

**Universidad
Autónoma
Metropolitana**



Casa abierta al tiempo **Azcapotzalco**

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco

Licenciatura en Sociología

Área de concentración de Sociología urbana

“La gentrificación como oportunidad: análisis de las estrategias de adaptación de los vendedores informales de Tepito ante las nuevas tendencias de consumo”

Presenta

Guadalupe Itzel Angeles Francisco

Matricula:

2193048754

Asesora:

Dra. Ruth Pérez López

Sinodales:

Dr. Jerónimo Díaz Marielle

Lic. María Concepción Huarte

Azcapotzalco, CDMX, abril, 2025

Agradecimientos

Quiero agradecer profundamente a mi madre, ser la primera hija y generación de la familia en llegar hasta aquí es un honor, todo fue gracias a su esfuerzo, a sus manos rasposas, su cansancio y su apoyo incondicional que a pesar de no entender del todo lo que le mencionaba, siempre me escuchó y me apoyó sin cuestionarme.

Agradezco a mi padre, que gracias a sus esfuerzos y con un salario menos del mínimo me me brindó primera y única laptop con la cual he logrado seguir adelante en mi formación académica y profesional.

Agradezco a mi pareja, que en él encontré el apoyo y todo el cariño incondicional, gracias por escucharme y mantenerte curioso ante lo que mencionaba, tus ideas y sin aquellas quesadillas y un vaso leche, las noches redactando se me hubieran hecho difíciles.

Agradezco a mis mascotas en especial a ese gatito de botitas negras que todas las noches de desvelo siempre permaneció a mi lado hasta que me fuera a dormir y cuando se enfermó, su apoyo siguió aunque fuese con un cono encima y quizá sintiendo dolor.

Agradezco a las Doctoras Ruth y Guenola por su dedicación a cada de uno de mis compañeros y que a pesar del estrés siempre nos brindaron una enseñanza sin hacernos sentir incapaces, su esfuerzo y enseñanzas fueron clave para la realización este trabajo.

“Espero que no consideremos el futuro sólo como una oscuridad sombría, Aún tenemos muchas páginas en nuestra historia, y no debemos de hablar como si el final ya estuviese escrito”

-Kim Namjoon

Resumen

Este trabajo terminal se enfoca en el fenómeno de la gentrificación en Latinoamérica, con un enfoque particular en Tepito, barrio emblemático de la Ciudad de México. La gentrificación se define como el proceso de transformación de barrios populares, donde la llegada de clases medias o altas provoca un aumento en los precios de la vivienda y servicios, afectando a los residentes originales, sin embargo, el definir el concepto hasta la actualidad ha sido muy debatible en el mundo académico y casi no existen estudios. Por ello, este trabajo busca analizar cómo los vendedores informales de Tepito han adaptado sus estrategias comerciales ante estas nuevas dinámicas urbanas y de consumo, este trabajo no solo contribuye a la comprensión del fenómeno de la gentrificación, sino que también destaca la resiliencia de los comerciantes informales en un entorno en constante cambio.

Palabras clave: gentrificación; Tepito; vendedores informales; Ciudad de México; turistificación.

Índice general

AGRADECIMIENTOS	II
RESUMEN	IV
ÍNDICE GENERAL	V
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO	3
Debate sobre el concepto de la gentrificación.	3
1.1.1	4
1.1.2	7
1.2	7
1.2.1	8
1.2.2	9
1.2.3	10
1.3	11
1.3.1	13
1.3.2	14
1.3.3	15
CAPÍTULO 2	17
“AQUÍ, SE COMPRA, SE VENDE Y SE VIVE”: EL COMERCIO INFORMAL DE TEPITO	17
2.1	17
2.1.1	18
2.1.2	20
2.1.3	22
2.1.4	23
2.1.5	24
2.2	27
2.2.1	27
2.2.2	28

CAPÍTULO 3 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS VENDEDORES INFORMALES ANTE LOS PROCESOS DE GENTRIFICACIÓN	28
3.1	35
3.1.1	41
3.1.2	43
CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
ANEXOS	47

Introducción

La gentrificación en Tepito ha contribuido a cambios significativos en la dinámica del mercado informal, impactando de manera adversa la competitividad y sostenibilidad del comercio popular en esta ubicación. A pesar de la visibilidad de los efectos generales de estas tendencias, no se dispone de suficiente información acerca de tres aspectos relevantes: a saber, cómo los vendedores informales están reaccionando a las nuevas tendencias de consumo, el uso de las tecnologías y qué estrategias están empleando para permanecer en un medio cambiante.

Al mencionar el concepto de la gentrificación se piensa solo en los efectos negativos que esta puede ocasionar. Investigaciones del Instituto Nacional de Antropología e Historia (2018) han resaltado el papel del mercado informal como elemento clave en la identidad cultural del barrio. Estudios más recientes, como los realizados por la Universidad Nacional Autónoma de México (2020), indican que la gentrificación ha llevado al desplazamiento de comerciantes tradicionales, sin embargo, desde las personas que logran aprovecharlo como es el caso de los comerciantes de Tepito, pueden darle un uso al ser un barrio que siempre ha atravesado varios estigmas y discriminación. En este contexto, la gentrificación puede representar tanto una amenaza como una oportunidad. Como señala Butler (2015), es fundamental encontrar un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación de las comunidades locales, garantizando que los beneficios del crecimiento urbano sean compartidos por todos los residentes y no solo por los recién llegados.

Este trabajo terminal busca llenar aquellas brechas de conocimiento que existen entorno al concepto de la gentrificación en América Latina, en especial a México y proporcionar una comprensión más detallada de la adaptación de los vendedores informales en Tepito ante la gentrificación, puede contribuir a la comprensión de los impactos sociales y económicos de la gentrificación en comunidades vulnerables y contribuyendo así a la sustentabilidad económica y social del barrio.

Hipótesis

Los vendedores informales de Tepito que han logrado adaptarse a las dinámicas derivadas de la gentrificación mediante la innovación, la diversificación de productos y servicios, y el uso de

tecnologías tienen una mayor probabilidad de mantener su competitividad y sostenibilidad económica en el contexto actual del mercado informal.

El estudio utilizó un enfoque cualitativo con el objetivo de examinar las experiencias y opiniones de los comerciantes informales del barrio de Tepito en la Ciudad de México. Se planeó realizar al menos dos entrevistas a profundidad a cada participante; sin embargo, debido a limitaciones de tiempo y condiciones ambientales (ya que los comerciantes estaban trabajando mientras se recolectaban los datos) las respuestas recibidas fueron más breves de lo previsto. A pesar de ello, fue posible entrevistar a un total de nueve personas, cuatro de ellas mujeres y cinco hombres. Esto permitió una visión variada y representativa de la dinámica de la economía informal en la zona.

Con el fin de complementar esta información y enriquecer el análisis, se incorporó un cuestionario dirigido a los consumidores que frecuentan Tepito. Este instrumento tuvo como propósito conocer la percepción que tienen los compradores sobre el lugar y su actividad comercial. El cuestionario fue respondido por 70 personas, de las cuales el 40% se identificó como mujer y el 60% como hombre. Esta perspectiva adicional resultó fundamental para comprender no solo las experiencias de quienes trabajan en el área, sino también la perspectiva de los consumidores.

Capítulo 1

Marco teórico

1

Debate sobre el concepto de la gentrificación. El concepto de la gentrificación en el mundo académico siempre ha sido conflictivo debido al amplio debate que existe entorno a su significado y aplicación a la realidad. El concepto de la gentrificación surge entorno a la socióloga británica Ruth Glass en 1964 para describir el proceso de desplazamiento por el cual atravesaba su barrio en Londres ante la llegada de clases medias y altas, Ruth describe los cambios entorno a la infraestructura de las calles y renovación de viviendas, que terminan convirtiéndose en viviendas lujosas para los nuevos residentes, ocasionando el desplazamiento de los pobladores originales. Esta definición clásica de la gentrificación ha llevado a un entendimiento limitado del fenómeno debido a que no todas realidades humanas comparten los mismos contextos.

Al ser un concepto con poca vigencia no se ha logrado definir las características o patrones que logren definir a la gentrificación. En Latinoamérica se presenta como un campo nuevo de exploración, tal y como lo menciona Mendoza (2016), señala que la adopción de conceptos europeos y norteamericanos pueden generar sesgos al aplicarlos a las realidades locales, tal y como sería en el caso de Tepito. Asimismo, Slater (2008) argumenta la necesidad de reconsiderar el uso del término, recomendando que, las y los investigadores deben de tener en cuenta varios factores para comprender en mayor medida y adecuadamente los procesos de transformación urbana.

Por ello, al ser un concepto no tan viejo puede ocasionar en una comprensión superficial del análisis de los cambios urbanos entorno a la gentrificación, por esta razón, es común encontrar algunos artículos en los que se utilizan términos como “revitalización”, “recuperación”, “regeneración” y “renovación” como sinónimos.

Por ello cuando hablamos de gentrificación se logra interpretar en el pensamiento colectivo que nos estamos refiriendo a una posesión negativa de los efectos, que, si bien como cualquier otro fenómeno tiene sus pros y contras, este presente estudio analiza el concepto de la gentrificación en medida de los efectos positivos que puede lograr en Tepito.

A pesar de las connotaciones negativas asociadas a la gentrificación, algunos autores proponen una perspectiva positiva, por ejemplo, Sabatini et al. (2009) menciona que la gentrificación puede fortalecer el tejido social en barrios desfavorecidos, como: generando empleos, integración social, esta definición nos permite analizar la situación actual de los comerciantes informales en Tepito, quienes pueden beneficiarse de la llegada de nueva clientela, por su parte Luis Salinas (2013) amplía esta visión al mencionar que la gentrificación puede provocar una rehabilitación urbana del entorno pues puede mejorar las condiciones generales del barrio, sin embargo, también advierte sobre los riesgos asociados que puede traer consigo, como: el desplazamiento de poblaciones vulnerables.

Estos enfoques nos permitirán ver a la gentrificación no solo como un fenómeno negativo, sino también como una oportunidad para revitalizar áreas urbanas y mejorar las condiciones de vida, además de enriquecer el debate académico que existe entorno al concepto.

1.1.1 La gentrificación en Latinoamérica

La gentrificación en Latinoamérica es un fenómeno urbano que ha ganado relevancia en las últimas décadas, especialmente en grandes ciudades. Se refiere al proceso de transformación de barrios populares, donde personas de clases medias o altas comienzan a mudarse, lo que genera un aumento en los precios de la vivienda, los servicios y el comercio (Tauber 2014). Esto suele llevar a la expulsión de los residentes originales, que, debido a los altos costos, no pueden mantenerse en sus vecindarios.

Este fenómeno está ligado a la urbanización acelerada, la globalización y las políticas públicas que favorecen la inversión en zonas urbanas centrales (Pradilla, 1995). En algunas ciudades de Latinoamérica, la gentrificación ha sido impulsada por proyectos de renovación urbana que buscan mejorar la infraestructura, pero también puede generar una pérdida de identidad cultural, desigualdad y desplazamiento de comunidades vulnerables.

Diferentes académicos provenientes del mundo anglosajón han afirmado recientemente que la gentrificación se ha transformado en un fenómeno global (Porter y Shaw, 2008 Smith Atkinson y Bridge, 2005,) sin embargo, el debate que siempre surge entorno a definir el concepto lo vuelve

complejo ya que el término gentrificación no puede ser lineal, sino que es necesario tener en cuenta las especificidades locales, regionales y nacionales que determinan cómo se desarrollan los procesos de gentrificación en lugares con condiciones sociales, políticas y económicas que varían marcadamente respecto de los países anglosajones y europeos (Janoschka *et al.*, 2013).

Según Casgrain, Antoine, & Janoschka, Michael (2013), la gentrificación en América Latina no solo involucra el desplazamiento físico de personas, sino también una transformación simbólica del espacio, relacionada con políticas neoliberales que buscan restaurar el patrimonio arquitectónico de los centros urbanos. Estas políticas están orientadas a atraer a turistas, élites locales y a una clase media en crecimiento, la misma restauración del patrimonio, se realiza a menudo con la cooperación de la UNESCO, busca convertir los centros urbanos en espacios más atractivos para estos grupos.

Dicho lo anterior, podemos observar este fenómeno en ciudades latinoamericanas como Buenos Aires, São Paulo, Bogotá, Medellín, Santiago de Chile y Ciudad de México. Estas ciudades son consideradas debido a los estudios recientes disponibles.

Santiago de Chile

Según López (2013), en su estudio sobre la gentrificación en Chile, el modelo de renovación urbana que predomina difiere bastante de los procesos de regeneración urbana observados en barrios elitizados de ciudades europeas o norteamericanas. En lugar de ser un proceso inclusivo de revitalización urbana, en Chile este modelo está orientado principalmente a la localización de grandes zonas de desarrollo inmobiliario, lo que genera altos beneficios para los inversionistas privados, capturando monopólicamente las rentas de suelo. Además, este modelo también contribuye a la especulación y el deterioro de las zonas intermedias, lo que provoca un rápido declive económico y físico de estas áreas.

Sao Paulo, Brasil

El contacto con la naturaleza en las ciudades tiene beneficios claros para la salud física y mental de la población. Este mismo atractivo también tiene consecuencias económicas. El deseo de acceder a estos espacios verdes impulsa el valor de las propiedades cercanas, lo que, puede dar lugar a un proceso de “gentrificación verde”. Este fenómeno se presenta cuando las áreas naturales,

inicialmente pensadas para mejorar la calidad de vida de todos, terminan siendo utilizadas como un atractivo para las clases más altas, excluyendo a los sectores más vulnerables. Baumgartner (2021), en su estudio sobre las ciudades desde una mirada de la naturaleza, hace referencia a la “gentrificación verde”, la cual se configura como un proceso en el que los proyectos de renaturalización de las ciudades en lugar de promover la equidad social, refuerzan las desigualdades, al ser aprovechados por el mercado inmobiliario y dejando fuera a los sectores más pobres y marginados.

Bogotá

Jaramillo (2015) analiza la gentrificación en Bogotá desde una perspectiva local, pues en su estudio explica que lo que realmente necesita el centro de las ciudades es una mayor diversidad de residentes, que abarque a personas de distintos niveles de ingresos. En este sentido, los grupos intelectuales de clase media suelen tener menos conflictos con las poblaciones de clases populares en comparación con otros sectores más tradicionales o ricos. Su presencia puede aportar una pluralidad y un dinamismo a las áreas centrales, enriqueciendo la vida urbana, sin embargo, este tipo de procesos no son fáciles de implementar ni de replicar en otras áreas. Requieren de grandes promotores y especuladores, lo cual indica que estos procesos ya están en marcha y se desarrollan de manera gradual, pero con cierta fragilidad. Además, no siempre está garantizado que las áreas más centrales de la ciudad sean las más atractivas para este tipo de desarrollo. En el caso de Bogotá, por ejemplo, existe una tendencia a que estos grupos se desplacen hacia zonas pericentrales, lo que podría debilitar el impacto positivo de estos procesos en las áreas más céntricas de la ciudad.

Sin embargo, debido a la fragmentación territorial y demográfica de las ciudades latinoamericanas en el contexto de la globalización, están surgiendo nuevas áreas urbanas y puntos de relevancia. Por lo tanto, el fenómeno de la gentrificación también está ocurriendo en varias ciudades que aún no han sido estudiadas por académicos. En el mismo sentido, repensar la idea de Casgrain, Antoine, & Janoschka al utilizar el término gentrificación ya que no puede ser lineal refiriéndonos a que solo siga un término o contexto, sino que es necesario tener en cuenta las especificidades locales, regionales y nacionales del lugar de análisis.

1.1.2 Estudios sobre la gentrificación en la Ciudad de México

El fenómeno de la gentrificación se ha vuelto un fenómeno urbano complejo que ha sido objeto de debate en diversas disciplinas, incluyendo la sociología, la economía y la planificación urbana, aunque a menudo se asocia con el desplazamiento de residentes de bajos ingresos. Varios autores argumentan que puede representar una oportunidad de mejora para las comunidades afectadas.

Tal es el caso de Sabatini y sus coautores (2009) en su estudio realizado sobre “la gentrificación en los estudios urbanos”, argumentan que la gentrificación puede fortalecer el tejido social en barrios desfavorecidos, generando oportunidades laborales para los sectores más pobres y promoviendo una integración social positiva. Bajo este enfoque no solo busca mejorar las condiciones económicas y sociales de área, sino también de preservar el tejido social existente como tal es el caso de las vendedoras informales en Tepito.

Por su parte, Luis Salinas (2013) amplía este enfoque en su estudio “Gentrificación en la ciudad latinoamericana. El caso de Buenos Aires y Ciudad de México”, al analizar cómo la gentrificación afecta a estas dos ciudades discutiendo todos los procesos de transformación urbana, así como los positivos, destaca que la gentrificación puede provocar una rehabilitación urbanística que mejora las condiciones generales del barrio, aunque como se menciona con anterioridad también advierte sobre los riesgos, tales como el desplazamiento de poblaciones vulnerables hacia las periferias urbanas, donde enfrentan problemas de adicionales como la falta de servicios básicos y largas distancias para acceder a sus lugares de trabajo.

1.2 Turistificación: el nuevo modelo de gentrificar

El concepto de turistificación ha sido mencionado y analizado por algunos autores en el contexto del turismo y su impacto en los espacios urbanos. Fox Gotham (2005) es uno de los primeros en vincular la gentrificación con la turistificación, acuñando el término gentrificación turística para describir cómo el turismo puede transformar barrios tradicionales en espacios de consumo. Por su parte, Knafou (1999, citado en *De la Calle*, 2019), define la turistificación como “el proceso mediante el cual un sitio se convierte en un enclave turístico”. Esta definición nos permite comprender cómo ciertas áreas se transforman para satisfacer las demandas del turismo. En el mismo sentido Mansilla (2019) y Calle (2019) describen la turistificación como la ocupación del

espacio físico y su transformación en un producto turístico dirigido a grandes masas de consumidores. Su enfoque destaca las implicaciones socioeconómicas de este fenómeno, lo cual nos permite conocer los cambios que surgen entorno al aumento del turismo en Tepito.

1.2.1 Contexto histórico de la turistificación en zonas urbanas

Olvera (2022) menciona el concepto de "turistificación" que comenzó a utilizarse en los estudios geográficos a partir de los años 90 y ha ganado relevancia en los últimos años en los estudios urbanos. Se refiere a los cambios en el espacio y en las dinámicas sociales de un lugar debido al turismo. Si bien la llegada de turistas puede traer ciertos beneficios económicos, también tiene un lado negativo, especialmente cuando un área se especializa demasiado en atender las necesidades de los turistas. Este enfoque puede afectar a las comunidades locales, ya que los residentes originales, especialmente las poblaciones autóctonas, se ven desplazados o alterados por la transformación de su entorno en un espacio más orientado al consumo turístico. Es interesante notar cómo este fenómeno no solo cambia la fisonomía física de la ciudad, sino que también transforma la identidad y las relaciones sociales en el lugar, creando tensiones entre lo que es una comunidad original y lo que se ha convertido en una especie de "producto turístico".

Olvera menciona que dichos procesos se han intensificado después de la crisis de 2008, sin embargo, tuvo un ligero descenso debido a la pandemia mundial por COVID19 entre 2020 y 2022. Múltiples procesos de Turistificación en el territorio han generado la preocupación política y el interés de las y los geógrafos, arquitectos, antropólogos y sociólogos especializados en estudios urbanos, también se menciona el uso del turismo como una estrategia que se presenta como una solución para frenar la migración de las zonas rurales hacia las grandes ciudades. Sin embargo, esta política tiene efectos secundarios no tan visibles, como la profundización de los procesos de desplazamiento social. La gentrificación, que anteriormente se asociaba principalmente con las áreas urbanas, ha comenzado a extenderse también hacia las zonas rurales. Este fenómeno no solo involucra cambios en la distribución geográfica de las clases sociales, sino que también se conecta con dinámicas de segregación vinculadas a factores como la clase social, la etnicidad y la racialización.

1.2.2 Diferencias entre turistificación y gentrificación

Para comprender las diferencias de los fenómenos de la turistificación y la gentrificación, es importante analizar cómo el espacio habitacional se ha ido apropiando tanto por poblaciones extranjeras como nacionales, particularmente aquellas que son consideradas "nómadas", es decir, que no permanecen en un lugar de manera fija. En este contexto, los indicadores clave para observar estos procesos incluyen las unidades de vivienda turística registradas en plataformas como Airbnb, el comportamiento del mercado inmobiliario y las políticas urbanas implementadas, las cuales buscan convertir tanto al turismo como a las clases privilegiadas locales y extranjeras en motores del crecimiento económico.

Dicho lo anterior, la turistificación y la gentrificación son dos fenómenos urbanos que pueden ir de la mano, pero tienen características y dinámicas distintas. De acuerdo con todo lo que he mencionado con anterioridad y en base con los autores mencionados podemos mencionar que:

La turistificación se refiere al proceso de transformación de una zona urbana o barrio para adaptarse y maximizar los beneficios derivados del turismo. Esto puede implicar el aumento de servicios y actividades orientadas a los turistas, la conversión de viviendas en alojamientos turísticos (como los de plataformas tipo Airbnb), y la llegada de comercios orientados al consumo de los turistas. El objetivo principal es atraer a los visitantes, lo que puede modificar la estructura social y económica de la zona.

Como decía, la gentrificación es un proceso de transformación de un barrio o zona urbana que involucra el desplazamiento de los residentes de clases bajas o medias por personas de clases más altas. Esto generalmente va acompañado de la mejora de infraestructuras y servicios, el aumento de precios de la vivienda y la llegada de nuevos comercios y negocios de alto nivel. Aunque la gentrificación también afecta a las áreas urbanas, su principal motor es el cambio socioeconómico, no el turismo. El término gentrificación abarca un fenómeno más amplio y puede tener diferentes perspectivas como se menciona con anterioridad: gentrificación verde, positiva, etc. mientras que la turistificación solo se desglosa del análisis del turismo, por ello, ambos conceptos para el análisis de este trabajo terminal son esenciales

Impacto en la población

La turistificación, aunque también puede causar desplazamientos, en general, transforma los barrios principalmente en espacios para el disfrute de los turistas, lo que puede generar una alteración en la vida cotidiana de los residentes, pero no necesariamente un desplazamiento directo de estos. Suele darse en áreas con gran atractivo turístico, como centros históricos, zonas costeras o culturales, donde la presencia de turistas es constante. Se enfoca en hacer estos lugares más atractivos para quienes visitan la ciudad por cortos periodos.

Por su parte la gentrificación tiene un impacto más directo sobre los residentes, ya que la llegada de clases más altas, junto con la subida de los precios provoca el desplazamiento de los residentes. Aunque también puede ocurrir en zonas turísticas, la gentrificación tiende a ser más común en barrios urbanos que, originalmente, pueden haber sido áreas de clases bajas o medias y luego se vuelven más atractivas para los desarrolladores inmobiliarios y los nuevos residentes de clases altas.

Transformación del espacio

La turistificación a menudo involucra cambios temporales y comerciales como la creación de alojamientos turísticos, la instalación de restaurantes y tiendas para turistas, y la remodelación de edificios patrimoniales para hacerlos atractivos a los visitantes. La identidad de la zona puede alterarse para satisfacer las necesidades de los turistas.

En la gentrificación la transformación no solo es económica, sino también social y cultural. A medida que las clases altas se mudan a la zona, se producen cambios en el tipo de comercios, la cultura local y la demografía del lugar, lo que puede llevar a una pérdida de la identidad de la zona original.

1.2.3 Como la turistificación impulsa la gentrificación

Una vez definidas algunas de las diferencias entre los procesos e impactos de la gentrificación, podemos reflexionar sobre la idea planteada por López (2021) en su estudio. Este autor menciona que la gentrificación debe entenderse como un proceso de reestructuración urbana impulsado por agentes clave, como el turismo, los agentes inmobiliarios y el consumo. En este contexto, los individuos que participan activamente en este proceso suelen pertenecer a clases medias o altas, con una capacidad económica media o elevada.

Es posible que sea la turistificación la que induzca el proceso de gentrificación, así lo defiende Spirou (2011), destaca que el turismo urbano no solo afecta a la economía local, sino que también genera transformaciones sociales, espaciales y culturales significativas. En particular, resalta que la turistificación impulsa procesos de gentrificación, ya que los turistas, especialmente los internacionales, a menudo prefieren áreas céntricas y bien conservadas, lo que provoca un aumento en los precios inmobiliarios y un posterior desplazamiento de los residentes locales, principalmente de clases bajas, al igual que David Harvey (2000) señala que el turismo puede ser un motor de gentrificación, especialmente en las áreas urbanas que han sido previamente degradadas, argumenta que el capital turístico, al buscar rentabilidad, influye en la transformación del espacio urbano, aumentando el valor de la propiedad y desplazando a las comunidades locales, los turistas juegan un papel importante al generar un mercado inmobiliario que favorece a las clases altas, lo que lleva al desplazamiento de las clases bajas, así lo menciona Saskia Sassen (2014) al mencionar cómo la globalización y el turismo, en combinación con las políticas urbanas neoliberales, generan fenómenos de expulsión en las ciudades

Sin embargo, Terhorst & Deben (2003) en su estudio realizado en Ámsterdam, menciona que su ciudad se llenó de turistas después de atravesar un proceso de gentrificación. López (2011) menciona que ambos fenómenos están altamente relacionados y que si bien el turismo puede impulsar a la gentrificación en algunos casos también la gentrificación puede atraer turistas.

1.3 Economía informal

El conjunto de actividades que se realizan en torno a la economía puede llegar a ser diversificadas ante la nueva era de la globalización y en torno a ella busca un modelo en el cual poder subsistir, es así, como el fenómeno de la economía informal, aunque parezca sencillo se convierte en algo complejo de analizar, logra ser la contra parte de la economía formal, es por ello por lo que se abarcaran algunas definiciones de algunos autores en torno a la economía informal.

Orígenes del concepto

El concepto de la economía informal surge a raíz de estudios de mercado laboral urbano en África según Alejandro Portes (2004), gracias al estudio antropológico realizado por Keith Hart en 1990, donde acuñó el término para expresar la brecha de desigualdad que se le había impuesto a la fuerza

de trabajo urbano, tal así, que menciona dos modelos que coexisten en el mercado económico, como el empleo remunerado y el trabajo por cuenta propia. El concepto de “informalidad” se le otorga a este último.

De esta definición se derivan otras características, como los bajos niveles de productividad y la poca capacidad de acumulación (Tokman, 1982), de tal manera que el concepto de la economía informal se asociaba en contra parte a la formal, como sinónimo de pobreza y que aquellos que se dedicaran a esta pertenecían a estratos de la sociedad menos desarrollados.

Definiciones contemporáneas

Debido a la definición y el pensamiento colectivo entorno a la economía informal, algunos autores sino en su mayoría construyen una nueva línea directa entorno a la definición de la economía informal, tal es el caso De Soto, uno de los principales autores que contribuyó a popularizar el concepto de economía informal, especialmente en su libro *"El otro sendero"* (1986). Este autor describe cómo las personas en los países en desarrollo se ven obligadas a operar fuera de la ley debido a las barreras burocráticas y a la falta de acceso a los recursos formales del mercado, como los derechos de propiedad y el crédito. De Soto argumenta que este sector informal, al no estar legalmente reconocido, se ve privado de muchas oportunidades de desarrollo.

Por su parte, Castells y García (1990) destacan que el comercio informal no es simplemente una forma de subsistencia, sino una respuesta a la falta de acceso al empleo formal. Lo consideran como una estrategia de adaptación frente a las dificultades estructurales del mercado de trabajo en ciertos contextos, especialmente en áreas urbanas. Los autores destacan que el comercio informal no es simplemente una forma de subsistencia, sino una respuesta a la falta de acceso al empleo formal. Lo consideran como una estrategia de adaptación frente a las dificultades estructurales del mercado de trabajo en ciertos contextos, especialmente en áreas urbanas. En el mismo sentido Rojas (1991) define al comercio informal como el conjunto de actividades comerciales que no cumplen con las normativas fiscales, laborales y de seguridad social del sistema económico formal y que sin embargo son importantes, Chen (2007) define el comercio informal como una parte de la economía que, a pesar de no estar regulada, es esencial para la economía global, proporcionando empleo y oportunidades económicas para millones de personas, especialmente en las economías en desarrollo.

En resumen, aunque la definición del comercio informal varía dependiendo del autor, la mayoría coincide en que representa un sector no regulado que juega un papel crucial en la economía, especialmente en contextos de pobreza y exclusión social. Sin embargo, se reconoce que este comercio enfrenta desafíos significativos debido a la falta de protección social, jurídica y de acceso a recursos del sistema formal.

1.3.1 La economía informal en México

Debido a la implementación de la industrialización en México y al avance de la globalización, se ha generado una creciente demanda de competitividad en el mercado. Sin embargo, dicho crecimiento no ha sido homogéneo debido a las características económicas, sociales y políticas del país. Tal como señala Manuel Castells, este fenómeno refleja una búsqueda de alternativas ante la falta de ofertas laborales formales.

En los últimos años el tema de la economía informal ha recibido más atención no solo por los círculos académicos, sino por los medios de comunicación (televisión, redes sociales, prensa etc.) y estas a su vez se transforman en nuevas formas de apropiación del espacio como lo son los tianguis, ventas a domicilio o puntos cercanos.

Según el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), la economía informal en México está definida como aquellas actividades económicas que no están registradas en el ámbito legal o que no cumplen con las normativas fiscales, laborales y de seguridad social del país. Esta categoría incluye tanto a los trabajadores informales como a las empresas informales, las cuales operan fuera del marco regulatorio del gobierno.

Según los datos más recientes del INEGI, se estima que más del 56% de la población ocupada en México trabaja en la informalidad. Esto incluye a los trabajadores en los sectores de servicios, comercio, agricultura y la industria. Esta alta tasa de informalidad refleja una estructura laboral caracterizada por la precariedad, la falta de acceso a seguridad social, y la ausencia de contratos formales.

El comercio informal en América Latina y especialmente en México ha sido ampliamente estudiado desde perspectivas económicas y antropológicas. Existen varios estudios que abordan el comercio informal en Tepito: Grisolés (2003), por ejemplo, explora la actividad comercial informal

en Tepito, analizando su impacto social y económico, donde se discuten dinámicas de identidad y la lucha por la vivienda en el contexto del comercio ambulante, así como los problemas complejos que enfrenta esta actividad, incluyendo la violencia y el control territorial por parte de diferentes organizaciones.

Por su parte, Grisel Castro (2010) se centra en las condiciones laborales y sociales de los comerciantes ambulantes en Tepito, abordando como estas personas han encontrado en el comercio informal una forma de subsistencia ante la falta de oportunidades laborales formales. Estos estudios nos ofrecen una visión integral sobre el fenómeno del comercio informal en Tepito, resaltando tanto sus desafíos como su relevancia cultural y económica en el contexto de la vida de las y los vendedores en Tepito.

1.3.2 La resistencia del comercio informal de México

La resistencia, según la Real Academia Española (RAE), es la acción de oponerse o resistirse a algo. También puede referirse a la capacidad de resistir, de acuerdo con la definición de la resistencia, aplicada al sector económico informal podemos definirlo como la capacidad para mantenerse y adaptarse frente a diversos obstáculos, como la falta de regulaciones, la informalidad del trabajo, y las dificultades estructurales del sistema económico. Varios autores han reflexionado sobre cómo la economía informal persiste a pesar de las barreras y cómo actúa como un mecanismo de supervivencia ante la exclusión del mercado laboral formal.

Castells (1990) ve la economía informal como una forma de resistencia de los sectores más marginados frente a las condiciones adversas del sistema económico globalizado. Hart (1973) señala que la economía informal posee una gran resistencia cultural y social, ya que las personas que participan en ella suelen desarrollar redes de apoyo y mecanismos de solidaridad, lo que les permite resistir las presiones del mercado. En este contexto, la resistencia de la economía informal puede entenderse como una forma de autogestión y comunidad. Además, Hart (1973) destaca que la economía informal también resiste el control y la regulación estatal, operando fuera del alcance de las autoridades, lo que permite a los trabajadores y emprendedores informales actuar sin las restricciones impuestas por el marco legal y administrativo.

Siguiendo la misma línea del concepto de resistencia, Rojas (1991) destaca la resistencia de la economía informal frente a la exclusión social y económica. En su análisis, señala que, aunque las

actividades informales no cuentan con las garantías y protecciones del trabajo formal, permiten a millones de personas ganarse la vida, resistiendo las adversidades económicas y creando una red de apoyo frente a la falta de empleo formal. Para él, la resistencia de la economía informal radica en su capacidad de adaptación a las condiciones del entorno social y económico, proporcionando una alternativa frente a la exclusión.

En resumen, los autores coinciden en que la resistencia de la economía informal radica en su capacidad para sobrevivir y adaptarse a las dificultades que presenta el sistema económico formal. Esta resistencia puede entenderse de varias formas:

- **Resistencia económica:** Como una estrategia de supervivencia frente a la falta de empleo formal.
- **Resistencia estructural:** En la capacidad de la economía informal para operar fuera de las restricciones del sistema legal y burocrático.
- **Resistencia social y cultural:** A través de redes de apoyo y solidaridad entre los trabajadores informales.
- **Resistencia política:** Como un desafío a las normas y políticas que favorecen al sector formal

1.3.3 El Impacto de la economía informal en la calidad de vida

Definir la calidad de vida y analizar su impacto en la población, especialmente la de México, nos permite obtener una visión más amplia y compleja sobre el comercio informal, sus implicaciones económicas y sociales, así como los desafíos y oportunidades que presenta para los trabajadores que dependen de este sector para su sustento

La calidad de vida es un concepto amplio que ha sido definido por diversos autores, y generalmente involucra aspectos tanto subjetivos como objetivos relacionados con el bienestar de las personas. La Organización Mundial de la Salud (1997) define la calidad de vida como "la percepción que una persona tiene de su posición en la vida, en el contexto de la cultura y el sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, expectativas, normas y preocupaciones."(pág. 13) Por otra parte, Ardila (2003) define la calidad de vida como "un concepto global que involucra la

evaluación de las condiciones materiales y las características psicológicas de los individuos." (pág. 162)

El trabajo es considerado una vía para la realización personal y para el proceso de socialización. En este contexto, se puede establecer una conexión entre la calidad de vida y el trabajo, ya que este último influye en la motivación laboral, lo que a su vez facilita la adaptación a los cambios del entorno y fomenta la creatividad. En lo que respecta a la economía informal, Campa (2021) la define como una actividad no regulada, realizada fuera de las estructuras institucionales del gobierno, eludiendo los controles fiscales y administrativos. Como resultado, esta actividad no asegura ingresos económicos estables ni beneficios sociales adecuados, lo que genera un ambiente de inestabilidad e incertidumbre, además de la falta de garantías laborales que permitan asegurar una calidad de vida adecuada, lo según antes mencionado (condiciones materiales y psicológicas).

Por ello, la economía informal tiene un impacto significativo en la calidad de vida de los trabajadores y las comunidades: representa un modo de subsistencia ante la falta de empleos o cuestiones más complejas como la segregación y la exclusión laboral. Sin embargo, Castells y Portes (1989) sostienen que la economía informal, a pesar de proporcionar empleo a millones de personas en todo el mundo, no ofrece una mejora significativa en la calidad de vida de los trabajadores. A menudo, estas actividades informales son precarias y están asociadas con un acceso limitado a recursos, educación y servicios de salud. Además, los trabajadores informales tienen pocas o ninguna oportunidad de ascender económicamente, lo que perpetúa el ciclo de pobreza y limita su movilidad social. Esta situación afecta tanto su bienestar económico como su desarrollo personal y profesional. Asimismo, Portes y Haller (2005) argumentan que la economía informal puede tener efectos negativos en la calidad de vida ya que los trabajadores informales están excluidos de las redes de seguridad social, y a menudo enfrentan condiciones de trabajo deterioradas, lo que puede afectar su bienestar físico y mental. A pesar de que algunos trabajadores encuentran en la economía informal una forma de generar ingresos, estos trabajos carecen de la estabilidad y de prestaciones, lo que provoca incertidumbre y precariedad.

La calidad de vida de los trabajadores del sector informal solo será posible cuando se les reconozcan e integren los mismos derechos que se otorgan a los trabajadores del sector formal. De Soto (1989) argumenta que la informalidad económica puede tener un impacto positivo en la

calidad de vida, pero solo si se les permite a los trabajadores informales acceder a los mismos derechos y protecciones que los trabajadores formales. Este autor sostiene que el sistema informal puede ser una forma de emprender y mejorar la calidad de vida en contextos donde el sistema formal es inaccesible o ineficiente. Sin embargo, sin el reconocimiento legal de sus actividades, los trabajadores informales siguen enfrentando barreras significativas para mejorar su situación económica y social.

La economía informal tiene un impacto significativo en la calidad de vida de los trabajadores, dependiendo de las condiciones de cada contexto. Aunque puede ofrecer un medio de sustento, especialmente en países con altas tasas de desempleo o con sistemas formales limitados, también está asociada con la inestabilidad, la falta de beneficios sociales y la exclusión laboral. Los efectos sobre la calidad de vida incluyen tanto aspectos negativos, como la precariedad y la inseguridad, como potenciales positivos, como la flexibilidad y la capacidad de generar ingresos en entornos donde el empleo formal es escaso.

Capítulo 2

“Aquí, se compra, se vende y se vive”: el comercio informal de Tepito

2

2.1 Historia y evolución del mercado informal de Tepito

Uno de los barrios más conocidos y representativos de la capital es Tepito, que se encuentra en el centro de la Ciudad de México. Situado en la Alcaldía de Cuauhtémoc, su cercanía al centro histórico lo convierte en un centro de vida urbana donde se discute historia, comercio y tradición. Tepito, al que frecuentemente se hace referencia como el "barrio bravo" de la ciudad, tiene una importancia que va más allá de su geografía porque es un lugar donde coexisten una amplia gama de tribus urbanas, clases sociales y actividades económicas.

Este barrio ha sido testigo de múltiples transformaciones a lo largo del tiempo, desde tiempos prehispánicos, hasta convertirse en un centro comercial informal que atrae a miles de personas cada día. Su mercado, conocido por su dinamismo y por ser un espacio de intercambio de productos tanto legales como ilegales, refleja las complejidades sociales y económicas de la Ciudad de México. Sin embargo, Tepito no solo es famoso por su comercio, sino también por tener diversidad de música, arte y resistencia popular, el boxeo y religión a la santa muerte, donde su gente ha logrado mantener una identidad única frente a los retos urbanos. La relevancia de Tepito va más allá de su fama, ya que este barrio sigue siendo un símbolo de la lucha y la resiliencia.

2.1.1 Desde los mexicas a la globalización

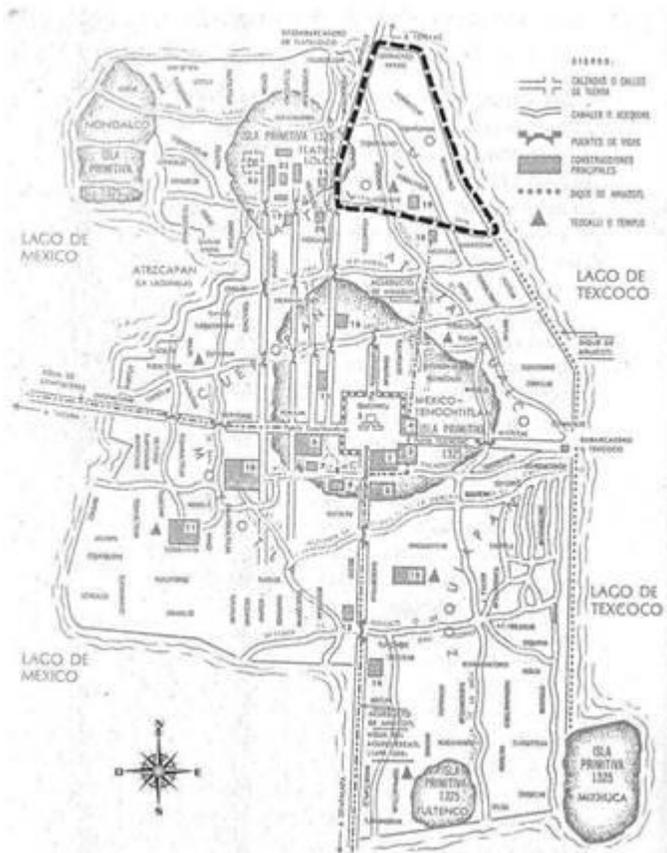
La historia de Tepito remonta desde la época prehispánica, la zona de lo que hoy conocemos en Tepito era parte de una zona lacustre en unión a Tlatelolco. Según la historiadora Hernández I (1856), "Tlatelolco fue el mayor y más dinámico mercado del imperio mexica, donde se podían encontrar no solo productos de consumo diario, sino también artículos preciosos como joyas, plumas exóticas y tejidos de gran valor" (sin pág.), sin embargo, según datos del Infobae, en Tepito se podían encontrar los mismos productos a un menor precio.

Después de la llegada de los españoles según Hernández (2018), Tepito logró sobrevivir gracias a sus calles y callejones que lo convertían en un lugar impenetrable y menos visitado por españoles y criollos, "Mientras el centro histórico de la capital se llenaba de comercios, grandes iglesias, conventos, edificios y casonas, en Tepito existían amplios predios con mesones, establos, viviendas pequeñas y corrales. Debido a su localización estratégica, este lugar se convirtió en un punto nodal de conexión por varios siglos de la llamada República de Indios" (pág. 102), es así como la resistencia de Tepito no es algo nuevo, sino que remonta desde la época prehispánica y es considerado por el cronista Alfonso Hernández como el mercado informal más grande de América latina.

El área de Tepito, dentro del contexto de Tlatelolco, también se asocia con ciertas prácticas ceremoniales y rituales, vinculadas al comercio y las creencias religiosas de la época. Carlos González (1998) señala que la red de mercados mexicas, incluidos los de Tepito y Tlatelolco, estaba profundamente influenciada por la estructura social y religiosa del pueblo mexica, siendo el mercado un lugar donde se llevaban a cabo intercambios tanto materiales como espirituales.

La ubicación estratégica de Tepito, alejada de la zona de influencia directa de los conquistadores, permitió que se consolidara como un punto importante, un territorio que durante siglos sirvió de refugio y punto de conexión para las comunidades indígenas, manteniendo así una autonomía relativa dentro del entorno colonial.

Imagen 1. México-Tenochtitlan. Reconstrucción esquemática, 1325-1519



fuelle: Enríquez Fuentes 2010

“En Tepito, los indios se sucedían sin orden formando intrincados laberintos, y el paisaje corriente era de atraso, olvido y suciedad”, escribió el cronista Antonio de Ulloa en 1777. Para la época de la revolución mexicana (1910-1921) llegaron nuevos pobladores de Jalisco y Guanajuato de oficio zapateros, lo que contribuyó al crecimiento de comercio, dichos artículos podían ofertarse a menor costo que en otros lugares de la capital como el centro histórico, “Para las personas de bajos recursos, sólo en el barrio se podían adquirir productos y artículos de primera necesidad, por lo que se le llamó el ropero de los pobres” (pág. 103), esto refuerza el modelo de Burgess entorno a los

círculos concéntricos en la concepción de Tepito al estar medianamente alejado del centro histórico, los precios son más bajos.

A lo largo del tiempo, se han ido construyendo nuevas representaciones entorno a Tepito, para Alfonso Hernández sí es posible hablar de “lo tepiteño” como una forma de ser que los distingue de los demás. Ser de Tepito ha marcado una barrera con barrios vecinos como la Guerrero, Lagunilla, Peralvillo o La Merced, al punto de infundir respeto e incluso miedo. Según Enríquez Fuentes (2010), Esta percepción negativa de Tepito perduró a lo largo de varios años, consolidando su imagen como un lugar peligroso y difícil de gobernar. Como menciona Hernández (2018).

Debido a que los productos de primera necesidad solo podían encontrarse allí a precios accesibles para las clases más bajas, se volvió un lugar ampliamente reconocido, tanto dentro como fuera de la Ciudad de México. A lo largo de los años, miles de personas han adquirido en este barrio productos como electrodomésticos, ropa, calzado, discos compactos y películas, entre otros artículos que solo se pueden encontrar allí. Debido a esta oferta única, Tepito ha trascendido su ubicación geográfica y su influencia se extiende más allá. En relación con esto, Lins Ribeiro (2012) menciona el concepto de globalización no hegemónica aludiendo a la obra de Wallerstein (1974), para señalar cómo lugares como Tepito, que están conectados con este fenómeno global desde una perspectiva local, logran crear mundos propios con sus propias redes, normas, y apropiaciones territoriales, lo que explica en parte el papel que juega Tepito en la dinámica urbana de la Ciudad de México.

2.1.2 El inicio de la Fayuca

La globalización y los procesos que genera llegan a puntos específicos donde se favorece su desarrollo (Haesbaert & Limonad, 2007), estableciéndose en lugares donde se forman redes y actores clave que aseguran los flujos económicos y el intercambio de bienes. En el caso de Tepito, el barrio comenzó a experimentar una transformación significativa en la segunda mitad del siglo XX, impulsada no solo por las políticas gubernamentales de la Ciudad de México, sino también por fenómenos globales como el contrabando de mercancías desde la frontera norte, el crecimiento del comercio ambulante y la venta de productos ilícitos.

Dicho lo anterior, Haesbaert y Limonad (2007) definen la fayuca como una manifestación de la globalización no hegemónica, ya que el contrabando de mercancías que no siguen los procesos

legales de importación refleja un fenómeno globalizado, pero con un enfoque local que se aleja de los controles oficiales, Aréchiga Córdoba (2003) concuerda con la descripción de la fayuca como un conjunto de productos que ingresan al país sin ser registrados oficialmente, especialmente aquellos que provienen de la frontera norte de México o de contrabando directo. Estos productos, que incluyen desde ropa hasta electrónicos, son vendidos a precios bajos debido a la falta de impuestos y regulaciones, lo que los hace accesibles para las clases populares. Por su parte, Mendoza Vargas (2016), considera que el contrabando y el comercio de fayuca no solo son un fenómeno económico, sino también una forma de resistencia ante las políticas comerciales y la globalización hegemónica. En el contexto de Tepito, las fayuqueras (comerciantes que importan estos productos) se convierten en actores clave de un mercado alternativo es por ello que durante las décadas de los cincuenta y sesenta, la zona donde se encontraba Tepito aún mantenía un carácter rural, con calles de terracería y establos. Sin embargo, a partir de 1960, el barrio ganó visibilidad cuando Ernesto P. Uruchurtu (la Jornada 2007), implementó diversas medidas para embellecer la ciudad y combatir el comercio callejero, para finales de 1980, el mercado interno amparado por políticas de protección comercial ocasionaban el difícil acceso a productos de importación tales como: vinos, licores, quesos, embutidos, perfumes, joyería, cosméticos y otros productos, según Hernández (2018), gracias a ello para 1960 surgen las mujeres fayuqueras quienes viajaban a Estados Unidos para surtirse de artículos de este tipo y para después introducirlos de contrabando a Tepito, lo cual beneficio y comenzó a ser parte característica de Tepito, aun q7e no solo se ofertaban productos nuevos sino también productos de segunda mano (lo que hoy conocemos como el tianguis de las antigüedades).

Globalización desde abajo

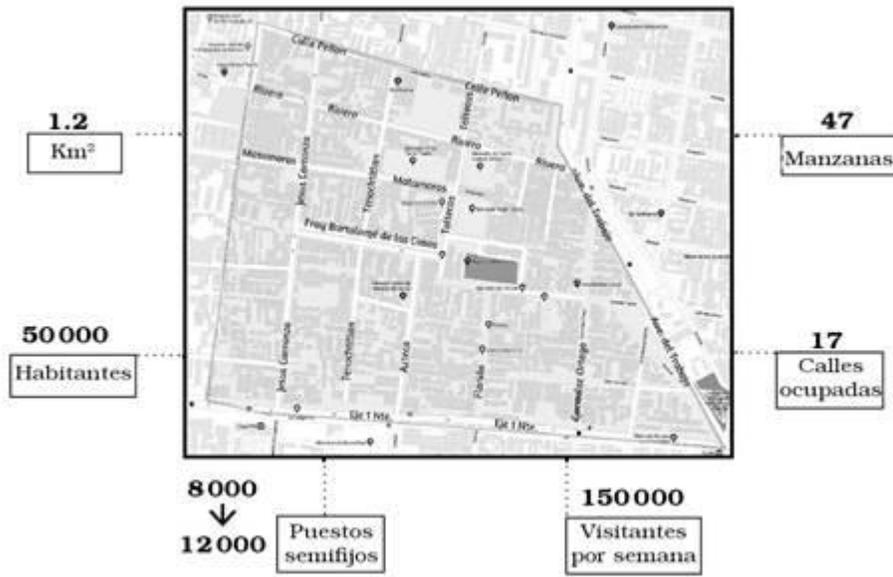
Smith (2001) analiza cómo los procesos de globalización han influido en la economía y han transformado el papel de las administraciones públicas a nivel local y nacional, por su parte Hernández (2018) “A medida que se ha profundizado el conocimiento de la globalización, se ha desplazado el interés al flujo de personas, informaciones, pequeños capitales y mercancías legales, semiilegales o ilegales que recorren miles de kilómetros para llegar a los consumidores de todo el mundo” (pág. 100) es por ello que Alva de Vega nos menciona el concepto de globalizar desde abajo al concentrarse en lugares de comercio relacionadas con lo ilegal tienen mayor presencia y estos a su vez crean sus propias reglas, rutas comerciales, centros manufactureros y puestos

comerciales; y su propia dinámica: mercancías nuevas a bajo costo, sin cuestionar su procedencia o su precio, tal y como es el caso de Tepito.

2.1.3 Impacto del terremoto del 85 al comercio en Tepito

Otro de los acontecimientos importantes para el desarrollo del mercado de Tepito, fue el terremoto de 1985, que golpeó con fuerza la Ciudad de México, transformando las dinámicas sociales y económicas de la zona, este evento obligó a muchas personas y familias a salir a las calles, donde comenzaron a comerciar, a menudo en condiciones de informalidad o ilegalidad. Según Hernández (2018), este desastre natural fue un punto de inflexión para el barrio, ya que alteró el tejido social local y dio paso al auge del comercio ambulante (imagen 2). Las calles se cerraron al paso de vehículos y las avenidas, así como las banquetas, se convirtieron en espacios comerciales durante el día. La mayoría de los vendedores eran personas mayores, jubilados o viudas, quienes, ante la falta de recursos, encontraron en este comercio una forma de subsistencia. Inicialmente, los puestos se ubicaron en las calles de Florida, Aztecas y Eje 1 Norte, pero rápidamente los puestos se extendieron a casi todas las calles y callejones del barrio. Con el tiempo, muchas de estas personas encontraron estabilidad económica mediante la renta de sus espacios de venta, consolidando así un modelo económico que perduró en el tiempo hasta la actualidad (Hernández, 2018).

Imagen 2. Crecimiento del comercio informal en Tepito después de sismo del 85



Fuente: Elaboración por Hernández con base en información cartográfica, censal y personal, 2014.

Mendoza Vargas (2016) amplía esta perspectiva y argumenta que el sismo de 1985 no solo alteró la infraestructura del barrio, sino que también contribuyó a fortalecer una economía de subsistencia basada en el comercio callejero. La dificultad para acceder a productos importados debido a las restricciones comerciales de la época, junto con la necesidad de reconstruir rápidamente las viviendas y negocios afectados, hizo que los habitantes de Tepito se adaptaran a nuevas formas de comercio y creación de empleos.

2.1.4 Un barrio peligroso

La consolidación de Tepito como un lugar conocido por su peligrosidad fue un proceso gradual que comenzó con la llegada de crímenes organizados ante lo llamativo de sus calles y tener su propia dinámica comercial sin la interferencia con el gobierno, como se mencionó con anterioridad.

El narcotráfico y las redes del crimen organizado comenzaron a tener una presencia más significativa en el barrio, especialmente con la llegada de carteles de drogas que establecieron redes de distribución de narcóticos en la zona. Según Hernández (2018), la “creciente influencia de las organizaciones criminales” (pág.105) y datos de Infobae (2020) “De los estados que tiene el país, se podría decir que en la Ciudad de México existe una “epidemia” de delitos criminales. En la

región se asienta uno de los grupos delincuenciales más peligrosos: la Unión Tepito, liderado por Alberto Fuentes Castro, “El Elvis” (sp) mismos datos mencionan que la zona está controlada por La Unión Tepito, la Fuerza Anti-Unión de Tepito y más recientemente Los Sinaloas, estos últimos ligados con el Cártel de Sinaloa. Y agregando el comercio de fayuca (productos de contrabando) fue otra fuente importante de ingresos ilícitos, lo que contribuyó a la expansión de la violencia en el área. La falta de presencia estatal y la escasa intervención de las autoridades facilitaron que los grupos criminales dominaran el territorio, lo que intensificó la violencia, el robo y el secuestro (Aréchiga Córdoba, 2003).

Gracias a dichos acontecimientos Tepito fue etiquetado como uno de los lugares más peligrosos de la Ciudad de México según datos de la Oficina de Representación Comercial de Estados Unidos (USTR, por sus siglas en inglés), La inseguridad se agudizó debido a la competencia entre bandas locales y los carteles de narcotraficantes. Como menciona Mendoza Vargas (2016), las disputas entre los actores del crimen organizado y las dificultades del sistema de seguridad público local favorecieron la propagación de actividades ilícitas en la zona. Además, la ausencia de servicios básicos como iluminación y seguridad pública solo aumentaba la percepción de que Tepito era un espacio donde prevalecían las actividades ilegales (Hernández, 2018).

Si actualmente buscamos en Google “Tepito un lugar peligroso” nos arroja al menos 197,000 resultados dentro de los cuales destacan videos, reportajes y artículos. Tepito ha sido históricamente un barrio que evoca una "imagería del rechazo" (Lewis, 1961), donde se asocia con estereotipos de delincuencia, pobreza y desigualdad social. Esta visión ha sido amplificada a lo largo de los años por obras como Los hijos de Sánchez de Oscar Lewis, que presentó la vida en este barrio como un reflejo de las problemáticas sociales que aquejan a las clases más marginadas. A pesar de que Tepito ha sido un lugar de gran resistencia cultural y social, muchos mexicanos nunca han visitado este barrio, ya sea por miedo o por una sensación de “distancia social” (Arteaga 2008, sp)

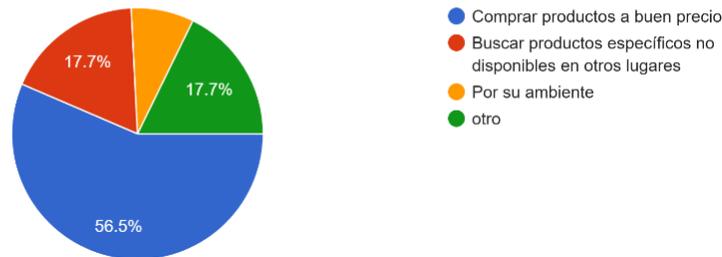
2.1.5 “En Tepito está lo mejor y lo peor del país”: voces de los consumidores

Se realizó una encuesta dirigida a consumidores con el objetivo de conocer su percepción sobre la seguridad en los alrededores de Tepito. Participaron 70 personas.

El 57% de las personas encuestadas refiere asistir a Tepito con el fin de comprar productos a un buen precio, seguido del 35% el cual refiere que asiste por su ambiente o la búsqueda de productos específicos no disponibles otros lugares (Grafica 1). En su mayoría podemos referir que sigue siendo un sitio de gran importancia para la adquisición de productos, aunque cabe destacar que existen personas que asisten de manera recreativa gracias a su ambiente.

Grafica 1: razón de visita a Tepito

¿Cuál es el principal motivo por el que visita Tepito?
62 respuestas



Fuente: Elaboración propia a través de Google Forms

Entre quienes no han visitado Tepito, la percepción es predominantemente negativa. Las respuestas más comunes incluyen expresiones como: “Es peligroso e inseguro”, “Un lugar que se debe evitar si no hay una razón de peso para ir”, “Inseguridad, chakas, venta de productos pirata” y “Está controlado por el crimen organizado”, entre otras.

Por otro lado, las personas que han visitado Tepito de forma recurrente comparten una visión distinta y mencionan lo siguiente:

“Mi percepción es que es una zona como cualquier otra un barrio normal de la ciudad de México en el que puedes encontrar cosas con mayor facilidad desde comida hasta ropa y escucho sobre la gente que dicen es un barrio peligroso o se tiene un prejuicio respecto a la colonia, aunque no considero que roben más de lo promedio que en cualquier otra parte de la ciudad” (Danyael, 23 años)

Asimismo, una de las participantes destacó el impacto que tienen los medios de comunicación en la construcción del pensamiento colectivo. Sin embargo, señaló que al visitar el lugar personalmente, es posible generar nuevos criterios y percepciones. Considera que uno de los

principales atractivos es precisamente la oportunidad de descubrir, por cuenta propia, qué tan ciertos son los estigmas que rodean a Tepito.

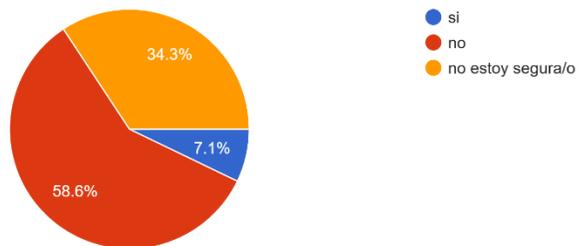
“Creo que crecimos en una generación en la cual solo hemos visto las noticias llenas de cosas malas en Tepito por lo cual tenemos una mala percepción de este lugar. En mi caso si crecí con estos estándares, pero ahora de grande me doy cuenta de que no solo es un lugar malo o lleno de delincuentes si no un lugar lleno de historia y gente trabajadora.” (Vania 19 años)

En la misma medida, 50% de las y los participantes consideran que no existen esfuerzos suficientes para mejorar la seguridad y 35% menciona no saber. (grafica 2)

Grafica 2: Consideración de los esfuerzos de las autoridades locales entorno a la seguridad.

¿Crees que las autoridades locales (policía, gobierno) realizan un esfuerzo suficiente para mejorar la seguridad en Tepito?

70 respuestas



Fuente: Elaboración propia a través de Google Forms

A pesar de las respuestas negativas, también logran destacar afirmaciones sobre los mismos locatarios, como lo menciona un asistente:

“Si, a pesar de ser un lugar inseguro, y donde venden sustancias ilícitas, los mismos locatarios te cuidan” (Israel 25 años)

“Si, lo he hecho muchas veces ya que se ha gentrificado mucho y no existe el mismo riesgo que existía antes” (Erick 36 años)

Dichas perspectivas nos traen consigo como aún existen estigmas entorno a la seguridad en Tepito, sin embargo, no es en todos los casos debido a la experiencia de cada uno de las y los visitantes.

2.2 Impacto en el comercio informal por la pandemia COVID19

La pandemia de COVID-19 fue una crisis sanitaria mundial causada por la propagación del coronavirus SARS-CoV-2, que se identificó por primera vez en diciembre de 2019 en Wuhan, China. Este virus se propagó rápidamente por todo el mundo, lo que llevó a la Organización Mundial de la Salud (OMS) a declarar oficialmente la pandemia el 11 de marzo de 2020

2.2.1 Primeras medidas y respuesta inicial marzo-abril 2020

La llegada del COVID19 a México se confirmó el 28 de febrero de 2020, por ello el 23 de marzo de 2020 el gobierno de México menciona ciertas medidas de seguridad para la población, se declaró el "Periodo de Sana Distancia", instando a la población a quedarse en casa y evitar reuniones masivas. Se impusieron restricciones a ciertos sectores económicos, pero el confinamiento no fue tan estricto como en otros países, para el 30 de marzo de 2020, el presidente Andrés Manuel López Obrador anunció la suspensión de actividades no esenciales en todo el país. Sin embargo, los mercados, tiendas de abarrotes y algunos comercios siguieron funcionando, lo que complicó el distanciamiento social.

Sin embargo, la campaña de "Quédate en casa" no podía aplicarse de manera uniforme en Latinoamérica. En México, el acceso limitado a los servicios de salud y la alta dependencia de la economía informal, donde una gran parte de la población depende de trabajos precarios, complicaban la implementación de estas medidas. Según los últimos datos del INEGI en 2023, la población ocupada en condiciones de informalidad en México fue de 29.3 millones de personas, lo que representa una gran parte de la fuerza laboral. A pesar de la crisis, la economía informal fue responsable del 22.2% del PIB en 2020, aumentando al 24.0% en 2021 y al 24.4% en 2022.

Impacto en Tepito y Medidas de Salud Pública

Durante la pandemia, Tepito enfrentó una serie de medidas sanitarias impuestas tanto por las autoridades locales como por los propios comerciantes en el OFICIO NO. SG/DGJyEL/RPA/ALC/0003/2021, el cual menciona todas las medidas que debe de llevar cada

una de las alcaldías que componen a la CDMX, entre las principales medidas para los comercios se incluyeron:

- Cierre temporal de negocios no esenciales: Se ordenó el cierre de tiendas y comercios no esenciales, lo que afectó a muchos negocios en Tepito, tanto informales como formales.
- Restricción de movilidad: Se implementaron medidas de sana distancia y se instó a la población a permanecer en casa, lo que redujo la circulación de personas en las calles y mercados, afectando la dinámica comercial de Tepito.
- Uso obligatorio de cubrebocas y gel antibacterial: Se dispuso que todas las personas en espacios públicos, incluidos los vendedores y compradores de Tepito, usaran cubrebocas y gel antibacterial como medida preventiva. Además, se realizaron campañas de sensibilización para promover estas medidas.
- Controles sanitarios: Se instalaron filtros sanitarios en diversas zonas, especialmente en mercados, para asegurar que los ciudadanos cumplieran con las normas de seguridad.

Estas restricciones impactaron profundamente la vida de los comerciantes. Aunque las medidas estaban orientadas a proteger la salud pública, no todos podían seguirlas fácilmente, especialmente aquellos en la economía informal. Como menciona un comerciante:

"Antes tenía dos negocios de ropa de dama, pero por la pandemia tuve que cerrar uno porque las ventas no daban para mantenerse. Nosotros no podíamos quedarnos en nuestras casas; tengo que pagar el agua, la luz y el internet porque tengo una hija en la universidad. Corría el riesgo de morirme de hambre antes que de COVID." (Carlos, 52 años)

2.2.2 Estrategias de innovación y emprendimiento de los vendedores informales

Durante la pandemia, muchos vendedores en Tepito vieron reducidas sus ventas debido a la disminución de clientes que acudían a las calles. Sin embargo, varios comerciantes adaptaron rápidamente sus modelos de negocio, recurriendo a las plataformas digitales y las redes sociales para seguir operando. Joel, un vendedor de 41 años, relata:

"Durante la pandemia casi no tenía ventas y buscaba de todo un poco para vender, pero mi hija me dio la alternativa de vender por Facebook. Desde entonces, ella lleva las ventas por Facebook y yo aquí (en Tepito)."

El uso de plataformas como Facebook, WhatsApp e Instagram se intensificó durante este período, permitiendo que muchos vendedores de Tepito lograran mantener su actividad comercial, pese a las restricciones. Como lo explica Brayán, un joven de 25 años:

"Mira, la neta todo cambió con la pandemia. Nos dijeron que no podíamos abrir, pero ¿qué haces cuando tienes que comer y pagar la renta? Empezamos a ingeniárnoslas. Ya no podíamos vender como antes, con la gente en el puesto, pero tampoco podíamos quedarnos cruzados de brazos. Entonces, lo primero que hicimos fue meternos en el rollo de las redes sociales, sobre todo WhatsApp y Facebook. Ahí empezamos a mandar fotos de lo que teníamos, desde electrónicos hasta ropa."

Estas estrategias de adaptación a las plataformas digitales, como el uso de redes sociales para promoción y ventas, se han mantenido hasta la actualidad. Según un informe de ICEX, las compras a través de redes sociales pasaron del 33.5% al 37% en el último año, destacando plataformas como Facebook e Instagram como las más utilizadas.

"Ya nadie quería dar efectivo, entonces tuvimos que empezar a manejar pagos por QR y transferencias. Claro, muchos no sabían cómo, pero poco a poco fueron aprendiendo. Y la verdad, también nos ayudó a seguir trabajando."

Además de la digitalización de las ventas, los comerciantes en Tepito ajustaron su oferta para adaptarse a las nuevas necesidades de los consumidores. Como señala otro vendedor:

"La gente ya no quería tantas cosas de lujo, por así decirlo. Buscaban más cosas para estar en casa, como pijamas cómodas, celulares más baratos, cargadores, e incluso productos de higiene como gel antibacterial y cubrebocas. Ahí fue cuando tuvimos que reaccionar rápido y ponernos a vender lo que estaba de moda en la pandemia."

A pesar de las restricciones impuestas por la pandemia, los comerciantes de Tepito se adaptaron de manera innovadora a los cambios. Con el apoyo de las redes sociales y el uso de plataformas

digitales para las ventas y los pagos, lograron mantener sus negocios activos. Como concluye Brayan, un joven de 25 años:

"La gente sigue comprando, aunque de otra forma, y nosotros seguimos vendiendo, adaptándonos, pero sin dejar de ser Tepito."

Este proceso de adaptación no solo refleja la resiliencia de los comerciantes de Tepito, sino también cómo la economía informal ha logrado reinventarse frente a los retos impuestos por la pandemia.

Capítulo 3

Situación actual de los vendedores informales ante los procesos de gentrificación

Tepito ha demostrado una notable capacidad de resistencia a lo largo del tiempo desde la época prehispánica hasta la actualidad, ha pasado por varias crisis importantes que han generado cambios en sus dinámicas comerciales, tal como la introducción de la venta de Fayuca, sismo del 85, crimen organizado y la mas reciente la pandemia por COVID 19, esta última tuvo un fuerte impacto debido a que estudios como los de Quispe (2022) señalan que el aislamiento social provocado por la pandemia ocasiono el incremento de tiempo en redes sociales, plataformas como TikTok, Facebook, Instagram y WhatsApp son de las más utilizadas.

La situación actual de los vendedores informales en Tepito, Ciudad de México, refleja un entorno de alta actividad económica, tensiones sociales y esfuerzos gubernamentales por regular el comercio en la zona, parte fundamental para el desarrollo de la turistificación importa mucho el acceso a la zona, básicamente el transporte con que se cuenta para llegar. “los resultados de la intervención urbana realizada por parte del gobierno en turno dejaron claro el poco interés por mejorar las condiciones de vida de los habitantes, comerciantes y visitantes de este importante e histórico territorio” (Molina, et. al, 2024 pág. 69)

La zona de Tepito cuenta con un acceso amplio en términos de transporte público o privado, contando desde que posee una línea del metro, la cual va desde Buenavista hasta Ciudad Azteca, pasando por las estaciones Garibaldi/ Lagunilla, Lagunilla y Tepito.

Imagen 3: línea B del metro de la CDMX.



Fuente: fotografía sacada de Google

También existe una línea del Metrobús que facilita el acceso a la zona. De acuerdo con información del sitio oficial del Metrobús, en agosto de 2023 se añadió una nueva ruta a la Línea 7, que va de Garibaldi a Campo Marte. Esta ruta mejora la movilidad en una zona considerada de alta plusvalía,

según datos de *Forbes México*.



Imagen 5: autobús ruta 86

Imagen: Portal Oficial del Metro de la Ciudad de México
<http://www.metro.df.gob.mx>
Utilizada exclusivamente con fines de información y no de lucro



Fuente: Fotografía de Google maps.

Otra opción de transporte es el autobús de la ruta 86, que va de Toreo a Pantitlán y atraviesa la zona de Tepito. También es posible llegar utilizando otros medios, como mototaxis desde el Centro Histórico, autos particulares ya que la zona cuenta con estacionamientos privados, taxis por aplicación o incluso caminando, especialmente si eres local, gracias a la presencia de cruces peatonales, semáforos y señalamientos que facilitan el acceso.

Tepito cuenta con una amplia variedad de opciones de transporte que facilitan su acceso, tanto para visitantes como para habitantes locales, la zona está conectada de manera eficiente con distintos puntos de la ciudad, lo que permite que más personas puedan tener mayor acceso.

En términos económicos, los mercados de Tepito y Lagunilla generan más de 30 millones de pesos mensuales, en su mayoría a través de productos de contrabando. Se estima que un locatario puede ganar entre 15,000 y 30,000 pesos al mes, lo que, multiplicado por los más de 1,400 puestos registrados en el padrón de la alcaldía Cuauhtémoc, suma una cifra significativa según entrevistas realizadas a comerciantes.

En respuesta a esta situación, la alcaldesa de Cuauhtémoc, Alessandra Rojo de la Vega, encabezó un operativo de ordenamiento del comercio informal en las inmediaciones de Tepito y Lagunilla

en diciembre de 2024. El operativo, realizado en colaboración con la Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México, resultó en la liberación de más de 2,000 metros de vía pública ocupados irregularmente, retirando puestos y vehículos que obstaculizaban el libre tránsito según datos en la página oficial de la alcaldía Cuauhtémoc, mismas palabras por la alcaldesa:

“Hoy, en coordinación con la Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México estamos poniendo un alto al descontrol del comercio ambulante en nuestras colonias, este problema no solo ha crecido en los últimos años, sino se ha salido de control y por eso estamos actuando con firmeza y de manera constante cada semana”

En esa misma línea, Tepito conocido como el "barrio bravo" atraviesa actualmente una serie de transformaciones urbanas y sociales, a pesar de las percepciones negativas sobre su seguridad por parte de algunos sectores. Se ha observado un creciente interés turístico en la zona, especialmente en espacios como La Lagunilla y el tianguis de antigüedades, donde cada domingo es posible notar una mayor diversidad en el perfil de los visitantes. Este fenómeno apunta hacia procesos de turistificación y, en menor medida, gentrificación. No obstante, estos no son los únicos cambios que está experimentando Tepito, pues su entorno continúa en constante evolución.

Tepito, conocido por su historia de lucha, comercio popular y fuerte identidad barrial, se enfrenta hoy a procesos de transformación urbana que pueden relacionarse con la gentrificación, aunque de forma distinta a lo que se ha visto en otras colonias de la Ciudad de México. A diferencia de zonas como la Roma o la Juárez, donde la gentrificación ha implicado el desplazamiento directo de comunidades para dar paso a desarrollos inmobiliarios, en Tepito este proceso ocurre de manera más sutil entre algunos comerciantes que no lograron adaptarse a la pandemia y las nuevas tendencias de consumo clientelar.

Hay intervenciones urbanas que buscan recuperar el espacio público, propuestas de proyectos culturales y comerciales, y un crecimiento del turismo curioso que comienza a mirar a Tepito como un lugar auténtico y con valor cultural.

Cabe destacar que, en el ámbito académico, el concepto de gentrificación puede resultar complejo de definir, ya que como menciona Slater (2015) debe abarcar las múltiples características locales y las realidades cotidianas de la vida en Tepito. Sin embargo, a pesar de esta dificultad teórica, los propios habitantes del barrio reconocen el término. Aunque su comprensión puede no ser

académica o técnica, muchos lo han escuchado en conversaciones de clientes, a través de los medios de comunicación o en otros espacios cotidianos.

“Sí, he escuchado mucho esa palabra, sobre todo en las noticias y cuando platican los medios, hace tiempo vino canal 6, un reportaje y cuando lo vi en la tele justo mencionaba esto que dices. También la mencionan mucho entre los comerciantes, pero la verdad es que a veces no sabemos bien a qué se refiere.” (María 28 años)

“Sí, la he escuchado en las pláticas de algunos clientes. Me suena a un proceso que cambia el rostro de los barrios, a veces para bien, a veces para mal. He visto cómo en otros lugares de la ciudad, la gentrificación ha traído mejoras en la infraestructura, pero también ha desplazado a muchos y comerciantes locales. Es un tema complejo” (Ana 35 años)

En el mismo sentido más comerciantes han empezado a identificar la palabra gentrificación y las similitudes destacan aspectos negativos y positivos

“Sí, he escuchado mucho esa palabra en las noticias y también en conversaciones de la gente. Para mí, gentrificar me suena como a centrar o lo que vi en las noticias, a cambiar lo local por lo extranjero, ¿no? Como Tepito, pero no para mejorar la vida de los de aquí, sino para atraer a más turistas y a gente con más dinero. Como que quieren hacer que se vea bonito para los que no son de aquí, pero sin pensar mucho en las personas que hemos vivido toda la vida en este lugar” (Brayan 25 años)

Sin embargo, algunos de los comerciantes entrevistados perciben estas acciones con sospecha, ya que pueden significar una presión hacia la transformación del tejido social y económico del barrio. La llegada de inversiones externas, junto con el intento de “limpiar” la imagen del barrio, puede llevar a la pérdida progresiva de su identidad tradicional, su economía informal y su estilo de vida comunitario, tal y como menciona Ruth Glass (1964) en su estudio donde expone la pérdida de identidad de su barrio al ser desplazada por personas extranjeras de mayor poder económico.

De tal modo, que a las y los vendedores informales de Tepito se les ha preguntado si consideran que estos cambios entorno a la gentrificación ha generado algún cambio en la pérdida de identidad cultural, pues si bien, son impactos que trae consigo la gentrificación.

“Sí, un poco. Algunos lugares están cambiando demasiado rápido, y eso preocupa a muchos de nosotros. He visto cómo algunos edificios se están convirtiendo en cafeterías o tiendas de ropa de moda, lo cual es bonito, pero también siento que se está perdiendo la esencia del barrio. La identidad de Tepito está en su gente, en su cultura y en su forma de vida, no solo en los edificios o las tiendas” (Ana de 35 años)

Así mismo otro comerciante concuerda con lo anterior

“Sí, en parte sí. Antes Tepito tenía un ambiente más auténtico, con su gente, su música, su comida. Ahora, los turistas están cambiando eso. Buscan experiencias que no tienen mucho que ver con lo que realmente es Tepito. Están más enfocados en lo exótico y eso está cambiando el espíritu del barrio” (Brayan 25 años)

Sin embargo, también existen otras posturas en torno a la pérdida de identidad de Tepito

“No lo veo como que se pierda la identidad. Creo que Tepito siempre ha sido un lugar con mucha historia y con un estilo único. Los turistas están empezando a descubrir lo que muchos ya sabíamos, y eso no tiene por qué borrar lo que somos. Si algo, creo que ha ayudado a que más personas se den cuenta de lo que tenemos aquí. Lo importante es no perder nuestra esencia, y creo que aún la mantenemos” (Luz 31 años)

3

3.1 Impacto de la gentrificación en la vida de los vendedores informales

Los cambios en el entorno en Tepito y el fácil acceso por medio de varios transportes son los que han permitido el paso a la turistificación y en menor medida gentrificación, uno de los cambios más significativos y el cual ha dado mucho de qué hablar, son las letras que el gobierno de la ciudad de México pone en lugares turísticos.

Según la página oficial de la alcaldía Cuauhtémoc está colocada en la calle Matamoros esquina con Paseo de la Reforma, en la colonia Morelos, alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México. Fueron develadas en noviembre de 2022 con el propósito de rendir homenaje a la identidad, cultura y legado del barrio bravo de Tepito, destacando figuras emblemáticas como el luchador El Santo, Resortes, sonideros y comerciantes del lugar, con el objetivo de promover el turismo y el reconocimiento cultural de Tepito.

35

Imagen 6: Letras monumentales.

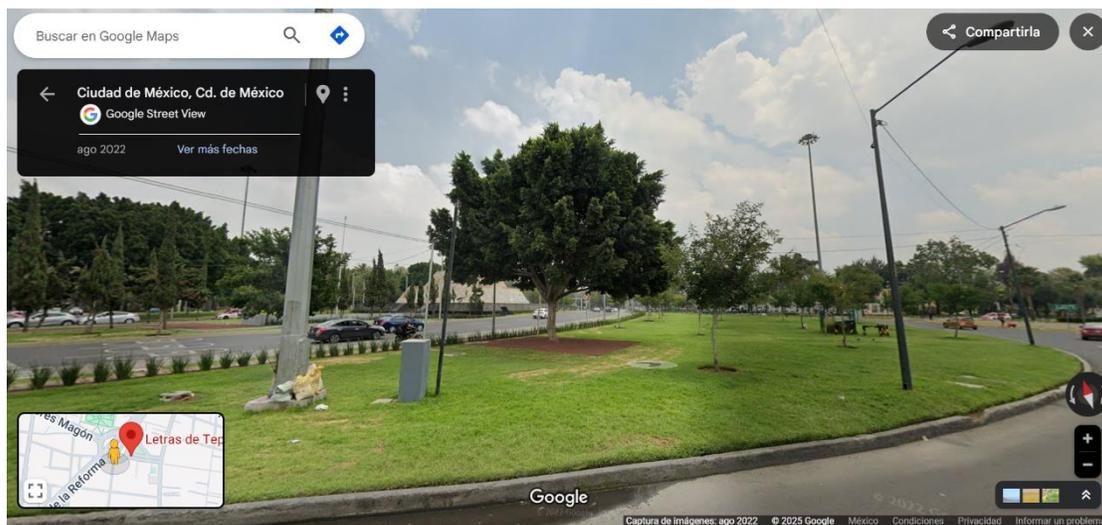


Fuente: Fotografía propia.

Dichas letras y por experiencia propia solo pueden ser fotografiadas entre semana sin ninguna demora debido a que los días con más afluencia se perciben entre sábado y domingo por lo que tomarte una fotografía en las letras monumentales puede demorarte hasta 10 minutos debido a la gran afluencia de personas.

Otro cambio significativo al entorno fue el espacio que está cerca de las letras monumentales, el cual se encuentra vacío y a veces con un poco de basura como se muestra en la imagen 7.

Imagen 7: Parque cercano a las letras monumentales



Fuente: Imagen tomada de Google Maps

En contraste con un día de mayor afluencia, se puede observar en la imagen 8 que el parque que suele estar abandonado y en ocasiones con un poco de basura se transforma en un espacio de descanso, consumo de alcohol y alimentos, música electrónica y pop conformado por turistas locales y extranjeros, a diferencia de los sonideros y música de reguetón, en este espacio se encuentra una pequeña isla de consumo turístico.

Imagen 8: Parque cercano a las letras monumentales un domingo



Fuente: fotografía propia tomada un Domingo.

En el mismo sentido, existen empresas encargadas a brindarte una experiencia única en Tepito debido a los estigmas entorno a la seguridad las cuales van desde los 1500 pesos por persona, los cuales van dirigidos a personas extranjeras o locales yaaa que los guías cuentan con nivel de inglés, sin embargo, dichos tours también cuentan con restricciones pues no pueden acceder personas con sillas de ruedas o alguna discapacidad que impida la movilidad, personas sensibles a sonidos fuertes.

Imagen 9: Agencias de exploración

Patrocinado · Por Viator 

[Explora el Barrio Bravo de Tepito con guías locales](#)

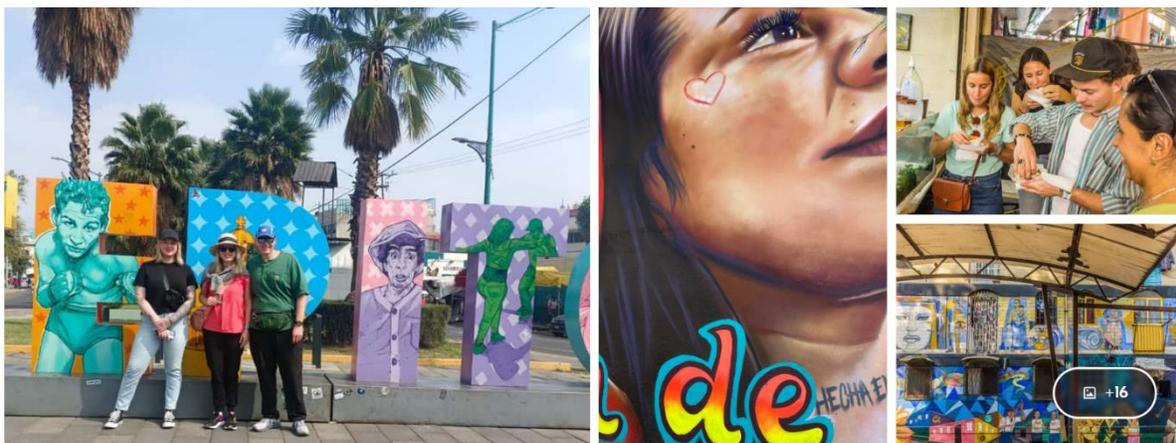
MXN 1,550 · 5.0 ★ (95)

Cancelación gratuita



Fuente: imagen tomada de Viator agencia de tours.

Imagen 10: Agencias de tours.



Sal de tu zona de confort y sumérgete en una de las mejores y más singulares experiencias que ofrece la CDMX. Nos adentraremos en la historia, cultura y gastronomía del "Barrio de Tepito".

Información general

Cancelación gratuita

Desde
1 620,00 MXN
por persona

[Ver disponibilidad](#)

Fuente: imagen tomada de Get Your Guide agencia de tours.

De tal manera que al menos después de la pandemia Tepito cobró una gran relevancia a través del uso de las redes sociales y a su vez crea nuevos retos para los comerciantes informales al enfrentarse a las nuevas demandas de consumo de turistas, dejando de lado a las personas locales, pues si bien, el aumento del turismo puede convertirse en beneficio de los comerciantes siempre y cuando logren adaptarse, tal, así como en el caso de algunos comerciantes quienes han tenido que elevar costos.

“La verdad, con más turistas hay más clientes, pero también más competencia. Y algunos de los nuevos negocios han subido los precios de los locales, así que es un reto, depende mucho de lo que vendas porque, por ejemplo, no vas a ganar lo mismo con ropa que con comida son ganancias distintas” (Carlos 32 años)

El tianguis de la lagunilla es el que más enfrenta todos estos procesos de gentrificación comercial debido al turismo, es donde comerciantes presentan costos elevados con rentas elevadas pues si bien en él se encuentran artículos pensados y dirigidos a extranjeros o locales con cierto ingreso económico, la ropa de segunda mano puede ir desde los 100 pesos e incluso encontrar ropa de marca valuada en 20,000 pesos.

Imagen 10: Ropa deportiva de segunda mano.



Fuente: fotografía propia, Tianguis la Lagunilla

El impacto que ha generado en algunos comerciantes se ha vuelto positivo, aunque destacan que si existen retos por mantenerse relevantes y seguir siendo comerciantes.

“Pues la competencia entre vendedores es un reto mantenerme al día con las nuevas tendencias para no quedarme atrás. Pero, como dicen, quien no arriesga, no gana (...) la verdad, es un reto, pero también es una oportunidad. Los turistas pagan bien y son amables, si he encontrado nuevas oportunidades. La llegada de turistas ha aumentado mis ventas y he podido variarle mis productos para atraer a más clientes” (Margarita 47 años)

En el mismo sentido, surgen sentimientos sobre la adaptabilidad, pues si bien, buscan estrategias de ventas consideran que los extranjeros son los que deberían de adaptarse a los comerciantes y a Tepito.

“He aprendido un poco de inglés para platicar con los turistas que no esta tan chido y sí me ha costado, a ver, ¿por qué ellos no hablan español si vienen a México?, otra cosa seria ¿no?, pero ¿qué le hacemos no? (...) Pues sí he visto que algunos dejan de vender o tienen ventas bajas, porque si te llega un cliente diciéndote que, si aceptas transferencias y no, ahí ya perdiste un cliente, entonces yo creo que desigualdades sí hay” (Carlos 32 años)

No en todos los casos podemos observar que sea visto con una mirada positiva y que no cause desigualdades, pues si bien, en la Lagunilla se ha observado como existe mayor afluencia de turistas, pero más adelante dejan de aparecer, esto es parte de la gentrificación debido hasta qué punto se mantiene y se contrasta con el resto de Tepito tal y como lo expresa un comerciante:

“Bueno, es un poco de todo y creo que depende de donde vendas, porque yo siempre he vendido aquí, antes este era el corredor principal de Tepito y hasta hay un documental, pero a raíz de los turistas ahora todos se quedan al inicio, acá ya no ves extranjeros ni gente, ni locales como antes, puras chelerías y gente más de barrio, o sea así como me cuenta mi hijo, si se nota las clases pues” (Joel 41 años)

Sin embargo, aunque este impacto sea positivo para algunos vendedores a su vez genera competencia y algunos conflictos entre vendedores, sobre todo con los locales destinados a los alimentos debido a que ocupan más espacio.

“¡Uy, claro que sí! Mira, te voy a contar. Hay un negocio de hamburguesas que está justo al lado de mi puesto, y la neta nos hemos agarrado un par de veces. ¿Sabes por qué? Por su carbón. El humo que sacan se va directo a mi puesto y me daña las envolturas de las películas que vendo. Ya les dije varias veces que le bajen al fuego, pero nomás no entienden. Durante la pandemia, cuando todos estábamos tratando de sobrevivir como podíamos, hasta nos calmamos un poco porque había menos gente, pero ahora que regresó el movimiento, otra vez el humo está cañón. La neta, no quiero broncas grandes, pero sí me desespera porque afecta mis cosas” (Joel 41 años)

3.1.1 Tik tok la nueva plataforma del marketing.

El Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes (2022) menciona que actualmente, la plataforma de contenido TikTok es una de las más populares entre la población asimismo “TikTok declara ser una plataforma de contenido y no una red social porque su propósito es conectar a quienes la utilizan con mensajes directos de esparcimiento y conocimiento. Sus algoritmos individualizan los videos ofrecidos de acuerdo con los intereses propios de cada persona, por lo que no hay dos cuentas individuales que sean iguales. No buscan conectar a una gente con otra; solo de forma secundaria, cuando se elige seguir o no a alguien e interactuar posteriormente. En cambio, las redes sociales son espacios de expresión donde se interactúa directamente con otras personas, conocidas o no” (sp)

En el caso de Tepito y por qué se consideró importante mencionar para este apartado, es porque existen al menos más de 1000 videos de contenido relacionado a Tepito, fomentando la asistencia, consumo de productos y bebidas alcohólicas.

Imagen 11: Tepito TikTok desde un dispositivo móvil.



fuentes: captura propia de pantalla.

Sin embargo, al revisar varios videos se encuentran comentarios de usuarios que mencionan la gentrificación desde un aspecto negativo, reconociendo que Tepito está enfrentando por un proceso de gentrificación

Imagen 12: Tepito tiktok



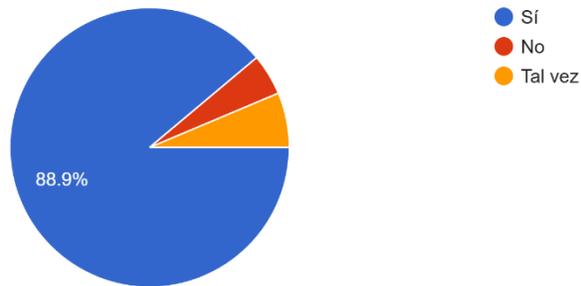
fuentes: captura de pantalla propia.

De igual forma la encuesta realizada a las 70 personas al menos el 88% de las personas considera que Tepito se ha vuelto un lugar atractivo por las redes sociales en especial TikTok, las cuales

funcionan como publicidad gratis, de tal manera que la mayoría de los comerciantes solo deben preocuparse por atender y adaptarse a lo que ven en redes sociales.

Grafica 4: Percepción de la asistencia de turistas a Tepito

¿Consideras que Tepito se ha vuelto mas famoso por las redes sociales?
63 respuestas



fuentes: elaboración propia.

3.1.2 Las nuevas tendencias de consumo y su impacto en la economía local debido a la Turistificación

A partir del auge de las redes sociales y el incremento de turistas en Tepito tras la pandemia, han surgido nuevas demandas de consumo que han transformado la oferta gastronómica local. Ahora, en lugar de centrarse únicamente en los tradicionales tacos, quesadillas y fritangas, muchos puestos han comenzado a ofrecer alimentos considerados exóticos o gourmet, como sushi, comida vegana, pastas, barras de ensaladas e incluso café turco. Esta diversificación responde tanto a los intereses de los visitantes como a la búsqueda de los comerciantes por adaptarse a un mercado más amplio y globalizado, aunque implica el reto de equilibrar la innovación con la preservación de la identidad culinaria del barrio.

La oferta gastronómica también ha experimentado cambios significativos, ya que actualmente los precios de los platillos pueden variar desde 50 hasta 1,500 pesos. Los establecimientos que ofrecen este tipo de alimentos suelen ser los que registran mayor afluencia de turistas y una alta ocupación de locales, reflejando así la diversificación y las nuevas tendencias de consumo.

Imagen 13: Alimentos gourmet



fuentes: fotografía propia

Al igual que productos ecológicos, ropa vintage entre otros productos tal y como lo relatan algunos de las y los comerciantes entrevistados.

“Sí, un poco. Antes vendía solo ropa usada, pero con la llegada de más turistas, ahora he tenido que incluir más productos que ellos buscan, como recuerdos típicos o camisetas con el nombre de Tepito, para atraerlos un poco más” (María 28 años)

“Sí, he tenido que adaptarme un poco. Antes vendía más ropa deportiva de marca, pero ahora vendo más cosas que los turistas buscan, como ropa de moda” (Brayan 25 años)

Además, algunos negocios han incorporado elementos de entretenimiento, como la contratación de DJs y la venta de combinados de cerveza con botanas, para crear ambientes más atractivos para los turistas que visitan Tepito y sus mercados emblemáticos como el tianguis de La Lagunilla.

Existe un estudio de gran contenido y reciente que ya empieza a tocar el tema de la gentrificación “El Estudio urbanístico y patrimonial del barrio de Tepito propone un ordenamiento que haga posible una mejor coexistencia entre las funciones habitacionales y comerciales del barrio,

resguardando su patrimonio artístico, arquitectónico y cultural, para beneficio de tepiteños y tepiteñas, frenando la expulsión de los habitantes originarios y evitando la gentrificación” (Molina, et. al, 2024 pág. 216) dando a entender que este proceso de gentrificación por el cual atraviesa Tepito se vuelve legítimo ante el reconocimiento del gobierno de la ciudad de México a través de su “Estudio Urbanístico y Patrimonial del Barrio de Tepito” con contrato F54/002/2024, y el reconocimiento de sus comerciantes y consumidores.

Conclusiones

“La presencia de este mercado callejero ha hecho posible que en este barrio se combinen las funciones de casa habitación y trabajo, determinando que mucha gente de Tepito viva y trabaje en el mismo lugar, constituyendo un espacio vivido denso e intenso a la vez.” (Molina, et. al, 2024 pág. 198)

Tepito ha atravesado diversos fenómenos que lo han consolidado como uno de los mayores comercios informales desde la época prehispánica en México, ha demostrado que las crisis han sido nuevos comienzos para las y los tepiteños y que a pesar de estar en el cruce de línea de fuego entre grupos del crimen organizado por la disputa del espacio público, se mantiene relevante y gracias a plataformas digitales, algunos comerciantes han logrado adaptarse y sacar adelante a su familia a través de sus esfuerzos y creatividad como mencionaban algunos de los entrevistados. La economía informal en Tepito sigue desempeñando un papel fundamental en la vida de consumidores y comerciantes, un contexto donde las oportunidades laborales formales son escasas o inaccesibles para muchas personas, el comercio informal se convierte en una vía indispensable para la subsistencia y el sostenimiento de hogares

El incremento del turismo en Tepito después de la pandemia por COVID 19 debido al uso de las redes sociales en especial plataformas como TikTok ha influido en las dinámicas comerciales tradicionales, pues el impacto que ha tenido en los comerciantes se ve reflejado en su competitividad, diversificación de productos y adaptabilidad al usar nuevos medios de pago (tarjetas bancarias y/o transferencias), hasta este punto se muestran aspectos positivos, sin embargo cabe señalar que ante la llegada de nueva clientela a su vez puede desplazar a vendedores que no logren adaptarse ante las nuevas tendencias de consumo, esto termina siendo un reto para los

comerciantes que no están familiarizados con las nuevas tecnologías ya sean vendedores tradicionales, cabe mencionar que a partir de la información recabada no se encontraron vendedores desplazados debido a las limitaciones de la investigación, pero esto no quiere decir que no existan ya que algunos de los entrevistados mencionaban a personas que no lograron adaptarse y fueron desplazados.

Asu vez estas ventajas positivas no son percibidas solo por comerciantes, sino los consumidores también logran observar los cambios por los que está atravesando Tepito, ya sea mostrando su descontento en comentarios vía TikTok sobre la gentrificación debido al surgimiento de zonas en Tepito donde existe una elevación de precios. Dicha gentrificación ha permitido que más personas puedan generar otra perspectiva de Tepito más allá del estigma entorno a su seguridad y ceder a las intervenciones gubernamentales como la colocación de las letras gigantes, mejorar calles, alumbrado, sin embargo también ha llamado la atención del mercado inmobiliario y el desarrollo territorial, situación que desde hace años es lo que pedían los pobladores de Tepito “La comunidad se pregunta ¿por qué tienen al barrio en un abandono institucional de más de 70 años? ¿Por qué la falta de mantenimiento a una zona tan importante donde hicieron preso al último emperador mexicana, Cuauhtémoc? ¿Por qué el abandono a lo más elemental en sus calles, su drenaje (con más de 100 años), una red de agua potable insuficiente, banquetas destruidas, poca atención a sus unidades habitacionales?” (Molina, et. al, 2024 pág. 72).

Espero que el presente trabajo terminal pueda ser discutido a futuros debates y que exista un mayor interés de lo que pasa en los barrios tradicionales.

Referencias bibliográficas

Ardila, R. (2003) Calidad de vida: una definición integradora. Revista Latinoamericana de Psicología, vol. 35, núm. 2, pp. 161-164 Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Bogotá, Colombia

Arteaga Botello, Nelson, & Lara Carmona, Vanessa L.. (2004). Violencia y distancia social: una revisión. Papeles de población, 10(40), 169-191. Recuperado en 09 de mayo de 2025, de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252004000200010&lng=es&tlng=es.

Armentilla, M. (2024). Quality of life in the informal economy: Los mercadillos del municipio de Ahome, Sinaloa. *Revista Global de Negocios*, 9(17), 101-113. <https://publishing.fgu-edu.com/ojs/index.php/RGN/article/view/508/948>

Black360Digital. (2025, 19 de marzo). TikTok en 2025: La plataforma clave para el crecimiento de las empresas. <https://black360digital.com/blog/tiktok-en-2025-la-plataforma-clave-para-el-crecimiento-de-las-empresas/>

Casgrain, Antoine, & Janoschka, Michael. (2013). Gentrificación y resistencia en las ciudades latinoamericanas: El ejemplo de Santiago de Chile. *Andamios*, 10(22), 19-44. Recuperado en 28 de marzo de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632013000200003&lng=es&tlng=es.

Molina, Aréchiga & Sánchez. (2024). Estudio urbanístico y patrimonial de barrio de Tepito. FIDEICOMISO F/54 SISTEMA DE TRANSFERENCIA DE POTENCIALIDADES DE DESARROLLO URBANO, Gobierno de la Ciudad de México, SEDUVI. p 389. http://data.seduvi.cdmx.gob.mx/portal/docs/estudioTepito/ESTUDIO_TEPITO_VoBo1.pdfhttp://data.seduvi.cdmx.gob.mx/portal/docs/estudioTepito/ESTUDIO_TEPITO_VoBo-1.pdf

González, C. (1998). Economía y comercio en la cuenca de México: Los mercados prehispánicos. Fondo de Cultura Económica.digital. <https://www.cerem.es/blog/el-fenomeno-de-tiktok-para-el-marketing-digital/>

Grisales, N., (2003). “En Tepito todo se vende menos la dignidad”. *Espacio público e informalidad económica en el Barrio Bravo*. *Alteridades*, 13(26), 67-83.

Hernández Hernández, Alberto. (2018). Tepito, capitalismo a la brava. La tenue frontera entre la legalidad y la ilegalidad. *Alteridades*, 28(55), 99-111. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/alteridades/2018v28n55/hernandez>

- Hodara, Joseph. (2016). Carlos Alba Vega, Gustavo Lins Ribeiro y Gordon Mathews (coords.), La globalización desde abajo. La otra economía mundial. Foro internacional, 56(2), 507-512. Recuperado en 19 de diciembre de 2024, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185013X2016000200507&lng=es&tlng=es.
- Jaramillo, Samuel (2015). ¿Gentrificación en Bogotá?. I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- López-Morales, Ernesto. (2013). Gentrificación en Chile: aportes conceptuales y evidencias para una discusión necesaria. *Revista de geografía Norte Grande*, (56), 31-52. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022013000300003>
- OIT [Organización Internacional del Trabajo] (2015). Economía Informal. Recuperado de <http://www.ilo.org/global/topics/employment-promotion/informal-economy/lang--es/index.htm>
- Olivera Martínez, P. E., Díaz Parra, I., & Hernández Cordero, A. (2022). Presentación: Turismo, turistificación, turismofobia. *Tlalli. Revista De Investigación En Geografía*, (7), 36–40. <https://doi.org/10.22201/ffyl.26832275e.2022.7.1795>
- Ochoa Quispe, F., & Barragán Condori, M. (2022). El uso en exceso de las redes sociales en medio de la pandemia. *ACADEMO*, 9(1), 85–92. <https://doi.org/10.30545/academo.2022.ene-jun.8>
- Rojo Mendoza, F., (2016). La gentrificación en los estudios urbanos: una exploración sobre la producción académica de las ciudades. *Cadernos Metrópole*, 18(37),697-719.[fecha de Consulta 18 de Diciembre de 2024]. ISSN: 1517-2422. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=402848489005>
- Sassen, S. (2014). *Expulsions: Brutality and Complexity in the Global Economy*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt6wpqz2>
- Spirou, C. (2011). *Urban tourism and urban change: Cities in a global economy*. New York and London: Routledge

SABATINI, F.; ROBLES, M. e VÁSQUEZ, H. (2009). Gentrificación sin expulsión, o la ciudad latinoamericana en una encrucijada histórica. *Revista 180 Arquitectura, Arte y Diseño*, Santiago de Chile, v. 13, n. 24, pp. 18-25.

Salinas, L. A. (2013). Gentrificación en la ciudad latinoamericana. El caso de Buenos Aires y Ciudad de México. *Geographos. Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 4(44), 283-307. Recuperado de <https://web.ua.es/es/revista-geographos-giecryal/documentos/luis-salinas.pdf>

Inga Hernández, El mercado de Tlatelolco, México, Noticonquista,
<http://www.noticonquista.unam.mx/amoxtli/1859/1856>. Visto el 08/05/2025

Del Val. (2024). ICEX, Informe e-País: El comercio electrónico en México. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad de México:
https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/077/documentos/2024/11/informeepa%C3%ADsm%C3%A9xico_2024/ResumenEjecutivo%20M%C3%A9xico%20Informe%20ePaís%202024.pdf

Nolasco, M. (1995). El mercado de Tlatelolco y su importancia en la Mesoamérica mexicana. Editorial Universitaria.

Navarrete Escobedo, David. (2022). La gentrificación transnacional en América Latina: el caso de San Miguel de Allende. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 43(93), 103-128. Epub 08 de agosto de 2022. <https://doi.org/10.28928/ri/932022/atc4/navarreteescobedod>

Vera, Ó. H. (1989). La economía informal en México: algunas consideraciones. *Estudios Sociológicos*, 7(21), 572-574.

<https://www.gob.mx/sipinna/articulos/toma-nota-de-tiktok-una-de-las-plataformas-digitales-mas-populares-entre-las-y-los-adolescentes?idiom=es>

Anexos

Primer cuestionario piloto

1. Contexto Personal y Profesional

- ¿Cuál es tu nombre y cuántos años llevas trabajando como vendedor en Tepito?
- ¿Qué tipo de productos o servicios ofreces en tu puesto?
- ¿Cómo comenzó tu negocio y qué te motivó a establecerte aquí?

2. Impacto de la Gentrificación

- ¿Has notado cambios en el barrio desde que comenzó el proceso de gentrificación? Si es así, ¿cuáles son los más significativos?
- ¿Cómo ha afectado la llegada de turistas y nuevos negocios a tu forma de trabajar?
- ¿Has tenido que ajustar tus precios o el tipo de productos que ofreces debido a estos cambios?

3. Estrategias de Adaptación

- ¿Qué estrategias has implementado para atraer a nuevos clientes, especialmente turistas?
- ¿Has cambiado la forma en que presentas tus productos o servicios? Si es así, ¿cómo?
- ¿Cómo te has adaptado a las nuevas tendencias de consumo que han surgido en Tepito?

4. Desafíos y Oportunidades

- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentas actualmente como vendedor informal en un entorno gentrificado?
- A pesar de los desafíos, ¿qué oportunidades crees que ha traído la gentrificación para tu negocio?

- ¿Has considerado diversificar tus productos o servicios? Si es así, ¿qué cambios has realizado?

5. Relaciones con la Comunidad

- ¿Cómo interactúas con otros vendedores informales en Tepito? ¿Hay un sentido de comunidad entre ustedes?
- ¿Qué opinan tus clientes habituales sobre los cambios que están ocurriendo en el barrio?
- ¿Cómo crees que la gentrificación ha afectado la cohesión social en Tepito?

6. Perspectivas Futuras

- ¿Qué esperas para el futuro de tu negocio en Tepito?
- Si pudieras hacer un cambio en la forma en que se está desarrollando la gentrificación, ¿cuál sería?
- ¿Qué mensaje te gustaría transmitir sobre la vida y el trabajo en Tepito a quienes no conocen el barrio?

Segunda Entrevista

1. ¿Cuál es tu edad?
2. ¿Cuál es tu nombre?
3. ¿Cuánto tiempo llevas siendo comerciante?
4. ¿Eres residente de Tepito?
5. ¿Dónde vendes y qué vendes?
6. ¿Has visto o escuchado la palabra gentrificación? Si es así, ¿dónde lo has visto o escuchado?
7. De acuerdo con la pregunta anterior, ¿a qué te suena la palabra gentrificar?
8. ¿Consideras que es algo positivo o negativo?

9. ¿Has notado cambios en la infraestructura de Tepito como mejoramiento de calles, alumbrado, seguridad?
10. ¿Has notado más turistas o extranjeros? Si es así, ¿en qué parte?
11. ¿Has tenido que cambiar tu giro comercial debido al aumento de turistas?
12. ¿Has tenido que elevar precios por los turistas?
13. ¿Consideras que se está perdiendo la identidad del barrio por los turistas? ¿Por qué?
14. ¿Has tenido conflictos con algún otro comerciante? ¿Por qué?
15. ¿Has modificado tu forma de vender? ¿Cómo?
16. ¿Conoces algún caso de comerciantes que los hayan desplazado?

Cuestionario aplicado a 70 personas

Sección 1 de 4: Información general

Sexo:

Mujer

Hombre

Prefiero no decirlo

Edad:

Ocupación:

Estudiante

Empleada/o

Ambas

Sección 2 de 4: Percepción de la seguridad

(Descripción opcional)

¿Has visitado alguna vez Tepito?

Sí

No

¿Con qué frecuencia lo visitas?

Siempre

A veces

Nunca

No lo he visitado

Antes de asistir a Tepito, ¿cuál era tu percepción del lugar? Si no has asistido, ¿qué has escuchado sobre Tepito?

¿Crees que las autoridades locales (policía, gobierno) realizan un esfuerzo suficiente para mejorar la seguridad en Tepito?

Sí

No

No estoy segura/o

¿Te atreverías a caminar sola/o en Tepito? ¿Por qué?

Sección 3 de 4: Comercio

(Solo responde si has asistido a Tepito)

¿Cuál es el principal motivo por el que visitas Tepito?

- Comprar productos a buen precio
- Buscar productos específicos no disponibles en otros lugares
- Por su ambiente
- Otro: _____

¿Siente que la seguridad en Tepito afecta su decisión de comprar allí?

- Sí, me siento inseguro/a al comprar en Tepito
- Sí, pero aun así compro allí por los precios
- No, me siento seguro/a al comprar en Tepito
- No me afecta la seguridad en mi decisión de compra

¿Cómo considera el ambiente de los mercados de Tepito respecto al trato con los vendedores?

- Amistoso y cordial
- Neutral
- Poco amable
- No trato con los vendedores

¿Consideras que existe mayor presencia de turistas?

Sí

No

Tal vez

¿Consideras que Tepito se ha vuelto más famoso por las redes sociales?

Sí

No

Tal vez

¿Recomendarías Tepito como un lugar para visitar a otras personas?

Sí

No

Tal vez