

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA
Facultad de Ciencias Sociales



ESTRATEGIAS DE VENDEDORES DE COMIDA EN FERIAS
RELIGIOSAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE
GUATEMALA ANTE LA INESTABILIDAD LABORAL

Trabajo de graduación en la modalidad de tesis presentada por
Liza María Muñoz San Juan
para optar al grado académico de Licenciada en Antropología

Guatemala,

2021

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA
Facultad de Ciencias Sociales



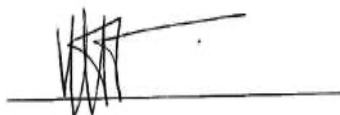
ESTRATEGIAS DE VENDEDORES DE COMIDA EN FERIAS
RELIGIOSAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE
GUATEMALA ANTE LA INESTABILIDAD LABORAL

Trabajo de graduación en la modalidad de tesis presentada por
Liza María Muñoz San Juan
para optar al grado académico de Licenciada en Antropología

Guatemala,

2021

Vo.Bo:

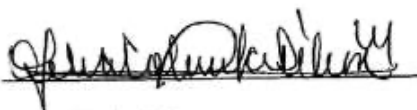
A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes followed by a horizontal line, positioned above a solid horizontal line.

PhD. Margarita Ramírez

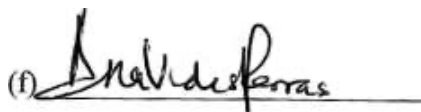
Tribunal Examinador:

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes followed by a horizontal line, positioned above a solid horizontal line.

PhD. Margarita Ramírez

A handwritten signature in black ink, written in a cursive style, positioned above a solid horizontal line.

Lda. Ofelia Déleon

A handwritten signature in black ink, written in a cursive style, positioned above a solid horizontal line.

PhD. Ana Vides Porras

Fecha de aprobación: Guatemala, 27 de agosto 2021.

CONTENIDO

<i>RESUMEN</i>	<i>vii</i>
I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS	3
A. Pregunta generadora	3
B. Objetivos de la investigación	3
1. Objetivo general	3
2. Objetivos específicos	3
III. JUSTIFICACIÓN	6
IV. MARCO TEÓRICO	8
A. Antropología económica	8
B. Economía informal	10
C. Trabajo informal	13
1. En el mundo	14
2. En Latinoamérica	16
3. En Guatemala	21
a. Comercio informal	21
V. CONTEXTO HISTÓRICO Y ESPACIAL	26
A. Ferias	26
1. Definición	26
2. Ferias religiosas en Guatemala	27
a. Centro histórico: descripción del lugar	27
b. Religión y cultura	28
c. Normativa	29
3. Parroquia Nuestra Señora de la Asunción	31
4. Basílica de Santo Domingo	33
B. Efectos económicos de la pandemia del COVID-19	33
1. ¿Qué es?	33
2. Efectos en la economía de Guatemala	35
VI. METODOLOGÍA	38
A. Paradigma	38
B. Técnicas y herramientas	38
C. Participantes	40
VII. RESULTADOS	42
A. Perfil de los/as vendedores/as de comida en ferias religiosas	42
1. Inicio como vendedores/as en las ferias	44
2. Condiciones laborales de los/as vendedores/as de comida	46
a. Asociaciones de vendedores/as de ferias	46
b. Requisitos para poder laborar	47
3. Ruta de trabajo de los/as vendedores/as de comida	49
B. Estrategias para afrontar situaciones imprevistas (antes del COVID-19)	51
C. Estrategias para afrontar los efectos económicos del COVID-19	54
1. Apoyo recibido durante la pandemia del COVID-19	56
D. Asociación de Comerciantes de Ferias de Guatemala (ACOFEGUA)	59

1. Organización de ferias	60
2. Apoyo brindado durante la pandemia del COVID-19	61
E. Dirección de Comercio Popular	63
1. Organización de ferias	63
2. Apoyo brindado durante la pandemia del COVID-19	65
VIII. DISCUSIÓN	66
IX. CONCLUSIONES	72
X. RECOMENDACIONES	75
XI. BIBLIOGRAFÍA	77
XII. ANEXOS	82
A. Consentimiento informado	82
B. Entrevista a vendedores/as de comida en ferias religiosas	84
C. Entrevista a representantes de ACOFEGUA	88
D. Entrevista a representante de la Dirección de Comercio Popular	91

RESUMEN

El objetivo principal de la presente tesis fue identificar las estrategias que utilizan los/as vendedores/as de comida de ferias religiosas del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala para afrontar situaciones imprevistas que pueden causar inestabilidad laboral, como ha sido el impacto de la pandemia del COVID-19. Con la información recolectada se creó un perfil del/a vendedor/a de comida de las ferias y se analizó cómo los recursos a su alcance, sean estos personales, familiares o colectivos, les han ayudado a afrontar la inestabilidad laboral. También se analizó el papel de la Asociación de Comerciantes de Ferias (ACOFEGUA) y de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para conocer el apoyo brindado a los/as vendedores/as para afrontar el impacto del COVID-19. Para el análisis en esta investigación se utilizó un paradigma interpretativo con enfoque cualitativo. La recolección de datos se realizó con 12 entrevistas telefónicas semi estructuradas a vendedores/as de comida de las ferias de Jocotenango y de la Virgen del Rosario. Los/as vendedores/as fueron seleccionados/as al azar de la lista virtual de contactos de vendedores/as de comida de las ferias de Jocotenango y la Virgen del Rosario, publicadas por la Municipalidad de Guatemala en redes sociales y medios de comunicación. También se llevaron a cabo dos entrevistas semi estructuradas con representantes de ACOFEGUA y de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para conocer su rol con los/as vendedores/as de ferias ante el impacto causado por el COVID-19. Uno de los principales resultados fue que a pesar de las acciones tomadas por ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para mejorar las condiciones laborales de los/as vendedores/as de comida, dichas acciones no han sido suficientes para solventar las necesidades de los/as vendedores/as durante la pandemia del COVID-19. Las acciones de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala y asociaciones de vendedores/as de ferias, como ACOFEGUA y otras, se han enfocado principalmente en mejorar el ámbito de las ferias para que haya más visitantes y por lo tanto más personas consumiendo los productos ofrecidos. Sin embargo, dichas acciones no han logrado reactivar las actividades de las ferias de manera que los/as vendedores/as logren cubrir sus necesidades básicas a nivel personal y familiar. Debido a la naturaleza de las ventas de comida en las ferias, las situaciones inesperadas, como robos, extorsiones, enfermedades y otras, provocan inestabilidad laboral entre los/as vendedores/as ya que deben dejar o cerrar sus puestos por algunas horas o incluso días para poder solucionar sus situaciones. El cierre de sus puestos por un tiempo determinado implica, además de pérdidas económicas y de clientela, sanciones tanto de la asociación correspondiente como de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala, en el caso de la Ciudad de Guatemala. La pandemia del COVID-19 planteó nuevos retos a los/as vendedores/as de comida de las ferias tanto por la duración de la pandemia como por las restricciones impuestas por las autoridades municipales y el gobierno central, así como por las medidas de prevención adoptadas por la población.

Palabras clave: trabajo informal, ferias religiosas, vendedores de comida, COVID-19

I. INTRODUCCIÓN

Las ferias patronales en Guatemala forman parte importante de las prácticas religiosas de los/as guatemaltecos/as que se denominan católicos/as, como también de la recreación de los/as guatemaltecos/as en general. En la mayor parte de las ferias se llevan a cabo actividades que se han realizado desde hace varios siglos. Las actividades de las mismas varían en cada región del país y son un gran atractivo tanto para visitantes nacionales como para extranjeros/as. Las ferias y las celebraciones religiosas se llevan a cabo año con año e incluyen diversidad de actividades: religiosas, culturales, sociales, juegos mecánicos, ventas de comida y otros. La asistencia de muchas personas a las ferias ayuda a que se consuman productos y platillos locales preparados con recetas tradicionales familiares de los/as vendedores/as de alimentos de las ferias.

En Guatemala varias revistas y medios de comunicación han descrito las ferias y las celebraciones religiosas que se llevan a cabo año con año con el objetivo de promocionar sus atractivos. También existen varios artículos que describen las fiestas patronales desde el punto de vista religioso o iconográfico, describiendo la imagen del/a patron/a del lugar, sus milagros y la devoción que las personas tienen, entre otros aspectos de interés. A pesar de que las ferias se han celebrado durante muchos años, en cada época del año, y en todo el territorio nacional, pocos/as investigadores/as se han enfocado, de forma muy breve, en la perspectiva de los/as vendedores/as, quienes constituyen parte importante de la organización de las ferias y que ganan su sustento a partir de su participación en las mismas ofreciendo sus productos. La experiencia de los/as vendedores/as de ferias va más allá de las ventas que hacen en los días de las festividades, pues también están involucrados/as en la preparación e inversión de sus productos previo a cada feria, así como en la organización de la feria, la cual realizan en conjunto con asociaciones y autoridades municipales. A pesar de que regularmente las ferias se llevan a cabo con cierto tiempo de preparación previa, durante el desarrollo de la misma siempre pueden surgir situaciones imprevistas que pueden afectar a los/as vendedores/as de forma individual o colectiva.

Actualmente, existen varias asociaciones de vendedores/as de ferias que desde su fundación han luchado para que los derechos de los/as vendedores/as sean cumplidos y respetados ante las autoridades y específicamente los derechos de los/as vendedores/as de comida. Entre dichas asociaciones, y siendo la más antigua y grande en términos de asociados/as, se puede mencionar a la Asociación de Comerciantes de Ferias de Guatemala (ACOFEGUA). Desde hace algunos años, ACOFEGUA ha trabajado en colaboración con la Municipalidad de Guatemala, a través de la Dirección de Comercio Popular, para crear un mejor ambiente en las ferias, tanto para los/as vendedores/as como para los/as visitantes, y evitar que las ferias desaparezcan por falta de espacio o falta de interés y comprensión de parte de los/as vecinos/as en las áreas de la Ciudad de Guatemala, donde las ferias se llevan a cabo. En la Ciudad de Guatemala, además de ACOFEGUA también existen otras asociaciones más pequeñas, como Metro Iglesias, Comité Parque Iglesia (COPARI) y la Asociación de Panitos y Dulces Típicos de Comalapa (APANDULTIP).

Es importante conocer la experiencia de los/as vendedores/as para comprender las situaciones y las necesidades que deben afrontar día con día mientras están ubicados en una u

otra feria. Las asociaciones y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala regularmente trabajan para que los espacios públicos en las ferias sean cada vez más seguros, ordenados y limpios, no solamente para los/as vendedores/as sino para hacer la feria atractiva para los/as clientes/as. Sin embargo, las situaciones imprevistas pueden afectar de diversas maneras a los/as vendedores/as de ferias, pues al no tener un sueldo fijo y vivir de las ventas diarias, no trabajar por algunas horas o días enteros puede afectar la subsistencia de sus familias. Según Espinoza (2018), los/as vendedores/as de ferias que se ubican en la Ciudad de Guatemala particularmente, deben seguir los horarios indicados por la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala, laborando regularmente 65 horas entre semana y 30 horas los fines de semana, totalizando 95 horas laborales, lo cual representa el doble de horas de una jornada laboral legislada. A pesar de este horario, la falta de empleo formal en el país provoca que muchas personas traten de integrarse a las ferias como vendedores/as de comida.

Los/as vendedores/as de comida de las ferias forman parte de la fuerza laboral informal, por lo que no cuentan con seguro médico ni prestaciones laborales. La pandemia del COVID-19, que inició en Guatemala en marzo del 2020 y las disposiciones decretadas para prevenir los contagios, provocaron que muchos comercios fueran cerrados causando inestabilidad laboral y económica de forma general, tanto en la economía formal como informal. Según el ICEFI (2020), los sectores económicos que más se vieron afectados fueron los servicios de alojamiento y comida, entre los cuales se encuentran los/as vendedores/as de comida en las ferias; el sector de enseñanza; el de transporte y almacenamiento. Las pérdidas no solo fueron económicas, pues muchas familias perdieron a seres amados a causa del nuevo virus, lo cual también provocó inestabilidad emocional. En el caso de las ferias, todas fueron canceladas y todos/as los/as vendedores/as fueron desalojados/as de los terrenos que ocupaban sus puestos de venta (España, 2020). Debido a que los/as vendedores/as de ferias sobrevivían de las ventas diarias que hacían en diferentes ferias, al verse negado este medio de sobrevivencia, en medio del confinamiento los/as vendedores/as se vieron obligados/as a buscar otras fuentes de trabajo para obtener suficientes ingresos para la subsistencia de sus familias. Debido a que las ferias fueron canceladas al inicio de la pandemia y aún no han sido abiertas nuevamente, para la presente investigación se utilizaron los folletos electrónicos promovidos por la Municipalidad de Guatemala para las ferias virtuales de la Virgen de la Asunción o Feria de Jocotenango en agosto y de la Virgen del Rosario en octubre, ambas del 2020. La presente investigación se enfoca en las condiciones laborales de los/as vendedores/as de comida en las ferias de la Ciudad de Guatemala y estrategias que utilizan para afrontar las situaciones imprevistas, incluyendo la pandemia del COVID-19 durante el año 2020, así como en su experiencia durante dichas situaciones. En la investigación también se incluyen los relatos de los/as vendedores/as de comida de las ferias y de los representantes de ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala. También se tomó en cuenta la relación existente entre la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala y ACOFEGUA.

II. OBJETIVOS

A. Pregunta generadora

¿Cuál es la experiencia de los/as vendedores/as de comida en ferias religiosas del Centro Histórico en la Ciudad de Guatemala ante situaciones imprevistas?

B. Objetivos de la investigación

1. *Objetivo general*

- Documentar las experiencias de los/as vendedores/as de comida en ferias religiosas del Centro Histórico en la Ciudad de Guatemala ante situaciones imprevistas en función de sus características demográficas.

2. *Objetivos específicos*

- Elaborar un perfil demográfico de los/as vendedores/as informales de comida en las ferias religiosas del Centro Histórico.
- Describir las condiciones laborales de los/as vendedores/as de comida en las ferias religiosas del Centro Histórico.
- Identificar los mecanismos que los/as vendedores/as informales de comida en las ferias religiosas del Centro Histórico utilizan para afrontar situaciones personales, familiares, o de emergencia, que causan inestabilidad laboral, incluyendo la pandemia del COVID-19.
- Identificar las acciones implementadas por la Asociación de Comerciantes de Ferias de Guatemala (ACOFEGUA) y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para apoyar a los/as vendedores/as informales de comida de ferias religiosas ante la situación del COVID-19.

Matriz de objetivos y variables

Objetivo	Variable	Criterios/ indicadores	Fuente de información
Elaborar un perfil de los/as vendedores/as informales de comida en las ferias religiosas del Centro Histórico en la Ciudad de Guatemala.	Vendedores/as de comida en ferias del Centro Histórico.	Datos demográficos. Recursos personales y familiares.	Entrevistas telefónicas con vendedores/as de comida de las ferias en honor a la Virgen de la Asunción (Feria de Jocotenango) y en honor a la Virgen del Rosario, en el Centro Histórico.
Describir las condiciones laborales de los/as vendedores/as de comida en las ferias religiosas del Centro Histórico.	Condiciones laborales.	Afirmaciones sobre: a. Condiciones laborales en las ferias, antes la pandemia del COVID-19. b. Trabajos fuera de las ferias. c. Ingresos económicos familiares. d. Relaciones entre vendedores/as ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular.	Entrevistas telefónicas con vendedores/as de comida de las ferias en honor a la Virgen de la Asunción (Feria de Jocotenango) y en honor a la Virgen del Rosario, en el Centro Histórico.
Identificar los mecanismos que los/as vendedores/as informales de comida en las ferias religiosas del Centro Histórico utilizan para afrontar situaciones personales,	Inestabilidad laboral. Mecanismos para afrontar la inestabilidad laboral.	Afirmaciones sobre: a. Condiciones laborales en las ferias durante la pandemia del COVID-19. b. Trabajos fuera de las ferias.	Entrevistas telefónicas con vendedores/as de comida de las ferias en honor a la Virgen de la Asunción (Feria de Jocotenango) y en honor a la Virgen del

Objetivo	Variable	Criterios/ indicadores	Fuente de información
familiares, o de emergencia, que causan inestabilidad laboral, incluyendo la pandemia del COVID-19.		<p>c. Ingresos económicos familiares.</p> <p>d. Situaciones imprevistas.</p> <p>Ej. Robo, extorsión muerte, enfermedad, etc.</p> <p>e. Mecanismos utilizados para afrontar situaciones imprevistas, incluyendo el COVID-19.</p> <p>f. Planificación, a corto y mediano plazo, para afrontar la continuidad de la pandemia del COVID-19.</p>	Rosario, en el Centro Histórico.
Identificar las acciones implementadas por la Asociación de Comerciantes de Ferias de Guatemala (ACOFEGUA) y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para apoyar a los/as vendedores/as informales de comida de ferias ante la situación de la pandemia del COVID-19.	Acciones implementadas por ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala.	<p>a. Respuesta inmediata ante el COVID-19</p> <p>b. Proyectos.</p> <p>c. Iniciativas de ley.</p> <p>D. Percepciones para implementar mejoras a futuro.</p>	<p>Entrevistas telefónicas y/o virtuales con representantes de ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular.</p> <p>Entrevistas telefónicas con vendedores/as de comida de las ferias en honor a la Virgen de la Asunción (Feria de Jocotenango) y en honor a la Virgen del Rosario, en el Centro Histórico.</p>

Tabla No. 1: Matriz de objetivos y variables

III. JUSTIFICACIÓN

Las fiestas religiosas de origen católico han formado parte de las diferentes culturas guatemaltecas desde la fundación de los pueblos y las ciudades. Cada región del país posee diferentes formas de celebrar al patrón o patrona del pueblo o ciudad, que como bien lo dice el nombre, son venerados/as por la protección y milagros que brindan a los/as pobladores/as. Según las descripciones de Déleon (1983) respecto a la feria de Jocotenango y Déleon (1989) haciendo referencia a las ferias religiosas de la Ciudad de Guatemala, las ferias o fiestas populares como Déleon las llama, siempre están acompañadas de varias actividades culturales y comerciales, como veladas culturales, bailes tradicionales, elección de reinas, conciertos de marimba, bailes sociales, desfiles, también incluyen ventas de comida tradicional, juegos mecánicos y de azar, y ventas de artículos varios, entre otros, dependiendo de la localidad de cada iglesia. Tanto las actividades laicas como religiosas tienen una duración de al menos una semana y en algunos casos, más tiempo, como es la feria de Jocotenango. En el caso de la Ciudad de Guatemala, las ferias religiosas incluyen ventas de comida tradicional de varias regiones del país, juegos mecánicos y de azar, y ventas de artículos religiosos y de uso diario. Aun cuando la celebración es de origen católico, a las ferias asisten personas de diversas religiones y denominaciones, aprovechando la visita a la feria como un momento de ocio, convivencia y diversión. Durante las ferias, además, muchas personas aprovechan a retornar a sus lugares de origen, principalmente en el interior de la república, para convivir con sus familias (Arias, 2011). En algunos lugares de México, por ejemplo, según el texto de Arias (2011), y en el caso de Guatemala, según el relato de una mujer que reside en Totonicapán, los familiares que han migrado, no solo regresan a casa para las ferias sino también financian algunas actividades de las mismas, como los grupos musicales o los fuegos artificiales, ya sea como muestra de estatus social y económico o como agradecimiento al patrón o patrona por algún milagro recibido.

Existen varios textos que explican el origen religioso de las fiestas, la historia de cada patrón o patrona, y la importancia religiosa y cultural que han adquirido las ferias para la población guatemalteca. Por ejemplo, se ha documentado de forma breve la participación de vendedores/as de comida en ferias, como en el texto de Déleon (1983), quien describe el lugar de origen de los/as vendedores/as y los productos que ofrecen, así como el proceso para armar los puestos de venta. El enfoque principal de Déleon (1983 y 1989) es la historia cultural y religiosa de la feria. En sus textos se describe que regularmente el/la vendedor/a y su familia se trasladan a vivir al puesto de venta durante los días de feria, teniendo que soportar las diferentes condiciones climáticas. Según Déleon (1983), los puestos de las ventas de las ferias son construcciones temporales, para ser armados y desarmados fácilmente, los cuales Déleon denomina “champas”; son contruidos con varas de metal, paredes de tablas o nylon, techo de nylon o láminas de zinc y muchas veces madera para cubrir el piso. Así mismo indica que para poder instalar el puesto de venta, los/as vendedores/as de comida deben tener permiso de la Municipalidad de Guatemala. Cada vendedor/a debe llevar lo que necesita para preparar los

alimentos que ofrece para la venta, así como los materiales que utilizan para armar sus puestos, los cuales son trasladados en camiones o pickups alquilados (Déleon 1983:53).

A pesar de la investigación y descripción de Déleon (1983 y 1989), hasta el momento no se ha documentado lo que representan las ferias para los/as vendedores/as, para quienes dichas ventas no son actividades de distracción, sino sus actividades cotidianas y su principal fuente de ingresos. Al pertenecer al sector informal, los/las vendedores/as no cuentan con una protección social ni económica, por lo cual constantemente se ven expuestos/as a sufrir pérdidas económicas cuando se les presenta alguna situación que les obliga a cerrar su puesto por unas horas o incluso días. Esta investigación surge de una simple pregunta, ¿cómo viven los/as vendedores/as de comida en las ferias religiosas? Desde el punto de vista del visitante y consumidor de la feria, solo se observa a las personas en cada puesto preparando comida, sirviéndola, tratando de atraer más clientes, anunciando sus productos, pero ¿qué sucede fuera de esa escena? ¿Qué sucede antes, después y durante la venta en la vida de cada vendedor/a? ¿Qué dificultades deben enfrentar como parte de un trabajo informal y ambulante? A las cuales se pretendió dar respuesta con los relatos de los/as vendedores/as en la presente investigación.

Desde marzo del año 2020, y hasta la fecha, el COVID-19 ha tenido un impacto económico y social que evidenció y magnificó la precariedad de las condiciones laborales de los/as vendedores/as informales y específicamente de los/as vendedores/as de ferias (López, 2020). Probablemente, ha sido una de las pocas veces que los medios de comunicación documentaron las condiciones laborales de los/as vendedores/as informales como colectivo. A más de un año del inicio de la pandemia, los/as vendedores/as de feria todavía se ven afectados/as por esta situación ya que muchas de las ferias aún no han sido abiertas al público, por lo que es necesario conocer el punto de vista de los/as vendedores/as ante las dificultades y las soluciones que de forma individual y colectiva se han creado para superarlas. Esta investigación se enfoca en conocer las estrategias que utilizaban los/as vendedores/as de comida antes de la pandemia para afrontar situaciones imprevistas, como una enfermedad, robo o extorsión, que podían causar inestabilidad laboral y económica. Así mismo, tomando en cuenta que la pandemia del COVID-19 es una situación imprevista a gran escala, se identificó las estrategias que los/as vendedores/as de comida han utilizado durante la pandemia del COVID-19, tanto de forma individual como colectiva, para afrontar la incertidumbre derivada de esta situación. En este sentido, se exploró también el papel de ACOFEGUA y de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para conocer el apoyo brindado durante la pandemia a los/a vendedores/as de comida en las ferias de la Ciudad de Guatemala

IV. MARCO TEÓRICO

A. Antropología económica

Según Palenzuela (2002), siempre ha existido entre los grandes viajeros, cronistas y filósofos cierto interés por las distintas formas de organización económica que existen entre las diversas poblaciones a nivel mundial. En el caso particular de los primeros/as antropólogos/as, en sus monografías, donde la economía no era el principal tema de interés, aparecen breves descripciones de los modelos económicos de las sociedades “primitivas”, como eran llamadas anteriormente. A finales del siglo XIX, autores como, L. H. Morgan, F. Boas, E. Durkheim, K. Marx y M. Weber empezaron a poner más atención a los aspectos económicos de las sociedades. Sin embargo, es con el análisis del Kula, en la obra de B. Malinowski (1922) “Los argonautas del Pacífico Occidental”, que se creó un referente sobre la distribución de los bienes y servicios. Leclair (1954), citado por Godelier (1974), hace una pequeña descripción de los trabajos de Raymond Firth y Melville J. Herskovits, quienes años después reafirmaron la importancia de la economía en las diferentes sociedades y establecen que no se puede comparar la economía de las sociedades industrializadas con las no industrializadas.

A partir de Firth y Herskovits varios sociólogos empezaron a prestar más atención a las características de la economía de forma específica, comparando las similitudes y diferencias entre una sociedad y otra. En la presente investigación se prestó especial atención a los planteamientos de Karl Polanyi. Según las obras de Polanyi, citadas por Godelier (1974), al referirse a las actividades humanas, el término *económico* está compuesto por dos significados muy diferentes: el significado substantivo y el significado formal. En el caso del significado substantivo se refiere a “la dependencia del hombre, la naturaleza y sus semejantes para la subsistencia; el intercambio con el medio ambiente natural y social, este intercambio tiene como resultado proporcionarle medios para su necesaria satisfacción material”, Godelier (1974:155). Según Herskovits (1952), citado por Godelier (1974:186), la satisfacción material a la que refiere el significado substantivo no es solo la obtención de comida, sino también satisfacer las exigencias de los gustos personales, las normas religiosas y otras obligaciones sociales. El significado formal o lógico se refiere a la situación concreta de elegir entre distintos usos de los medios provocado por la insuficiencia de estos. Según Polanyi, citado por Godelier (1974) en lo económico ambos significados se entremezclan. Las acciones de intercambio, como se hacían antiguamente y que reflejan el significado substantivo, llevaron a las personas a tener que hacer elecciones por la insuficiencia de los medios o escasez, lo cual llevó al significado formal. En otras palabras, la utilización del significado formal expone que el sistema económico es una secuencia de actos para ahorrar. Polanyi aclara que la economía humana, abarca instituciones económicas como no económicas, así como la religión y el gobierno, que influyen en el funcionamiento de la economía.

Según lo descrito anteriormente las decisiones que toman las personas no son producto de la voluntad de los actores como tal, sino que se hallan condicionadas por la escasez causada por el medio en el que viven, por contextos familiares, económicos, políticos y sociales. Marx (1867), citado por Godelier (1974), a través de la descripción de la evolución de la propiedad y producción en estructuras comunitarias, explica cómo el capitalismo provocó diferenciación económica, así también explica cómo las personas se ven obligadas a decidir y buscar

soluciones racionales, según el ámbito de cada quién, para subsistir. Los humanos para suplir sus necesidades se agrupan en comunidades para cumplir con ciertas formas de trabajo. Una estructura comunitaria se entiende como “la familia y la familia extendida dentro de una tribu, por ampliación o por matrimonios mixtos entre familia, o bien una combinación de tribus” (Godelier, 1974: 22). Según Marx (1867), el nomadismo es la primera forma de organización y movilización de los humanos, en la cual las personas no se instalan en un solo lugar, sino que aprovechan los recursos que encuentran en el camino para saciar sus necesidades. Para que un grupo sea sedentario, es necesario encontrar un ámbito natural fértil, sobreabundante, para establecerse permanentemente.

Marx (1867), describe cómo poco a poco se rompen las tribus, así como el trabajo comunitario, y aparecen los propietarios privados. Este cambio se da a través de movimientos históricos y migraciones, cuando los miembros de las tribus se alejan de su sede original y ocupan tierras ajenas, optando por condiciones de trabajo nuevas, en donde se desarrolla la división del trabajo y la diferencia en el alcance de los medios de producción, lo cual con el tiempo genera clases sociales. Aquellos que tienen más posibilidad de adquirir los medios de producción, también adquieren fuerza de trabajo, a cambio de un salario, de aquellos que no pueden adquirirlos. Para Marx (1867), las relaciones sociales en general son relaciones de producción. Según Godelier (1974: 281), la estructura social y la estructura política dependen de las relaciones económicas que nacen del sistema de control de los recursos. Así mismo, estas relaciones están ligadas a las actividades e instituciones religiosas de la sociedad.

Esta investigación permitió determinar las relaciones sociales que surgen entre los/as vendedores/as de comida, y otros actores que forman parte del día a día de las ferias. Uno de los objetivos de la investigación fue determinar las situaciones imprevistas que producen inestabilidad laboral a los/as vendedores/as de comida de las ferias, causadas por cambios personales y familiares, y en el último año 2020, por la pandemia del COVID-19, así como las soluciones que cada vendedor/a ha utilizado para superar dicha inestabilidad. Se analizaron las estrategias de los/as vendedores/as para dar una solución a dichas situaciones, y para superar los efectos de la pandemia del COVID-19. Tanto las situaciones imprevistas como las soluciones que cada vendedor/a aplicó, están formadas a partir de relaciones sociales con diferentes actores, dependiendo la situación. Antes de la pandemia del COVID-19, como durante, los/as vendedores/as también se vieron obligados a tomar ciertas decisiones por causa de la escasez en general, por lo que se tomará el significado de la economía formal, planteado por Polanyi, citado por Godelier (1974), la cual precisamente describe las decisiones que las personas toman para utilizar sus recursos a causa de la escasez de los mismos.

Para explicar el funcionamiento de ACOFEGUA como asociación, se tomó como base el significado de *capital social*. Según Bourdieu (1985), citado por Durston (2000: 8), el capital social “es el agregado de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo”. Sin embargo, la teoría existente detrás del concepto de capital social viene de los pensamientos de Douglass North (1990), citado por Durston (2000), quien se refiere a las instituciones como conjunto de normas y valores que facilitan la confianza entre los actores participantes. Según Granovetter (1985), citado por Durston (2000), el comportamiento racional de las personas no

abarca solo lo económico, sino también la sociabilidad, la aprobación, el estatus y el poder. Mas recientemente Putnam (1993), citado por Durston (2000), agrega la importancia de las c Estas normas son parte de ciertas culturas que se transmiten de generación en generación. Las redes de intercambio que surgen se basan en la confianza de lazos de parentesco, vecindad, amistad, pertenencia a un mismo grupo étnico, etc.

Según Durston (2000), existen dos diferentes formas de capital social: el individual y el colectivo o comunitario. El capital social individual se manifiesta principalmente en las relaciones sociales que tiene la persona, incluyendo confianza y reciprocidad. En este caso la persona consta de un “crédito” que ha acumulado la persona en forma de reciprocidad que puede reclamar en momentos de necesidad a otras personas para la cuales ha realizado servicios o favores en el pasado. Por el contrario, el capital social colectivo o comunitario se expresa en instituciones complejas con contenido de cooperación y gestión. En este caso la comunidad se rige bajo normas, gestiones y sanciones, y cuentan con un autogobierno, una superestructura cultural y sentido de identidad. Según Portes (1999), citado Ramírez, Lara y Rueda (2017), el capital social permite a los actores acceder a recursos económicos como créditos, prestamos, información, entre otras cosas. Además, el hecho de pertenecer a una agrupación también aumenta su capital cultural por las conexiones con expertos al afiliarse a instituciones otorgantes de credenciales. Esta investigación se enfoca en el capital social comunitario, el cual describe las interacciones que tienen los miembros de ACOFEGUA, así como los beneficios, en comparación con aquellos que pertenecen a otras asociaciones o que no pertenecen a ninguna.

Para Max Weber, según Vélaz (2012), la mejor forma de organizar el trabajo colectivo es la burocracia, ya el colectivo se vuelve previsible y genera más eficiencia en el trabajo. Sin embargo, existen varias disfunciones que surgen a partir de la burocracia según Merton, citado por Vélaz (2012). Entre dichas disfunciones se encuentra el exagerado apego a los reglamentos, formalismo y papeleo excesivo, resistencia al cambio, jerarquización como base del proceso de decisión, entre otras. Respecto al exagerado apego a los reglamentos, Weber planteaba que el empleado asume un rol rígido y olvida que la flexibilidad es una de las características de cualquier actividad racional (Vélaz, 2012). En el caso formalismo y papeleo excesivo, Vélaz (2012) explica que toda burocracia tiene un alto volumen de papeleo, de copias adicionales de formularios y comunicaciones. La resistencia al cambio explica como el funcionario ejecuta y llega a dominar rutinas y procedimientos, por lo que cuando surge una posibilidad de cambio dentro de la organización se toma como una amenaza para la tranquilidad de los asociados. Por último, la jerarquización como base del proceso de decisión, explica que quien decide es siempre aquel que ocupa el puesto jerárquico más alto.

B. Economía informal

Cuando la economía como forma de estudio empezó a tomar auge en el mundo, existía poco interés de parte de los investigadores por estudiar la economía informal, sin embargo, con el tiempo se empezaron a dar cuenta que la economía informal estaba en muchos aspectos que

diariamente vemos, desde algunas prendas que se utilizan diariamente, hasta la fabricación y ensamblaje de una computadora, además que representan miles de millones de dólares de ingresos no declarados (Portes y Haller, 2004:7). El sector informal representa una fracción importante del empleo y en algunas economías genera la mayor parte del producto interno bruto (PIB). En el caso de Guatemala, según la Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos (2019), el 70.2% de la población ocupada pertenece al sector informal, obteniendo un ingreso promedio mensual de Q 1818.00 en el caso de los hombres, y de Q 1409.00 en el caso de las mujeres.

El primero en desarrollar el concepto de informalidad fue el antropólogo Keith Hart con su etnografía de Ghana publicada en 1973. Según Rabossi (2019), el trabajo de Hart describe y analiza las estrategias de generación de ingresos de los inmigrantes de Accra. Ya que los salarios de los inmigrantes no eran suficientes, las personas recurrían a diversos medios informales para incrementar sus ingresos. Hart (1973), citado por Portes y Haller (2004), tras su investigación en Ghana, creó un modelo dual de oportunidades de trabajo, basado en la distinción entre empleo remunerado y trabajo por cuenta propia. El concepto de “informalidad” se aplicó a la última categoría, trabajo por cuenta propia. Con el tiempo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) redefinió el concepto de “informalidad”, asociándolo en un principio con la pobreza. Posteriormente al empleo del sector informal se le denominó “subempleo”, caracterizando de esta manera a quienes no lograban ingresar a la economía moderna. En la publicación de Feige (1990), citado por Portes y Haller (2004:11), se aborda una nueva definición para la economía informal la cual “abarca las actividades económicas que hacen caso omiso del costo que supone el cumplimiento de las leyes y las normas administrativas que rigen las relaciones de propiedad, el otorgamiento de licencias comerciales, los contratos de trabajo, los daños, el crédito financiero y los sistemas de seguridad social y están excluidas de la protección de aquellas”.

Castells y Portes (1989), citados por Portes y Haller (2004), aclaran de una forma general la diferencia entre economía formal e informal, y es que entre ambas no existe mayor diferencia en el producto final, sino en la forma en que es producido o intercambiado. Las actividades que se encuentran dentro de la economía informal pueden tener diferentes objetivos, entre ellos la supervivencia de una persona o de un hogar, el mejoramiento de la flexibilidad de la gestión y reducir costos laborales dentro del sector formal, y la organización de pequeñas empresas para acumular capital. Portes y Haller (2004) también aclaran la diferencia entre las prácticas ilegales y las informales, ya que es común que muchos las confundan. Según los autores, las prácticas o empresas ilegales siempre buscan respaldarse en algún acuerdo, y buscan su cumplimiento regularmente por la fuerza. Cabe señalar que la economía ilegal se acerca más a la economía formal, pues ambas poseen sistemas de resarcimiento y fiscalización. Por el contrario, muchas de las prácticas informales no cuentan con la protección anteriormente descrita.

La aparición de ventas informales en un país, no es visto como algo “común” en todo el mundo. Según Roberts (1989), citado por Portes y Haller (2004:25), “es poco probable que una población acostumbrada a que la forma habitual de trabajo sea el empleo remunerado y que canaliza sus demandas a través de los sindicatos y otras asociaciones formales, organice una economía subterránea, en este caso dicha población es más propensa a denunciar a quienes

practiquen dicha economía”. Por el contrario, cuando existen redes comunitarias fuertes y la población está acostumbrada a subsistir por sus propios medios y desconfía de las intervenciones oficiales es más probable que surja una economía subterránea. El término *economía subterránea* es mejor abordado por Bourgois (2003) en su libro “En busca del respeto. Vendiendo crack en Harlem”, quien precisamente habla sobre la población marginada que viven en los barrios de Bronx y Harlem en la Ciudad de Nueva York. Bourgois (2003), hace un pequeño resumen de los trabajos o acciones, especialmente la venta de drogas, a los que acuden las personas cuando su sueldo mínimo, o incluso cuando no consiguen en lo absoluto ningún trabajo, no les alcanza para pagar las necesidades básicas en una de las ciudades más caras. Quienes más se ven afectados por los sueldos mínimos de los trabajos formales son los afroamericanos y los latinos. Según el autor, la venta de drogas supera cualquier otra fuente de generación de ingresos, tanto legal como ilegal.

Existen muchas hipótesis en relación con origen del sector informal. Algunos autores piensan que es causado porque la economía es insuficientemente dinámica, por lo que representa una estrategia de sobrevivencia; otros consideran que surge a partir de alteraciones del mercado causadas por las regulaciones que impone el Estado (Rosenbluth, 1994). De forma general, el grado y la modalidad de desarrollo y la dinámica económica de cada país condicionan el comportamiento del empleo e influyen en la magnitud y condiciones de vida de los excluidos. Rosenbluth (1994) destaca tres aspectos que provocan el crecimiento del sector informal. Primero, durante el período de la industrialización incrementa la generación de empleos productivos provocando altas tasas de crecimiento demográfico. El sector moderno empieza a experimentar incapacidad de absorber la totalidad de la oferta de mano de obra, situación que se agudiza en tiempos de crisis, y produce la expulsión de trabajadores. Segundo, existe alta inestabilidad ocupacional que generan algunas actividades promovidas por la modalidad del desarrollo. Tercero, existen actualmente espacios económicos no cubiertos por la modernización donde se dan condiciones favorables para desarrollar actividades por cuenta propia.

Según Jiménez (2012), dentro de la informalidad laboral existen dos enfoques teóricos que explican el fenómeno. El primero es el enfoque estructuralista que plantea la existencia de un sector moderno y uno tradicional. El sector moderno concentra las grandes unidades productivas que usan técnicas de producción intensivas y ofrecen empleos de alta calidad. Por el contrario, el sector tradicional, o informal, concentra las unidades productivas pequeñas y regularmente operan bajo la motivación de subsistencia. Al igual que Roberts (1989), citado por Portes y Haller (2004), Jiménez (2012) hace una comparación de los países desarrollados y los países en desarrollo, basado en el enfoque estructuralista. Los países desarrollados son más diversificados e integrados en su propia economía y cuentan con el apoyo de las instituciones estatales para fomentar la productividad y la competitividad local e internacional. Por el contrario, en los países en vías de desarrollo existe escasa integración tecnológica y baja diversificación económica, además del ineficiente papel de las instituciones gubernamentales para fomentar el crecimiento económico, según descripciones de Jiménez (2012). Según Tokman y Délano (2001), citados por Jiménez (2012), desde el enfoque estructuralista, la informalidad laboral surge como alternativa para superar la dificultad de conseguir buenos

empleos ante la escasez de puestos de trabajo de buena calidad, en un sector moderno reducido. El segundo enfoque es el institucionalista, que se enfoca en aquellos empleos que son actividades legales, pero que evaden las políticas tributarias. En otras palabras, los que se encuentran en el sector informal lo están por decisión propia y no porque no tuvieran otra alternativa.

Actualmente las ferias continúan siendo un espacio de distracción y diversión para las personas, al tiempo que son rentables para las ventas informales. A pesar de la rentabilidad, al no tener ninguna protección gubernamental, los/as vendedores/as se ven afectados/as por periodos de inestabilidad laboral, muchas veces de forma imprevista. Dado el tema de investigación en la presente tesis, se tomó como base el enfoque estructuralista, y se compara a los/as vendedores/as de comida de las ferias con el sector tradicional descrito por Jiménez (2012). El sector tradicional se enfoca por sobre todo en las unidades productivas pequeñas y que operan bajo la motivación de subsistencia. En este caso, a pesar de que el grupo de los/as vendedores/as de comida de las ferias ha crecido año con año, y por lo mismo fue la creación de ACOFEGUA, es muy probable que dicho gremio haya crecido por la falta de oportunidades laborales en el sector formal y por ende buscando la subsistencia personal y de sus familias.

C. Trabajo informal

Las ventas informales están presentes a nivel mundial, sin embargo, más allá del estudio cuantitativo del fenómeno y desde el punto de vista económico, las investigaciones cualitativas de cada grupo de vendedores/as, tomando en cuenta que cada grupo viene de contextos diferentes, son recientes. Con los medios de comunicación y la tecnología, recientemente la economía informal, así como las problemáticas que surgen en torno a ellas, han tenido más visibilidad entre los/as investigadores/as, la población en general y en las agendas políticas. Según Delclós (2018), las ventas ambulantes se desarrollan más en las grandes ciudades con fuerte presencia del sector turístico. Las ventas ambulantes, son aquellos/as vendedores/as que ofrecen sus productos de forma ambulante, sin estar en un lugar específico por mucho tiempo. Dichas ventas forman parte de la economía informal, ya que no pagan ningún impuesto y no cuentan con ninguna protección. La mayoría de dichos/as vendedores/as precisamente no se establecen por mucho tiempo en un solo lugar por miedo a ser sancionados/as por las autoridades. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, Roberts (1989), citado por Portes y Haller (2004) aclara que el fenómeno de la informalidad solamente se da en contextos donde existen redes comunitarias fuertes y donde la población está acostumbrada a subsistir por sus propios medios, esto por la desconfianza de las intervenciones oficiales. Cabe señalar que son pocos los lugares donde no surgen las ventas informales, tal es el caso de Alemania presentado por Leonard (1998), citado por Portes y Haller (2004), que tiene uno de los regímenes de prestaciones de desempleo más alto de Europa occidental, así como leyes que establecen sanciones a quienes realicen actividades del sector informal. Actualmente existen varias investigaciones respecto de las ventas informales, la mayoría de ellas aluden a los países del continente americano, sin embargo, también existen algunas investigaciones de otras partes del mundo, lo cual permite comparar el contexto social demográfico de cada grupo de vendedores/as según su lugar de residencia y trabajo. En la presente investigación se hará

referencia a una pequeña parte de la bibliografía total que existe respecto al tema, empezando por aquellas investigaciones que no son del continente americano y finalizando con aquellas que son específicamente de Latinoamérica y Guatemala, esto con el propósito de comparar las condiciones laborales según las condiciones sociales y políticas de cada región.

1. En el mundo

Williams (2013) lleva a cabo una investigación en donde compara la economía informal de ciertos países pertenecientes a la Unión Europea, y los clasifica según las tres perspectivas que explican por qué surge la economía formal. La primera perspectiva de la modernización que, según Boeke (1942), Geertz (1963) y Lewis (1959) citados por Williams (2013), argumentan que el empleo informal es mayor en las economías menos modernas y desarrolladas, y que dicho fenómeno desaparecería con desarrollo y modernismo. La segunda es la perspectiva neoliberal que argumenta que el empleo informal prevalece en economías con altos impuestos, altos niveles de corrupción y altos niveles de interferencia del estado en el mercado, por lo que los/as trabajadores/as deciden salir de la economía formal. Por último, la tercera perspectiva es la estructural que argumenta que el empleo informal es mayor en economías donde la intervención del estado es inadecuada respecto de la protección de los/as empleados/as, por lo que las personas basicamente son excluidas de la economía formal y de la protección del estado (Williams 2013:480). Para su análisis, Williams (2013) utiliza la encuesta del Eurobarómetro llevada a cabo en el año 2007. Según Williams (2013), la medida cuantitativa del empleo informal de cada país fue difícil de hacer ya que el empleo informal puede mezclarse y confundirse con actividades ilegales. Según los resultados de su investigación, España (72%) tenía el número más grande en empleo informal, seguido por Rumania (62%), Italia (59%), Bélgica (51%) y Eslovenia (42%). En general el empleo informal en la Unión Europea ocupa el 17% del Producto Interno Bruto (PIB). Williams (2013) divide dicho porcentaje por sectores, mostrando que donde el empleo informal tiene mas alto el porcentaje respecto al PIB es en Europa Central con 21.5%, mientras que las naciones nórdicas solamente tienen un 9.7%. En sus resultados, Williams (2013) muestra una correlación entre los sectores que tienen menos porcentaje de empleo informal, con que la mayoría de personas se encuentra en dichos empleos porque ellos/as mismos/as decidieron retirarse de algún empleo formal. Por el contrario, en los sectores donde hay un mayor porcentaje de empleo informal, la mayoría de las personas entrevistadas aseguraron que estaban en dichos empleos por exclusión y no por decisión propia.

A pesar de que está actualmente en las agendas políticas terminar con la economía informal, con el objetivo de hacerla formal, la economía informal continúa creciendo y las personas pertenecientes a dicho grupo constantemente deben enfrentar exclusiones, desplazamientos, actos de racismo y violencia física. En el caso de Barcelona, España, en octubre del año 2015 el Ayuntamiento de Barcelona presentó su propuesta de abordaje social de las ventas ambulantes. Según Delclós (2018), esta propuesta se presenta porque se detectó un aumento de las ventas ambulantes y con ellas aumentó también la conflictividad entre vendedores/as y policías. Conforme al aumento, más vendedores/as se unieron a los sindicatos, exigiendo soluciones a su situación como colectivo. Delclós (2018) propone una relación entre

las ventas ambulantes y, la falta de empleo y migraciones. Entre los/as vendedores/as ambulantes entrevistados/as se encontraron de origen indoasiático y subsahariano, entre otros. Delclós (2018) señala que, de las personas entrevistadas, el perfil de los/as vendedores/as de Bangladesh y Pakistán es más precario que el de los/as demás vendedores/as, ya que tienen menos dominio del idioma castellano o del catalán, menos años de escolarización y menos conocimiento de los servicios municipales a su disposición. Según los/as entrevistados/as, la mayoría de ellos/as migran para ganar suficiente dinero y poder enviarlo a sus familias en su país de origen. En Barcelona los/as vendedores/as ambulantes ofrecen todo tipo de objetos y comida, pero según Delclós (2018), en los últimos años ha existido un mayor conflicto con los grupos que practican la actividad del “top manta”, que son aquellos/as que se dedican a vender cosas falsificadas, como discos compactos, ropa, relojes, entre otro. Uno de los entrevistados que trabajó un tiempo para el Departamento Policial, aseguró que a la mayoría de policías no les gusta intervenir las ventas ambulantes, pues saben que las acciones podrían llegar a tornarse violentas, por lo cual podrían ser juzgados luego. En este caso el entrevistado propone que la solución no es la intervención policial, sino la modificación de las ordenanzas municipales.

En contraste con los dos textos anteriores, la investigación de Kusakabe (2006), quien hace un resumen de otras investigaciones, se desarrolla en Asia, comparando las ventas ambulantes de tres países: Tailandia, Camboya y Mongolia. Los tres son países con contextos económicos, sociales y políticos muy diferentes. Según Kusakabe (2006), Tailandia tiene una larga trayectoria en lo referente a vendedores/as informales y en el caso de Camboya y Mongolia, ambos pasaron de un estado socialista a uno capitalista en 1990, Camboya avanzando más rápido que Mongolia. En este caso se enfocará la atención principalmente en las investigaciones sobre Tailandia, dada la trayectoria que tiene sobre las ventas informales y porque la mayoría de las ventas son de comida, lo cual tiene en común con la presente investigación. Es importante mencionar que las ventas de comida en la calle no son necesariamente dirigidas solo para aquellos/as que tienen bajos ingresos. Nirathron (2006), citado por Kusakabe (2006), mostró que, entre 1990 y 1998, los gastos de las personas en la preparación de alimentos en casa bajaron de un 76 a un 50%, y paralelamente los gastos en comida comprada aumentaron. En la investigación de Nirathron (2006) se dividió a los/as vendedores/as en dos grupos, vendedores/as móviles y vendedores/as fijos. Según su investigación, ser vendedor/a fijo requería haber pasado primero por vendedor/a móvil. La mayoría de los/a vendedores/as fijos tenían un mayor tiempo de estar trabajando en dicho negocio y su nivel de escolaridad era más alto en comparación con el de los/as vendedores/as móviles. Por el perfil de los/as vendedores/as fijos, Nirathron (2006) recomendó que dichos/as vendedores/as deben ser apoyados como una pequeña o mediana empresa. Rupkamdee (2005), citado por Kusakabe (2006) indica que las ventas informales no solo son un medio de trabajo para aquellos/as considerados “pobres”, sino ultimamente también es una labor atractiva para aquellos/as de clase media, pues toman la oportunidad de hacer un emprendimiento y ser independientes. Según entrevistas hechas por Rupkamdee (2005), los/as vendedores/as informales aseguraron que no tienen ningún apoyo en términos de seguridad social, salud pública, así como falta de espacios seguros para poder vender. Cabe señalar que en Tailandia la mayoría de leyes trata de prevenir las ventas informales, especialmente de comida, ya que

las autoridades consideran que los/as vendedores/as son los responsables de que la ciudad esté sucia. Para que los/as vendedores/as informales puedan vender, deben estar registrados ante el gobierno, deben tener un permiso especial y deben poseer tarjetas de salud. Sin embargo, estos permisos solamente les permiten vender sus productos ciertos días a ciertas horas. Según los/as entrevistados/as en la investigación de Rupkamdee (2005), con el cambio de cada gobierno, también cambian los lugares donde pueden o no vender, por lo cual no existe un lugar específico para que ellos/as, por lo que se arriesgan constantemente a ser sancionados o a sufrir violencia por parte de las autoridades.

Los tres textos presentados demuestran que, solamente en unos pocos países se ha planificado de forma reciente la inclusión social de los/as vendedores/as informales en los servicios municipales y estatales con el objetivo de mejorar su calidad de vida y de suplir sus necesidades básicas. Los autores resaltan que a pesar de que el objetivo de muchos países es erradicar las ventas ambulantes, es prácticamente imposible ya que siempre habrá personas que no tienen los medios para poder ingresar a la economía formal, además de que las estadísticas presentadas por los autores demuestran que la economía informal va en aumento cada año. Los/as vendedores/as informales constantemente están en una posición vulnerable respecto de su salud, su integridad física y mental, ya que regularmente son agredidos/as por las autoridades que pretenden erradicar la economía informal, sin pensar primero en una solución para aquellas personas que sobreviven diariamente de dichas ventas.

2. En Latinoamérica

En muchos de los países latinoamericanos las ventas informales son muy comunes, esto debido a la falta de empleos que existe en cada país, así como la exclusión económica que existe para ciertos grupos sociales que regularmente se ven más vulnerados, por ejemplo, las mujeres, las personas con edad avanzada y la población indígena en general. Según Valerín y Chinchilla (2012), comunmente en las investigaciones cuando se habla del sector informal se hace mediante aproximaciones que solamente toman en cuenta las cuestiones económicas y se deja de lado los aspectos sociales. Las personas, en contextos vulnerables como muchos de los países latinoamericanos, para obtener los medios para subsistir, recurren a migraciones ya sea a otros países o a otras partes del mismo país, regularmente a sectores urbanos. Sin embargo, el migrar no les asegura obtener lo suficiente para su propia subsistencia y la de sus familias, además que diariamente enfrentan actos de racismo y violencia por parte de la población o de las mismas autoridades.

Swanson (2007) explica que entre 1995 y 1999 Ecuador entró en la peor crisis económica que ha tenido. Para los/as ecuatorianos/as la agricultura era el mayor medio de producción y sustento, principalmente para el sector rural pobre. Sin embargo, con la incorporación de programas neoliberales, a los/as pequeños/as productores/as se les bloqueó el acceso a recursos necesarios para la producción agrícola, esto con el objetivo de enfocarse solamente en productores/as de gran escala. A partir de esto, la mayoría de los/as pequeños/as productores/as, decidieron, sin tener muchas opciones, migrar al área urbana y dedicarse a las ventas informales. Entre los productos que ofrecen hay dulces, fruta, comida preparada, flores y otros artículos. Algunos/as vendedores/as han arriesgado aun más sus vidas migrando a

Colombia, buscando un nuevo trabajo, dada la excesiva persecución que se vive en Ecuador por parte de las autoridades. Las autoridades de Ecuador pretenden solucionar su crisis económica a través del turismo. Para esto han creado modelos de ciudades urbanas, basándose en grandes ciudades como Nueva York o Miami, hasta el punto de contratar al Comisionado de la Policía de Nueva York para que asesorara la revitalización de Quito y Guayaquil, sin embargo, en sus modelos y planes no hay lugar para ventas informales. En su investigación Swanson (2007) presenta casos de ventas informales en Ecuador, en las ciudades de Quito y Guayaquil, y como los/as vendedores/as han sufrido las políticas creadas con el fin de “limpiar” o “blanquear”, como lo llama la autora, las ciudades, lo cual significa erradicar a los/as vendedores/as informales, la mayoría siendo de origen indígena. Según la autora, en Ecuador todavía persiste una lógica colonial en donde se relaciona la población indígena con la suciedad y lo contaminación. Con dicha revitalización los/as vendedores/as informales pueden ser sancionados/as con multas o incluso encarcelados/as si se les encuentra vendiendo en los nuevos espacios “públicos”. Fue hasta en el 2003 que, con la presencia de fuerzas armadas, las autoridades lograron quitar a la mayoría los/as vendedores/as informales de los lugares principalmente turísticos. En el año 2004 Quito fue sede para el evento de Miss Universo, lo cual causó que meses antes de dicho evento los arrestos y sanciones hacia los/a vendedores/a aumentaran, con el mismo objetivo de promover una ciudad “limpia” sin vendedores/as ambulantes. Swanson (2007) observó en este contexto cómo los/as vendedores/as actualmente han aprendido a esconderse para no ser sancionados/as y para que las autoridades no les quiten sus productos. Los/as vendedores/as han hecho varias denuncias de que al quitarles sus productos, los policías los utilizan para su propio uso. La autora atribuye estos actos de abuso de poder y corrupción al salario tan bajo que reciben los policías, por lo que aprovechan cualquier oportunidad para obtener más recursos.

Dada la abundante presencia de vendedores/as informales en Latinoamérica, existe mucha literatura que aborda el tema desde diferentes perspectivas y actores/as. En el texto de Swanson (2007) se presentó la problemática de las ventas informales desde la perspectiva de las autoridades, quienes trataron de implementar un plan extranjero sin tomar en cuenta características económicas, culturales y sociales de Ecuador. En el texto de Durán (2013), se presenta la economía informal desde la perspectiva de los/as consumidores/as, en el contexto de la ciudad de San José, Costa Rica. Según Monnet (2005), citado por Durán (2013:61), el comercio ambulante no es solamente una estrategia informal de empleo, sino también una respuesta a una demanda que no encuentra total satisfacción en el comercio formal. Ambos personajes, el/la vendedor/a y el/la consumidor/a, han aprendido a relacionarse entre sí a través de diálogos propios de la actividad popular, por ejemplo, el regateo que es característico de las ventas informales, sobre todo en mercados. En el caso de San José, Durán (2013) toma casos de bulevares o paseos peatonales, autobuses o transportes públicos y espacios de calle y autopistas (peajes, parqueos informales, puentes, esquinas, semáforos, rotondas, entre otras) con el objetivo de mostrar la relación entre las concurrencias clientelares y los proveedores/as callejeros/as. A partir de pequeñas entrevistas con caminantes, automovilistas y usuarios/as de autobuses que Durán (2013) llevó a cabo para su investigación, se detectaron tres perspectivas respecto a los/as vendedores/as ambulantes: perspectiva negativa, neutral y

positiva. Según los resultados de Durán (2013), la perspectiva negativa fue la que menor porcentaje tuvo en relación con las respuestas. La perspectiva neutral se situó en medio de las valoraciones de los/as consumidores, quienes afirmaron que los efectos de dichas ventas no solamente son malos, sino que tiene ciertas ventajas. Por su parte, aquellos/as que dieron una perspectiva positiva, argumentaron que hacen uso de los servicios ambulantes por lo menos una vez a la semana. Algunas de las razones que los/as consumidores/as mencionaron para adquirir productos de ventas ambulantes son por precios más económicos, cercanía de donde viven o trabajan, comodidad y limitaciones de tiempo para detenerse, productos llamativos, costumbre o tradición, trato amable de parte del/a vendedor/a y, calidad y diversidad de productos. El texto de Durán (2013) en general pretendía mostrar que la existencia de ventas ambulantes o informales surge debido a que hay consumidores/as ambulantes, que satisfacen algunas de sus necesidades por medio de las ventas informales, lo cual causa una dependencia entre ambos grupos.

Continuando con el ambiente costaricense, Valerín y Chinchilla (2012), presentan una investigación desde el punto de vista de las vendedoras ambulantes, más específicamente de la Avenida Central de San José, que es una de las zonas más concurridas de la capital. Si bien los/as vendedores/as informales en general sufren agresiones por parte de autoridades, consumidores/as y miembros del sector formal, el hecho de ser mujer, y al mismo tiempo madre, esposa y/o jefa del hogar, crea más vulnerabilidad. La vulnerabilidad que viven los/as vendedores/as en general es provocado por estigmas y estereotipos que se les asignan, por ejemplo: pobres, sin educación, dependientes del sector formal, minoritarios/as, ilegales, etc. Estos estigmas y estereotipos son promovidos, aunque no necesariamente de forma intencional, por los medios de comunicación, instituciones del estado y otros grupos. El texto de Valerín y Chinchilla (2012) aborda la pregunta de si las vendedoras realmente se identifican con las características anteriormente mencionadas, también aborda las motivaciones que las llevaron a ingresar a dichas labores informales y cómo se sienten con las condiciones de trabajo de dicho sector. Según los autores, tomar en cuenta la perspectiva de las mujeres, que al mismo tiempo tienen otros roles, además del laboral, permite indentificar aspectos y situaciones que marcan su vida cotidiana y conocer sus opiniones sobre el trabajo que realizan. La mayoría de las vendedoras empiezan su jornada laboral desde muy temprano, las 5:00 am fue la hora más temprana que mencionaron en las entrevistas, y se alarga hasta la noche, casi hasta las 9:00 pm, teniendo que soportar frío, calor o lluvia. Algunas otras de las entrevistadas solamente trabajan unas horas al día, ya que al tener su propio negocio pueden trabajar cuantas horas ellas quieran y necesiten. La forma en que las vendedoras ofrecen sus productos es poniéndolos sobre mantas grandes, dejando libres los extremos para poder recogerlos rápidamente en caso de que llegue la policía. Regularmente las vendedoras se encuentran solas, mientras que los miembros de la policía municipal regularmente se ubican en parejas por cada cuadra, lo que dificulta el comercio de productos. Algunos años antes de que se publicara el texto de Valerín y Chinchilla (2012), se presentaron propuestas para “mejorar” la ciudad de San José, sin embargo, tal como lo presenta el texto de Swanson (2007), el mejorar la ciudad es sinónimo de erradicar las ventas informales. De las cinco entrevistadas, se obtuvieron dos perspectivas de la labor informal, una negativa y otra positiva. Desde la perspectiva negativa, ven el trabajo informal como una

obligación, sin la posibilidad de otra salida, por lo que Valerín y Chinchilla (2012) lo categorizan como una estrategia de sobrevivencia. Desde la perspectiva positiva, dos de las cinco mujeres entrevistadas aseguraron sentirse orgullosas y satisfechas con sus trabajos, lo cual no significa que no tengan otras aspiraciones. Valerín y Chinchilla (2012) concluyen en su texto que no es correcto categorizar a toda la población de vendedores/as informales en general dentro de un solo marco, dado que fuera de su vida laboral, los demás aspectos de sus vidas condicionan muchas de sus características.

En el caso de México, el modelo económico vigente desde los años ochenta ha dejado de lado el bienestar económico de la clase social baja, sobre todo de las comunidades indígenas, a quienes siempre se les ha relacionado con pobreza (Aguilar, *et al*, 2019). Esta marginalización les obligó a migrar a centros urbanos y recurrir a las actividades informales para poder cubrir sus necesidades básicas. Dichas actividades se caracterizan por la precariedad, la falta de garantías y derechos laborales. Al igual que en Ecuador con los casos presentados por Swanson (2007) y Costa Rica con los casos presentados por Valerín y Chinchilla (2012), en San Cristóbal de las Casas, México, en el 2011 fueron desalojados más de 800 vendedores/as ambulantes con el objetivo de dar una “buena imagen” de la ciudad. Según Aguilar, *et al* (2019), tanto grupos de empresarios/as como el gobierno municipal influyeron, tomando en cuenta solamente sus intereses, para que dichos desalojos se llevaran a cabo. Los desalojos se hicieron bajo la concepción de que los/as vendedores/as ambulantes incurren en la ilegalidad al no pagar los impuestos respectivos, además de asociarlos/as de forma general con actividades ilícitas como la venta de drogas. Según Rodríguez (2006), citado por Aguilar, *et al* (2019:114), “estas acciones discriminatorias se relacionan con conductas culturalmente fundadas y sistemáticas de desprecio contra un grupo de personas sobre la base de un prejuicio relacionado con una desventaja inmerecida que daña sus derechos y libertades fundamentales”. Entre la población indígena que se dedica a las ventas ambulantes, destacan los jóvenes quienes aportan al ingreso familiar. Aguilar, *et al* (2019:114), llevaron a cabo una investigación en donde recabaron información, de los diferentes actores, específicamente en jóvenes. Entre los diferentes actores entrevistados se encontraban jóvenes indígenas vendedores, representantes de organizaciones no gubernamentales, un funcionario público y tres dueños de bares. En la entrevista que se le hizo al funcionario público, declaró que no considera discriminación desalojar a los/as jóvenes indígenas que se encuentran vendiendo en las calles, ya que sus ventas son ilegales. Así mismo considera que son los/as jóvenes los/as que no superaron el tiempo de la conquista y se sienten excluidos/as de la sociedad, por lo cual no quieren integrarse. Según el funcionario, sí se otorgan permisos temporales a vendedores/as, pero solamente a las organizaciones que ya lleven muchos años, y el permiso solamente se otorga durante las semanas de alto turismo. Los representantes de organizaciones no gubernamentales confirmaron que en San Cristóbal existe una alta discriminación hacia los/as vendedores jóvenes indígenas, y también afirman que existe violencia verbal, y muchas veces física, por parte de las autoridades y algunas veces de los/as mismos/as consumidores/as. De forma recíproca, existe mucha desconfianza de la población indígena hacia las autoridades, ya que las autoridades nunca toman en cuenta las peticiones de dicho grupo. Según las entrevistas hechas a los dueños de los bares, aseguran que entre los empresarios existe ciertos estereotipos

hacia los/as vendedores/as ambulantes jóvenes y niños/as, ya que en algunas ocasiones cuando se les permite entrar a los establecimientos para ofrecer sus productos, se han dado casos de robos a los/as clientes o al permitirles entrar a los baños, han tenido casos en donde se roban el papel y el jabón, por lo que existe una constante desconfianza hacia ellos/as. Sin embargo, algunos/as empresarios/as están consientes que las ventas ambulantes son una estrategia de subsistencia, ya que no encuentran otra manera de ganar dinero. Por último, desde el punto de vista de los/as vendedores/as indígenas jóvenes, lo vivido en las calles no solamente son desalojos, sino acoso, decomiso de mercadería, extorsión policial, bloqueo de acceso a espacios, etc. Los jóvenes relacionan estos actos de discriminación con su condición de ser indígenas, con su edad y con el hecho de vender de forma ambulante. En general alrededor de las ventas ambulantes se han creado ciertos estereotipos, basados en prejuicios, principalmente asociando a todos los/as vendedores/as ambulantes con la población indígena, a pesar de que no todos/as pertenecen a dicho grupo. Y aún cuando son considerados indígenas, excluirlos conlleva discriminación, por lo cual los autores concluyen que el estado no está garantizando los derechos sociales de los jóvenes indígenas y que es necesario que se genere inclusión a la vida urbana, tanto en educación como en trabajo.

Como Aguilar, *et al* (2019) mencionaron en su texto, las constantes crisis económicas por las que pasó México llevaron a muchas personas a migrar a grandes ciudades con el objetivo de conseguir un trabajo. Las migraciones internas se daban, y actualmente todavía suceden, en su mayoría a la Ciudad de México. Tal como se mencionó anteriormente, las personas que no conseguían trabajo recurrían al comercio informal que, según Jaramillo (2007), sus bajos capitales de inversión y pocos requisitos de capacitación representan una actividad económica accesible. Jaramillo (2007) en su texto pretende visualizar la lucha por el espacio público que se da entre una organización de vendedores/as ambulantes, las autoridades estatales y la iniciativa privada específicamente en el parque la Alameda Central, donde se observa el intento por transformar el Centro Histórico, promovido por el gobierno, generando un conflicto respecto de la utilización del espacio público entre los actores mencionados anteriormente. La organización de vendedores/as ambulantes que Jaramillo (2007) estudia, es liderada por una mujer que siempre ha vivido en la zona, es comerciante de libros y que por dificultades económicas dejó sus estudios de sociología. Ella ha participado en movimientos de defensa popular desde los 16 años e inició su carrera como dirigente después de los sismos de 1985, gestionando la restitución de vivienda de varios/as afectados/as. La organización de vendedores/as ambulantes fue instituida en 1995, pero muchos de los/as comerciantes tienen más tiempo de vender en la zona. La mayoría de vendedores/as (80%) son de procedencia indígena. Muchos de los integrantes son vendedores/as de la Alameda Central, pero también se aceptan vendedores/as de otros sectores, pues a la organización le conviene tener mayor presencia y peso al momento de exigir a las autoridades estatales. Los productos que ofrecen van desde libros, artesanías, antojitos mexicanos, entre otros. Las decisiones respecto a la organización siempre son tomadas por la lideresa. Según Jaramillo (2007), el gobierno en su intento por transformar el Centro Histórico abrió mesas de trabajo con las organizaciones de la Alameda, buscando regular las actividades en la zona sin generar conflictos ni confrontaciones con los/a vendedores/as. Los/as vendedores/as están conscientes de que, ante los proyectos de

regeneración urbana, existe la constante amenaza de ser retirados/as, por lo cual se ven obligados/as a establecer acuerdos con las autoridades. Las autoridades exigieron formalizar jurídicamente cada organización como requisito para tomar en cuenta sus opiniones en las mesas. Aquellos/as que se declararon comerciantes independientes, tuvieron acceso a las mesas, pero no tenían ni voz ni voto. Las organizaciones de comerciantes se convirtieron con esto en un atractivo para los partidos políticos, quienes les pedían sus votos a cambio de ciertos pactos, y de forma más individual, a cambio de ubicaciones preferentes en ferias. En el caso de la lideresa de la organización estudiada, fue la mediadora entre otras organizaciones y el partido político con quien estaban trabajando. Ella promovía hacer una propuesta que los ayudara a todos como organizaciones.

Los textos enumerados anteriormente son una pequeña parte de la literatura existente respecto a la economía informal en América Latina. La economía informal es tan amplia que se puede analizar desde diferentes contextos y perspectivas, como se puede observar en los textos citados. Cabe resaltar que en la mayoría de contextos los/as vendedores/as informales en general sufren ciertas dificultades para poder llevar a cabo sus trabajos. Sin embargo, se hace más difícil aún llevar a cabo el trabajo cuando son poblaciones vulnerables como lo son los grupos indígenas, los migrantes, las mujeres y los jóvenes y niños/as, ya que constantemente son víctimas de discriminación, violencia verbal, violencia física y es posible que en muchos casos de violencia sexual. La mayoría de los países latinoamericanos se encuentran aún estancados en pensamientos racistas y clasistas que dieron inicio en tiempos coloniales. Este hecho se puede afirmar debido a los constantes intentos de dar un mejor aspecto a las ciudades, “limpiándolas” o “blanqueándolas”. Ambos términos refieren a evitar la presencia de personas de color, o específicamente de la población indígena, pues se les ha atribuido, de forma racista, la característica de ser sucios, muchas veces atribuyéndolo al color de piel. Los proyectos que implementan las autoridades de cada país pretenden copiar los proyectos y los panoramas de países europeos o específicamente de Estados Unidos, sin tomar en cuenta el contexto histórico y cultural de cada país, por lo cual los proyectos fracasan. A pesar del constante intento de las diferentes ciudades por erradicar las ventas informales, estas siguen creciendo por la inestabilidad laboral de cada país. Varios de los/as autores/as al referirse a ventas informales, concluyen que la solución para controlarlas no es erradicarlas, sino que incluirlas y hacerlas participes en la economía, creando espacios controlados y ordenados donde ellos/as puedan llevar a cabo sus ventas, tal como se muestra en el texto de Jaramillo (2007). Sin embargo, es necesario incluir no solamente a las asociaciones, sino también aquellos/as que se consideran vendedores/as independientes.

3. En Guatemala

a. Comercio informal

Según la página web del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas, con datos del año 2020, Guatemala se encuentra en el puesto número 127, de 189 países, respecto al índice de desarrollo humano. Respecto al nivel de pobreza en el país, la página web de las Naciones Unidas indica que un 59.3% de la población vive por debajo de la línea de pobreza por ingresos. Datos de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL), muestran que la

tasa de desempleo para el año 2020 era de un 2.3%, sin embargo a partir del año 2006 el número de personas en situación de pobreza y pobreza extrema iba en aumento constante. Durante la última década, el ritmo de creación de empleo en Guatemala, al igual que el crecimiento de su economía, ha sido menor en comparación con países que tienen un nivel similar de ingresos. Esto ha causado el aumento en empleos informales, que son más frecuentes en grupos indígenas y trabajadores/as rurales. La investigación realizada por el Grupo del Banco Mundial (2014), en la sección relacionada con el empleo informal, se enfoca sobre todo en las microempresas de Guatemala. Cabe resaltar que una de las diferencias entre las empresas formales e informales, según los datos recabados por la investigación, es que en las empresas informales la mayoría son dueñas mujeres, mientras que en el sector formal hay una gran mayoría de dueños hombres. También existe diferencia en el nivel de escolarización entre los/as dueños/as de cada sector, teniendo menor nivel aquellos que laboran en el sector informal. A partir de las encuestas llevadas a cabo para la investigación del Grupo del Banco Mundial (2014), se determinó que la mayoría de empresarios del sector informal, no quieren inscribir sus negocios en la base tributaria, y citaron los sobornos como principal característica para no inscribirse. En Guatemala existen dos tipos de microempresarios del sector informal, según el Grupo del Banco Mundial (2014), los que están motivados por una oportunidad o emprendimiento, y los que están impulsados por una necesidad. Aquellos que se encuentran motivados por una oportunidad ya tienen un grado de conocimiento del emprendimiento y la gestión de una empresa propia. Las estadísticas sustentan esta afirmación ya que las empresas que surgen por emprendimiento son más productivas, regularmente, que aquellas que surgen por necesidad.

Cabe señalar que existen muchas más personas que recurren al comercio informal por necesidad que por el hecho de formar un emprendimiento o por tratar de evadir el pago de impuestos. Al igual que el Grupo del Banco Mundial (2014), Porras Castejón (1995) señala que el comercio informal está relacionado con las carencias en la oferta de servicios públicos y la escasa generación de empleos de remuneraciones aceptables. A partir de esto las personas, en su mayoría grupos indígenas, se ven obligadas a migrar en busca de un mejor trabajo que les brinde lo suficiente para sustentar a sus familias. La ocupación de las calles de la Ciudad Capital por vendedores informales comenzó a tomar más auge a partir de los años sesenta, cuando las nuevas industrias se empezaron a establecer en la ciudad, lo que causó un aumento en el flujo migratorio. Otro evento que también contribuyó a dicho evento fue el terremoto de 1976 que agudizó la situación de los sectores más pobres, seguido de la masacre de Panzos, Izabal, en 1978, que dio inicio a un tiempo represivo y de nueva política nacional. Estos eventos causaron una agudización del desempleo, agravada por la violencia y la incapacidad del estado de cubrir los servicios públicos esenciales. Durante dichos años aumentó la migración no solamente a la Ciudad de Guatemala, sino también a Estados Unidos. Carmak (1979), citado por Porras Castejón (1995), resalta la acción del movimiento Acción Católica, quien contribuyó mucho en la introducción de nuevas técnicas agrícolas, y la creación de cooperativas de crédito y de comercialización. Según Porras Castejón (1995) a los/as vendedores/as informales se les puede clasificar por vendedores/as ambulantes o vendedores/as en puestos fijos, existen también los/as vendedores/as ocasionales llamados “paracaidistas”, también se les puede clasificar según los productos que venden comestibles o no comestibles. La investigación de

Porras Castejón (1995) se basó en vendedores informales de productos no comestibles con puestos fijos, ubicados en la zona 1. El autor señala que no es correcto generalizar los resultados al conjunto de ventas callejeras, sino que las características cambian por sector y población. El objetivo de Porras Castejón (1995) es descubrir la motivación de los/as vendedores/as para tener un puesto fijo de venta. Los/as vendedores/as entrevistados/as con más años de experiencia en las ventas, habían trabajado anteriormente en mercados, sin embargo, el autor resalta que entre los años setenta y ochenta hubo un desbordamiento de personas interesadas en vender en los mercados, incluyendo a los migrantes, quienes por falta de espacio o saturación recurrían a las ventas en la calle. Originalmente los mercados fungían como lugar de venta de comida, sin embargo, con el tiempo fueron aumentando los puestos dedicados a la venta de artículos no comestibles. Paralelamente, los mercados se empezaron a ver afectados por las ventas en la calle, ya que las personas por ahorro de tiempo preferían comprar afuera. Cabe resaltar que todos/as aquellos/as que estaban dentro del mercado o en periferias cercanas, pagaban derecho de piso a la Municipalidad. Por estas razones era más conveniente tener una venta en la calle que en el mercado. Según Porras Castejón (1995), fue cuando la Municipalidad accedió a trabajar en colaboración con los/as vendedores/as informales de la zona 1, quienes se empezaron a organizar en asociaciones, siendo la Central General de Trabajadores de Guatemala (CGTG) la primera organización que obtuvo su personería jurídica. De los/as vendedores/as entrevistados/as, 8 de cada 10 aseguraron que el pago que se hacía a la Municipalidad para que los dejaran trabajar en las calles era justo, a pesar de que no recibían ningún beneficio. Sin embargo, a pesar de la colaboración con la Municipalidad, los/as vendedores/as afirmaron que han sido desalojados varias veces de las calles.

Desde el punto de vista de las vendedoras, se presentan dos investigaciones de tesis. La primera se desarrolla en un asentamiento de la Ciudad Capital, realizada por Villatoro (2007), y la segunda desarrollada en un barrio de Sayaxché, en el departamento de Petén, realizada por Méndez (2016). En el caso de la investigación de Villatoro (2007), su objetivo fue conocer las motivaciones de las mujeres del asentamiento La Arenera en la zona 12 para incorporarse a las labores de la economía informal. La mayoría de la población del asentamiento trabaja en el comercio informal ofreciendo productos comestibles y no comestibles en la Terminal en la zona 4. Según Villatoro (2007), dentro del mismo asentamiento existen tiendas de consumo básico, panaderías, tortillerías, carnicerías, depósitos de gas propano, herrerías, ventas de comida rápida, lavanderías, carros fleteros y otras personas que trabajan como electricistas, plomeros, albañiles, taxistas, entre otras profesiones. En el caso de las mujeres entrevistadas, se determinó que la mayoría (52%) no tuvo ningún nivel de escolarización, seguido por un (35%) que solamente culminó la primaria. El 74% de las mujeres entrevistadas aseguraron que deben trabajar para complementar los ingresos de su cónyuge y solventar las necesidades básicas de sus familias. Uno de los problemas que las mujeres tienen al realizar las actividades económicas es que no tienen con quien dejar a sus hijos/as mientras trabajan, por lo que los dejan solos/as en casa. En este caso muchas prefieren desempeñar sus labores desde casa (59%), mientras que el 22% indicó que realizan sus ventas de forma ambulante y el 19% las realizan en mercados cantonales cercanos a sus viviendas. Entre los productos que ofrecen las mujeres entrevistadas se encuentran frutas y verduras, artículos de primera necesidad, entre

otros productos (ventas por catálogos de cosméticos y ropa). Las ganancias de sus ventas van de los Q20.00 a los Q100.00 diarios.

La investigación de Méndez (2016) sobre todo caracterizó a las mujeres que trabajan en ventas informales del barrio El Centro, en Sayaxché, Petén. Cabe señalar que ninguna de las entrevistadas vive directamente en el barrio El Centro, y tomando en cuenta que sus horarios de trabajos son casi de 12 horas, al momento de regresar a sus casas caminando, y al no haber alumbrado público, la mayoría de las mujeres entrevistadas manifestaron miedo por ser agredidas sexualmente o por ser asaltadas. La mayoría de las entrevistadas tenían menos de 25 años, las más jóvenes siendo de 15 a 18 años son mujeres que han sido expulsadas de sus casas por ser madres solteras. Solamente el 10% de las mujeres entrevistadas tenían ventas de cosméticos, las demás vendían productos comestibles: tortillas, frutas, bebidas gaseosas y comida preparada. El 60% de las mujeres entrevistadas se consideran pertenecientes al grupo q'eqchi'. El ingreso de las entrevistadas va de Q400.00 a Q1,000.00 mensuales, solamente el 10% de las vendedoras llegando a los Q1,000.00. Estas cifras son casi equivalentes a ventas de las mujeres del asentamiento La Arenera en la zona 12 de la Ciudad Capital, indicado por Villatoro (2007). La autora concluye que, a partir de las entrevistas hechas, las condiciones de vida y laborales de las mujeres que trabajan en ventas informales en Sayaxché son muy precarias, además de que constantemente ponen en riesgo sus vidas y posiblemente la de sus hijos/as. Cabe señalar que las condiciones de los/as vendedores/as informales del interior de la república, en comparación con las condiciones de la Ciudad de Guatemala son muy diferentes. Analizando las investigaciones y publicaciones de Porras Castejón (1995), Villatoro (2007), y Méndez (2016) se observa que en el interior del país los/as vendedores/as no son sancionados por las autoridades como lo son en la ciudad, sin embargo, en el interior existen otra clase de peligros y más aún cuando se trata de mujeres jóvenes.

Una de las investigaciones que aborda el tema de las ventas informales desde la perspectiva de una agrupación específica, es la de Justiniano (2015). Ella en su investigación aborda el trabajo colectivo que hicieron los/as vendedores/as que se ubicaban en la 6ta avenida de la zona 1, de la Ciudad de Guatemala, que probablemente abarcaba algunos de los/as vendedores/as del trabajo de Porras Castejón (1995), para luchar por un espacio de trabajo, lo cual llevo a la construcción de Plaza el Amate para reubicarlos. Según Justiniano (2015), el conflicto por este sector comenzó cuando la concurrencia a las 6ta avenida de la zona 1 aumentó al punto de hacer aglomeraciones y afectar el paso vehicular y peatonal, sobre todo en temporadas de fiestas, como Navidad, cuando las personas acudían a comprar tanto a los comercios formales como informales que se encontraban en la acera. Ante esta situación, los empresarios empezaron a presionar a las autoridades para desalojar a los/as vendedores/as informales, pues argumentaban que no era justo que los/as vendedores/as informales al ofrecer precios más baratos que los comercios formales vendían más. Esto causó una persecución constante en los/as vendedores/as de parte de las autoridades municipales, en ese tiempo (2008) lideradas por el Alcalde Arzú. Con las constantes amenazas de desalojo, los/las vendedores/as se empezaron a organizar. La presión de parte de las organizaciones de vendedores/as ejercida a las autoridades, provocó que se les asignara un espacio para poder instalar sus ventas de una forma fija, lo que resultó ser Plaza el Amate. Justiniano (2015) argumenta que la organización

de los/as vendedores/as no fue fácil, ya que el tiempo de organización para ellos/as representa pérdidas en sus ventas. Según el Estudio de Opinión Pública Sobre el Trabajo Decente y Economía Informal, llevado a cabo por ASIES (2012), citado por Justiniano (2015), una de las principales razones que los/las vendedores/as tienen para poder sindicarse es obtener protección en el área de salud, ya que sus ganancias son muy bajas para poder cubrir tratamientos de alguna enfermedad, también quieren tener cierto ingreso económico disponible cuando, por cuestiones de un accidente o una situación similar, no les sea posible trabajar. Justiniano (2015) en su investigación hizo una caracterización muy completa del lugar, que en este caso es la 6ta avenida, así también como de los/as vendedores/as, sus inicios en la economía informal, hasta llegar a organizarse para no perder sus puestos de trabajo.

Con respecto a la economía informal en Guatemala, fuera del punto de vista económico, existen algunas investigaciones que abordan dicho tema desde las relaciones sociales de los/as vendedores/as, y como se puede ver en los textos citados anteriormente, dichas investigaciones no son recientes por lo que es probable que el contexto y condiciones de dichos/as vendedores/as haya cambiado. Existen algunas investigaciones que toman en cuenta el aspecto de género; sin embargo, para conocer realmente las condiciones que viven las mujeres al desempeñar trabajos en el sector informal es necesario recabar más que datos demográficos. También es necesario resaltar que tal como lo indica Porras Castejón (1995), es importante hacer investigaciones de dichos/as vendedores/as clasificándolos según su tipo de venta, sus productos, el área que cubren, entre otras cosas, ya que las condiciones varían, como se pudo observar en las investigaciones de Villatoro (2007), Méndez (2016) y Justiniano (2015). Existen algunas investigaciones de tesis, sobre todo de la Universidad San Carlos de Guatemala que abordan las ventas informales desde la salud cuando son vendedores/as de comida, como el caso de Gómez (2015), quien compara los reglamentos existentes en relación con la manipulación de alimentos con análisis microbiológicos hechos a los alimentos que se venden en la plaza del municipio de San Francisco El Alto, Totonicapán. Ella cita el Reglamento de la Venta de Alimentos en la Vía Pública aprobado por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS) y la Municipalidad de Guatemala en el año 1991. Este reglamento básicamente cubre cuestiones de salud en la manipulación de alimentos de forma limpia y segura, así como la instalación de puestos en las vías públicas. Según el reglamento, la Dirección de Servicios Públicos, por medio de las dependencias correspondientes, podrán efectuar reubicaciones de ventas, cuando haya algún problema de salubridad, limpieza, u obstrucción del paso (art. 21). La reubicación será notificada a los/as vendedores/as con 3 días de anticipación. El artículo 22 también señala que la Municipalidad mantendrá un registro de las ventas ubicadas en las calles para autorizarles la venta en la vía pública. Si los/as vendedores/as no cumplen con estas disposiciones, las autoridades pueden reportarlos al Juzgado de Asuntos Municipales para imponerle la sanción correspondiente, que regularmente es una cantidad de dinero específica. Si los/as vendedores/as sancionados no cumplen con dicha sanción, entonces se puede decomisar las instalaciones y alimentos.

V. CONTEXTO HISTÓRICO Y ESPACIAL

A. Ferias

1. Definición

Según Calderón (2012) la Edad Media se caracterizó por su actividad industrial, rudimentaria y artesana, que dio lugar a un aumento en el comercio. A partir del siglo IX en Europa surgen las ferias y los mercados. A diferencia de los mercados, que eran regularmente ventas pequeñas para abastecer a la población con productos locales, las ferias eran exposiciones universales de venta al mayoreo, y con un radio de extensión amplio y en donde no se excluía nada ni a nadie, según Torres, citado por Calderón (2012). Hasta el siglo XIII las ferias eran manejadas por mercaderes ambulantes interesados en el comercio interlocal y de exportación. Para atraer más la atención de los/as visitantes, se empezaron a implementar diversas formas de distracción, tal como espectáculos públicos, literatura, fiestas, teatro, eventos religiosos, entre otros.

Originalmente la palabra “feria” significa en latín solemnidad, peregrinación y/o fiesta (Calderón, 2012). Las ferias regularmente aparecían unidas a prácticas mercantiles, por lo que poco a poco las transacciones comerciales prevalecieron sobre los aspectos religiosos. En ausencia de un poder central, los mercaderes se empezaron a unir en corporaciones y gremios. Las corporaciones eran formadas por quienes practicaban un oficio para velar, defender y organizar sus propias actividades. Los gremios estaban integrados por quienes organizaban y presidían las ferias, ellos enviaban cónsules al extranjero para proteger a los asociados y asistirlos en caso de infortunio o enfermedad, también controlaban las disputas que podían surgir entre los socios. La primera semana de las ferias era dedicada a montar las paradas o casetas en las calles de la ciudad. Se instalaban en un espacio libre, a las puertas de un recinto antiguo, agrupándose en un espacio limitado. La apertura de la feria era anunciada por las campanas de las iglesias. Regularmente los/as vendedores/as pagaban impuestos por la apertura de cada feria y por los productos que ofrecían: cristalería, tela, metales, especias, entre otras cosas. Y el perfil de los/as consumidores/as era muy variado, ya que había quienes compraban mercaderías muy costosas como caballos, perros de raza y hasta mujeres, así también había otros/as que compraban mercadería “corriente”. Según Calderón (2012), el perfil básico de un mercader era llevar bien los libros de contabilidad, no cobrar más de lo establecido por la ley, ser generoso en sus dádivas y ser profundamente religioso. Las ferias han evolucionado con el paso del tiempo; actualmente se han reducido a proporcionar diversión a la población, y se han convertido en un medio para acercar a los pueblos lejanos las mercancías que no están a su alcance.

Más recientemente, según Déleon (1983:49), se entiende por feria “un mercado mayor en el cual se venden diversos artículos. Generalmente se encuentra ubicada en una plaza pública”. Como se menciona en el texto de Calderón (2012), aparte del objetivo económico de las ferias, algunas de ellas también tomaron un componente religioso que hasta el día de hoy persiste en varios países. Dabbagh (2013) llama a estas ferias “fiestas patronales”. Tal como las ferias descritas por Calderón (2012), fue necesario crear actividades de distracción para las personas, por lo que las ferias o fiestas patronales implican “ocio frente al trabajo,

excepcionalidad frente a cotidianidad y tradición frente a modernidad” (Dabbagh, 2013:38). Según Dabbagh (2013), las fiestas patronales son eventos organizados, donde se pueden suceder momentos caóticos, pero siempre en tiempos y lugares establecidos. Actualmente en las fiestas patronales se continúan mezclando y fusionando actos festivos y actos religiosos, sobre todo relacionados con la religión católica. Las fiestas patronales y los rituales que se llevan a cabo como parte de la religión pueden durar algunas horas, días o semanas. Las fiestas patronales se crearon a partir de los mitos, que se remontan desde los siglos XV y XVI, que no solamente tratan de dar sentido algún evento, sino que conllevan reglas, las cuales con el tiempo originan rituales. Los mitos eran creados por los pobladores cuando se encontraban amenazados por catástrofes, por lo que las comunidades buscaban santos que los protegieran a cambio de ciertos votos, o compromisos, de parte de las personas. Los santos eran elegidos según el tipo de catástrofe que se presentaba, sin embargo, se trataba de no acudir a intercesores de mayor categoría, por ejemplo Dios o Jesús, ya que se creía que si todas las poblaciones acudían a él, entonces no sería capaz de atender todas las peticiones, Dabbagh (2013). Sin embargo, la Iglesia Católica como institución no estaba de acuerdo con estas prácticas locales, por lo que muchas de las prácticas que al principio eran consideradas parte de la religión católica, luego se tomaron como laicas. Actualmente en las ferias o fiestas patronales, ya no solamente participan los miembros católicos, sino de otras denominaciones, de otras comunidades y también de otros países que gustan disfrutar de la comida y actividades de cada feria.

2. Ferias religiosas en Guatemala

a. Centro histórico: descripción del lugar

La Ciudad de Guatemala, cuyo nombre oficial es Nueva Guatemala de la Asunción, fue fundada en 1776 en el Valle de la Ermita o de la Virgen, iniciándose lo que hoy es llamado el Centro Histórico, que es la parte más antigua de la ciudad. La ciudad está localizada en el área sur centro del país. La ciudad está dividida en 25 zonas, omitiendo las zonas 20, 22 y 23 que pertenecen a otros municipios. El Centro Histórico, zona 1, es considerado el corazón de la ciudad pues es ahí donde se desarrolla gran parte de la actividad económica, social y cultural del país. Originalmente la parte que hoy es llamada el Centro Histórico tenía una extensión de 15 manzanas de largo por 12 de ancho, y para el año 1778 se calcula que había una población de 11 mil habitantes. Antiguamente el Centro Histórico era lugar tanto de sedes de empresas e instituciones económicas y políticas, como de casas de familias antiguas de clase social media alta. En ese tiempo el Centro Histórico se dividió en 10 barrios bautizados de acuerdo con el nombre de su iglesia. Actualmente el Centro Histórico abarca desde la primera avenida a la 12 avenida de la zona 1, y de la primera calle a la 18 calle de la zona 1, y la mayoría de las casas han sido vendidas o alquiladas para llevar a cabo actividades educativas, políticas o turísticas. En 1998 el Centro Histórico fue nombrado Patrimonio Cultural de la Nación.

En las calles del Centro Histórico regularmente se llevan a cabo actividades sociales, culturales y religiosas, donde los/as vendedores/as informales aprovechan a tomar un espacio para ofrecer sus productos. Las actividades religiosas regularmente son ferias en honor al

patrono o patrona de las iglesias que se encuentran en cada barrio, o también pueden ser celebraciones más grandes como la Semana Santa. Esta investigación se enfoca en los/as vendedores/as de las ferias de dos iglesias en particular pertenecientes al Centro Histórico, ordenadas según la fecha de celebración. Primero se encuentra la Parroquia Nuestra Señora de la Asunción, que celebra su fiesta religiosa en honor a la Virgen de la Asunción, patrona de la Ciudad de Guatemala. El 15 de agosto de cada año, la fiesta de la Virgen de la Asunción es acompañada de la feria más grande de la Ciudad de Guatemala, en términos de ventas y duración, que se extiende casi un mes, comúnmente llamada Feria de Jocotenango. En segundo lugar, se presenta la Basílica de Santo Domingo, que celebra su fiesta en honor a la Virgen del Rosario el 7 de octubre de cada año, también acompañada de una feria y con duración de un mes. Otras iglesias también desarrollan fiestas religiosas, acompañadas de ciertas ventas; sin embargo, por conveniencia respecto a la pandemia del COVID-19, se eligieron solamente las dos ferias mencionadas anteriormente ya que fueron las únicas que la Municipalidad de Guatemala promocionó durante el año 2020 de forma virtual, permitiendo que los contactos de los/as vendedores/as se publicaran en internet para poder vender sus productos a domicilio.

Según el International Freedom Report (2016), la población guatemalteca es predominantemente cristiana, siendo practicantes del catolicismo aproximadamente el 45 %. Históricamente, en el catolicismo la devoción y veneración de imágenes ha jugado un papel fundamental dentro de la religiosidad de los pueblos. En Guatemala, durante la época colonial se utilizaban las imágenes, ya sea en pintura o escultura, para transmitir el mensaje del evangelio (Molina, 2014). Durante dicha época, en Guatemala a cada pueblo se le asignó un santo patrono/a como protector del lugar. En agradecimiento, las personas locales ofrecen fiestas religiosas a sus santos/as patronos/as. Así, para acompañar las actividades religiosas se empezaron a hacer ferias. Según Déleon (1989), una feria es un mercado, no permanente, en el cual se venden diferentes artículos; generalmente ubicados en una plaza pública, en el atrio o en los alrededores de los templos.

Con respecto a la economía, Guatemala es uno de los países con una de las tasas más altas de pobreza en América Latina. Según datos obtenidos por el Fondo Monetario Internacional en el 2018, Guatemala tiene un ingreso per cápita de \$8.429, sin embargo, la desigualdad social y económica del país es muy alta. Para el año 2019, 70 % de la economía se desarrollaba en el sector informal, contribuyendo 22 % al PIB del país (INE, 2019). El sector informal es el segmento de la fuerza de trabajo que desempeña trabajos inestables y de baja productividad, pero representa una fracción importante del empleo (Rosenbluth, 1994). Al sector informal pertenecen aquellos que trabajan por cuenta propia o en trabajos familiares no remunerados, por ejemplo, la venta de objetos, animales, verduras o alimentos preparados, las microempresas y el empleo doméstico. Los trabajadores pertenecientes a este sector regularmente no pagan impuestos directos, pero tampoco tienen acceso a seguridad social.

b. Religión y cultura

El proyecto “Fiestas y Conmemoraciones en el Centro Histórico de Guatemala” de Álvarez, Rosa, *et al.* (2002), hace primeramente una descripción de la Ciudad de Guatemala desde el siglo XVI. Los traslados a la Ciudad de Guatemala se dieron debido a desastres

naturales, como deslaves y terremotos que dejaron cada ciudad en ruinas. A causa de estos traslados, muchas de las costumbres y manifestaciones culturales, especialmente los festejos, fueron disminuyendo al no contar con un sitio específico donde realizarlos. Sin embargo, con el paso del tiempo, algunos festejos aún conservan rasgos de la época colonial, por ejemplo, las corridas de toros, los bailes de gigantes y los bailes de moros, cristianos y la conquista. Según Álvarez, *et al.* (2002), dichos ejemplos se podían observar en el Centro Histórico hace algunas décadas. Los autores también presentan una comparación, por barrio, de la celebración de Corpus Christi, del siglo XIX, llevada a cabo en el Centro Histórico. Las celebraciones de los barrios de El Calvario, Candelaria y Santo Domingo, en comparación con el área central, tenían un sentido más social y poseían características específicas de cada barrio. Por ejemplo, la celebración del Corpus Christi del Calvario se caracterizaba por el pepián (una comida tradicional guatemalteca) que ofrecía a los/as visitantes, y el Corpus Christi de Candelaria se caracterizaba por la morcilla picante, de igual forma una comida tradicional.

Según un directorio de fiestas religiosas realizado por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), en el año 2017, las ferias patronales se han convertido en uno de los principales atractivos turísticos, admiradas por visitantes nacionales y extranjeros. Como se mencionó anteriormente, las ferias patronales nacieron en celebración a personajes de la religión católica, los/as cuales eran considerados santos/as, pero a través de los años, en Guatemala, las celebraciones se fueron mezclando con la cosmovisión maya, y luego se fueron introduciendo aspectos extranjeros. A pesar de que las ferias han sufrido ciertos cambios, la celebración se mantiene y se refleja en las danzas tradicionales, procesiones decoradas con variedad de flores, juegos pirotécnicos, entre otras prácticas.

Según Déleon (1983), los preparativos de las ferias se inician un día anterior al primer sábado de la semana de la feria. Ese día los/as vendedores/as arman sus *champas*, comedores y juegos mecánicos. Se le llama *champas* a los puestos de ventas que se establecen en el mismo lugar por algunos días, regularmente la estructura de dichos puestos era de madera y tela de manta. Cada vendedor transporta sus productos y la estructura de sus *champas* en camiones alquilados. Muchos de los/las vendedores/as van de feria en feria a través de los barrios de la ciudad y del país en general. Muchos de los/as vendedores/as se trasladan a vivir con toda la familia al sitio de la feria. Aparte de las *champas* instaladas, existen varias ventas que Déleon (1983) clasifica como informales porque consisten solamente en colocar una manta de tela o de plástico en el suelo y exhibir sus productos. También existen aquellos/as vendedores/as individuales ambulantes que caminan de un sitio a otro ofreciendo sus productos.

c. Normativa

Para la investigación de Álvarez, Rosa (2002), se realizaron varias encuestas y entrevistas con diferentes personas relacionadas actividades y desarrollo del Centro Histórico, como párrocos, comerciantes formales e informales y autoridades gubernamentales que incluían ministros/as, diputados/as, entre otros/as. De acuerdo con esta investigación, la mayor preocupación de los/as comerciantes formales es la inseguridad del Centro Histórico porque constantemente los/as asaltan a ellos/as y a los/as consumidores/as. Ellos/as señalaron que lo ideal sería quitar a los/as vendedores/as ambulantes, pues su presencia ahuyenta a los/as

compradores/as y eso los hace perder clientela, provocando la quiebra de algunos negocios. Además, sugieren mejores condiciones de limpieza y saneamiento en las calles. También se entrevistó a vendedores/as informales, tanto a los/as que llevaban algunos meses vendiendo en los alrededores como a otros/as que llevan hasta 20 años de estar vendiendo. Ellos/as aseguran que el Centro Histórico es un sector comercial y de gran afluencia de compradores/as. Muchos/as de los/as entrevistados/as no conocían las condiciones o requisitos establecidos por la Municipalidad de la Ciudad de Guatemala para poder tener su venta en los alrededores. Aquellos/as que sí tenían conocimiento aseguraban que las condiciones eran tener limpio su lugar de trabajo y tener su tarjeta de sanidad y de pulmones vigente. A pesar de que varios/as no conocían las condiciones establecidas en la ley, todos/as señalaron que debían pagar una cuota de Q45.00 a Q90.00 diarios para asegurar su espacio y no ser removidos/as por las autoridades.

A partir del Acuerdo Municipal de la Celebración de la Feria de Jocotenango, firmado en el año 2010 por representantes de varias asociaciones de vendedores/as de ferias, así como por representantes de la Municipalidad de Guatemala, se crearon algunos reglamentos que deben ser seguidos por los/as vendedores/as y los/as miembros de la Municipalidad específicamente para la feria de Jocotenango. Sin embargo, varias reglas de las presentadas en este acuerdo son aplicadas en general a las ferias llevadas a cabo en la Ciudad de Guatemala, según los textos citados en la presente investigación. Para el montaje de la feria se establecen tres días, con la condición de que el montaje sea en horario diurno, de 8:00 a 19:00 horas. Sin embargo, debido a que la feria de Jocotenango es la más grande de la Ciudad, es posible que para otras ferias los días de montaje sean solamente uno o dos. La mayoría de las ventas deben seguir las siguientes medidas para montar sus puestos: 2.25mts. de altura y 3.00mts. de fondo. Solamente los puestos que estén autorizados pueden tener 4.00mts. de fondo. Para el desmontaje, se establecen dos días en los cuales los comercios deben permanecer cerrados al público. El último día de desmontaje se inician tareas de limpieza, pintura y reparaciones necesarias por parte de las asociaciones de vendedores/as que participaron en una u otra feria. El acuerdo establece en qué calles y espacios pueden ser montadas las ventas, así mismo especifica frente a qué establecimientos o casas no es posible poner ningún negocio. Así mismo, todas las áreas de emergencia, estacionamientos y carriles, y las entradas y salidas de vehículos deben quedar libres. Queda prohibida la instalación de ventas, sanitarios y otros puestos sobre parques y arriates. Respecto al parqueo de los vehículos visitantes, la Municipalidad de Guatemala es responsable de asignar un espacio con seguridad y gratuito. El horario de apertura y cierre al público es el siguiente: de domingo a jueves de 9:00am a 10:00pm; viernes y sábado de 10:00am a 00:00 horas; y solamente el 15 de agosto, en el caso de la feria de Jocotenango, el horario es de 9:00am a 00:00 horas. Cabe resaltar que los horarios pueden variar según la feria; sin embargo, casi siempre tienen horarios similares. La Municipalidad está a cargo de la instalación de botes y bolsas de basura, sin embargo, es con la ayuda de representantes de las asociaciones que miembros de la Municipalidad velan por mantener un ambiente limpio. Queda prohibida la venta de bebidas alcohólicas dentro de la feria, excepto a ciertos comercios que tengan permiso municipal. Queda prohibido el comercio sexual. Quedan prohibidas las ventas de joyería, ropa, lencería y productos de piratería dentro

de la feria. Sin embargo, durante la feria de Jocotenango es común ver a varios/as vendedores/as ofreciendo los productos anteriormente mencionados, sin embargo, se ubican unas cuadras antes de donde inicia la feria oficialmente. Los/as vendedores/as en las ferias deberán tener expuesto y emplastado el permiso municipal para distinguir cualquier invasión de ambulantes, según lo descrito en el acuerdo del 2010. Respecto a la energía eléctrica, cada comerciante debe hacer el trámite respectivo con la Empresa Eléctrica de Guatemala para que les sea asignado un contador. A quienes no cumplan las anteriores reglas pueden ser sancionados, y aquellos/as vendedores/as que tengan en venta bebidas alcohólicas, sin permiso, o practiquen comercio sexual, se les cerrará completamente la venta.

3. Parroquia Nuestra Señora de la Asunción

Déleon (1983), hace una aproximación etnográfica a la feria de Jocotenango, en la cual precisamente se enfoca la presente investigación. A partir de dicho texto se hace aquí un breve resumen de dicha feria, la cual se lleva a cabo cada año en la Ciudad de Guatemala en el mes de agosto. El antiguo pueblo de Jocotenango se encontraba en la ciudad de Santiago de Guatemala y fue fundado por indios de Almolonga. Los historiadores Pardo, Zamora y Luján, citados por Déleon (1983), afirman que la feria de Jocotenango fue establecida en 1620 con la construcción de la iglesia, la cual fue colocada bajo la protección de Nuestra Señora de la Asunción. En este tiempo la fiesta en honor a la Nuestra Señora de la Asunción, o Virgen de la Asunción, tenía bailes y una feria además de una misa y una procesión. Estando ya instalada en la Ciudad de Guatemala la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción, hay descripciones hechas por José Milla, citado por Déleon (1983), de la feria de Jocotenango llevada a cabo en 1862. Milla, citado por Déleon (1983) describe la feria como “el espectáculo más animado y pintoresco”, también describe algunos productos como dulces, tunas de Panajachel, zapotes, pepino, naranjas, pepitoria y rapaduritas. Déleon (1983) también cita a Ramón Salazar, quien describe la feria en tiempos de José María Reyna Barrios, en los años 1800. Salazar describe que a la feria llegaban mercaderes y negociantes de repúblicas vecinas y de diferentes departamentos para comprar y vender ropa, ganado, ponchos de Totonicapán, hamacas, chinchines, frutas y verduras, y comidas preparadas, entre otras cosas. Según las descripciones del Diario de Centroamérica en 1899, citado por Déleon (1983), en el tiempo del dictador Manuel Estrada Cabrera las actividades de las ferias eran las carreras de caballos, el desfile de carruajes de lujo y las transacciones de ganado. La feria en ese entonces era la mejor ocasión para que tanto hombres como mujeres lucieran sus mejores galas. Algunos años después, siendo de igual manera el Diario de Centroamérica quien realiza las descripciones, en 1902, la feria se destacaba por las ventas de huipiles de varios colores, dulces típicos, y los comedores que ofrecían pepián, chiles rellenos y tayuyos. El mismo año también las personas disfrutaron de acróbatas contratados por la Municipalidad, palo encebado y el triángulo. Más adelante en los comentarios de los periódicos del año 1919, citados por Déleon (1983) se describió cómo con el progreso de la Ciudad, se fueron disminuyendo los espacios para exhibir el ganado en la feria. Con esto, las clases dominantes perdieron el interés por asistir a la feria pues ya no tenían nada que comprar. Pero para la clase popular continuaba siendo un sitio de diversión y para consumir artículos de otros lugares. Según Déleon (1983), durante la presidencia de

Lázaro Chacón, se emite un acuerdo con el cual se nacionaliza la feria de Jocotenango y se le asignan oficialmente los días 13, 14 y 15 de agosto. Durante la dictadura de Jorge Ubico se le dio más importancia a la feria realizando exposiciones pecuarias, de artesanías e industrias populares. Con el propósito de atraer más público, se utilizó al indígena como exhibición ante el público, como si fuera un animal, según Déleon (1983). En 1937 se inició la construcción de la nueva parroquia Nuestra Señora de la Asunción, que es la que existe actualmente. Al principio las ventas se ponían alrededor de la iglesia, pero la afluencia de personas era tanta que las autoridades decidieron poner las ventas en otro lugar. Santa Cruz Morales, citado por Déleon (1983), describe algunas actividades que realizaba la iglesia en esa época, por ejemplo, los rezados, la procesión nocturna de la Virgen, durante la cual se quemaban toritos y otros fuegos pirotécnicos, y también algunas personas que llevaban serenata a la Virgen. A partir del período revolucionario en 1954 según las crónicas de los diarios, citado por Déleon (1983), se hablaba de la feria de Jocotenango como algo de *antaño*, en ese entonces la feria ya no era algo tan importante como antes.

Luego de la recopilación de documentos históricos que hace Déleon (1983), la autora presenta su propia descripción de la feria de Jocotenango en 1981. Según Déleon (1983), la feria de Jocotenango como tal está dividida en dos, la mayoría de puestos de ventas, a los cuales Déleon denomina *champas*, se ubican al final de la Avenida Simeón Cañas y en los alrededores del parque Minerva. Otro grupo menor de *champas*, se ubican frente a la parroquia de Nuestra Señora de la Asunción, situada en la séptima avenida y quinta calle de la zona dos. Entre las actividades particulares de la iglesia está una procesión con una de las imágenes de la Virgen. En la fecha en que se publicó la obra de Déleon (1983), la feria generalmente duraba una semana, sin embargo, el día principal es el 15 de agosto, día en el cual las personas que habitan en la Ciudad de Guatemala, según el Código de Trabajo, tienen feriado o día libre de sus labores, por lo que es el día donde hay más afluencia de personas en la feria. El 15 de agosto las misas se empiezan a celebrar desde las 7:00am hasta las 7:00pm, que es la última misa.

En el año 2019 fue el último año que se llevó a cabo la Feria de Jocotenango, antes de la llegada de la pandemia del COVID-19. En ese año la feria dio inicio el 14 de agosto y finalizó el 25 de agosto, con un horario de atención de 10:00 am a 10:00 pm y solamente el 15 de agosto los/as vendedores/as en la feria atendieron de 9:00 am a 12:00pm. Las ventas de la feria se ubicaron tanto enfrente de la Iglesia Nuestra Señora de la Asunción, como sobre la Avenida Simeón Cañas y el Hipódromo del Norte, en la zona 2. Según la página web de la Municipalidad de Guatemala (2019), dicho año se contó con 240 puestos de ventas autorizadas, más aquellas que se encontraban a los alrededores del perímetro de la feria. Entre las ventas se podían observar ventas de comida, juegos de azar y juegos mecánicos. Así mismo se llevaron a cabo actividades culturales, como conciertos y bailes en la entrada de la feria, además de las respectivas misas y procesión de la iglesia. En el año 2020, por la llegada de la pandemia del COVID-19, se llevaron a cabo actividades culturales y religiosas, como conciertos y las misas, sin embargo, fueron transmitidas por redes sociales de la Municipalidad de Guatemala, para evitar la aglomeración y el contacto entre los/as visitantes. Solamente los/as vendedores/as de comida pudieron ofrecer sus productos a través de un folleto virtual

promovido por la Municipalidad de Guatemala y las asociaciones de vendedores/as (Cruz, 2020).

4. Basílica de Santo Domingo

A nivel mundial la celebración de la Virgen del Rosario o Nuestra Señora del Rosario fue instituida en 1883 por el Papa León XIII. Según el calendario litúrgico, citado por Galicia (2018) en una publicación de Prensa Libre, el día principal de esta celebración es el 7 de octubre, día en el cual se recuerda la victoria de las tropas cristianas sobre los turcos en la Batalla de Lepanto en 1571. El triunfo se atribuye a la intercesión de Santa María, o Nuestra Señora de las Victorias como se le conocía originalmente, a la cual luego se le llamó Nuestra Señora del Rosario. Sin embargo, la historia de la Virgen del Rosario data de varios siglos atrás. En 1208, a Santo Domingo de Guzmán, fundador de la Orden de Predicadores, se le aparece la Virgen María sosteniendo un rosario y le enseña a rezarlo. Esta aparición fue en respuesta a la oración que Santo Domingo había hecho para luchar contra la herejía. La Virgen le pidió que predicara a todo/as lo que ella le había enseñado, y que de esa manera muchos pecadores se convertirían. Según Mejía (2000), otra teoría, es que el nombre de Nuestra Señora del Rosario surge en la Edad Media, cuando inició el culto a María con el título Rosa Mística. La rosa es una flor asociada a la Virgen María a quien se le denominaba rosa sin espinas, haciendo referencia al hecho de que no tenía pecados. Es por esta razón que Nuestra Señora del Rosario siempre aparece adornada con rosas.

Según Galicia (2018), en octubre de 1888 se celebró por primera vez en Guatemala el Mes del Rosario por iniciativa del fraile dominico Julián Raimundo Riveiro y Jacinto. Sin embargo, en Guatemala la primera cofradía dedicada a Nuestra Señora del Rosario se fundó en 1559. La imagen de la Virgen que actualmente se encuentra en la Basílica de Santo Domingo, en la Ciudad de Guatemala, fue encargada por el padre dominico López de Montoya, y fue entregada entre 1580 y 1592. Dicha imagen está hecha totalmente en plata. En 1934, la imagen fue consagrada con rango pontificio por el Arzobispo de Guatemala Monseñor Luis Durou y Sure. Desde el siglo XIX en Guatemala se le considera madre, reina y patrona. En la Ciudad de Guatemala particularmente, según Mejía (2000), a partir de 1992 se le nombró alcaldesa perpetua. Actualmente la festividad de la Virgen del Rosario inicia el 1 de octubre y se llevan a cabo actividades como rezos, misas, coros y procesiones cargadas por adultos/as y niños/as. Según las descripciones de Mejía (2000), entre las actividades populares se encuentran las ventas que se colocan alrededor de la iglesia vendiendo artículos religiosos y tradicionales, dulces y comida típica.

B. Efectos económicos de la pandemia del COVID-19

1. ¿Qué es?

Según William Schaffner, citado por Plitt (2020), en una entrevista de BBC News, el coronavirus es un virus respiratorio que apareció por primera vez en Wuhan, China, a finales del año 2019. En marzo del año 2020 la OMS lo declaró pandemia al ver los efectos que había causado a nivel mundial. El virus puede entrar al cuerpo por los ojos, boca o nariz cuando una persona aspira pequeñas gotas expulsadas a través de la tos o el estornudo de una persona

infectada. Al entrar al cuerpo, el virus se sujeta a las células de la mucosa del fondo de la nariz y la garganta. Una vez el virus está dentro de las células, se empieza a reproducir. Por ser un agente infeccioso microscópico acelular, solamente puede multiplicarse dentro de las células de otros organismos, según Schaffner, citado por Plitt (2020). Para tratar de combatir el virus, el cuerpo crea una respuesta inflamatoria, por lo que uno de los primeros síntomas puede ser dolor de garganta o la nariz tapada. Luego el virus empieza a atacar los conductos bronquiales, que son las vías respiratorias que llegan a los pulmones, causando inflamación, lo que causa que las personas empiecen a toser. Luego puede causar en las personas fiebre, ya que el cuerpo intenta combatir el virus. A través de análisis hechos por la Organización Mundial de la Salud (OMS), citados por Plitt (2020), es posible que aproximadamente el 80% de los infectados desarrollen síntomas leves (fiebre y tos) o en algunos casos son asintomáticos, mientras que el 14% tendrá síntomas severos (dificultad para respirar y falta de aire), y el 6% sufrirá una enfermedad grave (falla pulmonar, choque séptico, fallo orgánico y riesgo de muerte).

A partir de este fenómeno se crearon medidas de distanciamiento en las personas, sin embargo, el virus se propagó rápidamente primero por el continente asiático, luego por el continente europeo y el africano, hasta llegar a América y el Caribe donde se reportó el primer caso en febrero del 2020. La rápida propagación causó que los hospitales fueran abarrotados, y en el caso de América Latina, la mayoría de los hospitales colapsaron. Para evitar la propagación del virus, cada país tomó medidas de confinamiento que duraron varios meses. En el caso de Guatemala, el 13 de marzo del 2020 se reportó el primer contagiado de COVID-19, siendo una persona llegada de Italia, según la página web de la Vicepresidencia de Guatemala (2020). A partir del 15 de marzo, el presidente Alejandro Giammattei tomó medidas para evitar la propagación del virus a más personas, por lo que las clases en los centros educativos fueron suspendidas al igual que el transporte público, así como las celebraciones religiosas y ferias patronales. Así mismo se cerraron los puertos marítimos, aéreos y terrestres para quienes quisieran ingresar al país, esto a partir de un comunicado hecho el 14 de marzo del año 2020, publicado en la página de la Vicepresidencia de Guatemala (2020). Poco a poco se fueron tomando medidas más extremas de confinamiento, al punto de cerrar el país completamente por cuatro días, en los que las personas solamente podían salir de sus casas para abastecerse de comida en las tiendas de barrio o por medio del servicio a domicilio de los restaurantes.

Tomó casi un año que la OMS aprobará el uso de la primera vacuna contra el COVID-19 por emergencia, que en este caso fue la de Pfizer / BioNTech aprobada el 31 de diciembre de 2020, según UNICEF (2021). Según la publicación de UNICEF se están probando alrededor de 200 posibles vacunas, pero deben ser aprobadas con seguridad para sacarlas al mercado. Actualmente han sido aprobadas dos más aparte de la de Pfizer. Se aprobó la Moderna y la de Janssen. Actualmente existe mucha desinformación sobre el surgimiento del virus y sus nuevas cepas, que cada vez tienen efectos más graves en la salud de las personas, así como de los efectos que podrían tener las vacunas a largo plazo. Esta desinformación se puede atribuir a la variedad de información que constantemente circula en redes sociales, así como en medios de comunicación estatales. Actualmente en Guatemala ya se está llevando a cabo el proceso de vacunación, primero fueron a todos aquellos que laboran en el área de salud (médicos, enfermeras, bomberos, trabajadores de farmacias, psicólogos, etc.), segundo a las personas

mayores de 60 años, 50 años y 40 años. Recientemente se aprobó la vacunación de los/as docentes y personal de centros educativos, así como de estudiantes universitarios, Morales (2021). Cabe resaltar que la vacunación es opcional y no obligatoria.

2. Efectos en la economía de Guatemala

El COVID-19 causó estragos en la salud de muchas personas, sin distinción alguna, algunos/as incluso causándoles la muerte. Sin embargo, entre las consecuencias que dejó el virus, no fue solamente la salud, sino también muchas pérdidas económicas. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), citado por Cárdenas (2020), la economía mundial entró en una etapa de recesión igual o más aguda que la del 2009. A causa del confinamiento del 2020 en Guatemala muchas personas tuvieron que cerrar sus comercios y muchos/as otros/as se quedaron sin empleo. La pandemia afectó a todas las personas sin distinción social, sin embargo, la situación de las personas que anteriormente vivían en pobreza se agudizó aún más, llegando a provocar hambre. Según Edgar Gutiérrez, director de la Fundación Derechos Económicos, Sociales y Culturales (DESC), citado por Cárdenas (2020), las consecuencias del confinamiento podrían dejar aproximadamente a 300 mil personas del sector formal sin trabajo, aumentando así la economía informal. Gutiérrez afirma que para combatir la recesión económica es necesario mantener la demanda del mercado a través de programas de asistencia técnica, así como invertir en la producción agrícola. Cárdenas (2020) afirma que el Congreso de la República de Guatemala ha aprobado préstamos e invertido mucho dinero en programas de apoyo a las familias guatemaltecas, por ejemplo, el Bono Familia. Sin embargo, Balsells, citado por Cárdenas (2020), afirma que el problema está en la administración pública, la ineptitud y los procesos engorrosos.

Según el Centro de Investigaciones Económicas Nacionales, CIEN, (2020), el Gobierno de Guatemala brindó apoyo económico a familias y empresas de todo el país para afrontar las consecuencias del confinamiento. El Organismo Ejecutivo aprobó medidas como diferimientos de pagos en centros educativos y universidades, subsidios y transferencias monetarias y en especie, así mismo se aprobaron tres fondos para proveer de capital de trabajo a las empresas. La asignación presupuestaria para los programas de apoyo económico fue de Q14,235.4 millones. Para esta investigación solamente se exploró la recepción del denominado Bono Familia, que fueron transferencias monetarias hechas a las personas más afectadas por el confinamiento. En cada hogar podía aplicar solamente una persona, ya que para recibir la ayuda se tomaba en cuenta el consumo de energía eléctrica de cada casa, que no debía superar los 200 kWh. Según la publicación del CIEN (2020), el MIDES tomó en cuenta los casos especiales de personas que no contaban con luz eléctrica, esto a partir del censo nacional llevado a cabo en el año 2018. A partir del censo, se seleccionaron a los municipios que acumulaban al 65% o más de su población bajo condiciones de pobreza. A los casos que fueron categorizados como especiales, se les hizo una visita de forma personal para inscribirlos de forma manual en el programa del Bono Familia. Para que una persona pudiera aplicar a recibir dicho apoyo, no debía recibir ningún tipo de pensión, incluyendo las del Instituto de Seguridad Social (IGSS), ni estar inscrito a ningún tipo de ayuda brindada por el gobierno, generada en repuesta al COVID-19. Según anuncios del MIDES, aquellas personas que se inscribieran y que aplicaran

a dicho apoyo, podían recibir hasta Q1,000.00 mensuales, por tres meses. Dicha cantidad se daba por hogar, no importando de cuántos miembros estuviera compuesto. Según análisis del CIEN (2020), el programa del Bono Familia en realidad no estaba enfocado en las personas que fueron más afectadas por el confinamiento del COVID-19, ya que el único criterio para brindar o no la ayuda es la cantidad de energía eléctrica consumida en cada casa, lo cual no indica la situación particular de cada persona.

Ejemplificando las consecuencias de la pandemia planteadas por Gutiérrez respecto al aumento del sector informal, López (2020) presenta una pequeña investigación hecha para el periódico virtual Nómada. López (2020) hace referencia a que no para todas las personas fue fácil quedarse en casa y resguardarse del virus, ya que para muchos/as el no trabajar por un día significaba no tener nada para comer. Para reafirmar lo anteriormente mencionado, López (2020) presenta el caso de Manuela, una mujer de 27 años. La familia de Manuela está compuesta por su esposo, sus cuatro hijos y ella. Cada día, mientras duró el confinamiento, Manuela, y su hijo de 8 años, se levantaban a las 3:00am para preparar su venta de atol en el mercado de Villa Lobos I, en Villa Nueva, ya que una de las disposiciones del Presidente Giamattei fue reducir el horario de atención en los mercados cantonales, abriendo de 4:00am 12:00pm. Manuela asegura que su venta bajó mucho desde que inició la pandemia, antes vendía Q100.00 aproximadamente diario, mientras que durante el tiempo de confinamiento vendía aproximadamente Q40.00. Durante el tiempo de confinamiento, Manuela recogía su venta a las 10:00am regularmente, antes de que las autoridades cerraran los mercados. A partir de esa hora, su esposo salía a las calles a vender gelatinas. Los ingresos de su esposo al inicio del confinamiento fueron de Q30.00 diarios. Cuando ella se enteró que el gobierno estaría dando ayuda económica a la población más vulnerable, afirmó que la ayuda estaría bien; sin embargo, ella no confiaba en las promesas del gobierno, por lo que con su familia continuaron trabajando de forma regular para poder subsistir.

A dos cuadras del mismo mercado de Villa Lobos 1 se encuentra Don Basilio Relej, de 82 años, a quien López (2020) también entrevistó. Según los relatos de Don Basilio, durante el confinamiento se le prohibió la entrada a la Central de Mayoreo (CENMA) a las personas mayores de 60 años, esto con el objetivo de evitar que las personas mayores fueran contagiadas de COVID-19. Sin embargo, para personas como Don Basilio que compraba sus productos (quintales de papa) en el CENMA, representaba una gran repercusión, ya que tenía que recurrir a la Terminal para poder adquirir los productos. El CENMA es un mercado, como su nombre lo dice, de mayoreo, al igual que la Terminal, en donde los productos agrícolas son más baratos que en un mercado pequeño, por lo cual muchos/as de los/as vendedoras/as recurren a los mercados de venta por mayoreo para poder adquirir producto y revenderlo. La diferencia es que el CENMA queda mas cerca del mercado de Villa Lobos 1, por lo que ir hasta la Terminal representaba un gasto extra de esfuerzo y monetario para Don Basilio. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el propio gobierno de Guatemala, citados por López (2020), advierten que la población mayor de 60 años es altamente vulnerable, por lo que era necesario que evitaran salir de sus casas. Sin embargo, para Don Basilio que la venta de productos agrícolas es su única fuente de ingresos, era imposible quedarse en casa todos los días. Al igual

que Manuela, Don Basilio no confiaba en las promesas del gobierno, por lo que no se arriesgaba a quedarse en su casa esperando a que llegara la ayuda prometida.

Según López (2020) el nombre del programa que el gobierno estaba ofreciendo para ayudar a la población era Apoyo al Comercio Popular, lo cual debió incluir a todos/as los/as vendedores/as informales. Sin embargo, según el MIDES, citado por López (2020), el apoyo fue destinado a trabajadores/as que tributaran o que figuraban en los registros de la municipalidad. López (2020) presenta también el caso de Don Manuel, de 72 años, que si cumplía con los requisitos, tributaba a través de un local que tiene en el mercado municipal de Villalobos, sin embargo le preocupaba que no le dieran la ayuda ya que desde hace varios años que no tiene su Documento de Identificación Personal (DPI), que era uno de los principales requisitos. Y tal como Manuela y Don Basilio, Don Manuel depende totalmente de su venta de carbón en el mercado y de la venta ambulante de lácteos que hace su hija.

Tal como el caso de Don Manuel, los/as vendedores/as que participan en ferias que se llevan a cabo en la Ciudad de Guatemala tributan a la Municipalidad con cada feria en la que participan, y se encuentran inscritos en sus bases de datos, por lo que son candidatos/as a recibir dicho apoyo económico. Los/as vendedores/as descritos/as por López (2020) anteriormente, durante el tiempo de confinamiento, todavía podían ofrecer sus productos durante un tiempo limitado en los mercados o llevando a cabo más esfuerzo para adquirir sus mercancías. Sin embargo, en el caso de los/as vendedores/as de comida de las ferias sus negocios fueron cerrados de manera total, sin posibilidad de tener ninguna ganancia.

VI. METODOLOGÍA

A. Paradigma

Para esta investigación se utilizará el paradigma interpretativo con un acercamiento cualitativo. Schensul y LeCompte (2010) describen el paradigma interpretativo como una construcción social. La construcción social es lo que las personas saben y creen que es cierto. Este conocimiento es construido, creado y reforzado cuando a través del tiempo las personas interactúan unas con otras en un espacio específico. Las personas definen e interpretan la realidad dependiendo de sus sentimientos, experiencias y sus propias situaciones, y deciden cuáles son las mejores normas de comportamiento y supervivencia. Los/as participantes de la presente investigación identificaron situaciones inesperadas que les han producido inestabilidad laboral y las estrategias que han utilizado para afrontar dichas situaciones en el pasado. También hicieron una breve descripción de sus experiencias de inestabilidad laboral y económica sufridas debido a la pandemia del COVID-19 y las estrategias que han utilizado para afrontar dicha inestabilidad. También se tomó en cuenta las acciones realizadas por ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para apoyar a los/as vendedores/as durante la pandemia del COVID-19.

B. Técnicas y herramientas

Se prepararon tres guías de entrevista, una para cada tipo de actor: vendedores/as de comida, representantes de ACOFEGUA y representante de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala. La guía de entrevista de los/as vendedores/as se realizó a partir de observación previa en diferentes ferias religiosas, antes de dar inicio la pandemia del COVID-19, y también a partir de una entrevista semiestructurada piloto que se realizó a una vendedora de comida del parque San Sebastián de la Ciudad de Guatemala, donde todos los miércoles personas devotas visitaban la imagen del Padre Eterno y en el parque se permitía la venta de comida a vendedores/as autorizados/as. Dicha entrevista se llevó a cabo en el mes de febrero del 2020, un mes antes de que iniciara la pandemia del COVID-19 en Guatemala. La entrevista piloto sirvió para comprender la labor de los/as vendedores/as de comida de las ferias y obtener información sobre las asociaciones de vendedores, como ACOFEGUA, Metro Iglesias, COPARI y APANDULTIP y el papel de Municipalidad de Guatemala a través de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala.

Las entrevistas dirigidas a vendedores, ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala permitieron explorar las relaciones existentes entre los tres actores y las dificultades que han afrontado debido a la pandemia del COVID-19. Las entrevistas contienen preguntas abiertas para permitir que los participantes expresaran sus experiencias proveyendo tantos detalles como fueran posibles. Para no perder ningún dato e información que los/as participantes hayan dado, las entrevistas fueron grabadas con el previo consentimiento de cada participante. Las entrevistas fueron transcritas y los datos obtenidos se analizaron por medio de una matriz de doble entrada. Las tres guías de entrevista se encuentran en los anexos de la presente investigación.

Tipo	Objetivo	Duración
Entrevistas semi estructuradas telefónicas a vendedores/as informales de comida en las fiestas religiosas.	29 preguntas que buscan conocer: <ul style="list-style-type: none"> • Datos demográficos. • Las condiciones de trabajo. • Factores que producen inestabilidad laboral. • Situación laboral durante la pandemia del COVID-19. • Estrategias para afrontar las situaciones imprevistas. • Estrategias para afrontar la pandemia del COVID-19. • Estrategias de ACOFEGUA y la Dirección del Comercio Popular en apoyo a los/as vendedores/as durante el COVID-19. 	De 40 a 60 minutos. (La entrevista más larga fue de 1 hora con 25 minutos).
Entrevista semi estructurada telefónica a representantes de ACOFEGUA.	21 preguntas que buscan: <ul style="list-style-type: none"> • Describir los requisitos para ser miembros. • Describir la organización de las ferias. • Beneficios de ser agremiados. • Estrategias en apoyo a los/as vendedores/as durante la pandemia del COVID-19. 	1 hora con 30 minutos.
Entrevista semi estructurada telefónica a representante de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala.	19 preguntas que buscan: <ul style="list-style-type: none"> • Describir la organización de las ferias. • Requisitos para poder participar como vendedores en las ferias. • Estrategias en apoyo a los/as vendedores/as durante la pandemia del COVID-19. 	1 hora.

Tabla No. 2: Herramientas de investigación

C. Participantes

Con el fin de apoyar a los/as vendedores/as de comida de las ferias, durante el mes de agosto y octubre del año 2020, la Municipalidad de Guatemala publicó en las redes sociales un folleto con los nombres de los puestos de venta y números de contacto de vendedores/as de comida de las ferias de Jocotenango y la Virgen del Rosario del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Estos folletos se utilizaron como base de datos para contactar a los/as participantes de la presente investigación. El listado de vendedores/as de comida de la Feria de Jocotenango contiene 18 contactos, mientras que el listado de la feria de la Virgen del Rosario contiene 14 contactos, con un total de 32 vendedores/as entre ambos folletos. Un cotejo de ambas listas permitió identificar 4 contactos de vendedores/as que aparecían en ambos folletos, sin embargo al tratar de contactarlos/as para obtener su perspectiva de ambas ferias, no todos/as contestaron la llamada telefónica.

Para esta investigación, se seleccionaron al azar vendedores/as de las listas de Jocotenango y de la Virgen del Rosario para hacerles una entrevista telefónica. A las primeras personas que se les hizo la entrevista, recurriendo a la metodología de bola de nieve, se les preguntó si conocían algún otro/a vendedor/a que quisiera participar en la investigación, siempre y cuando fueran parte de los/as vendedores/as de cualquiera de las dos ferias y que por alguna razón no hubieran aparecido en los folletos promovidos por la Municipalidad de Guatemala. A través de este medio se lograron referencias de cuatro personas, pero tres de ellas aparecían en los los folletos, por lo que solamente se obtuvo un nuevo contacto externo a los folletos.

En el caso de ACOFEGUA, se dio seguimiento constante a la página de Facebook de la asociación, donde se hicieron varias publicaciones informando sobre el apoyo que se les daría a los/as vendedores/as durante la pandemia y también sobre el avance en la reapertura de las ferias. Dichas publicaciones tenían el número telefónico de los/as representante de ACOFEGUA por área, para que los/as vendedores/as se pudieran comunicar con cada uno/a y recibir la información completa. Para la presente investigación se utilizaron dichos números telefónicos para establecer contacto con algunos representantes y realizar una entrevista grupal.

Por seguridad de los/as informantes, y por petición de algunos, se mantendrá en anonimato quienes fueron los/as vendedores/as que participaron en la presente investigación. Tampoco se hará mención de los nombres de sus puestos de venta. A continuación se presenta el número total de entrevistas realizadas. En total se realizaron 13 entrevistas individuales y una grupal. El detalle se puede observar en la tabla siguiente.

Actores	Técnica	Participantes		Total de Entrevistas
		M	F	
Vendedores	Entrevistas individuales telefónicas	4	8	12

ACOFEGUA	Entrevista grupal telefónica	3	0	1
Dirección de Comercio Popular	Entrevista individual telefónica	1	0	1
Total		8	8	14

Tabla No. 3: Participantes

Como se presenta en el Tabla No. 3, de los/as 12 vendedores participantes, 4 de ellos son hombres (M) y 8 de ellas son mujeres (F). Cabe resaltar que el hecho de que en esta investigación haya más participantes mujeres que hombres, no significa que en las ferias la mayoría de vendedores sean mujeres; por el momento ese dato no se puede comprobar.

VII. RESULTADOS

Esta sección presenta los resultados obtenidos a través de las entrevistas telefónicas semiestructuradas, hechas a vendedores/as de comida de las ferias de Jocotenango y de la Virgen del Rosario del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, así como a los representantes de ACOFEGUA y de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala. Primero se aborda a los/as vendedores/as de comida y se presenta su perfil, el cual incluye sus datos demográficos, como el sexo, la edad, el estado civil, así como la cantidad de personas con las que comparte la vivienda en comparación con las que aportan para el gasto. Dentro del perfil de los/as vendedores/as también se establece su inicio en las ferias, su actual ruta de trabajo, así como las asociaciones a las que pertenecen. Otro objetivo de la investigación era documentar las situaciones imprevistas que los/as vendedores/as deben afrontar, y cómo lo resuelven, durante su tiempo de labor en las ferias, incluyendo accidentes, robos y extorsiones. Finalmente, se aborda cómo vivieron la pandemia del COVID-19, específicamente durante el año 2020 y principios del año 2021, y qué estrategias han utilizado para afrontar dicha situación, incluyendo la ayuda que han tenido de parte de diferentes instituciones o personas.

Como segundo y tercer punto se aborda a ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala. En ambos casos se describe su papel en la organización de las ferias, y la comunicación que se ha creado entre ambos, así como con los/as vendedores/as. Continuando con los objetivos, para las entrevistas de los representantes de ambas instituciones se explora el tema de la pandemia del COVID-19 y las estrategias inmediatas y a mediano plazo que utilizaron para ayudar a que los/as vendedores/as no se vieran tan afectados/as por la situación.

A. Perfil de los/as vendedores/as de comida en ferias religiosas

Los datos presentados a continuación se tomaron de un pequeño número de entrevistas, por lo que se necesitaría una muestra más grande de vendedores/as de comida de diferentes ferias para determinar un perfil de todos los/as vendedores/as. Estos datos sin embargo permiten conocer el perfil demográfico de los/as vendedores/as de feria que formaron parte de la promoción virtual de las ferias de Jocotenango y la Virgen del Rosario de 2020.

Existe un amplio rango de edad entre los/as vendedores/as entrevistados/as. Las edades oscilan entre 26 y 64 años, como se muestra en Tabla número 4, siendo la media de 41 años. Respecto al estado civil de los/as participantes, tres de ellos/as son casados/as, cuatro de ellos/as son unidos/as, dos de ellas son solteras con hijos/as, y tres de ellos/as son viudos/as. Uno de los participantes, con 61 años de edad, no terminó la educación primaria. Seis de los/as participantes terminaron la primaria, quienes oscilan entre los 27 hasta los 64 años. Solamente uno de los participantes, con 35 años de edad, terminó básicos. Tres de los/as participantes terminaron el nivel diversificado, quienes oscilan entre los 26 y 39 años. La participante número 3 y el participante número 12 aseguraron haber culminado Perito Contador, y la participante número 5 mencionó haber culminado Secretariado Bilingüe con Especialización en Líneas Aéreas. Solamente una de las participantes estudia actualmente Bachillerato por Madurez. En promedio, en el caso de los vendedores hombres se muestra que llegan hasta primero básico, aproximadamente. Mientras que en el caso de las vendedoras llegan hasta

segundo básico, aproximadamente. Cabe resaltar que estos datos no muestran una aseveración general para los/as vendedores/as de ferias, ya que se necesitaría un número de participantes más significativo.

De los 12 participantes, solamente uno de ellos profesa la religión evangélica, los/as demás son católicos. Este dato coincide con lo mencionado por uno de los representantes de ACOFEGUA, quien afirmó que la mayoría de vendedores/as en las ferias profesaban la religión católica y que algunos/as son fieles seguidores/as de los patronos y patronas de cada pueblo y que por ello contribuyen con donativos monetarios a las diferentes actividades de las iglesias.

Todos los participantes residen en el departamento de Guatemala, pero dos de ellos viven fuera del Municipio de Guatemala. Una de las participantes que vive en el Municipio de Guatemala no quiso especificar en qué zona vivía. De los/as 9 participantes restantes que viven en el Municipio de Guatemala, cuatro de ellos/as viven en la zona 6, dos de ellos/as viven en la zona 7 y dos de ellos/as viven en la zona 1. Solamente uno de ellos vive en la zona 13.

La Tabla No 4, que se presenta a continuación, presenta algunos de los datos demográficos presentados anteriormente, así como información sobre las personas con quien comparten vivienda los/as participantes, comparado con el total de las personas que aportan para el gasto por vivienda. Cabe resaltar que dichos datos fueron recabados en marzo del año 2021, es decir que los/as vendedores/as aún se encontraban bajo las condiciones económicas provocadas por la pandemia del COVID-19.

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12
Sexo	M	M	F	M	F	F	F	F	F	F	F	M
Edad	64	35	26	61	39	29	47	55	30	45	27	38
Estado Civil	Viudo	Unido	Casada	Casado	Unida	Unida	Soltera c/ hijos	Viuda	Soltera c/ hijos	Viuda	Unida	Casado
Personas en la vivienda	3	6	25	8	5	8	5	3	10	16	5	6
Personas que aportan para el gasto	3	3	7	4	1	4	1	3	4	1	4	2

Tabla No. 4 - Información demográfica vendedores/as de comida de ferias (2021).

Como se puede observar en la tabla anterior, el rango de edad de los/as vendedores/as es muy amplio, esto indica que es una labor que se extiende hasta la 3ra edad, posiblemente debido a la falta de seguridad social y seguramente, hasta que otro miembro de la familia asuma la responsabilidad de llevar el negocio familiar y no perder el espacio que tienen en las ferias. Según los relatos de los entrevistados representantes de ACOFEGUA, muchos puestos de ventas son atendidos por la 4ta generación de las familias en ferias. Entre los participantes no se encuentra ningún menor de 25 años como tampoco ninguna persona soltera sin responsabilidades familiares. Este dato plantea dudas si las generaciones más jóvenes continuarán con esta tradición o si asumen la venta de comida ante la falta de otras oportunidades laborales, ya que como se ha explicado, los/as vendedores/as más jóvenes han logrado terminar la educación diversificada, a excepción de la participante número 11, con 27 años de edad, su último grado culminado fue 6to primaria. La mayoría de entrevistados tienen una pareja y cargas familiares y en tres de los doce casos son los únicos responsables del

sostenimiento del hogar. Solamente un hogar esta compuesto por la familia nuclear y los 11 restantes son de familias extendidas. En todos los hogares, menos en el de la participante número 5, la vivienda es compartida no solamente por el nucleo familiar, sino por varias generaciones, desde abuelos hasta nietos. En los hogares de familias extendidas se puede encontrar también viviendo a sobrinos/as, tíos/as, hermanos/as y suegros/as. Por ejemplo, la participante número 3, que es la que tiene mayor número de personas habitando en una sola casa, mencionó que la casa es bastante grande, por lo que varias personas habitan en la misma, todos/as familiares de ella, incluyendo niños/as y adultos/as mayores, es por esto que menos de la mitad de los que viven en dicha casa contribuyen económicamente a su sostenimiento. En el caso de la participante número 10, que es la que le sigue a la participante número 3 en cantidad total de personas que habitan en una misma casa, comentó que ella y sus hijos actualmente viven con su hermana, ya que a ella la operaron recientemente por lo que solamente su hermana contribuye con los gastos del hogar. Cabe resaltar que antes de que la operaran, ella tenía su puesto de venta de comida en las ferias y también algunas veces trabajaba en casas particulares preparando comida.

1. Inicio como vendedores/as en las ferias

Todos/as los/as participantes, excepto uno, empezaron su venta de comida en las ferias gracias a una conexión familiar, es decir que los puestos les fueron heredados por un familiar directo o que tienen su puesto por herencia de la familia de su cónyuge. Sin embargo, el único participante que no inició su venta por conexión familiar lleva 36 años atendiendo y coordinando los diferentes puestos que posee. Aquellos/as que tienen su puesto por herencia del o de la cónyuge, conocieron a su pareja trabajando en las ferias; algunos/as trabajaban para la familia de su actual conyuge o en un puesto de venta diferente.

Nueve de los doce de los/as participantes han heredado los puestos directamente de sus familiares y en la mayoría de los casos, las ventas están a cargo de la cuarta generación. Muchos/as de ellos/as empezaron desde una edad temprana a ayudar a sus padres, madres, abuelos y abuelas a vender, preparar las comidas y atender los puestos. Las recetas de los productos que preparan los/as vendedores/as han sido transmitidas de generación en generación. A continuación un breve relato sobre la transmisión de la receta de churros:

“Los primeros churreros vivían en la zona 3. Ellos les enseñaron a mis abuelos, luego mis abuelos tuvieron su venta propia. Mis abuelos les echaban solo agua, harina, sal y un poquito de azúcar para que esté al punto la levadura, como se hace el pan de manteca. Ahora se le echa un montón de cosas para que las personas sientan otro sabor. Antes los churros eran a centavo o a dos centavos, la bolsita solo con azúcar, no como ahora que le echan leche, chocolate, caramelo; eso ya lo pusimos extra para que la gente le sienta otro sabor”.
(Participante No.10)

Además de las recetas, el espacio físico donde se montan los puestos de venta también es heredado. ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de

Guatemala tienen registros con el nombre de cada vendedor/a y los espacios de los puestos de venta que poseen. Anteriormente las personas tenían varios puestos de venta en una sola feria, sin embargo, luego de que la Municipalidad de Guatemala empezara a intervenir en las ferias de la Ciudad de Guatemala, y a partir de la formación de ACOFEGUA, solamente se permite un puesto por persona en cada feria. Por lo que los/as vendedores van heredando sus puestos al familiar más cercano para no perder el espacio, si no tienen ningún familiar a quien heredar, regularmente se abocan a algún amigo/a cercano/a para heredárselo. Para poder heredar un puesto, se presenta una declaración jurada a la Municipalidad de Guatemala, para cambiar en el registro el nombre del propietario/a. Los gastos de los trámites para la declaración jurada y el asesoramiento del abogado deben ser cubiertos por los/as vendedores/as. Para los/as vendedores/as es muy importante no perder el espacio de venta, ya que el espacio es limitado y actualmente es muy difícil obtener un lugar, pues ya todos están ocupados, como se narra a continuación:

“Cuando mi mamá murió, para cambiar el nombre del puesto, primero acudimos a un licenciado para que nos hiciera una declaración jurada y luego designaron el puesto a una persona que no tuviera algún lugar en la feria, en este caso mi hermana. A mí no me lo podían dar porque ya tengo un puesto a mi nombre. Si no hubiera estado mi hermana, el puesto se hubiera perdido”. (Participante No. 8)

Según los relatos de los/as entrevistados/as, fuera de los límites demarcados por la Municipalidad de Guatemala para cada ferias se pueden observar vendedores/as ofreciendo productos similares a los que se venden dentro de la feria, probablemente por personas que no pudieron obtener un puesto, pero que tienen la necesidad de vender para obtener ingresos.

Si una familia decide ya no dedicarse a la venta de comida en las ferias o no tienen a quien heredar, los/as dueños/as del puesto pueden vender el espacio o conservarlo para alquiler. Un puesto de venta puede llegar a costar hasta Q15,000.00, por lo que para un vendedor/a es difícil comprar un espacio de trabajo en una feria tomando en cuenta que constantemente deben hacer inversiones de compra de insumos para las ventas. Según los representantes de ACOFEGUA y el representante de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala, es muy raro que exista algún espacio libre, y cuando esto sucede, tanto la Dirección de Comercio Popular como ACOFEGUA colaboran para investigar a los/as postulantes para el espacio de venta para ponderar quién tiene más necesidad económica y poder cederle el espacio. Además de tener el dinero para poder pagar el espacio a los/as dueños/as, los interesados en ingresar a vender en una feria deben tener toda la papelería requerida por la Municipalidad de Guatemala. Según los/as entrevistados/as esta situación empezó hace aproximadamente 15 años.

Según expresan los/as vendedores/as, en la Ciudad de Guatemala es donde más requisitos se exigen para tener un puesto o conservar un puesto de venta, como se indica en el siguiente relato.

“Antes solo era de irse a poner. Desde que aparecieron los Comités Únicos de Barrio y Alcaldías Auxiliares, empezaron con más requisitos, como tarjetas de salud y permisos de vecinos”. (Participante No. 2)

A pesar de que antes era más fácil vender en las ferias porque se solicitaban menos requisitos, dos entrevistados concuerdan que actualmente el ambiente en las ferias ha mejorado y eso ha atraído a más visitantes, lo cual ha redundado en un aumento en sus ventas.

2. Condiciones laborales de los/as vendedores/as de comida

a. Asociaciones de vendedores/as de ferias

Existen varias asociaciones de vendedores/as de ferias que fueron creadas específicamente con el fin de representar a los/as vendedores/as ante las autoridades (civiles y religiosas) y velar porque se respeten sus derechos así como promover el orden entre los/as miembros. Las diferencias entre las asociaciones se deben básicamente a la cantidad de asociados/as y los lugares donde operan. A continuación se presentan las cuatro asociaciones que fueron mencionadas por los entrevistados/as:

Esta investigación se enfocó únicamente en la Asociación de Comerciantes de Ferias de Guatemala (ACOFEGUA), por ser la asociación más antigua y más grande en cuanto a cantidad y variedad de miembros inscritos, así como su cobertura a nivel nacional. En dicha asociación no solamente se encuentran inscritos/as vendedores/as de comida, sino también aquellos/as que se dedican a juegos de azar y juegos mecánicos. Por estar más relacionada con esta investigación, se presentará una explicación más extensa de ACOFEGUA en la sección D.

Cuatro de los/as 12 entrevistados/as, además de pertenecer a ACOFEGUA, también forman parte de la organización Metro Iglesias. Los/as miembros de Metro Iglesias solamente cubren los eventos directamente relacionados con las iglesias de la Ciudad de Guatemala, que no necesariamente sean ferias patronales. Por ejemplo, los/as miembros de Metro Iglesias participan en la celebración del 12 de diciembre dedicada a la Virgen de Guadalupe, montando sus puestos alrededor del atrio del Santuario de Guadalupe. En el caso de la Feria de Jocotenango, una de las más grandes a nivel nacional, las ventas que se encuentran en la calle donde está situada la iglesia de Nuestra Señora de la Asunción pertenecen a miembros de Metro Iglesias mientras que las ventas que se encuentran sobre la avenida Simeón Cañas pertenecen a miembros de ACOFEGUA y del Comité Parque Iglesia (COPARI).

ACOFEGUA y Metro Iglesias son las asociaciones más mencionadas por los/as entrevistados/as. Los/as vendedores/as pueden pertenecer a una o varias asociaciones, dependiendo de sus espacios de venta. Otra de las asociaciones mencionadas fue el Comité Parque Iglesia (COPARI) que cubre a los/as vendedores/as de eventos en parques, iglesias y en algunas ferias. Por ejemplo, COPARI cubre las ventas que se ubican durante Semana Santa en el Parque Central de la Ciudad de Guatemala y también las actividades navideñas que se llevan a cabo en el mes de diciembre en el Mercado Central de la zona 1 y en el Parque Central. Además, los miembros de la Asociación de Panitos y Dulces Típicos de Comalapa (APANDULTIP) participan en eventos grandes en la Ciudad de Guatemala, como la Feria de Jocotenango y la Feria de la Virgen del Rosario; esta asociación representa a un grupo más reducido y específico

de vendedores/as que se dedican únicamente a vender dulces típicos y panes traídos de Comalapa, Chimaltenango.

b. Requisitos para poder laborar

Los/as vendedores/as que ya llevan varios años vendiendo en las ferias, ya saben aproximadamente en qué fechas empiezan la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala y ACOFEGUA, a dar información sobre la organización de cada feria, por lo que siempre están atentos/as sobre todo a las redes sociales de ACOFEGUA, en donde anuncian la información correspondiente. ACOFEGUA también tiene los datos de los/as vendedores/as para comunicarse con cada uno/a de ellos/as y darles la información correspondiente a cada feria. Regularmente se asigna una fecha específica para hacer una reunión con los miembros de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala y los/as representantes de ACOFEGUA, en la que se informa sobre todos los requisitos necesarios para poder aplicar a un puesto en alguna feria. Los/as representantes de ACOFEGUA se encargan de transmitir dicha información a todos/as los/as asociados/as. Algunos de los requisitos solicitados por la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala y ACOFEGUA son: DPI original y copia, boleto de ornato, recibos de pago de los puestos que han ocupado en años anteriores, el pago por metraje del año en que se lleva a cabo la feria, tarjeta de salud, tarjeta de pulmones y tarjeta de manipulación de alimentos al día, pago realizado a la Empresa Eléctrica de Guatemala (EEGSA) para que les sea asignado un contador, y pago de recolección de basura. Las tarjetas de salud, pulmones y manipulación de alimentos deben ser renovadas cada 6 meses.

Según los/as vendedores/as, desde la creación de la Unidad de Modernización Económica Popular en 2008 hasta 2018, durante el periodo del alcalde Alvaro Arzú, la tarifa por metro cuadrado de espacio de venta era de 10 a 12 quetzales. Al asumir el alcalde Ricardo Quiñonez, en 2019, la tarifa bajó a 7 quetzales el metro cuadrado. Según los/as vendedores/as, el costo del metraje varía según la feria, siendo la de Jocotenango la cuota más cara. Los/as vendedores/as que más pagan por puesto de venta son los dueños/as de los juegos mecánicos, que pueden llegar a pagar hasta Q10,000.00 por el total del metraje del puesto.

El pago de la energía eléctrica que se hace a la Empresa Eléctrica de Guatemala (EEGSA) depende del tamaño del puesto y de la cantidad de focos que se utilicen. En el caso de limpieza y extracción de basura, el pago oscila entre Q800.00 a Q1,000.00, en conjunto por todos/as los/as vendedores/as. Cada vendedor/a hace un aporte de Q1,000 a ACOFEGUA; parte de este dinero sirve para la compra de pintura, ya sea roja o blanca, para repintar el bordillo de la acera donde ubicaron los puestos de venta, ya que según los/as vendedores/as se desgasta mucho la pintura debido al roce de la estructura del puesto y a que constantemente se limpian los restos de comida que caen para evitar que haya moscas. Dicho aporte también sirve para mantener la oficina de ACOFEGUA: pago de alquiler de local y servicios básicos, secretaria y papelería. Así mismo, luego de que termina la feria, en algunos casos la municipalidad presta el servicio de un camión con agua para limpiar los lugares donde se ubicaron las ventas, de lo contrario cada participante debe limpiar o pagarle a alguien para que limpie el pedazo que le corresponde. Según una participante, entre los gastos de papelería,

requisitos e inversión de materiales y alimentos necesarios para montar un puesto de comida en la Feria de Jocotenango, los/as vendedores/as pueden llegar a gastar aproximadamente Q15,000.00.

Los/as vendedores/as, con el apoyo de ACOFEGUA, también deben pedir permiso a los/as vecinos/as para poder ubicar los puestos de venta frente a sus casas. Este permiso se otorga por medio de una carta donde los vecinos especifican los detalles de las cuadras donde se ubican los puestos, por ejemplo, los números de las casas, la pintura, las señales de tránsito, el estado del asfalto, entre otras cosas, para asegurarse de que cuando termine la feria todo quede como antes, sin ningún daño. Si algún/a vecino/a se niega a dar el permiso, se deja el espacio de su casa vacío y se continúa con el siguiente espacio, sin embargo, esto repercute en todos/as los/as vendedores/as ya que se reduce el tamaño de todos los puestos para que quepan todo/as aquellos/as inscritos en las ventas. Después de obtener el permiso de los vecinos, los/as vendedores/as deben acudir a la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala para que les sea asignado un espacio; por ejemplo, para la Feria de Jocotenango, se asignan espacios para los/as vendedores/as frente a la iglesia Nuestra Señora de la Asunción sobre la 7a avenida de la zona 2.

Para poder conservar su puesto, año con año, los/as vendedores/as también deben seguir otras reglas y evitar ser sancionados por la Municipalidad de Guatemala. Entre las reglas a seguir se encuentra tener las tarjetas de salud, pulmones y manipulación de alimentos enmarcadas en un lugar visible del puesto de venta. Además, los/as vendedores/as deben respetar los horarios de apertura y cierre asignados por la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala. Al terminar el horario de la feria, los puestos se cierran por completo, nadie debe salir del área de la feria y si alguien necesita salir, antes debe notificar a los representantes de ACOFEGUA; de esta manera evitan que personas ajenas a la feria entren cuando todo ya esté cerrado y que pueda suceder algún incidente. Si llegara a darse algún incidente, los representantes de ACOFEGUA se comunican con las autoridades para solicitar apoyo. Durante la noche tampoco se permite que tengan aparatos encendidos con alto volumen, como televisión y radios. Estas medidas después de la hora de cierre se dan sobre todo para respetar el tiempo de descanso de todos/as los/as vendedores/as, pues la mayoría de vendedores/as se quedan a dormir en sus puestos para cuidar sus pertenencias. También está prohibido tener niños/as en los puestos cuando están abiertos para evitar denuncias de explotación infantil. Si los/as vendedores/as necesitan tener a sus hijos/as en los puestos, deben solicitar un permiso especial a la Municipalidad de Guatemala. También está prohibida la venta de bebidas alcohólicas dentro de la feria, ya que la feria es considerada un espacio familiar.

A pesar de que se contratan personas para que barran las áreas comunes y saquen la basura de los botes, cada vendedor/a debe barrer y mantener limpia su área, así también debe colocar un bote de basura en su puesto. Los residuos y agua sucia no pueden tirarse en los tragantes, sino que deben ser tirados en un espacio especial asignado por la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala. Los/as vendedores/as deben estar uniformados/as y con gabacha según su puesto de venta, así también deben tener redcilla en el pelo y no tener las uñas largas. Cada puesto de venta puede elegir el estilo y colores de su uniforme. El uniforme ayuda a los supervisores de la Dirección de Comercio Popular de la

Municipalidad de Guatemala a identificar y sancionar a la persona o el puesto correcto si sucede algún incidente. Por ejemplo, en el puesto de la participante número 6 el uniforme consiste en: pantalón de lona, camisa tipo polo blanca y gabacha roja. Para evitar quemaduras o golpes, los/vendedores/as tienen prohibido utilizar zapatos abiertos en los puestos de venta.

Todos los puestos de venta deben tener la misma altura y los plásticos de la cubierta deben ser del color asignado, también deben tener a la vista una lista de los productos que ofrecen con sus respectivos precios para que los consumidores tengan claro cuánto deben pagar y puedan decidir fácilmente si comprarán o no. La Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED) también supervisa que las estructuras de los puestos y la armazón de los juegos sean seguros, estén bien atornillados y pintados. En cada puesto siempre debe haber por lo menos dos personas atendiendo. También por seguridad de los/as vendedores/as y de los/as consumidores/as, cada puesto debe tener un extinguidor y un botiquín de primeros auxilios. Todas las ferias de la Ciudad de Guatemala cuentan con un área designada por la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala con unos baños portátiles para uso exclusivo de los/as vendedores/as y otros para uso de los/as visitantes; el número de baño portátiles se calcula según el número de vendedores y la cantidad esperada de visitantes. La existencia de baños portátiles es un requisito relativamente reciente, ya que anteriormente los/as vendedores/as alquilaban baños en mercados o casas cercanas al lugar de la feria.

El entrevistado número 1 afirmó que si los/as vendedores/as no cumplen con las reglas, se les llama la atención tres veces y si aún así siguen sin cumplir las reglas, se les quita el derecho de vender un fin de semana de la misma feria o de la siguiente feria, o en el caso de los/as miembros de Metro Iglesias, se les quita el derecho de vender por un tiempo determinado. De los/as 12 entrevistados/as, solo una participante opinó que sería mejor que no existieran las reglas impuestas por la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala y ACOFEGUA, ya que el pago es alto y constantemente les están regañando. Ella asegura que si los/las vendedores/as se quejan de algo, las autoridades amenazan con quitarles el puesto. Sin embargo, la mayoría de los/las participantes aseguraron que la intervención de la Municipalidad de Guatemala, a través de la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala y de ACOFEGUA, mejoró el orden y respeto en las ferias. El orden general que se observa en las ferias ha provocado que más personas visiten las mismas, ya que tanto la Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala, como ACOFEGUA, tratan de resaltar y trabajar constantemente en aspectos como la seguridad y las medidas sanitarias necesarias, sobre todo con el tema de la comida. Es por ello que a los/as vendedores/as constantemente se les solicita sus tarjetas de salud, de pulmones y de manipulación de alimentos.

3. Ruta de trabajo de los/as vendedores/as de comida

Todos/as los/as participantes tienen en común que año con año ponen su venta en la Feria de Jocotenango, mientras que solamente cinco de ellos/as mencionaron que además de la Feria de Jocotenango también participan en la Feria de Santo Domingo en octubre. Sin embargo, las rutas de trabajo de los/as entrevistados/as son muy diferentes pues participan en diferentes ferias de la Ciudad de Guatemala y de otras áreas del país.

La ruta de trabajo anual de cada vendedor/a depende de varios aspectos: el calendario anual de las fiestas religiosas, la asociación a la que pertenece cada vendedor/a, y los espacios de venta heredados por bisabuelos/as, abuelos/as, padres y madres; como ya se explicó anteriormente, pocos puestos son comprados.

Los/as vendedores/as que pertenecen a ACOFEGUA mencionaron que participan tanto en ferias de la Ciudad de Guatemala como del interior del país. Algunos de ellos también mencionaron que participan en ferias privadas, no necesariamente religiosas, que son organizadas por los/as mismos/as vendedores/as, como por ejemplo, ferias dedicadas a la independencia. Principalmente en el interior del país, los/as vendedores/as alquilan un predio y montan sus puestos de venta en el terreno durante unos días. Esta actividad se realiza sin mayor intervención por parte de las autoridades municipales debido a que se realizan en terrenos privados.

Los/as vendedores/as que pertenecen a la asociación Metro Iglesias venden sus productos en los atrios y parques de las iglesias de la Ciudad de Guatemala, sobre todo en las iglesias del Centro Histórico. Los/as pertenecientes a esta asociación atienden eventos en honor a la celebración de algún/a patron/a al igual que los miembros de ACOFEGUA, sin embargo, los/as vendedores/as de Metro Iglesias se ubican en las áreas más cercanas a las iglesias, como se comentó en el caso de la Feria de Jocotenango, comentada anteriormente. La actividad de estos/as vendedores/as está relacionada directamente con actividades religiosas, no necesariamente relacionadas con fiestas patronales, pero pueden estar relacionadas con misas, Horas Santas, visita del Santísimo, hora del Rosario y otras actividades. La mayoría de estos/as asociados/as se ubican cada día de la semana en una iglesia específica, según las actividades de cada iglesia; esto les permite trabajar la mayoría de los días de la semana. También asisten a los eventos anuales más grandes de la ciudad, como la Feria de Jocotenango en agosto, el rezado de la Virgen del Rosario en octubre y la celebración de la Virgen de Guadalupe en diciembre.

Algunos/as de los/as participantes también mencionaron que cuando alguien los/as contrata para un evento privado, los miembros de sus familias se distribuyen para atender tanto el evento como los días regulares de ventas. Otros/as participantes que forman parte de familias extensas pueden atender dos ferias al mismo tiempo, como es el caso de la entrevistada número 3 cuya familia posee tanto puestos de comida como de juegos mecánicos, por lo que se dividen y ofrecen varios servicios al mismo tiempo en una misma feria. Según ella, regularmente los hombres son los que se encargan de atender los juegos mecánicos, mientras que las mujeres atienden los puestos de comida, no solo debido al esfuerzo físico que se requiere para cargar las piezas de los juegos sino también para dirigir a los trabajadores que los apoyan; *“los hombres tienen más carácter para dirigir”* fueron sus palabras. Algunas de las entrevistadas también tienen trabajos regulares en casas particulares como cocineras, otros/as poseen puestos de comida fijos, ya sea dentro o fuera de mercados situados en la zona 1 de la Ciudad Capital.

Cabe resaltar que la venta de comida, tanto en ferias como en otros eventos, representa para la mayoría de participantes un aporte importante al ingreso familiar, por lo que los/as vendedores/as, junto con sus familias, buscan tantos espacios de venta como puedan cubrir. De

esta manera la venta de comida se convierte en un trabajo de dedicación completa, como puede apreciarse en el siguiente relato.

“A inicio de año trabajamos el 6 de enero en el Guarda Viejo, en la zona 8. Después viene la cuaresma, trabajamos los fines de semana de cuaresma y los ocho días de Semana Santa. A principios de julio empezamos a trabajar en la Feria del Cerrito del Carmen. Luego la feria de la zona 3, del día de Santa Marta. Después a la Feria del Hipódromo. Luego el 15 de septiembre en el Parque Central. En octubre, la Feria de la Virgen del Rosario. El 1 de noviembre en el Cementerio General. Luego nos quedamos trabajando los domingos en el Parque Central”. (Participante No. 5)

Ella resalta que prefiere trabajar únicamente en ferias del municipio de Guatemala, ya que pagar flete (transporte) para otros lugares es muy costoso.

B. Estrategias para afrontar situaciones imprevistas (antes del COVID-19)

De los/as 12 entrevistados/as, cinco de ellos/as no tuvieron antes del COVID-19 ninguna situación imprevista que hubiera interferido con la apertura de su negocio en los horarios establecidos. Dos de las participantes mencionaron que las situaciones imprevistas que han tenido han sido solo quemaduras leves con la estufa, y en ambos casos fue de sus hijas. Cabe señalar que para evitar estos incidentes está prohibido que permanezcan niños/as en las ventas, según reglamentos de la Dirección de Comercio Popular. Sin embargo, la participante número 5 mencionó que por seguridad prefiere llevarse a sus hijos/as con ella al puesto de venta y no dejarlos solos/as en casa. En el caso de la participante número 3, que su hija se quemó con una olla de cocimiento lento, por no haber sido una quemadura tan grave, le aplicaron mayonesa en casa; lo cual es una medida muy utilizada por los/as vendedores/as en vez de ir a una farmacia o al hospital. La participante número 8, quien tuvo una quemadura en la mano con la estufa, mencionó que la encargada de su asociación siempre les ha pedido una contribución monetaria para tener un botiquín de uso común, pero el día que su hija se quemó, la encargada le respondió que no había botiquín y que la culpa había sido de ellas. Por esta razón, ella como vendedora tuvo que dejar su puesto abierto y sin nadie cuidándolo mientras llevaba a su hija a una farmacia, en donde le aplicaron una pomada. Según su relato, durante el tiempo que dejó solo el puesto, no le robaron, pero sí perdieron clientes. Según recuerdo, esta participante al abandonar su puesto sin ninguna atención se arriesgó a recibir una sanción (esto lo podrías agregar si fuera cierto)

Otras situaciones imprevistas que los/as vendedores/as han tenido que superar son la muerte de algún familiar, accidentes fuera de la feria, embarazos de alto riesgo y enfermedades. Las familias tratan de resolver este tipo de situaciones para no cerrar sus puestos de venta y así evitar pérdidas económicas, por ejemplo, le piden a algún familiar que se haga cargo de la venta o contratan trabajadores/as. Solamente dos de los/as 12 participantes mencionaron que cuando deben salir o tienen alguna emergencia que no les permita abrir su puesto, dejan trabajadores/as o muchachos/as de su confianza para que se hagan cargo del negocio. Una de las participantes mencionó que durante el tiempo que estuvo en recuperación de su accidente, fue su esposo

quien atendió el puesto, sin embargo mencionó que la venta se vio perjudicada porque los/as clientes no lo conocían. Esto implica que se establece cierta relación entre los/as vendedores/as y sus clientes, y que los clientes/asistentes a las ferias no compran al azar sino en puestos de comida ya conocidos.

La mayoría de participantes mencionó que es difícil que un/a familiar pueda cubrir el puesto en su ausencia, ya que la mayoría también debe atender sus propios puestos en las mismas ferias, así mismo es difícil dejar encargado a alguien desconocido ante el riesgo de que no entreguen la totalidad de los ingresos. Todos/as los/as participantes mencionaron que existe poca comprensión de parte de la Dirección de Comercio Popular y de las asociaciones en general, respecto a las situaciones imprevistas que puedan surgir, pues no hacen mayor esfuerzo por no perjudicarlos/as como vendedores/as. Si un puesto de venta no abre por algunas horas o días, recibe una sanción monetaria o la prohibición de venta durante algunos días en la siguiente feria lo cual se suma a la pérdida económica por falta de venta y pérdida de la inversión hecha en comida. A continuación se presenta el relato del entrevistado número 2, quien al inicio de una Semana Santa le dieron la noticia que su hermano había fallecido.

“Fue exactamente para un Domingo de Ramos. ¿Se puede imaginar?, Nosotros ya estábamos preparados, con todo montado, ya los lugares pagados, los permisos y una inversión fuerte porque ya habíamos comprado todo: harina, todo lo que nosotros usamos en la venta. Incluso al ver algo bonito, algo innovador... compramos planta genérica, cambiamos generadores, nos quedamos sin ni un centavo. No nos imaginamos que ese día, el mero Domingo de Ramos, fallecería mi hermano. Entonces nos quedamos en shock. Por puro compromiso ya solo trabajamos los últimos dos días, que fue Jueves Santo y Viernes Santo, y el Domingo de Ramos, que fue el último día, se guardó todo. Todo fue duro sentimentalmente, y económicamente una pérdida muy fuerte. Y deudas, porque después vienen las deudas”.

Otras situaciones imprevistas que se pueden presentar durante las ferias son los robos y extorsiones. Ocho de los/as 12 participantes mencionaron que por lo menos una vez han sufrido estas situaciones; cinco de ellos/as sufrieron extorsiones y tres de ellos/as robos. Las extorsiones se han afrontado de cuatro maneras:

- Pagar la extorsión y dar aviso a las autoridades. La situación más severa fue una extorsión de Q25,000.00, que el participante pagó con ahorros y las ganancias de la Feria de Jocotenango, la cual él describe como una bendición por la cantidad de comida que se vende y por ende, las ganancias que deja. El participante mencionó que alertó a las autoridades y a los representantes de ACOFEGUA, ya que no era el único que estaba siendo extorsionado. Sin embargo, tuvo que pagar lo solicitado por miedo a que a él y a su hija les pasara algo. Meses después la policía logró capturar a los extorsionistas, uno de los cuales era su sobrino, sin embargo nunca pudo recuperar el dinero.
- Cerrar el puesto de venta sin alertar a las autoridades. Dos participantes refirieron que cuando han sido extorsionados no han cedido a las amenazas y han preferido levantar los puestos para no poner en riesgo sus vidas. Uno de los participantes comentó la

situación con los representantes de ACOFEGUA. Tenía la opción de poner una denuncia en el Ministerio Público, sin embargo, prefirió no hacerlo ya que le dio miedo proporcionar sus datos personales creyendo posible que las amenazas llegaran directamente a su casa. Mientras que la otra participante solamente comentó la situación a nivel familia, para evitar hacer más grande la situación.

- Negociar el monto de la extorsión sin alertar a las autoridades. Un participante mencionó que ha sido extorsionado varias veces, pero que negocia y entrega menos dinero de lo solicitado, por ejemplo, cuando le han pedido Q1,000.00, él les ha dado Q100.00, ya que las ferias duran solo algunos días y después no vuelve a saber de los extorsionistas. Considera que se pierde más tiempo avisando a las autoridades municipales y a las asociaciones, por lo que prefiere resolver la situación por su cuenta.
- Dialogar con los extorsionistas sin alertar a las autoridades. una participante considera que en las ferias siempre hay “mareritos”, refiriéndose a niños o jóvenes que se dedican a la extorsión o el robo, pero que después de la extorsión pasan algunos días y se les olvida. Ella explica a los extorsionistas que ellos/as como vendedores/as de comida están trabajando y que no les pueden dar dinero, pero les sirven un plato de comida para no enojarlos. Ella opina que la policía nunca hace nada al respecto y por lo mismo no acude a ellos en situaciones como estas. Sin embargo, algunas veces los representantes de ACOFEGUA tratan de llegar a un acuerdo con los extorsionistas por medio del diálogo, explicándoles que ellos/as solamente están trabajando y ofreciéndoles un plato de comida o una cantidad menor a la que piden.

A diferencia de las extorsiones, los robos en los puestos de venta no son tan comunes, según expresaron los entrevistados, pues para evitarlos en las noches siempre se queda una persona en cada puesto para cuidarlos. Solamente tres de los doce participantes describieron un caso de robo en la feria.

- Una de las participantes, perteneciente a Metro Iglesias, lleva varios años trabajando todos los sábados frente a la Iglesia Recolectión, ubicada en el Centro Histórico. El sacerdote le da permiso para guardar los enseres de su venta en una caseta. Hace algunos años en la noche se entraron por arriba de la caseta y le robaron muchos objetos de su venta: sillas, mesas, producto comestible, cilindros de gas, entre otras cosas. En este caso ella no hizo nada, ya que no había nadie que se hiciera responsable, pues la caseta se encontraba ubicada en la calle. Sin embargo, ella menciona que dentro de las ferias como tal es muy raro que sucedan robos, ya que constantemente está rondando personal de la policía municipal y de la policía nacional.
- Otra participante sufrió un robo durante una de las actividades religiosas en el Parque Central y al igual que la participante anterior, el suceso fue durante la noche. Le robaron cilindros de gas, gabachas, una bolsa con documentos importantes y las tarjetas de salud del puesto. Al comentar la situación con los representantes de ACOFEGUA, la apoyaron proporcionándole copias de las tarjetas de salud que le habían robado, pero no pudieron hacer nada respecto a las pérdidas que había sufrido.

- La última participante describió un robo que sufrió su hermana durante la Feria de Santo Domingo. El puesto era pequeño, por lo que tenían algunos bancos para que los/as clientes/as se sentaran mientras consumían. Al igual que en los otros dos casos, el robo se dio durante la noche y solamente se llevaron los bancos. Ella cree que fue cometido por alguno de los/as vendedores/as que se ubican alrededor de ella, sin embargo prefirió no acudir a las autoridades para no tener más problemas, ya que ella considera que en vez de hacer algo al respecto, culpan a los/as vendedores/as.

Adicional al cuidado de cada vendedor de su puesto de venta, los representantes de ACOFEGUA regularmente piden apoyo de la comisaría de la Policía Nacional Civil que se encuentre más cercana a la feria; como resultado, durante el día policías realizan rondas dentro la feria y en la noche, una patrulla realiza rondas alrededor de la feria y las calles cercanas para evitar situaciones como las anteriormente mencionadas. Sin embargo, los/as vendedores/as afirman que la presencia de la policía no ahuyenta totalmente a los delincuentes. Por otra parte, las experiencias de los/as vendedores/as muestran que son vulnerables a robos y extorsiones, situaciones que prefieren resolver por su cuenta debido a la falta de confianza en las autoridades y falta de mecanismos colectivos que les ayuden a superar este tipo de problemas y otros, como accidentes, enfermedades o muertes que les causan pérdidas económicas.

C. Estrategias para afrontar los efectos económicos del COVID-19

Para los/las vendedores/as de feria a nivel nacional, y para los/as vendedores/as informales en general, afrontar la pandemia del COVID-19 fue un reto nuevo y difícil de superar. Durante la presente investigación, cada vendedor/a compartió su experiencia personal desde el inicio de la pandemia y el periodo de confinamiento y cierre del país. Los/as participantes utilizaron diferentes estrategias para sobrellevar el confinamiento, dependiendo de sus características familiares, demográficas y laborales antes mencionadas. El día que se anunció el arribo a Guatemala de la primera persona contagiada de coronavirus, los/as vendedores/as estaban trabajando en diferentes ferias o iglesias, según su ruta de venta y estaban dispersos por el país: San José Pinula, Mixco, Coatepeque, Izabal y la Ciudad de Guatemala, entre otros. Quienes estaban trabajando en ferias de la Ciudad de Guatemala ya habían dado la cuota correspondiente a la Municipalidad de Guatemala, así como a la Empresa Eléctrica. Estas inversiones se perdieron, ya que en la mayoría de los casos las ferias acababan de iniciar. Un participante relató que al momento de iniciar la pandemia, el día que el Presidente Alejandro Giamattei dio la orden para cerrar las actividades del país, en la feria de San José Pinula, la Empresa Eléctrica cortó el servicio que ya estaba pagado y la Policía Nacional Civil desalojó a los/as vendedores/as inmediatamente, sin darles ninguna oportunidad de pensar qué hacer con sus ventas. En otros casos, las municipalidades dieron permiso a los/as vendedores/as para que ocuparan el lugar de la feria por unos días, pero al pasar el tiempo fueron desalojados/as.

Al inicio de la pandemia, algunos/as vendedores/as pensaron que sería una situación que se resolvería en semanas o un par de meses como máximo; sin embargo al conocer la

situación de otros países comenzaron a sentir temor de que no se vislumbrara una solución a corto tiempo. La pandemia inició en Guatemala a finales de la cuaresma, por lo que solo una de los/as doce participantes no había invertido su dinero en la compra de los materiales necesarios para atender las ventas de Semana Santa, y en ese momento solo tenía lista la papelería y tarjetas de salud requeridas. Una parte de la inversión en alimentos que ya habían hecho los/as vendedores/as fue utilizada para sobrevivir durante el tiempo de confinamiento, otra parte la regalaron y otra pequeña parte se arruinó.

“Nosotros estábamos trabajando cuaresma. Nos llegó la noticia a las 10:00 am que había ingresado la primera persona con COVID-19, pero dijo el Presidente que no cerraría nada, [que] todo seguiría normal. Yo le dije a mi esposo -Trabajemos-, fuimos a comprar lo que necesitábamos, todo lo que teníamos era para invertir. Nos quedamos con la inversión porque a las 5:30 pm indicaron que cerrarían el país. Me quedé con todo el producto, pasamos un mes comiendo carne”. (Participante No. 5)

Algunos vendedores/as usaron su creatividad para hacer diferentes comidas en casa con el material adquirido, que en su mayoría era harina, por ejemplo: pan, pizza, pastelitos de carne o tortillas de harina. Dicha comida fue consumida solamente por miembros de la familia ya que fue durante el tiempo de confinamiento y toque de queda, por lo que los/as vendedores/as no podían salir a vender. Sin embargo, otros productos menos duraderos como plátanos, no lograron consumirlos a tiempo y se pudrieron, perdiendo parte de la inversión. A pesar de que al principio del confinamiento muchos/as vendedores/as tenían comida en abundancia para alimentar a sus familias, poco a poco se les fueron terminando otros recursos, como el gas y el azúcar, entre otros insumos. Su principal problema fue que todo su dinero lo habían invertido en productos para la feria, sin poder recuperar o ganar nada. Una de las participantes mencionó que debido a las inversiones que hicieron durante la cuaresma, y que nunca pudo recuperar, quedó con una deuda aproximada de Q30,000.00.

Además del consumo familiar de los insumos comestibles, todos/as los/as participantes idearon planes para obtener ingresos, subsistir el resto de la pandemia y pagar servicios básicos que tenían pendientes, por ejemplo, agua, electricidad y vivienda. Todos/as los/as participantes continuaron vendiendo comida de una u otra manera, ya fuera preparada o frutas y verduras. Algunos/as ofreciendo el producto por internet y redes sociales, otros/as se distribuyeron en familia las zonas aledañas y salieron a vender a pie o en carro, y otros/as pusieron una venta de comida frente a sus casas. Aparte de preparar comida característica de las ferias, algunos/as participantes mencionaron que también vendieron verdura y fruta,. A pesar de que los/las participantes continuaron vendiendo comida, manifestaron que la venta se hizo más difícil ya que las personas tenían miedo de contagiarse, menos personas circulaban por la calle y preferían no consumir comida fuera de casa.

Según los relatos de los/as entrevistados, la principal fuente de ingresos de los/as vendedores/as durante el confinamiento fue la venta de comida, que algunos tuvieron que complementar con ahorros; un medio no suficientemente sustentable para mantener a sus familias. Por eso debieron recurrir a otras estrategias, como las siguientes:

- La venta de bienes. Para subsistir, un participante vendió algunos televisores que utilizaba para adornar su puesto en las ferias y entretener a la clientela, y cámaras de enfriamiento que utilizaba para preservar los alimentos. Otra participante optó por vender su automóvil..
- Realizar cualquier tipo de trabajo. Un participante comentó que empezó a hacer cualquier trabajo que pudiera conseguir, entre ellos impermeabilizar terrazas y paredes, acarrear materiales de construcción, entre otros trabajos que nunca había realizado.
- Más miembros de la familia comenzaron a generar ingresos. Otras dos participantes mencionaron que sus hijos tuvieron que empezar a trabajar como “*tuctuqueros*”, como se les llama a los que conducen motocicletas modificadas como transporte público para llevar hasta tres pasajeros. Muchos/as de los/as participantes mencionaron que casi todos/as los/as que vivían en sus hogares salieron a trabajar de una u otra cosa, aun cuando antes no lo hacían.

En el caso de los hogares en donde todos/as los/as miembros de la familia tuvieron que trabajar, se hace referencia a personas adolescentes y adultos/as mayores. Por ejemplo, una de las entrevistadas mencionó que su mamá antes de la pandemia ya no trabajaba en la venta de comida, sino que se quedaba en casa descansando. Sin embargo, con el inicio de la pandemia, y al percatarse de que el dinero no les alcanzaba, su mamá también tuvo que salir a vender comida caminando por las calles.

1. Apoyo recibido durante la pandemia del COVID-19

Solamente dos de los/as participantes recibieron ayuda de parte de algún familiar o amigo. Muchos/as atribuyeron esta falta de ayuda de parte de familia a que todo/as tenían sus propias necesidades que cubrir. Algunos participantes recibieron ayuda por otros medios:

- Bolsas de víveres de parte del Ministerio de Educación, ya que sus hijos/as y sobrinos/as todavía van a la escuela. Esta bolsa de víveres contiene alimentos por un valor igual al de la refacción escolar. Es decir, que contiene alimentos destinados al estudiante beneficiado, sin embargo, fueron recursos utilizados por toda la familia. Esta ayuda solamente la recibió una participante y su familia.
- El comité de vecinos de Jocotenango, en coordinación con la Municipalidad de Guatemala, reunió algunos víveres para entregar a las familias de los/as vendedores/as que año con año llegan a vender a la feria. Cada asociación era responsable de hacer llegar las cajas con víveres a sus asociados/as. Sin embargo, tres entrevistadas hicieron la denuncia de que la encargada de una de las asociaciones les cobró Q20.00 quetzales a cada asociado/a para poder entregarles la caja de víveres que habían sido donados. Según los relatos de las vendedoras, nunca se les dio una explicación de porqué se les estaba cobrando los Q20.00, solamente les decían que tenían que pagar para dejarselas.
- Dos de los participantes miembros de ACOFEGUA mencionaron que dicha asociación sí apoyo a los/as vendedores/as con cajas de víveres, pero que se centraron sobre todo

en aquellos que se habían quedado varados en los predios al iniciar la pandemia y en los asociados de la capital, pues era muy difícil hacer llegar las cajas al interior del país.

- De los/as 12 participantes entrevistados/as, solamente tres de ellos/as recibieron una ayuda económica de parte de la Municipalidad de Guatemala, que era exclusivamente para los/as vendedores/as informales. Esta iniciativa fue promovida por el Gobierno de Guatemala, y canalizada a través de las diferentes municipalidades. Según sus relatos, esta ayuda fue entregada a quienes estaban registrados en las municipalidades como vendedores/as informales y estaban al día con todos los pagos de las ferias anteriores. A pesar de que la mayoría de los/as entrevistados/as dicen que sí cumplían con los requisitos para recibir la ayuda monetaria, y sí se encontraban inscritos como vendedores/as informales en los registros de la Municipalidad de Guatemala, solamente una mínima parte recibió esta ayuda.
- Con respecto a la ayuda del Bono Familia, anteriormente explicada, algunos/as de los/as participantes mencionaron que no solicitaron esa ayuda porque ya habían solicitado la ayuda especial para vendedores informales de la Municipalidad de Guatemala, por lo cual no podían aplicar a otra ayuda financiera. Solamente una de los/as participantes recibió dinero del Bono Familia, por medio del dueño de la casa que alquila. Un problema derivado de esto, es que varios de los/as vendedores/as no obtuvieron la ayuda de la Municipalidad y tampoco el Bono Familia, el cual no solicitaron porque estaban seguros de cumplir con todos los requisitos para obtener la ayuda económica destinada a vendedores/as informales. Por otra parte, los/as vendedores/as informales no podían aplicar al Bono Familia, pues dicho solamente era destinado para personas que no estuvieran inscritas o con posibilidad de inscribirse a otro programa.

Dos participantes, no solicitaron ni recibieron ninguna ayuda por, considerar que tenían lo suficiente para subsistir y que era mejor que esa ayuda la recibiera alguien más necesitado/as. Por ejemplo, el participante número 12 mencionó que más que recibir, estuvieron apoyando con la donación de víveres a otras familias que lo necesitaban más que ellos.

Cabe resaltar que entre los/as vendedores/as hubo mucha confusión respecto de la posible ayuda que recibirían, tanto así que quienes recibieron ayuda no saben si esta provino de la Municipalidad de Guatemala o del gobierno central. Algunos/as de los/as participantes afirmaron que ACOFEGUA y otras asociaciones, estuvieron comunicándose con los/as vendedores/as para invitarlos a que solicitaran la ayuda que ofrecía la Municipalidad de Guatemala. Sin embargo, solamente 6 de los/as 12 participantes recibieron alguna ayuda de la Municipalidad o del Gobierno. Los representantes de ACOFEGUA calcularon que de sus asociados/as solamente un 5 % recibió alguna ayuda de ese tipo.

Para muchos/as participantes, el folleto virtual creado por la Municipalidad de Guatemala, a través de la Dirección de Comercio Popular, fue una gran ayuda. De los/as 12 participantes, solamente 2 no participaron ofreciendo sus productos en los folletos virtuales. Uno de ellos indicó que sí inscribió su puesto de venta en los folletos, pero le cedió su lugar a un amigo pues le indicaron que era riesgoso para su salud por el COVID-19, ya que tendría que exponerse a tener contacto con otras personas cuando entregara los pedidos. El otro

participante indicó que no participó ya que les solicitaban tener un medio de transporte para repartir los alimentos que los/as clientes pidieran y para él eso significaba meterse a más deudas para pagar una motocicleta. Los/as demás entrevistados/as participaron en uno o ambos folletos, es decir, en el folleto de venta de la Feria de Jocotenango o en el de la Feria de la Virgen del Rosario. Todos/as los/as participantes fueron contactados por representantes de la Dirección del Comercio Popular o por alguna/a representante de las asociaciones para informarles la disponibilidad de los folletos y poder apoyarlos/as en las ventas virtuales. La participación en el folleto era gratuita y el único requisito era tener vigentes las tarjetas de salud, de pulmones y de manipulación de alimentos y haber participado anteriormente en alguna de las dos ferias. Hubo algunos casos, como el de la participante número 8 que no tenía vigentes las tarjeta de salud y no tenía dinero para renovarla, por lo que llegó a un acuerdo con la Dirección de Comercio Popular para que la dejaran trabajar. Para participar en los folletos virtuales, cada vendedor debía dar los siguientes datos: nombre del puesto de venta, la lista de los productos con sus precios, el/los números de teléfono celular para que las personas pudieran contactarlos/as y un medio de transporte (bicicleta, motocicleta o carro) para llevar los productos. Una de las participantes mencionó que su hijo la ayudó llevando en bicicleta los pedidos a zonas cercanas a su vivienda. Otro requisito, según una participante, era mantener el área de trabajo (la cocina de cada uno/a) limpia y ordenada, tomando todas las medidas de bioseguridad, incluso al momento de entregar la comida, es decir con careta, mascarilla y guantes, así como realizar constante lavado de manos y uso de alcohol en gel porque en cualquier momento podía presentarse a su casa algún representante de la Municipalidad de Guatemala para verificar la limpieza. Nunca la visitaron.

La entrega de comida a domicilio supuso algunos retos, como encontrar la dirección de los clientes, tratar de empacar bien la comida (sin derrames y que no se aplastara), y que llegara caliente. La mayoría de los/as participantes contaban con una motocicleta o un carro para llevar los pedidos. Las familias se organizaron para esta actividad, así mientras las mujeres preparaban la comida y los pedidos, los hombres iban a repartirlos. Quienes no contaban con medio de transporte, optaron por contratar un servicio de mensajería. Sin embargo aclararon que no era la mejor opción, ya que los motoristas no tenían el cuidado necesario con la comida, por lo que luego tuvieron muchas quejas de los/as clientes. Los/as entrevistados/as que participaron en la venta de comida a través del folleto en línea expresaron que obtuvieron muy pocas ganancias de dichas ventas ya que la demanda era mínima, nada comparado con lo que se vende en una feria normal, pero que dichas ganancias les ayudaron a pagar ciertas deudas o necesidades que en ese momento tenían. Solamente dos participantes mencionaron que tuvieron pérdidas, pero mínimas. La publicación de estos folletos muestra el interés de la Municipalidad de Guatemala por ayudar a los/as vendedores/as y no dejar que la tradición de las ferias muera, pero también el interés de los/as vendedores/as por participar en nuevas formas de comercio.

A finales del año 2020 y principios del año 2021, ACOFEGUA organizó dos manifestaciones para exigir al Gobierno y al Ministerio de Salud, la reapertura de las ferias. La asociación convocó a los/as vendedores/as a esta actividad por medio de su página de Facebook, sin embargo, de los 12 participantes entrevistados, solamente tres asistieron a una

de las dos manifestaciones. Una de las participantes mencionó que consideraba que la mayoría de los/as que asistieron a la manifestación tenían juegos mecánicos, ya que como vendedores/as de comida todavía podían sobrevivir vendiendo desde sus casas. Las manifestaciones para exigir soluciones para los/as vendedores/as de ferias tuvieron poca participación en comparación con los/as asociados/as que se encuentran inscritos/as en las asociaciones, pero los/as entrevistados/as relataron que se mantuvieron informados/as sobre los avances de las reuniones de ACOFEGUA con la Ministra de Salud a través de las redes sociales y los medios informativos. Con el paso del tiempo, la tristeza ha invadido a la comunidad de vendedores/as ya que sufrieron el fallecimiento de muchos/as compañeros/as, algunos/as por enfermedad, otros/as por el contagio del COVID-19 y otros/as por depresión, ya que se sentían desesperados/as por no tener dinero para llevar alimentos a sus familias.

Conforme la situación en el país se fue normalizando, cada vendedor/a fue creando su propia estrategia para superar la crisis económica. Actualmente, algunos/as ya no se dedican únicamente a la venta de comida, sino que venden “*lo que sea*”, según lo expresó el participante número 1. Otros planean continuar vendiendo comida enfrente de sus casas o anunciando en redes sociales ofreciendo sus productos con servicio a domicilio; de esta manera tratan de obtener nuevos clientes, ya la mayor parte de sus ventas la hacían a personas conocidas, clientes antiguos y por recomendaciones. Tratando de recuperar a estos clientes, una de las vendedoras planea regresar a los mismos lugares donde vendía antes de la pandemia, pues considera que a pesar de que las iglesias están cerradas, las personas devotas siempre llegan a la iglesia y si ella tiene su puesto de venta, la reconocerán y le empezarán a comprar nuevamente.

A pesar de sus esfuerzos, los/as vendedores/as temen constantemente ser sancionados por la Municipalidad de Guatemala. La mayoría de los/as vendedores/as planea regresar a vender en las ferias en cuanto se dé la reapertura, sin embargo, tienen mucha incertidumbre de cuándo sucederá. Muchos consideran que en los últimos meses del presente año ya podrán laborar en alguna feria. De hecho, debido a que su vida y la de sus familias ha girado por generaciones alrededor del trabajo en ferias, la mayoría de los/as vendedores/as no tienen otro plan más allá de vender comida a domicilio en caso de que se implementen nuevamente los cierres en el país; su economía es tan frágil y sin mayores perspectivas de otro tipo de trabajo, que dos de los participantes incluso consideran que con un nuevo cierre en el país, probablemente no sobrevivirían.

D. Asociación de Comerciantes de Ferias de Guatemala (ACOFEGUA)

Esta asociación fue creada aproximadamente hace 30 años con el propósito de defender los derechos de los/as vendedores/as de ferias y exigir de forma colectiva mejoras a las condiciones laborales. Son una asociación dedicada a la organización y promoción de ferias cantonales, departamentales y patronales a nivel nacional. Representan los intereses de todos los/as vendedores/as que tienen puestos de venta en las ferias, incluyendo los diferentes tipos de juegos. La asociación surgió como respuesta a la crisis provocada por un brote de cólera en 1993, que requirió la implementación de medidas sanitarias; una situación comparable a la provocada por el COVID-19. La presencia de ACOFEGUA permitió planificar y llegar a

acuerdos con el Ministerio de Salud, ya que muchos/as vendedores/as de ferias se habían quedado sin trabajo. Varios/as de los/as vendedores/as entrevistados/as relataron que hace varios años sus abuelos/as formaron parte de ACOFEGUA y que gracias a ellos/as, la situación actual ha mejorado pues el reglamento interno de las ferias ayuda a mantener el orden, promueve la convivencia pacífica entre los/as vendedores/as, lo cual atrae a más visitantes.

Como asociación, ACOFEGUA lucha por mantener la tradición de las ferias, ya que con el avance de la tecnología y el aumento de la urbanización, cada vez hay menos lugares para poder llevar a cabo dichas actividades. Los espacios para montar las ventas son cada vez más reducidos, lo cual afecta a una gran cantidad de personas que viven de las ventas diarias de cada feria. De acuerdo con los representantes entrevistados, actualmente ACOFEGUA es la única asociación guatemalteca relacionada con ferias reconocida por el Ministerio de Gobernación y la única de su tipo a nivel centroamericano. Cabe resaltar que en algunas ocasiones, los representantes de ACOFEGUA han dado asesoría a otras asociaciones de ferias a nivel nacional y centroamericano.

Cada dos años, los/as asociados/as de ACOFEGUA eligen en asamblea a su junta directiva. Cualquier asociado/a puede postularse para pertenecer a la junta directiva. El actual presidente de ACOFEGUA es el señor Luis Alfonso Castellanos, quien constantemente sostiene reuniones con representantes de los ministerios y las municipalidades para tratar de mejorar las condiciones laborales de los/as asociados/as. No es necesario formar parte de ACOFEGUA para trabajar en las ferias, sin embargo, los miembros de ACOFEGUA tienen prioridad para la designación de espacios para los puestos de venta. Aunque no existen estadísticas sobre el total de vendedores de ferias a nivel nacional, los representantes de ACOFEGUA consideran que probablemente el 50 % son miembros de esta asociación.

Para poder formar parte de ACOFEGUA es necesario presentar el DPI original y fotocopia y una fotografía del puesto de venta. Luego se procede a dar a la persona interesada los reglamentos de la asociación para que esté informado sobre sus obligaciones y compromisos, así como sobre sus derechos. ACOFEGUA cobra una cuota a cada asociado para poder cubrir los servicios básicos de la asociación: renta, agua, electricidad, papelería y el salario de una secretaria. Los representantes de ACOFEGUA no reciben ningún salario ya que, su trabajo en la asociación es voluntario.

1. Organización de ferias

En la organización de las ferias de la Ciudad de Guatemala participan ACOFEGUA, la Dirección de Comercio Popular, los Comités Unicos de Barrio (CUBs), las alcaldías auxiliares e iglesias. Debido a la gran cantidad de afiliados/as, desde hace algunos años se tomó la decisión de hacer listados de vendedores/as de cada feria. Esto quiere decir que no todos/as los/as vendedores/as pueden vender en todas las ferias, sino que unos/as tienen puestos en algunas ferias y otros/as en otras ferias. Tanto ACOFEGUA, como la Dirección de Comercio Popular, tienen copia de los listados de los/as vendedores/as de cada feria para que el espacio de cada uno/a sea respetado al momento del pago de la inscripción. Cada feria se organiza con dos meses de anticipación, tiempo utilizado por ACOFEGUA para evaluar temas de logística, como: presentación, ubicación, aforo, seguridad, higiene, entre otras cosas. Ya con dicha

información establecida, ACOFEGUA anuncia en sus redes sociales la fecha de las reuniones informativas para la entrega de los puestos de venta. También realizan asambleas con los representantes de cada área del territorio guatemalteco para establecer la posible ausencia o retiro de algún/a vendedor/a y en base a ello anunciar la disponibilidad de un espacio de venta.

2. Apoyo brindado durante la pandemia del COVID-19

El cierre del país debido al COVID-19, el 14 de marzo de 2020, significó un momento de incertidumbre. Uno de los representantes de ACOFEGUA, quien se encontraba laborando en la feria de Morales, Izabal, junto con su familia relata:

“Ya teníamos todo armado, ya habíamos empezado a trabajar el primer día, que fue viernes. El sábado nos pararon el trabajo, y el domingo nos llegaron a decir: -Señores, por favor, desarmen y retirense-”.

Los representantes de ACOFEGUA manifiestan que desde hace aproximadamente diez años tienen una relación de trabajo estrecha con la Dirección de Comercio Popular, y en general con la Municipalidad de Guatemala. Por lo que al momento del cierre del país, los representantes de ACOFEGUA inmediatamente se pusieron en contacto con la Dirección de Comercio Popular para crear estrategias para poder volver a abrir las ferias lo antes posible. El presidente de ACOFEGUA, asignó a cada representante la tarea de buscar ayuda de diferentes empresas. Sin embargo, ninguna empresa que se beneficia con las ventas de sus productos en las ferias, respondió positivamente a dicha solicitud.

Según los relatos de los representantes de ACOFEGUA, la Municipalidad de Guatemala fue la institución que más ayudó a los/as vendedores/as otorgando cajas de víveres, también otorgó ayuda al crear los folletos virtuales para promover la venta de comida para la Feria de Jocotenango y la de la Virgen del Rosario; los miembros de ACOFEGUA afirman que la idea y la organización de estos folletos fue responsabilidad de la Dirección de Comercio Popular y la asociación apoyó divulgando la información entre los/as afiliados/as.

Las estrategias y protocolos especiales creados por ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular no tuvieron ninguna respuesta ni apoyo de parte del Gobierno de Guatemala. En un intento para ser escuchados, los representantes de ACOFEGUA decidieron llevar a cabo una manifestación en el Parque Central acompañados por algunos/as afiliados/as; fue así como obtuvieron la atención del presidente Giammattei. El presidente solicitó la intervención de la Comisión Presidencial de Atención a la Emergencia COVID-19 (COPRECOVID), para buscar una solución a la situación de los/as vendedores/as de ferias. En junio 2020, con el apoyo de COPRECOVID, los representantes de ACOFEGUA empezaron a crear protocolos especiales para la reapertura de las ferias, los cuales fueron avalados por COPRECOVID el 1 de diciembre de 2020. Con la aprobación de COPRECOVID, ACOFEGUA se dirigió al Ministerio de Salud para que también aprobaran los protocolos. Sin embargo, según los representantes de ACOFEGUA, al principio el Ministerio de Salud relacionó las ferias patronales con cualquier tipo de fiesta, lo cual afectaba mucho a los/as vendedores/as pues no se creaban planes específicos para cada situación, sino que simplemente rechazaban cualquier posibilidad de

reapertura. Por ello, en calidad de prueba, el Ministerio de Salud aprobó la apertura de una feria en noviembre 2020 en el parque San Francisco de Asís en la zona 3 de la Ciudad Capital. Como resultado de este evento de prueba, las autoridades aprobaron la reapertura de algunas ferias en condiciones muy limitadas. Los representantes de ACOFEGUA tomaron fotografías y video del evento de prueba, especialmente del cumplimiento de los protocolos de salud en las ventas, los cuales compartieron con los Comités Únicos de Barrio (CUBs) de la Ciudad Capital como prueba de que las ferias se podían llevar a cabo con todas las medidas de seguridad.

Los protocolos creados por ACOFEGUA incluyen la medición del área en donde se llevará a cabo la feria para poder definir un aforo de personas. Durante el evento de prueba, la Municipalidad de Guatemala se encargó de circular el área de la feria y ubicar solamente una entrada y una salida para tener un completo control de cuántas personas entraban y salían, así como tener la seguridad que a las personas que entraran al área de la feria se les hubiera tomado la temperatura y se les hubiera aplicado gel antibacterial. Los agentes municipales en el área de entrada y salida tenían un marcador de personas, así como radios para poder controlar completamente el aforo. Cada hora los agentes daban un reporte de las personas que habían entrado y salido. El máximo de personas aprobado durante el evento de prueba fue de 250, sin embargo, este número incluía a los/as vendedores/as, aproximadamente 45 personas, por lo que solamente se permitía la entrada a 205 visitantes. Si en algún momento el aforo se llenaba, se cerraba la entrada y se pedía a las personas que esperaran en una fila tomando el distanciamiento adecuado. La circulación del área fue importante para que no se mezclaran los/as visitantes de la feria con quienes estaban practicando deportes en el parque. La feria se abrió al público a las 3:00 pm, por lo que media hora los/as vendedores/as debían estar listos en sus puestos de venta para que los representantes de ACOFEGUA y de la Municipalidad de Guatemala revisaran sus tarjetas de salud, sus puestos de trabajo, la existencia de extinguidores así como tomarles la temperatura, aplicarles gel antibacterial y pedirles datos como nombre, número de celular, DPI y una firma. Si alguno/a de los/as vendedores/as presentaba síntomas relacionados al COVID-19, como fiebre, inmediatamente era retirado del área de la feria y su puesto cerrado para proteger a los demás vendedores/as y clientes/as. Al momento de la apertura era muy importante que en cada puesto de venta no hubiera más de tres personas atendiendo: uno/a cobrando y dos despachando. Afuera de cada puesto estaba marcado el distanciamiento, por lo que únicamente podían estar 3 o 4 clientes/as al mismo tiempo. Los representantes de ACOFEGUA, con la ayuda de agentes de la Policía Municipal, rondaban el área de la feria constantemente para evitar que hubiera aglomeración de personas en algún puesto.

A partir del evento de prueba que se llevó a cabo en noviembre 2020 y con los protocolos totalmente aprobados y mejorados, en marzo del año 2021 se llevó a cabo una feria que duró aproximadamente 15 días en el mismo parque de la zona 3. ACOFEGUA utilizó sus redes sociales para hacer propaganda de la feria y de los protocolos de seguridad para que las personas sintieran confianza de ir a consumir productos. A pesar de que en el momento en que se llevó a cabo la entrevista los representantes de ACOFEGUA tenían planes para la reapertura de otras ferias, y sobre todo tener puestos en diferentes lugares del Centro Histórico con motivo de Semana Santa, sin embargo las conversaciones con el Ministerio de Salud continúan.

E. Dirección de Comercio Popular

Originalmente la Dirección de Comercio Popular empezó entre los años 2008 y 2009 como una unidad dentro de la Municipalidad de Guatemala que se llamó Unidad de Modernización de la Economía Popular. El primer proyecto de dicha unidad fue reubicar a los/as vendedores/as que se encontraban de la 18 calle a la 8a calle, sobre la 6a avenida de la zona 1. Para llevar a cabo la reubicación, primero se hicieron mesas de diálogo entre las autoridades y las asociaciones de los/as vendedores/as. Según lo mencionado por el representante de la Dirección de Comercio Popular, los/as vendedores/as nunca se habían sentido incluidos/as en las gestiones municipales, y en general en las gestiones públicas, por lo que la reubicación en la Plaza El Amate fue un gran cambio para ellos/as. *“Antes los/as vendedores/as debían ir a la bodega, cargar sus mercancías, llevarlas al punto de venta y armar una tarima. Sin embargo, en Plaza El Amate los/as vendedores/as solamente deben abrir sus persianas, además de tener un lugar seguro para dejar sus mercancías”*, fueron las palabras del representante entrevistado de la Dirección de Comercio Popular. Poco a poco se fueron proponiendo más proyectos e innovaciones al entonces alcalde Alvaro Arzú. En el año 2017 esta unidad se convirtió en la actual Dirección de Comercio Popular.

1. Organización de ferias

El primer paso para la organización de una feria en la Ciudad de Guatemala es el diálogo entre alcaldías auxiliares, vecinos y comerciantes, con la Dirección de Comercio Popular como mediadora. El objetivo de la Dirección es que los espacios públicos puedan ser usados de una forma ordenada, limpia y segura, tanto para los/as comerciantes como para los/as visitantes del evento. Según el representante de la Dirección de Comercio, en el año 2012, la Unidad de Modernización de la Economía Popular tomó las ferias para recuperarlas como evento cultural. El primer proyecto fue la reubicación de los/as vendedores/as que se ubicaban en la Sexta Avenida de la zona 1 en la época navideña. Al igual que Plaza El Amate, se creó un espacio especial para ubicar a los/as vendedores/as que ofrecían artículos específicos de la época, al que luego se le dio el nombre de Bazar Navideño y que fue tomado como una pequeña feria.

Para la recuperación de las ferias fue de mucha importancia el diálogo con los vecinos/as, ya que muchos de ellos/as ya no querían que se llevaran a cabo ferias de ningún tipo en sus barrios. El diálogo entre las diferentes partes y el esfuerzo hecho por los/as vendedores/as para crear un mejor ambiente, poco a poco convirtió nuevamente a la Feria de Jocotenango en una actividad segura y ordenada. Sin embargo, los trabajadores/as de la Dirección de Comercio Popular no solamente ven la parte administrativa de la feria, sino que también se encargan de supervisar presencialmente las ferias antes de su apertura, durante la feria y al momento del cierre.

Entre los aspectos de las ferias que trataron de mejorarse están el tamaño del puesto y el color de la cubierta para que se viera todo uniforme. Así mismo, para hacer el espacio más ordenado ante los/as visitantes, se colocaron ordenadores de metal para delimitar el espacio de la feria y andamios con la imagen que corresponde a cada celebración como decoración e información. También en cada feria se coordina la colaboración de la Policía Nacional Civil y

la Policía Municipal de Tránsito para mantener el orden y la seguridad dentro y en los alrededores del área de las ferias. Regularmente, un representante de ACOFEGUA en la feria tiene el contacto directo con algún comisario de la Policía Nacional Civil para informar de forma inmediata cualquier situación que se pueda dar. Si llegara a darse algún robo durante la noche, la Dirección de Comercio Popular hace un informe sobre lo sucedido y lo envían a la comisaria encargada de la feria (según la zona) para que se pueda reforzar la seguridad nocturna. Sin embargo, el representante de la Dirección de Comercio asegura que casi nunca suceden robos o hechos delictivos en las ferias, lo cual coincide con lo relatado por los/as vendedores/as. El representante de la Dirección asegura que han recibido algunas peticiones de parte de ACOFEGUA para mejorar las condiciones laborales de los/as vendedores/as de feria, pero para la aprobación de dichas peticiones se da a otro nivel de la Municipalidad y es un proceso largo y difícil.

Como se ha mencionado anteriormente, actualmente existen muchos/as vendedores/as informales que desean integrarse a las ferias para poder ofrecer sus productos pero como ya no hay espacios disponibles, son referidas a otras direcciones o alcaldías auxiliares de la Municipalidad de Guatemala en donde podrían ser tomados en cuenta como vendedores/as sobre todo de comida para eventos específicos organizados por la misma municipalidad. Otras veces son referidos a las asociaciones de comerciantes. Hace algunos años era la Dirección de Comercio Popular la que se comunicaba, a través de una base de datos, directamente con cada vendedor/a para dar la información correspondiente. Debido a la gran cantidad de vendedores/as se solicitó a ACOFEGUA y otras asociaciones que eligieran representantes para establecer una comunicación directa con ellos/as, por lo que cada asociación es la encargada de transmitir la información a sus asociados/as. Según el representante de la Dirección de Comercio, aunque al principio fue difícil trabajar con ACOFEGUA, luego de que obtener buenos comentarios sobre las ferias y de que las ventas aumentaran mejoró la comunicación y colaboración entre ambas instituciones.

La Dirección de Comercio Popular trabaja según un cronograma anual de actividades para preparar con anticipación cada feria. El primer paso es adelantar las gestiones administrativas de cada feria, para luego poder tocar temas en común con las asociaciones, especialmente ACOFEGUA. Durante el tiempo de planificación, se llevan a cabo reuniones cada 15 días con los representantes de las asociaciones para poder verificar la distribución de los/as vendedores/as. La Dirección de Comercio Popular trata de ser flexible con los horarios de las reuniones y estar abiertos a cambios, ya que están conscientes de que los/as vendedores/as y representantes también deben atender sus puestos de trabajo. La distribución de las ventas es muy importante para evitar que muchos vendedores/as del mismo producto se ubiquen cerca, de esta manera se procura que todo/as tengan la misma oportunidad de venta.

La Dirección de Comercio también apoya a ACOFEGUA en la publicidad general de las ferias, haciendo anuncios creativos para atraer la atención del público. Luis Castellanos, el presidente de ACOFEGUA, se encarga de publicar esta publicidad en las redes sociales de la asociación, así como de distribuirla entre los/as vendedores/as. La Municipalidad de Guatemala también colabora poniendo los anuncios de las ferias en las redes sociales. En algunas ferias, la Municipalidad de Guatemala a través de la Dirección de Comercio Popular, trata de

promover actividades culturales como conciertos, presentaciones de danzas, lecturas de poesía, entre otras. Dichas actividades también se llevan a cabo con el propósito de atraer clientela.

2. Apoyo brindado durante la pandemia del COVID-19

Antes de que llegara el primer caso de COVID-19 al país, en marzo del año 2020, en la Ciudad de Guatemala todavía se llevaron a cabo tres ferias: la de Esquipulitas, zona 11 y dos mini-ferias en la zona 16, una en Santa Rosita y otra en Las Vacas. Luego de esas ferias se estaba planificando Semana Santa. Sin embargo por el COVID-19 ya no se pudo llevar a cabo. En los primeros días de la pandemia los miembros de la Dirección de Comercio Popular estuvieron a la expectativa de las órdenes del presidente Giammattei para poder tomar decisiones. Luego de anunciar el cierre del país, inmediatamente se organizó una comisión de emergencia interna por parte de la Municipalidad de Guatemala, en donde participaron representantes de diversas direcciones y áreas. Todas las noches la comisión se reunía para actualizar la información del país y plantear estrategias para cada área. La instrucción del Alcalde Quiñónez fue esperar un tiempo para ver cómo evolucionaba la situación. Sin embargo, durante ese tiempo de espera, los miembros de la Dirección de Comercio Popular investigaron la situación de otros países y sus estrategias para reactivar la economía. En el caso de las ferias, se utilizó como ejemplo Colombia y la Feria de las Rosas que se celebra en agosto. Colombia estaba creando estrategias para llevar a cabo la feria de forma virtual. De este caso se sacaron muchas ideas para las ferias virtuales de Jocotenango y la Virgen del Rosario de la Ciudad de Guatemala. Al mismo tiempo, junto con el apoyo de ACOFEGUA, trabajaron en un plan de protocolos de bioseguridad para cuando se diera la reapertura de las ferias de forma presencial; estas reuniones fueron virtuales. Pero antes de ello fue necesario enseñarles a muchos de los representantes de ACOFEGUA a utilizar las diferentes plataformas. Los representantes de ACOFEGUA mostraron en las reuniones una actitud muy positiva y comprometida en las reuniones.

Con las entrevistas llevadas a cabo con cada actor, fue posible determinar las experiencias y el punto de vista de cada uno sobre todo respecto a la pandemia del COVID-19, desde su postura de trabajo. En el caso de los/as vendedores/as de comida, su venta representa su trabajo en totalidad. Por su parte los representantes de ACOFEGUA, aparte de velar por sus propios puestos de venta en las ferias, también debían velar por el bienestar de los/as asociados/as. Y en el caso de la Dirección de Comercio Popular, debían velar por todas las asociaciones que trabajan en conjunto con ellos. La presentación de resultados permitió observar la concordancia de respuestas entre vendedores/as, ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular; el análisis de dichas respuestas se presenta a continuación.

VIII. DISCUSIÓN

Las entrevistas permitieron comprender el contexto los actores que participa en las ferias, especialmente el de los/as vendedores/as de comida. A continuación se presenta un análisis comparando las respuestas de los tres actores. Así mismo se presenta una comparación del contexto de la Ciudad de Guatemala reflejado en los datos presentados en el apartado anterior, con lo planteado en el marco teórico que presenta análisis e investigaciones hechas en otros contextos. De esta manera se podrá discutir específicamente sobre los objetivos de la presente investigación.

Actualmente los/as vendedores/as de comida en las ferias son considerados/as parte de la economía informal del país ya que su actividad económica corresponde con la definición presentada en la publicación de Feige (1990), citado por Portes y Haller (2004:11) según la cual la economía informal, “abarca las actividades económicas que hacen caso omiso del costo que supone el cumplimiento de las leyes y las normas administrativas que rigen las relaciones de propiedad, el otorgamiento de licencias comerciales, los contratos de trabajo, los daños, el crédito financiero y los sistemas de seguridad social y están excluidas de la protección de aquellas”. Sin embargo, a diferencia de otros países donde han querido erradicar totalmente a los/as vendedores/as informales, en el caso de la Ciudad de Guatemala, la Municipalidad ha tomado la iniciativa de colaborar con las asociaciones de vendedores/as y fomentar espacios en donde sean incluidos al mismo tiempo que promueven que dichos espacios sean más limpios, ordenados y seguros tanto para los/as vendedores/as como para los visitantes. Por lo tanto, a pesar de que los/as vendedores/as de comida de las ferias no pagan impuestos respecto a sus ventas, cumplen con todos los requisitos solicitados por la Municipalidad de Guatemala y las asociaciones, incluyendo un pago por el uso del espacio donde montan el puesto, así como tarjetas de salud, pago de electricidad y limpieza. A pesar de estar incrustados en una estructura institucional y cumplir con todas las disposiciones, todavía no existen mecanismos para que los/as vendedores/as de ferias cuenten con protección económica y social por parte del Estado.

Anteriormente se presentó varias teorías de porqué existe la economía informal, sin embargo, tomando en cuenta los pensamientos particulares del gremio de vendedores/as de comida de las ferias, ninguna de dichas teorías se adecua en su totalidad a la existencia de ventas informales en las ferias. Según Roberts (1989), citado por Portes y Haller (2004:25), “es poco probable que una población acostumbrada a que la forma habitual de trabajo sea el empleo asalariado y que canaliza sus demandas a través de los sindicatos y otras asociaciones formales, organice una economía subterránea, en este caso dicha población es más propensa a denunciar a quienes practiquen dicha economía”. Por el contrario, en consecuencia de que existen redes comunitarias fuertes y la población está acostumbrada a subsistir por sus propios medios y desconfía de las intervenciones oficiales es más probable que surja una economía informal. En el caso de los/as vendedores/as de comida de las ferias de la Ciudad de Guatemala, la mayoría se encuentran afiliados a asociaciones que pretenden velar principalmente por los intereses de los/as vendedores/as de ferias en general. Las asociaciones por su parte tratan de tener una buena comunicación sobre todo con la Dirección de Comercio Popular, quienes son los que organizan la mayoría de las ferias que se llevan a cabo en la Ciudad de Guatemala. Aparte de la buena comunicación, las asociaciones tratan de que los/as asociados/as tengan su papelería

y sus pagos al día para que no haya ningún inconveniente con Dirección de Comercio Popular. Tanto la comunicación como tener al día la papelería y los pagos, ayuda a mantener el orden respecto de los lugares que ocupan los/as vendedores/as en cada feria. En este caso, NO se podría categorizar como venta informal a los/as vendedores/as de comida de ferias, ya que se encuentran bajo la organización de la Municipalidad de Guatemala y cumplen con los requisitos institucionales. A diferencia de las ventas ambulantes que sí podrían categorizarse como informales pues operan completamente fuera del sistema.

Con la llegada del COVID-19, los primeros meses las ferias fueron canceladas en su totalidad y los/as vendedores/as de comida empezaron a usar otras estrategias para poder vender sus productos y obtener suficientes ingresos para el sustento de sus familias. A pesar de que les fue prometida una ayuda estatal, muchos de ellos no recibieron nada, y los que recibieron fue un aporte que solo les alcanzó para el sustento de un par de meses o para pagar deudas que tenían de la inversión de comida que habían hecho en preparación para la Semana Santa del año 2020, que nunca se celebró. En este caso se aplica lo establecido por Roberts (1989), citado por Portes y Haller (2004:25), que cuando una población está acostumbrada a subsistir por sus propios medios y desconfía de las intervenciones oficiales, es probable que surja una economía subterránea. Esta economía subterránea se pudo observar desde el inicio de la pandemia del COVID-19, ya que las disposiciones gubernamentales eran quedarse en casa para resguardarse del contagio del virus. Sin embargo, los/as vendedores/as de comida idearon diferentes estrategias que incluían la venta ambulante de comida y la venta de comida enfrente de sus casas, para tener ingresos que les ayudaran a subsistir. A más de un año del inicio de la pandemia, algunos vendedores/as no tienen estrategias para poder volver a vender sus productos y menos aún para regresar a vender a las ferias. Sin embargo, otros/as pretenden regresar a los lugares donde solían vender, es decir a las esquinas de las iglesias o a ciertas calles, a pesar de que podrían ser sancionados por la Municipalidad de Guatemala por la falta de permisos. Con esta estrategia, los/as vendedores/as aseguran que sus antiguos/as clientes/as los/as reconocerán y les volverán a comprar.

Es posible comparar el nomadismo mencionado por Marx (1867) con ámbitos actuales, como lo son las ferias, ya que para ganarse la vida se mueven al ritmo del calendario religioso y a lo largo del año participan tanto en ferias en la Ciudad de Guatemala como de otros municipios del país. Además de ello, cuando tienen necesidad económica, algunos/as vendedores/as se organizan y montan una feria privada, en la que pueden ofrecer sus productos sin ninguna regulación. Para los/as vendedores/as de ferias es prácticamente imposible quedarse siempre en un mismo lugar, ya que, según Dabbagh (2013), las ferias o fiestas patronales implican “ocio frente al trabajo, excepcionalidad frente a cotidianidad y tradición frente a modernidad”. Esta cita implica que si bien las ferias significan tiempo de ocio para los visitantes, para los/as vendedores/as son momentos de trabajo. De esta manera los/as vendedores/as deben moverse continuamente buscando los lugares donde se lleven a cabo ferias, y de esta manera atraer al mayor público posible según el área donde se encuentren. Por esta razón, se debe separar a los/as vendedores/as de ferias de los/as vendedores/as ambulantes, los/as cuales cada día tienen su venta en un nuevo lugar o tienen su venta en un lugar específico por algunas horas para luego moverse. En el caso de los/as vendedores/as de comida de ferias

cumplen con ciertos días y horarios de venta, establecidos en su mayoría por las municipalidades.

Nuevamente se visibiliza que a pesar de que los/as vendedores/as de comida de las ferias de la Ciudad de Guatemala no cumplen en su totalidad con las definiciones de las ventas informales, si tienen algunos aspectos de dicho gremio, incluyendo su independencia para decidir en qué lugar venden y en qué lugar no. El hecho de que los/as vendedores/as de comida de las ferias tengan que organizarse para vender en un predio, muestra no solo que las ferias patronales no son suficientes para cubrir sus necesidades económicas, sino también su capacidad para organizarse y tejer redes comunitarias sociales y de trabajo. La estructura comunitaria mencionada por Godelier (1974) puede relacionarse con ACOFEGUA y otras asociaciones existentes de vendedores/as informales. Dicha estructura va más allá de la pertenencia a una u otra asociación, ya que Godelier (1974: 22) la define como una familia extendida. Los representantes de ACOFEGUA mencionaron que los/as vendedores/as de ferias son como una familia, ya que la mayoría mantienen una amistad que ha trascendido varias generaciones. Sin embargo, dicha familiaridad va más allá de la amistad y el compañerismo, pues regularmente se presentan matrimonios entre los/as mismos/as trabajadores/as de las ferias, lo cual puede tomarse como una familia extendida y comparten formas de vida.

Marx (1867) describe las relaciones sociales como relaciones de producción. Tanto ACOFEGUA como la Dirección de Comercio Popular describieron su relación mutua como buena. Sin embargo, es posible que dicha relación con ACOFEGUA solamente sea con los representantes y no con los/as asociados/as. A pesar de que 11 de los/as 12 entrevistados/as aseguraron que los cambios en las ferias impulsados por la Municipalidad de Guatemala han sido positivos, muchos/as de ellos/as también describen que los policías municipales se muestran falta de comprensión y apoyo sobre todo cuando los/as vendedores/as deben afrontar situaciones imprevistas. De esta manera es posible afirmar que existe una relación muy distinta entre representantes de ACOFEGUA y de la Dirección de Comercio Popular, y entre los/as vendedores/as y los policías municipales, quienes son coordinados por la Dirección de Comercio Popular. En este caso es posible utilizar el modelo de burocracia de Max Weber, citado Vélaz (2012), que explica la organización del trabajo colectivo. A partir de las descripciones de los/as vendedores/as presentadas en los resultados, se puede observar desde la toma de control de las ferias por parte de la Municipalidad de Guatemala, como por ejemplo el apego a los reglamentos y resistencia al cambio. Los/as vendedores/as describieron que antes no había tantas reglas para ir a vender a una feria, sino que cada quién montaba su puesto donde quería. A pesar de que la mayoría de vendedores/as expresó un cambio positivo al aplicar ciertas reglas, como el hecho de evitar problemas con otro/as vendedores/as, también explican que ciertas reglas como los horarios les han causado sanciones cuando surge algún imprevisto que los fuerza a cerrar sus puestos por unas horas o días. En el caso de la resistencia al cambio, que fue solamente al principio de la colaboración entre ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular, precisamente el representante de la Dirección de Comercio Popular describió que al inicio de la colaboración entre ellos y ACOFEGUA fue difícil implementar otros métodos de trabajo, ya que los/as vendedores/as de las ferias en general estaban acostumbrados a trabajar de cierta forma, no fue hasta ver resultados positivos que la relación entre ambas

organizaciones mejoró. Por último, la jerarquización como base del proceso de decisión, se ve reflejada en la posición del presidente de ACOFEGUA, ya que es él quien mantiene comunicación constante con la Dirección de Comercio Popular para tomar decisiones. A pesar de que fueron mencionadas varias reuniones con los representantes de área de ACOFEGUA y la comunicación efectiva entre representantes y asociados/as, dichas reuniones solamente son para comunicar las decisiones tomadas. No se mencionaron reuniones específicas para retroalimentar los eventos desde el punto de vista del/a vendedor/a. Aunque la colaboración entre ACOFEGUA y otras asociaciones y la Dirección de Comercio Popular ha producido cambios positivos en las ferias, las decisiones son tomadas únicamente por los representantes y líderes sin tomar en cuenta el punto de vista de los/as vendedores/as, lo cual provoca roces entre aquellos que aplican rigidamente las reglas, como la Policía Municipal de Tránsito y los/as vendedores/as de comida.

ACOFEGUA como agrupación también coincide con el concepto de *capital social comunitario* planteado por Bourdieu (1985), citado por Durston (2000). El capital social está conformado por los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones institucionalizadas de reconocimiento mutuo. En este caso, el capital social comunitario de ACOFEGUA son todas las inversiones que se hacen con la cuota que mensualmente aportan los/as asociados/as, las que se encuentran dentro de las normas, gestiones y sanciones que rigen a esta asociación y a las cuales han accedido los miembros. Douglass North (1990), citado por Durston (2000), indica que dichas instituciones son un conjunto de normas y valores que facilitan la confianza entre los actores participantes y son transmitidas de generación en generación. Tanto ACOFEGUA como otras asociaciones de vendedores/as son regidas por ciertas normas que ayuda a prevenir los conflictos entre los/as mismos/as vendedores/as, así como a mediar la relación entre vendedores/as e instituciones como la Municipalidad de Guatemala. Debido a que las ventas en las ferias son negocios sobre todo familiares, los niños/as aprenden desde pequeños las recetas familiares de los productos que ofrecen a los/as clientes/as y así como las reglas que deben seguir para no ser sancionados, por lo que rara vez es necesario recalcarlas ya que la mayoría de asociados y sus familias tienen conocimiento de ellas. Según Portes (1999), citado Ramírez, Lara y Rueda (2017), el capital social permite a los actores acceder a recursos económicos como créditos, préstamos, información, entre otras cosas, sin embargo, estas acciones que hasta el momento ACOFEGUA no ha promovido como tampoco ha realizado acciones que permitan aumentar el capital cultural de sus socios. En este caso ACOFEGUA no cumple con una definición completa de capital social sino que actúa más bien como una asociación gremial que ofrece a sus socios como único beneficio de espacio y representación colectiva ante entes gubernamentales. Respecto al capital cultural, es un beneficio que solamente se observa en los representantes de área, pues ellos/as son los que regularmente asisten a capacitaciones para después poder transmitir dicha información a los/as asociados/as. Sin embargo, la definición de capital social y cultural se puede visualizar mejor en el ámbito familiar, ya que los negocios, las reglas, las recetas, entre otras cosas, se transmiten de generación en generación. De esta forma cada nueva generación que entra al negocio familiar tiene acceso a información que los/as vendedores/as nuevos no tendrían sino conforme el tiempo.

El capital social se observa más fácilmente en las familias numerosas pues varios de sus miembros se integraron en la preparación y entrega de pedidos realizados a través de los folletos virutales de la muni presentándose una división sexual del trabajo pues regularmente las mujeres eran las encargadas de preparar la comida y los hombres de repartirla utilizando carro, moto o bicicleta según la distancia. Las estrategias adoptadas por los/as vendedores/as muestran su flexibilidad y creatividad para adaptarse a nuevas circunstancias y un capital social reflejado en el trabajo en equipo y la contribución de varios o todos los miembros de la familia para salir adelante durante la crisis. Esto también refleja el capital social y cultural de las familias, ya que desde pequeños los/as niños/as aprenden a elaborar comida o apoyar en lo que sea necesario para atender el negocio familiar. En este caso a todos/as los/as miembros de la familia les toco idear nuevas metodologías para poder hacer que el negocio subsistiera y poder obtener ganancias para su supervivencia.

Sustentando lo descrito en el parrafo anterior, Jiménez (2012) hace una comparación de las economías de los países desarrollados y de los países en vía de desarrollo, basado en el enfoque estructuralista. Los países desarrollados son más diversificados e integrados en su propia economía y cuentan con el apoyo de las instituciones estatales para fomentar la productividad y la competitividad local e internacional. Por el contrario, en los países en vías de desarrollo existe escasa integración tecnológica y baja diversificación económica, además del ineficiente papel de las instituciones gubernamentales para fomentar el crecimiento económico. Guatemala en términos generales es considerado un país en vías de desarrollo, sin embargo, en el caso de la Ciudad de Guatemala y la organización de las ferias, la descripción de Jiménez (2012) no coincide con la economía de países en vías de desarrollo. En este caso, el hecho de que no coincida es por el apoyo que la Municipalidad de Guatemala, a través de la Dirección de Comercio Popular, ha brindado a los/as vendedores/as de feria ya que sus acciones han revitalizado las ferias aumentando el número de visitantes y por lo tanto fortaleciendo el trabajo de los/as vendedores/as de comida. Dicho apoyo se pudo observar incluso en tiempos de confinamiento, cuando promocionaron los folletos virtuales que contenían los contactos de los/as vendedores/as de comida de las ferias de Jocotenango y de la Virgen del Rosario para que las personas pudieran hacer sus pedidos a domicilio, y de esa manera apoyar en la economía de los/as vendedores/as. Sin embargo, como bien mencionaron los representantes entrevistados en las ferias de la Ciudad de Guatemala no hay suficiente espacio para acoger a todos/as aquellos/as vendedores/as de comida que desean integrarse. Aunque existen asociaciones, las situaciones imprevistas deben ser afrontadas a nivel individual, dependiendo si se tienen otras fuentes de ingreso, o a nivel familiar pues no existe ningún mecanismo colectivo. Las estrategias de afrontamiento se basan principalmente en las redes de apoyo familiares, como atender el negocio de un familiar. Sin embargo, generalmente no se ofrece ayuda económica pues todas familias tienen una economía frágil.

A pesar de que para la presente investigación se tomó como enfoque principal el enfoque estructuralista, descrito por Jiménez (2012), poniendo énfasis en el sector tradicional, la pandemia del COVID-19 marcó un antes y un después. La mayoría de los/as vendedores/as de comida en las ferias se dedicaban a este trabajo principalmente porque era una herencia de sus familiares, con lo que crecieron, conocen de cerca y saben hacer con mucho detalle,

especialmente porque han heredado las recetas familiares o por asociación por sus cónyuges. Por esto mismo no es posible asociar totalmente a los/as vendedores/as de comida en las ferias con el sector tradicional, quienes solo operan bajo la motivación de subsistencia, ya que el trabajo al cual se dedican, en tiempos pre COVID-19, lo hacían más por tradición que por subsistencia. Por el contrario, luego del inicio del COVID-19, la mayoría de vendedores/as continuaron con las ventas de comida por diferentes medios, tratando de suplir sus necesidades básicas y las de sus familias.

A pesar de que los/as vendedores/as de comida de las ferias siguen siendo parte de la economía informal, no sufren sanciones ya que, en el caso de la Ciudad de Guatemala, se encuentran bajo el régimen de la Municipalidad de Guatemala. Sin embargo, la planificación de ACOFEGUA y la Dirección de Comercio Popular, como parte de la Municipalidad, solamente se concentra en la organización y funcionamiento de las ferias. No se ha creado un plan de respaldo para los/as vendedores/as que provea algún tipo de apoyo ante situaciones imprevistas, como accidentes, enfermedades, muertes o crisis económicas.

IX. CONCLUSIONES

- Entre los/as vendedores/as existe una gran variedad de perfiles. El rango de edad de los/as entrevistados/as varía mucho, y de acuerdo con los relatos de los/as entrevistados/as, el trabajo de vendedor/a de feria es llevado a cabo desde una edad muy temprana hasta una edad tardía, dependiendo de cada familia. También existe mucha variación en términos educativos, sin embargo la mayoría de los participantes solamente culminaron la primaria, por lo cual para ellos es más difícil encontrar un trabajo en el área formal. Respecto a la composición de los hogares, existe un patrón de familias extendidas, ya que las casas regularmente son compartidas por los miembros de dos o tres familias nucleares, o por miembros individuales. En el año 2020, en las ferias virtuales de Jocotenango y la Virgen del Rosario, por medio de los folletos de la Municipalidad de Guatemala, para poder atender los pedidos de comida que los clientes les hacían los/as vendedores/as se unieron con los miembros de sus hogares para poder repartirse las tareas de cocinar, empacar y repartir pedidos. Esta fue una ventaja para quienes comparten la casa con varias personas, pues una de las entrevistadas indicó que los hombres repartían los pedidos ya fuera en carro, moto o bicicleta, mientras las mujeres se quedaban en casa preparando la comida y empacándola, lo cual les permitió cubrir más zona y más clientela.
- Las asociaciones de vendedores de ferias surgieron con el objetivo de proteger y defender sus derechos. Estas asociaciones han promovido el orden entre los/as mismos/as vendedores/as y la representatividad colectiva ante las autoridades locales y gubernamentales. Sin embargo, las asociaciones han aplicado la jerarquización y con ello, la posibilidad de que en algunas ocasiones los/as líderes/as de las asociaciones se aprovechen del rango que tienen, cosechando beneficios propios y no colectivos, como fue el caso del cobro por los víveres, según expresaron algunos de los participantes. Es por ello que algunos vendedores/as no se sienten representados por el/la líder de la asociación. Sin embargo, al momento no existe ningún mecanismo aparte de formar parte de la junta directiva, que permita a los/as vendedores expresarse pues temen ser sancionados. Por lo tanto dicha jerarquía y sus vicios continúa sin posibilidad de cambio.
- Las asociaciones de vendedores y la Municipalidad de Guatemala se han dedicado a resolver situaciones imprevistas colectivas, pero no existe ninguna protección hacia los/as vendedores/as respecto a situaciones imprevistas individuales. Debido a que el reglamento es inflexible, cuando los/as vendedores/as tienen alguna situación imprevista menor y no tienen quien cuide y atienda su puesto por algunas horas, como por ejemplo si sufren una quemadura además de perder ventas son sancionados causándoles una doble pérdida.
- Los/as vendedores/as entrevistados/as que aseguraron haber sufrido alguna extorsión o robo prefieren resolver las situaciones de forma personal o a nivel familiar, pues no confían en las autoridades y creen que presentar una denuncia lejos de resolver, puede empeorar la situación. A pesar de que en las ferias se pide el apoyo de la comisaría más cercana, la protección que ellos brindan no es suficiente para dar protección total a

los/as vendedores/as. Regularmente, se observa más presencia policial durante el día pues el principal objetivo es cuidar a los/as consumidores/as.

- Las ferias grandes regularmente son supervisadas por equipo de la CONRED para evitar que suceda algún accidente, sin embargo, dicha protección va mas enfocada a los/as visitantes. No existe ningún sistema o plan de seguridad que proteja a los/as vendedores más que contar con un botiquín, lo cual no siempre se cumple.
- Para poder afrontar la pandemia del COVID-19, los líderes de ACOFEGUA impulsaron iniciativas orientadas a paliar los efectos de la crisis. Sin embargo no fueron suficientes. Por su parte, entre los/as vendedores/as no hubo mayor interés para buscar soluciones colectivas para poder afrontar la crisis económica, sino que cada vendedor/a creó sus propias estrategias para poder sobrevivir de la mejor manera posible. Dichas estrategias contemplaron: vender comida a domicilio, enfrente de sus casas o caminando o trabajar en otras cosas diferentes a la venta de comida. Dichas estrategias dependían de las condiciones personales y familiares.
- Con la llegada del COVID-19 y la inestabilidad laboral que creó la pandemia, el Gobierno de Guatemala ofreció a la población guatemalteca diferentes programas en los que podían aplicar para poder recibir ayuda económica o de víveres. La mayoría de vendedores/as participantes afirmaron que nunca recibieron la ayuda prometida provocando desconfianza hacia el gobierno, la cual persiste y aumenta conforme la situación derivada del COVID-19 se alargó y agravó. Sin embargo, existió desinformación entre los/as vendedores/as para saber cuál tipo de ayuda solicitar.
- A pesar de que la creación de ACOFEGUA, y otras asociaciones, mejoró las condiciones laborales de los/as vendedores/as frente a las autoridades correspondientes, las asociaciones no están preparadas para afrontar situaciones como la pandemia del COVID-19.
- La Dirección de Comercio Popular se enfocó en buscar soluciones inmediatas para paliar la situación económica de los/as vendedores/as respecto a la pandemia del COVID-19, sin buscar soluciones a largo plazo. Sin embargo, soluciones como las ventas en línea patrocinadas por la Municipalidad de Guatemala y las cajas de víveres brindadas por los vecinos de Jocotenango solamente beneficiaron a los/as vendedores/as de comida que forman parte de ACOFEGUA y que participan en las ferias de Jocotenango y la Virgen del Rosario.
- Los/as vendedores/as de comida de las ferias, pasan constantemente de una economía informal a una economía reconocida, y no sancionada, por las diferentes municipalidades. Este cambio se da de acuerdo con las necesidades económicas de cada familia. Los/as vendedores/as, además de las ventas en las ferias, buscan la manera de completar el sustento del mes vendiendo sus productos por otros medios. Esto se pudo observar sobre todo con la llegada del COVID-19, ya que al estar cerradas las ferias, los/as vendedores/as tuvieron que ofrecer sus productos de forma ambulante, lo cual no está totalmente aprobado por las autoridades.

- La inestabilidad laboral en los/as vendedores/as de ferias no solamente se observa cuando ocurren situaciones imprevistas, como hechos delictivos, enfermedades, fallecimientos o una pandemia, como el COVID-19. Dicha inestabilidad ha existido siempre. A pesar de que todos/as los/as vendedores/as de comida se mostraron orgullosos/as de su trabajo en las ferias y del conocimiento que generaciones pasadas les han transmitido, ellos continúan formando parte de la economía informal porque no existe un espacio dentro de la economía formal que los tome en cuenta. El Estado no ha sabido responder ante la crisis económica de dicho gremio, a pesar de que la misma los ha dejado completamente varados por más de un año.

X. RECOMENDACIONES

- Debido a que esta investigación se realizó bajo el contexto de COVID-19, se enfocó únicamente en los representantes de ACOFEGUA y los/as vendedores/as que aparecieron en el folleto virtual promovido por la Municipalidad ya que al estar cerrados los espacios de ventas esta era la forma más visible de contactarles, sin embargo, la investigación se enriquecería si se contara con el punto de vista de las diferentes asociaciones existentes, así como con un número más significativo de vendedores/as.
- La Dirección de Comercio Popular de la Municipalidad de Guatemala ha promovido las ferias y aumentado la cantidad de visitantes y ventas, medidas que adoptadas y mejoradas por otras municipalidades del país. Sin embargo, las ferias de la Ciudad de Guatemala no se dan abasto para acoger a todos/as aquellos que desean integrarse como vendedores/as, sin embargo la Municipalidad de Guatemala podría invitar a estas personas a los diferentes cursos que ofrecen para que tengan otras oportunidades de empleo.
- Se recomienda a las asociaciones y a la Dirección de Comercio Popular trabajar de manera más cercana con los/as vendedores/as de ferias para buscar soluciones diferentes a las sanciones cuando un/a vendedor/a se vea obligado a no abrir durante un día o a tener que cerrar por algunas horas debido a una situación imprevista.
- Es necesario explorar más a fondo la postura de los/as vendedores/as de feria respecto a la creación de iniciativas de ley que los protejan social y económicamente para poder determinar e identificar limitantes en la implementación de este tipo de acciones.
- Para tener una perspectiva más amplia de las soluciones implementadas por los/as vendedores/as de ferias a nivel nacional, y no solo en la Ciudad Capital, ante la pandemia del COVID-19, sería necesario llevar a cabo una investigación similar a la presente por área según la clasificación de ACOFEGUA.
- Se recomienda hacer un estudio económico para que cada asociación cree un fondo monetario, a partir de las mensualidades que cada asociado/a aporta a su asociación correspondiente, que pueda respaldar a los asociados/as en situaciones imprevistas, como: accidentes, enfermedades, muerte de algún familiar, entre otras cosas. Esto con el objetivo que los/as vendedores/as puedan atender y resolver de forma tranquila sus imprevistos. Así mismo dicho fondo podría ayudar a cubrir situaciones como la pandemia del COVID-19 para evitar que los/as vendedores/as utilicen sus ahorros y no pongan en peligro su subsistencia.
- Se recomienda regular el mandato de las asociaciones y velar porque los líderes cumplan principalmente con las necesidades de los/as vendedores/as de forma general, y evitar que solamente se enfoquen en intereses personales. Es necesario que las asociaciones tengan mecanismos de consulta y retroalimentación que permitan la participación activa de todos/as los/as vendedores/as.
- Tomando en cuenta la pandemia del COVID-19 y las restricciones y medidas de bioseguridad que estaban presentes durante el proceso de investigación de la presente tesis, es importante tomar en cuenta que las personas probablemente se sienten más

seguros dando información cuando la entrevista se lleva a cabo en persona, pues en algunos casos piensan que se puede tratar de alguna extorsión. Sin embargo una de las ventajas al hacer las entrevistas de forma virtual o telefónica es que es más fácil encontrar un horario de coincidencia entre los/as participantes y el/la investigador/a.

XI. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, Reynaldo, *et al.* 2019. «Discriminación de jóvenes indígenas vendedores ambulantes en espacios públicos de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México». *El Colegio de San Luis*. (18): 111-135.

Alvarez, Rosa; M. Ramírez; Yury Chávez y M. Morales. 2002. *Proyecto: Fiestas y conmemoraciones en el Centro Histórico de Guatemala*. Dirección General de Investigaciones. Escuela de Historia: Instituto de Investigaciones históricas, antropológicas y arqueológicas. Universidad de San Carlos de Guatemala. 109 págs.

Arias, Patricia. 2011. «La fiesta patronal en transformación: significados y tensiones en las regiones migratorias». *Migración y Desarrollo*. 9 (16): 147-180.

Berger, Oscar. 1991. *Reglamento de Ventas de Alimentos en la Vía Pública*. Municipalidad de Guatemala. 8 págs.

Bourgois, Philippe. 2003. *En busca del respeto. Vendiendo crack en Harlem*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. 423 págs.

Bureau of Democracy, Human Rights and Labor. *International Religious Freedom Report 2016*. <https://www.state.gov/reports/2016-report-on-international-religious-freedom/guatemala/> [16 de febrero de 2021].

Calderón, Fernando. 2012. «Las ferias medievales y su aporte al derecho comercial». *Revista Judicial* [Costa Rica]. (106): 111-126.

Cárdenas, Ingrid. *El coronavirus está dejando efectos iguales o peores que un huracán*. <https://soy.usac.edu.gt/?p=11962> [9 de enero de 2021].

Centro de Investigaciones Económicas Nacionales. 2020. *Análisis del Fondo Bono Familia*. Guatemala. 44 págs.

Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL). *Guatemala: Perfil Nacional Socio-Demográfico*. https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Nacional_Social.html?pais=GTM&idioma=spanish [15 de septiembre de 2021].

Cop Castillo, Luis Pedro. 2013. «Análisis Jurídico del Control y la Fiscalización de las Ferias y las Ventas en General». Tesis de Licenciatura. Universidad de San Carlos de Guatemala. 123 págs.

Cruz, Keneth. *Feria de Jocotenango 2020: cómo funcionará y qué actividades se efectuarán en la Ciudad de Guatemala*. <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/feria-de->

[jocotenango-2020-como-funcionara-y-que-actividades-se-efectuaran-en-la-ciudad-de-guatemala/](#) [4 de abril de 2021].

Dabbagh, Víctor. 2013. «La simbología de las fiestas patronales: ejemplo de Pradoluengo». *Revista de Folklore*. (373): 38-56.

Delclós, Carlos. 2018. «Necesidades sociales de los vendedores ambulantes informales en Barcelona». *Barcelona Societat*. (22).

Déleon, Ofelia Columba. 1983. *La feria de Jocotenango en la Ciudad de Guatemala: una aproximación histórica y etnográfica*. Vol. 3. Guatemala: Centro de Estudios Folklóricos USAC. 83 págs.

_____ ; 1989. *Las fiestas populares de la Ciudad de Guatemala: una aproximación histórica y etnográfica*. 1a. ed. Guatemala: Centro de Estudios Folklóricos USAC. 156 págs.

Durán, Luis Armando. 2013. «Espacios públicos, ventas y clientelas ambulantes en San José, Costa Rica». *Universidad Nacional de Costa Rica*. Págs. 57-77.

Durston, John. 2000. «¿Qué es el capital social comunitario?». *Naciones Unidas: Políticas Sociales*. (38). 44 págs.

España, Mariajosé. *Más de 80 ferias fueron canceladas por la pandemia en el país y miles de comerciantes se quedaron sin trabajo*. <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/mas-de-80-ferias-fueron-canceladas-por-la-pandemia-en-el-pais-y-miles-de-comerciantes-se-queedaran-sin-trabajo/> [10 de enero de 2021].

Espinoza, Alison. *Vendedores en ferias trabajan durante largas temporadas lejos de su hogar*. <https://elsancarlistau.com/2018/08/04/vendedores-en-ferias-trabajan-durante-largas-temporadas-lejos-de-su-hogar/> [10 de enero de 2021].

Galicia, Néstor. *Celebración del Mes del Rosario cumple 130 años*. <https://www.prensalibre.com/hemeroteca/mes-del-rosario-en-guatemala/> [4 de enero de 2021].

Godelier, Maurice. 1974. *Antropología y Economía*. Barcelona: Editorial Anagrama. 356 págs.

Gómez, Déborah. 2015. «Alimentos en la vía pública y los resultados de análisis microbiológicos de los alimentos preparados en la plaza del municipio de San Francisco el Alto, Totonicapán». Tesis Universidad de San Carlos de Guatemala. 74 págs.

Grupo del Banco Mundial. 2014. *ADN Económico de Guatemala*. Banco Mundial: Guatemala. 1ª ed. 60 págs.

Instituto Centroamericano de Estudios Fiscales (ICEFI). 2020. *La crisis del COVID-19, su impacto sobre la agenda ODS y el cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo*. Guatemala, Centro América. 101 págs.

Instituto Guatemalteco de Turismo. 2017. *Directorio de Fiestas*. Guatemala. División Desarrollo del Producto. 33 págs.

Instituto Nacional de Estadística. 2019. *Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos*. Guatemala, Centro América. Dirección de Censos y Encuestas del Instituto Nacional de Estadística. 42 págs.

Jaramillo, Norma. 2007. «Comercio y espacio público. Una organización de ambulantes en la Alameda Central». *Alteridades* [México]. 17 (34): 137-153.

Jiménez, Diana. 2012. «La informalidad laboral en América Latina: ¿explicación estructuralista o institucionalista?». *Cuadernos de economía*. 31 (58): 113-143.

Justiniano, Brenda. 2015. «El proceso social de creación y constitución de la Plaza El Amate». Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. 102 págs.

Kusakabe, Kyoto. 2006. *Policy Issues on Street Vending: An Overview of Studies in Thailand, Cambodia and Mongolia*. Bangkok: International Labour Office. 38 págs.

López, Kimberly. *COVID-19: El drama del sector informal cuando quedarse en casa no es una opción*. <https://nomada.gt/pais/actualidad/covid-19-el-drama-del-sector-informal-cuando-quedarse-en-casa-no-es-una-opcion/> [4 de enero de 2021].

Mejía, Edy. 2000. «Arte e historia de la imagen de la Virgen del Rosario de la Iglesia de Santo Domingo en Guatemala». Universidad San Carlos de Guatemala. Facultad de Humanidades. 79 págs.

Méndez, Sandra. 2016. «Condiciones económicas de las mujeres que trabajan en el comercio informal en las calles del barrio El Centro, del Municipio de Sayaxché, Departamento de Petén». Tesis Universidad Mariano Gálvez de Guatemala. 64 págs.

Molina, Deyvid. 2014. «La devoción al Padre Eterno en el templo de San Sebastián, Ciudad de Guatemala». *Revista Tradiciones de Guatemala*. (82): 217-236.

Morales, Julio. *Presidente anuncia vacunación para estudiantes universitarios, periodistas y trabajadores de sectores productivos*. <https://agn.gt/presidente-anuncia-vacunacion-para-estudiantes-universitarios-periodistas-y-trabajadores-de-sectores-productivos/> [2 de agosto de 2021].

Municipalidad de Guatemala. 2010. *Acuerdo de la celebración de la feria de Jocotenango*. Ciudad de Guatemala. 8 págs.

Municipalidad de Guatemala. *Feria de Jocotenango, más que una tradición*. <http://www.muniguate.com/blog/2019/08/07/feria-de-jocotenango-mas-que-una-tradicion/> [10 de marzo de 2021].

Ortega, Hugo. 2015. *Propuesta de Revitalización de la Casa Enrique Arce Behrens, Sede de las Organizaciones Artísticas del Instituto de Previsión Social del Artista. Ciudad de Guatemala*. Tesis Universidad San Carlos de Guatemala: Facultad de Arquitectura. 132 págs.

Palenzuela, Pablo. 2002. «Los orígenes de la Antropología Económica: ¿tienen economía los primitivos?». *Antropología Económica: Teorías y Debates*. Memoria 1998-1999. Convenio CID-Suiza-UMSA. 46 págs.

Plitt, Laura. *Coronavirus: ¿qué le hace el COVID-19 a tu cuerpo?*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51858185> [5 de diciembre de 2020].

Porras Castejón, Gustavo. 1995. *¡Déjennos trabajar!, los buhoneros de la zona central*. Guatemala: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. 108 págs.

Portes, Alejandro y W. Haller. 2004. *La economía informal*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Serie: Políticas Sociales. Santiago de Chile: Naciones Unidas. 55 págs.

Rabossi, Fernando. 2019. «Los caminos de la informalidad». *Sociol. Antropol.* [Río de Janeiro, Brasil]. 9(3): 797-818.

Rosenbluth, Guillermo. 1994. «Informalidad y pobreza en América Latina». *Revista de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe)* (52):157 - 178.

Schensul, Stephen; Schensul, Jean y LeCompte, Margaret. 2010. «Chapter 3. Paradigms for Framing the Conduct of Ethnographic Research». *Designing and Conducting Ethnographic Research*. Ethnographer's Toolkit 2ed. Book 1. Altamira Press. Págs. 55 - 85.

Swanson, Kate. 2007. «Revanchist Urbanism Heads South: The Regulation of Indigenous Beggars and Street Vendors in Ecuador». *Antipode*. Págs. 708-728.

UNICEF. *Lo que debes saber sobre las vacunas de la COVID-19*. <https://www.unicef.org/es/coronavirus/lo-que-debes-saber-sobre-vacuna-covid19> [8 de abril 2021].

United Nations Development Programme. *Human Development Indicator: Guatemala*. <http://www.hdr.undp.org/en/countries/profiles/GTM> [15 de septiembre de 2021].

Valerín, Evelyn y M. Chinchilla. 2012. «Significado del trabajo para las vendedoras ambulantes de la Avenida Central de San José». *Cuadernos de Antropología*. (22) Págs. 22.

Vélaz, Iñaki. *Los problemas de la burocracia: Merton*. <https://s3a2.me/2012/10/08/los-problemas-de-la-burocracia-merton/> [4 de febrero de 2021].

Vicepresidencia de la República de Guatemala. *Comunicado 14 de marzo 2020*. <https://vicepresidencia.gob.gt/noticias/Sab-14032020-2041/Comunicado-14-de-marzo-2020> [15 de diciembre 2020].

Villatoro, Vilma. 2007. «La participación de la mujer en la economía informal. Caso específico: Asentamiento La Arenera, zona 12». Tesis Universidad de San Carlos de Guatemala. 33 págs.

Williams, Colin. 2013. «Evaluating cross-national variations in the extent and nature of informal employment in the European Union». *Industrial Relations Journal*. 44 (5-6): 479-494.

XII. ANEXOS

A. Consentimiento informado



UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Tesis de Licenciatura en Antropología

Liza Ma. Muñoz Carné: 15287

Asesora: Dra. Margarita Ramírez

Consentimiento informado

Estimado participante.

Mi nombre es Liza Muñoz. Soy estudiante de Licenciatura en Antropología de la Universidad de Guatemala. Actualmente estoy desarrollando mi investigación de tesis, enfocándome en el tema "Estrategias de Vendedores de Comida en Ferias Religiosas del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala ante la Inestabilidad Laboral". La investigación tiene como objetivo identificar las estrategias de los/as vendedores/as informales de comida en ferias religiosas ante situaciones imprevistas que alteran su estabilidad laboral.

Me gustaría mucho tomar en cuenta su opinión y experiencias respecto al tema, haciéndole una entrevista. Recuerde, no existe respuesta buena o mala, todas las respuestas son válidas, lo importante es que usted responda con sinceridad. Por su seguridad, ninguna de las preguntas le pedirá datos que revelen su identidad. Los datos que usted proporcione serán analizados únicamente por la investigadora, y serán codificados y presentados de forma que no se especifique la identidad del participante. En esta ocasión solicito su permiso para poder grabar su voz, ya que todo lo que usted mencione será de mucha importancia para la investigación y me servirá para no perder ningún detalle.

La participación en esta entrevista es voluntaria y no traerá ningún beneficio directo e inmediato a los participantes. Si en algún momento usted desea abandonar la entrevista, puede hacerlo con toda libertad. A continuación, usted encontrará dos opciones en donde puede confirmar si desea participar o no en esta encuesta, también encontrará dos opciones en donde puede confirmar si desea que la entrevista sea grabada (solamente la voz) y finalmente un espacio en donde debe escribir su nombre, firma y fecha. Recuerde que este consentimiento estará únicamente bajo el cuidado de la investigadora y se guardarán bajo llave para proteger su identidad. En la parte de abajo encontrará mi contacto y firma como investigadora, el contacto de la asesora de tesis y el contacto de la Directora del Departamento de Antropología y Sociología de la

Universidad del Valle de Guatemala, para que se sientan en la libertad de contactarnos en caso les surja cualquier duda.

De antemano agradezco su participación en esta investigación.

¿Desea participar de forma voluntaria en la investigación "Estrategias de Vendedores de Comida en Ferias Religiosas del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala ante la Inestabilidad Laboral"?

- Sí
- No.

¿Está de acuerdo en que la entrevista sea grabada con grabadora de voz para poder captar a detalle la información que usted nos brinde?

- Sí
- No.

Nombre del participante: _____

Fecha: _____

Firma del participante: _____

Contacto de la investigadora:

Liza Muñoz

Correo: lmmsj1996@gmail.com

Fecha: _____

Firma de la investigadora: _____

Contacto de la asesora de tesis:

Margarita Ramírez

Correo: margoramirezgt@yahoo.com

Contacto de la Directora del Departamento de Antropología y Sociología UVG

Ana Vides

Correo: avides@uvg.edu.gt

B. Entrevista a vendedores/as de comida en ferias religiosas

Entrevista para Vendedores/as de Comida de Ferias Estrategias de Vendedores/as de Comida en Ferias Religiosas del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala ante la Inestabilidad Laboral

INSTRUCCIONES PARA LA INVESTIGADORA: Presentarse, informar al participante el objetivo de la entrevista y duración de la misma. Preguntarle si le gustaría participar en este momento. Proceder a leer el consentimiento informado y preguntar si está de acuerdo en que se grabe la entrevista (explicar procedimiento: la entrevistadora tiene una grabadora y pondrá en altavoz el teléfono para poder grabar la conversación); aclarar que se hará en un espacio a puerta cerrada para que solamente el participante y la entrevistadora puedan escuchar la conversación. Si el participante acepta la grabación, indicarle que debe grabar su respuesta positiva.

Proceder a preguntar:

¿Está usted de acuerdo en participar en esta entrevista?

¿Está usted de acuerdo en que se grabe esta entrevista?

Sección I: Información demográfica

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿Es usted soltero/a, unido/a, casado/a, divorciado/a, separado/a o viudo/a?
3. ¿Qué religión practica?
4. ¿Dónde vive actualmente? *No tiene que darme su dirección, solo decirme por ejemplo: zona 1, Mixco, Escuintal, etc.*
 - a. ¿Vive solo/a?
 - i. Sí: pase a la pregunta #5.
 - ii. No: continúe con la pregunta b.
 - b. ¿Con quién comparte la vivienda? *Indagar sobre composición del hogar: número de miembros y edades aproximadas.*
 - c. ¿Cuántas personas de su familia aportan para el gasto, además de usted?
5. ¿Usted estudia actualmente?
 - a. ¿Cuál fue el último grado escolar que terminó?

Sección II: Condiciones laborales en las ferias.

Ahora vamos a hablar un poco sobre las condiciones de trabajo en las ferias antes del COVID-19.

6. Primero, me gustaría saber qué producto es el que usted ofrece en las ferias.
7. Me podría contar un poco de cómo comenzó a trabajar en las ferias y desde cuándo.
¿Tuvo que hablar con algun organizador? ¿Qué requisitos tuvo que cumplir?
8. Antes del COVID-19, ¿en qué ferias trabajaba? Ya sea en la Ciudad de Guatemala o en cualquier parte del país.
9. Más o menos, ¿cuánto tiempo trabajaba diariamente en la feria?
 - a. ¿Tenía su puesto durante toda la duración de la feria?
10. ¿Otros familiares también tenían puestos en la misma feria?
11. Durante estas ferias, ¿se dedicaba usted a trabajar solo en la feria o también tenía otro trabajo?
12. ¿Necesita tener usted algún permiso especial para que pueda montar su venta en la feria?
 - a. ¿Quién otorga estos permisos?
 - b. ¿Qué requisitos son necesarios para que le den permiso?
 - c. ¿Tienen algún costo los trámites para el permiso?
 - d. ¿Tiene algún costo tener su venta en la feria?
13. ¿Usted conoce ACOFEGUA? *Me podría contar un poco qué sabe acerca de ACOFEGUA.*
 - a. ¿Es usted miembro de ACOFEGUA?
14. ¿Qué otros permisos o reglamentos tiene que seguir para conservar su puesto de venta en las ferias? *Me puede explicar sobre estas leyes o reglamentos (de la iglesia, del CUB, de ACOFEGUA u otros).*
15. ¿Qué cree usted que pasaría si no existieran esas leyes, reglamentos o permisos? ¿Sería una ventaja o desventaja para los vendedores de comida de las ferias?
16. ¿Qué consecuencias tendría usted si no cumple con estas leyes, reglamentos o permisos?

Sección III: Imprevistos durante su labor como vendedores de comida en las ferias.

Ahora vamos a hablar un poco sobre los posibles imprevistos que ha tenido que afrontar durante su tiempo de labor en las ferias.

17. Antes de que empezara la pandemia, ¿usted alguna vez sufrió algún tipo de situación imprevista o de emergencia que no le haya permitido ir a trabajar o que le causara gastos adicionales? *Por ejemplo: un accidente o enfermedad, personal o familiar, o la muerte de un familiar.*
 - a. No: Indagar.
 - b. Sí: *¿Me podría contar un poco al respecto?*

- i. ¿Qué fue lo que sucedió?
- ii. ¿Cómo afectó su trabajo o sus gastos económicos?
- iii. ¿Qué hizo para superar esta situación? ¿Tuvo apoyo de familiares o amigos?

18. ¿Alguna vez sufrió algún robo o extorsión que haya afectado su trabajo?

- a. No: Indagar.
- b. Sí: ¿Me podría contar qué sucedió y cómo lo solucionó?
 - i. ¿Han hecho ustedes algo a nivel grupal, como vendedores de ferias, para que no sufran este tipo de problemas? Me podría explicar sobre dichas acciones.

Sección IV: Efectos del COVID-19 en las ventas de comida de las ferias religiosa.

Ahora vamos a hablar un poco sobre los efectos COVID-19 en sus ventas y las soluciones que han brindado.

19. Cuando el COVID-19 llegó a Guatemala y se implementaron restricciones y cierres de lugares, ¿cómo afectó su trabajo en ese momento?

20. Al pasar un tiempo y ver que la situación del COVID-19 no se resolvería pronto, ¿pensó en alguna estrategia para que su venta no se viera tan afectada? ¿Cuál fue el plan?

- a. ¿Mantuvo ese plan a lo largo del tiempo o ha ido cambiando?
- b. ¿Ha tenido que cambiar de tipo de actividad económica? ¿O de tipo de venta?
- c. ¿Ha recibido apoyo de miembros de su familia? ¿Qué tipo de apoyo?

21. ¿Cuál fue su principal ingreso económico durante el confinamiento del año 2020?

- a. ¿Tuvieron que hacer cambios a nivel familiar para nivelar los ingresos económicos?

22. ¿Recibió alguna ayuda de alguna asociación, iglesia, etc? ¿Qué tipo de ayuda? (*Trabajo, dinero, víveres, productos de higiene*).

23. ¿Recibió alguna vez algún apoyo del gobierno, por ejemplo, el Bono Familia u otro?

- a. ¿Cuántas veces lo recibió?
- b. ¿En algún momento ACOFEGUA o la Municipalidad ayudaron a que el bono familia se les entregara más rápido?

24. ¿Recibió alguna ayuda extra de ACOFEGUA o de la Municipalidad de Guatemala? ¿Qué tipo de ayuda?

25. ¿Cómo logró obtener un puesto en el folleto promovido por la Municipalidad?

- a. Al pertenecer al folleto, ¿sus ingresos mejoraron?
- b. ¿Obtuvo clientes permanentes?

26. Tras el inicio del COVID-19, ¿ustedes como vendedores de comida de ferias se organizaron para solicitar leyes que los protejan laboralmente?

27. Conforme se ha ido normalizando la situación en el país, ¿qué estrategias se han implementado para aumentar las ventas?

28. Si hubiera otra ola de contagios de COVID-19 y se implementaran de nuevo cierres de ciertos lugares, ¿tienen algún plan para que no se vean tan afectados laboral y económicamente de nuevo? Explicar.

29. Ahora que ya el Gobierno permitió la apertura de ferias, ¿ha planeado usted laborar en ellas?

a. ¿Cuándo empezaría?

b. ¿Qué estrategias de venta planificaría?

Agradezco mucho su participación en esta entrevista. Quisiera consultarle si desea agregar algo más a la entrevista, ¿algún dato que crea usted que sería importante para la investigación?

Recuerde que cualquier duda respecto a la investigación puede comunicarse a los correos anteriormente mencionados.

C. Entrevista a representantes de ACOFEGUA

Entrevista para representantes de ACOFEGUA Condiciones de Trabajo de Vendedores de Comida en Fiestas Religiosas de la Ciudad de Guatemala

INSTRUCCIONES PARA LA INVESTIGADORA: Presentarse, informar al participante el objetivo de la entrevista y duración de la misma. Preguntarle si le gustaría participar en este momento. Proceder a leer el consentimiento informado y preguntar si está de acuerdo en que se grabe la entrevista (explicar procedimiento: la entrevistadora tiene una grabadora y pondrá en altavoz el teléfono para poder grabar la conversación); aclarar que se hará en un espacio a puerta cerrada para que solamente el participante y la entrevistadora puedan escuchar la conversación. Si el participante acepta la grabación, indicarle que debe grabar su respuesta positiva.

Proceder a preguntar:

¿Está usted de acuerdo en participar en esta entrevista?

¿Está usted de acuerdo en que se grabe esta entrevista?

Sección I: Datos demográficos

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿Es usted soltero/a, unido/a, casado/a, divorciado/a, separado/a o viudo/a?
3. ¿Qué religión practica?
4. ¿Usted estudia actualmente?
 - a. ¿Cuál fue el último grado escolar que terminó?
 - b. *Si no fue a la escuela.* ¿Sabe leer y escribir?
5. ¿Qué puesto ocupa dentro de ACOFEGUA?
 - a. ¿Hace cuánto tiempo ocupa este puesto?
 - b. ¿Qué trabajos debe desempeñar al ocupar dicho puesto?

Sección II: Organización de ACOFEGUA.

6. ¿Cómo y porqué fue creada ACOFEGUA?
 - a. ¿Quién o quienes la fundaron?
 - b. ¿En qué año fue fundada?
 - c. ¿A qué se dedican? ¿Qué funciones deben cumplir?
 - d. ¿Dónde está ubicado?
 - e. ¿Funciona solo en la capital o a nivel nacional?
 - f. ¿Quién dirige ACOFEGUA? ¿Hay representantes por región?

7. ¿Cuántos miembros tiene ACOFEGUA?
8. ¿Cómo un vendedor puede volverse miembro de ACOFEGUA?
 - a. ¿Cómo solicitan el poder unirse?
 - b. ¿Tiene algún costo la inscripción?
 - c. ¿Los miembros deben hacer algún pago mensual o anual para pertenecer a ACOFEGUA?
 - d. ¿Debe presentarse en la sede central o puede abocarse algún representante departamental?
9. ¿Ustedes apoyan en la organización de las ferias religiosas que se llevan a cabo en la Ciudad e Guatemala?
10. En el proceso de organización, ¿cómo es su comunicación con los vendedores ambulantes?
 - a. ¿Cómo hacen la convocatoria?
 - b. ¿Ponen algún anuncio con la convocatoria?
 - c. ¿Existe un número limitado de puestos?
 - d. ¿Comunican por medio de asamblea general o representantes?
11. En el proceso de organización, ¿tienen comunicación con la Municipalidad de Guatemala, específicamente con la Dirección de Comercio Popular? ¿Qué tipo de comunicación?
13. Durante las ferias, ¿los vendedores reciben algún tipo de protección por parte de ustedes como ACOFEGUA para que no existan extorsiones o robos, especialmente durante la noche cuando se cierran los puestos?
 - a. ¿Alguna vez han presenciado o escuchado de un hecho delictivo durante las ferias?
Me lo podría describir por favor.
14. Como ACOFEGUA, ¿han propuesto proyectos o iniciativas de ley para mejorar las condiciones laborales de los vendedores de ferias? Describir cuáles.

Sección III: COVID-19

15. ¿Cómo considera que afecto el COVID-19 a los vendedores de comida de las ferias?
16. ¿Cuáles fueron sus estrategias para apoyar, durante la incertidumbre del COVID-19, a los vendedores de comida en las ferias?
 - a. ¿Qué acciones tomaron cuando inició?
 - b. ¿Han tenido reuniones más seguido?
17. ¿Ustedes como ACOFEGUA apoyaron o buscaron algún tipo de apoyo, ya sea de víveres o de forma económica, para los vendedores de comida durante la pandemia?
 - a. A todos los vendedores de comida de ferias, miembros de ACOFEGUA, ¿les otorgaron el Bono Familia o dependía del caso de casa persona?
 - b. ¿ACOFEGUA ayudó a promover el Bono Familia entre los vendedores de feria?

18. Actualmente como ACOFEGUA, ¿han creado estrategias para abrir nuevamente al público las fiestas religiosas? ¿Cuáles son?

a. ¿Qué protocolos de bioseguridad proponen?

b. ¿Han trabajado con representantes de la Dirección de Comercio Popular o vendedores independientes para crear dichas estrategias?

19. ¿Me podría explicar cómo fue la colaboración con la Dirección de Comercio Popular para crear los folletos con contactos de vendedores de comida de las ferias de Jocotenango y la Virgen del Rosario?

20. Si hubiera otra ola de contagios de COVID-19 y se implementaran cierres de ciertos lugares de nuevos, ¿tienen algún plan para que no se vean tan afectados los vendedores de las ferias? ¿Cuál es?

21. Ahora que ya el Gobierno permitió la apertura de ferias, ¿qué estrategias de venta han planificado?

a. ¿Qué estrategias de bioseguridad tendrían?

b. ¿Cuándo empezarían a aperturar las ferias?

Agradezco mucho su participación en esta entrevista. Quisiera consultarle si desea agregar algo más a la entrevista, ¿algún dato que crea usted que sería importante para la investigación?

Recuerde que cualquier duda respecto a la investigación puede comunicarse a los correos anteriormente mencionados.

D. Entrevista a representante de la Dirección de Comercio Popular

Entrevista para representante de la Dirección de Comercio Popular Condiciones de Trabajo de Vendedores de Comida en Fiestas Religiosas de la Ciudad de Guatemala

INSTRUCCIONES PARA LA INVESTIGADORA: Presentarse, informar al participante el objetivo de la entrevista y duración de la misma. Preguntarle si le gustaría participar en este momento. Proceder a leer el consentimiento informado y preguntar si está de acuerdo en que se grabe la entrevista (explicar procedimiento: la entrevistadora tiene una grabadora y pondrá en altavoz el teléfono para poder grabar la conversación); aclarar que se hará en un espacio a puerta cerrada para que solamente el participante y la entrevistadora puedan escuchar la conversación. Si el participante acepta la grabación, indicarle que debe grabar su respuesta positiva.

Proceder a preguntar:

¿Está usted de acuerdo en participar en esta entrevista?

¿Está usted de acuerdo en que se grabe esta entrevista?

Sección I: Datos demográficos

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿Es usted soltero/a, unido/a, casado/a, divorciado/a, separado/a o viudo/a?
3. ¿Usted estudia actualmente?
 - a. ¿Cuál fue el último grado escolar que terminó?
 - b. *Si no fue a la escuela.* ¿Sabe leer y escribir?
4. ¿Qué puesto ocupa dentro de la Dirección de Comercio Popular?
 - a. ¿Hace cuánto tiempo ocupa este puesto?

Sección II: El rol de la Dirección del Comercio Popular en relación a la organización de fiestas religiosas.

5. ¿Cuál es el objetivo de la Dirección de Comercio Popular?
 - a. ¿A qué se dedica dicho departamento?
 - b. ¿Qué funciones debe cumplir la persona a cargo?
6. ¿Cuál es el papel de la Municipalidad, específicamente de la Dirección de Comercio Popular, en la organización de las ferias en la Ciudad de Guatemala?
7. En el proceso de organización, ¿ustedes tienen comunicación con los vendedores?

- a. ¿Se comunican directamente o por medio de representantes?
- b. ¿Tienen alguna comunicación con ACOFEGUA?

8. ¿Qué tipo de relación existe entre la Dirección de Comercio Popular y ACOFEGUA?
- a. ¿Ustedes apoyan la organización de ACOFEGUA?
 - b. ¿Qué otro tipo de apoyo les brindan?

Sección III: Protección hacia los vendedores informales.

9. Si llevan a cabo reuniones previas con los vendedores para organizar la ferias religiosas, ¿los vendedores deben asistir obligatoriamente?

12.1 ¿Qué sucede si el vendedor no pudiera asistir a las reuniones por hechos de fuerza mayor? ¿Perdería el puesto? Por ejemplo: Enfermedad, accidente, etc.

10. Durante las ferias religiosas, ¿los vendedores y compradores reciben algún tipo de protección por parte de ustedes como Municipalidad o por parte de la Policía Nacional Civil para que no existan extorsiones o robos, especialmente durante la noche cuando se cierran los puestos?

a. ¿Alguna vez han presenciado o escuchado de un hecho delictivo durante las fiestas religiosas? Me lo podría describir por favor.

11. Como Municipalidad, ¿han propuesto proyectos o iniciativas de ley para mejorar las condiciones laborales de los vendedores de ferias? Describir cuáles.

12. En su opinión, ¿qué leyes o reglamentos considera deberían de ser creados para mejorar las condiciones laborales de los vendedores de ferias?

Sección IV: COVID-19

13. ¿Antes del COVID-19, cuál fue la última feria que se llevó a cabo en la Ciudad de Guatemala, en la que ustedes hayan tenido participación?

14. ¿Cómo considera que afecto el COVID-19 a los vendedores de las ferias?

15. ¿Cuáles fueron sus primeras estrategias para apoyar a los vendedores de comida de las ferias durante la incertidumbre del COVID-19?

16. Respecto a los folletos con los contactos de los vendedores de comida para las ferias de Jocotenango y de la Virgen del Rosario, ¿cómo se seleccionó a los vendedores que aparecerían en el folleto?

- a. ¿Qué requisitos debían cumplir los vendedores para poder aplicar?
- b. ¿Los vendedores debían pagar algo?
- c. ¿Cómo hicieron la convocatoria?
- d. ¿Había un número limitado de vendedores para poner en el folleto?
- e. ¿Cómo verificaron que los vendedores cumplieran con las medidas de salud?

17. ¿Ustedes como Municipalidad apoyaron, ya sea con víveres o de forma económica, a los vendedores informales durante la pandemia?

a. Como Municipalidad, ¿ayudaron con la divulgación o a que el Bono Familia fuera entregado más rápidamente a los vendedores de las ferias religiosas?

18. Actualmente como Dirección de Comercio Popular, ¿han creado estrategias para por abrir nuevamente al público las ferias? ¿Cuáles son?

a. ¿Qué protocolos de bioseguridad proponen?

b. ¿Han trabajado con representantes de la ACOFEGUA o vendedores independientes para crear dichas estrategias?

19. Si hubiera otra ola de contagios de COVID-19 y se implementaran cierres de ciertos lugares de nuevos, ¿tienen algún plan para que no se vean tan afectados los vendedores de las fiestas religiosas? ¿Cuál es?

Agradezco mucho su participación en esta entrevista. Quisiera consultarle si desea agregar algo más a la entrevista, ¿algún dato que crea usted que sería importante para la investigación?

Recuerde que cualquier duda respecto a la investigación puede comunicarse a los correos anteriormente mencionados.