punto medular de la investigación, el servicio de inspección deficiente provoca problemas de: pésima imagen organizacional, rebeldía de las UC, comerciantes hostiles, ciudadanos decepcionados. Causas extra organizacionales de una gran crisis económica causante de salarios bajos, desempleo y aumento de tianguis; lo ancestral del rubro y la poca preparación tanto teórica como práctica del problema; las causas dentro de la organización se centraron en la mediana gestión del servicio y la precaria división del trabajo. Identificadas la causas y efectos, la metodología se centra en convertir en positivo por medio de un fin: **Inspección de tianguis de calidad**; un propósito: Regular la inspección de tianguis, integrados por los siguientes componentes: A.-Mejorar el proceso administrativo, B.-Dividir el trabajo de la inspección, C.-Disminuir la inseguridad en los tianguis, D.-Fomentar canales de comunicación. Cada componente con actividades en específico. Verificados y cerciorados por indicadores, medios de verificación y supuestos. La aplicación de esta metodología se implementó desde Enero del 2014 a Marzo 2014.

RESULTADOS

Los resultados tanto dentro como fuera de la organización fueron muy positivos, después de una larga y extenuante investigación y comprensión del entorno que comprende el servicio público de inspección en los tianguis de la ciudad de León; contemplando y conteniendo el rubro tianguista y el organizacional de la ST. Se aplicó la metodología de marco lógico con el afán de elevar la calidad y productividad del servicio público de inspección de tianguis.

La información resultante a través de la metodología del marco lógico se presenta a través de una matriz que sustenta una doble "lógica": una vertical y otra horizontal. La lógica vertical se refiere a una ordenación causa-efecto en términos de la consecución de un objetivo general (el fin del proyecto) y un objetivo específico (propósito), mediante la materialización de ciertos bienes y servicios (componentes), por medio de actividades suficientes necesarias para producirlos. La lógica horizontal es un mecanismo de control y seguimiento que se sustentan en un tablero de control que contiene los indicadores que permiten el monitoreo de los avances, y

son respaldados por medios de verificación que permiten extraer los datos de los resultados, y por último una columna de supuestos que permiten tener en cuenta condiciones de éxito o fracaso del proyecto para su concreción. Enseguida se sintetiza la matriz elaborada en el proceso de intervención:

Tabla 1. Fin y Propósito

	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fin: Inspección de tianguis de calidad	Eficiencia de inspección en orden: Febrero 22.58%, Marzo 48.57%, Aumento de 25.99%	Mecanismos de control y bitácoras	Profesionalismo y calidad en el servicio
Propósito: Regular la inspección de tianguis	Porcentaje de eficiencia de atención a tianguis problemáticos 64.28% siendo un total de 167 inspecciones entre febrero y marzo	Mecanismo de control de bitácoras de inspección	Aumento de control del servicio de inspección

Fuente: Elaboración propia, basada en censos en información de expediente de investigación de tesis.

Tabla 2. Componentes y Actividades

Componentes	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
A.-Mejorar el proceso administrativo	A. Número de procesos y fechas de implementación: 1.- Planificación Estratégica (3/03/2014) 2.-Control de bitácoras (3/02/2014)	A. Implementación de Marco Lógico y expediente de ST.	A. Mejora administrativa
B.-Dividir el trabajo de la inspección	B. Porcentajes de los tipos de inspección: A= 64.90% B= 31.12% C= 3.89% Febrero y Marzo 2014	B. Mecanismo de control de bitácoras de inspección	. Distribución de la inspección
C.-Disminuir la inseguridad en los tianguis	C. Porcentaje de tianguis inseguridad en los tianguis: Febrero= 6.25% Marzo= 3.3% Diferencia= 2.9%	C. Mecanismo de control de bitácoras de inspección	C. Ambiente de trabajo sano
D.-Fomentar canales de comunicación	D. Número de tianguis donde se implementó comunicación: -Externa:39 tianguis entre el 17/marzo/2014 y el 30/marzo/2014 -Interna 10/03/2014	D. Mecanismo de control de inspección y control de bitácoras	D. Mayor coordinación externa e interna
Actividades			
1. Crear planificación estratégica	1. Fecha de creación= 1/marzo/2014	1. Investigación de tesis y archivos de ST.	1. Identidad
2. Desarrollar mecanismo de control	2. Fecha de creación, tianguis inspeccionados= 20/enero/2014	2. Mecanismo de inspección de bitácoras, elaboración propia	2. Modernización y mejora auditable
3. Clasificar la inspección	3.Clasificación total: A=42 Obligatorios B=51 Frecuentes C=56 Ocasionales	3.Programa de trabajo y mecanismo de control	3.Conocimiento y mejora del servicio
4. Apoyar la plantilla de inspección de tianguis	4. Fecha, tianguis y número de elementos: -18 elementos de apoyo -13 tianguis inspeccionados	4. Información bitácoras de cabina de DCC, trasladada a mecanismo de control	4. Menor fatiga laboral

	por apoyo -24-30 Marzo		
5. Implementar seguridad social en los tianguis	5.Programas sociales: -Prevención de cáncer de mama -Prevención de cáncer de próstata -Atención de salud bucal	5. Mecanismo de control de bitácoras y expediente de ST	5. Comerciantes tranquilos y amables
6. Solicitar apoyo de policía municipal	6. No. tianguis donde se percató vigilancia por Policía Municipal= -10 fechas entre el 22/enero/2014 y 10/marzo/2014	6. Mecanismo de control de bitácoras	6. Seguridad ciudadana, mayor apoyo al comercio
7. Difundir publicidad	7.comerciantes enterados: Estimación 10,756 folletos repartidos 17 de marzo al 30 de marzo del 2014	7. Control de folletos y censo	7. Inspección bilateral
8. Implementar nuevas claves de inspección	8.Fecha y número de problemáticas: 16 claves nuevas Implementadas 10/03/2014	8. Implementación propia, investigación de tesis	8. Especialización y comprensión del servicio

Fuente: Elaboración propia, basada en censos en información de expediente de investigación de tesis.

Conclusiones

Si tomamos en cuenta la opinión pública cuando se habla de los tianguis en el país, encontraremos diversos enfoques y puntos de vista de parte de los diversos actores que lo comprenden. A la par se llegara a un punto de que representa problemas mayúsculos, por la naturaleza que comprende; implicados puede haber muchos: el gobierno, los partidos políticos, las organizaciones de comerciantes, etc. las demandas de seguridad, trabajo, bajos salarios, sub empleo, evasión de impuestos, robos, asaltos, enfermedades, accidentes, etc. son en demasía la cantidad de problemas que se desprenden de estos recintos urbanos. Tantos problemas desenlazan investigar sobre el tema, por ende; resultó agobiante encontrar el tema en específico a investigar; contando siempre con opiniones a favor como en contra. Siendo el tema tan delicado; el tacto político fue fundamental por los actores gubernamentales y los costos políticos que juegan a diario en

su accionar público; como de las distintas organizaciones de comerciantes las cuales juegan y velan por los intereses de las mismas; algunas contando con una gran presión política y otras siendo colchón del partido en turno de la actual administración.

La ausencia de casos de estudio al nivel local o municipal hablando estrictamente de León; encontrando un gran apoyo en fuentes provenientes en casos de estudio al nivel nacional específicamente en la Ciudad de México; a nivel internacional solo en Latinoamérica casos Chile y Brasil. Se encontraron los conceptos teóricos del fenómeno de los efectos sociales que representa el comercio en faceta de tianguis, la cultura que representa los usos y costumbres; la historia del tianguismo al nivel nacional y al nivel municipal; donde se recolectaron las bases teóricas y conceptuales del problema aplicando la comparación en el caso de la ciudad de León. Como estudiante de administración público, conecte mis conocimientos organizacionales en la aplicación del servicio de inspección, aprovechando la oportunidad de la DCC a través de la ST; donde fui a tocar puertas, elevándoles y dejando cuentas claras en la aplicación del servicio además del fruto en el incremento del servicio público, a través de mi investigación.

De manera personal, una gran satisfacción ante los resultados de la investigación imprimiendo en mi persona la gran motivación que surge la aplicación de la misma en una organización tan compleja como la ST la cual depende específicamente de la DCC y de la Dirección General de Economía. Fácil no fue, el no ser parte de ninguno de los partidos e turno que llevan la encomienda de tomar las decisiones de la DCC; fue complicado encontrar las estrategias de apertura al dialogo y al consenso de las misma. La comprensión del entorno en la práctica es complicada, la teoría resulta muy efectiva más sin embargo; aplicarlo en la práctica es todo un arte administrativo y social. El capital social que se generó fue impresionante, donde se recogieron aprendizajes o enseñanzas del rubro de alta satisfacción, desde la figura del Ejecutivo o gerencial de la organización, los operativos inspectores, los delegados y sus altos niveles de consenso y conocimiento del entorno; en cuanto a la logística y administración de los tianguis; los líderes de las organizaciones, los cuales representan figuras meramente políticas. Destacando los aprendizajes sociales, administrativos, políticos, psicológicos, didácticos entre otros.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Anaya, L. (2012). Planeación del desarrollo y prospectiva territorial: la importancia de la visión estratégica para alcanzar el desarrollo humano. En A. R. Caldera Ortega, & J. L. Coronado Ramírez, *Reflexiones sobre el paradigma del desarrollo humano* (págs. 37-60). México, D.F.: Universidad de Guanajuato Campus León, Miguel Angel Porrua, Las ciencias sociales tercera edición.
- Batalla Moreno, P. (2003). Calidad en los servicios. *Revista Estudios Socio-Juristas*, 19-32.
- Cabrero Mendoza, E. (1997). *Del administrador al gerente público*. México: INAP.
- Contreras Soto, R. (2007). *Mercados itinerantes-tianguis: la lógica de los mercados*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros/2007b/296/>
- Daft, R. (2005). *Teoría y Diseño Organizacional*. Buenos Aires: Thompson.
- Del Castillo, A. (2003). Cambios y procesos decisorios: planeación y ambigüedad. En D. Arellano, E. Cabrero, & A. Del Castillo, *Reformando al gobierno: una visión organizacional del cambio gubernamental*. México: CIDE.

- Gayosso Ramírez, J. L. (2008). Los tianguistas de la Ciudad de México: de informales a trabajadores atípicos. *Iztapalapa Agua sobre lajas*, 53-67.
- Gayosso, R. J. (2008). Los tianguistas de la Ciudad de México: De informales a trabajadores atípicos. *Iztapalapa, agua sobre lajas*, 53-67.
- Hirth, K. G. (2013). Los mercados prehispánicos. La economía y el comercio. *Arqueología Mexicana*, 30-35.
- INEGI. (II Trimestre de 2013). *ENOE*.
- Martínez Garnica, A. (1985). *De la metáfora al mito: la visión de las crónicas sobre el tianguis prehispánico*. México: El Colegio de México.
- Pérez Calderón, R. (2004). Algunas consideraciones sobre el comercio informal en la Ciudad de México. *Revista Gestión y Estrategia*, 88-96.
- Silva Londoño, D. A. (2008). El comercio ambulante y su relación con el sistema político institucional en el Distrito Federal. En B. Espinosa, *Mundo del trabajo: Pluralidad u transformaciones contemporáneas* (págs. 253-259). Quito: FLACSO.
- Suárez Molina, M. T. (2009). Los mercados de la ciudad de México y sus pinturas. En J. Long Towel, & A. Atolini Lecon, *Caminos y mercados de México* (págs. 435-457). México: UNAM, INAH.