



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

OBSERVATORIO CULTURAL URBANO

**El comercio informal desde el
punto de vista de las
microterritorialidades en la
ciudadela La Alborada**

Autor.-

Roxana Bethsabé Toral Reyes

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Periodismo

Guayaquil, Enero de 2013

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

OBSERVATORIO CULTURAL URBANO

**El comercio informal desde el punto
de vista de las microterritorialidades
en la ciudadela La Alborada**

Autor.-

Roxana Bethsabé Toral Reyes

DOCENTE INVESTIGADOR

Eduardo Albert Santos

ASESOR TEMÁTICO

Carlos Tutivén Román

CO-INVESTIGADOR

Mabel González Cogliano

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Periodismo

Guayaquil, Enero del 2013

ABSTRACT

Este trabajo de investigación -que se encuentra enmarcado dentro del Observatorio Cultural Urbano (OCU), un programa desarrollado por el Departamento de Investigación en Comunicación y Cultura (DICYC), de la Universidad Casa Grande (UCG)- tiene por objetivo explorar el comercio informal desde el punto de vista de las microterritorialidades en cinco vendedores de productos y servicios, ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, entre las calles José María Roura y Benjamín Carrión, en la ciudadela la Alborada, durante agosto y noviembre de 2012.

A partir de los datos recabados en la investigación de campo, buscamos generar contenido textual y audiovisual sobre el comercio informal, para que fuera incluido en la sección 'Microterritorios', dentro del espacio destinado a la ciudadela La Alborada en la plataforma virtual del Observatorio Cultural urbano (OCU), con el fin de aportar información sobre la cultura urbana de la actividad económica en ese sector del norte de Guayaquil.

Los productos que nos permitieron cumplir con ese objetivo son: Dos microdocumentales sobre dos comerciantes, un video de introducción que capte la atención de los cibernautas en la sección de 'Microterritorios', una crónica que describa los conflictos de los vendedores con los policías metropolitanos y que se complementa con un video en el que se exponen sus testimonios, una galería de imágenes para mostrar sus visualidades y un recorrido sonoro, que consiste en un 'mix' de audio para transmitir los sonidos de este populoso barrio de Guayaquil.

ÍNDICE

1. Prólogo	6
2. Declaración de propósito	9
3. Introducción	12
3.1 Investigaciones latinoamericanas del comercio informal	12
3.2 Investigaciones locales sobre el comercio informal	16
3.3. Justificación de la investigación	19
4. Revisión de la literatura	22
4.1 Comercio informal	22
4.1.1 Sentido antropológico del comercio informal	23
4.1.2 Vínculo entre cultura urbana y comercio informal	24
4.2 La ciudad	26
4.2.1 Ciudad pensada frente a la ciudad vivida	27
4.2.2 Fenómeno de la migración interna	30
4.2.3 Espacio público	31
4.3 Territorialidades	33
4.3.1 Concepto	33
4.3.2 Conflictos que genera el fenómeno de apropiación	34
4.3.2.1 El rol del Estado y las políticas públicas	35
4.4 Antropología de las calles	37
4.4.1 La vida en las aceras	37
4.4.2 Actividad en el espacio público	38
5. Objetivos de la investigación	40
5.1 Objetivo general	40
5.2 Objetivos específicos	40

6. Metodología de la investigación	41
6.1 Tipo de estudio	41
6.2 Enfoque del estudio	42
6.3 Planteamiento de categorías analíticas	43
6.4 Sujetos estudiados en la investigación	44
6.4.1 Unidades de análisis de la primera etapa	44
6.4.2 Unidades de análisis de la segunda etapa	46
6.4.3 Criterios de selección de la muestra	48
6.4.4 Tipo de muestra	50
6.5 Sitios escogidos para la investigación	51
6.6 Técnicas de investigación	52
6.6.1 Aplicación de las técnicas	53
6.6.2 Plan de trabajo	54
6.7 Identificación del problema	54
7. Resultados	56
7.1 Microterritorialidades	56
7.1.1 Apropiación del espacio público	56
7.1.2 Visualidades de los microterritorios	59
7.2 Prácticas socioculturales de los comerciantes	63
7.2.1 Estrategias del microcomercio	63
7.2.2 Origen de los saberes de los comerciantes	66
7.2.3 Relación con los clientes	70
7.3 Una ciudad dentro de una ciudad	71
7.3.1 La Alborada: Un polo comercial	72
7.3.2 Sus cambios a través del tiempo	74

7.4 Un trabajo al margen de la Ley	76
7.4.1 Represión de los “robaburros”	77
8. Propuesta del proyecto	80
8.1 Objetivo del proyecto	82
8.2 Meta de impacto	82
8.3 Objetivos de los productos	83
8.4 Propuesta de productos	84
8.5 Horizonte del proyecto	87
8.6 Metas y planes de producción	88
9. Ejecución del proyecto	88
10. Sistematización de Experiencias	90
11. Conclusiones y recomendaciones	92
12. Bibliografía	98

1. PRÓLOGO

El comercio informal que se desarrolla en los puestos en la calle, que en este estudio nombraremos también como microterritorios, en la ciudadela La Alborada, al norte de Guayaquil, es el tema principal de investigación que se analizará en este documento, a partir de las historias de 5 vendedores ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur.

El proyecto que ahora conocemos como Observatorio Cultural Urbano (OCU) surgió en el 2001, *“cuando un equipo de investigadores del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC) se planteó una hipótesis: Los cambios urbanísticos producto de la Regeneración Urbana –implementada por el Municipio- impactan y reconstituyen los imaginarios urbanos de los guayaquileños”*. (Ayala, Domínguez, Pacheco, Ponce, Rea, Torres, Wippel y Valarezo, 2010; p. 7).

Posteriormente, el grupo planteó desarrollar el Observatorio Cultural Urbano (OCU) para rescatar la idea original. Pero, por problemas económicos se interrumpieron varios de los proyectos. Se concluyó un estudio sobre postales urbanas –publicado posteriormente en la revista Íconos- y se montó una museografía itinerante sobre los Años Viejos. (Ayala, Domínguez, Pacheco, Ponce, Rea, Torres, Wippel y Valarezo, 2010).

Fue en el 2010 que la idea se retomó como parte del proceso de titulación de un grupo de estudiantes de la facultad de Comunicación de la Universidad Casa Grande.

Ellos analizaron a La Bahía de Guayaquil como lugar antropológico. Mediante una plataforma web se buscó condensar las prácticas, los discursos y las visualidades de Guayaquil, en sus dimensiones antropológicas, sociológicas, estéticas y culturales.

En el 2011 se realizaron cuatro proyectos simultáneos¹ en el marco del Proceso de Titulación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Casa Grande. Uno de ellos indagaba sobre otro lugar de densidad antropológica: El cerro Santa Ana.

Dos cartografías de lugares de densidad antropológica (La Bahía², y el Cerro Santa Ana³), un recorrido gastronómico (La ruta del encebollado⁴), una práctica sociocultural de sincretismo religioso popular (El caso del hermano Gregorio⁵) y otra sobre esoterismo (Oráculo de la Ciudad⁶), forman parte de los contenidos que han sido desarrollados por el OCU.

Este año, cuatro proyectos más buscan alimentar al Observatorio. El foco de uno de ellos se centra en el Comercio y las Prácticas Culturales que se generan en la ciudadela La Alborada, al norte de Guayaquil.

1 Estos proyectos corresponden al 'Observatorio Cultural Urbano: Cerro Santa Ana, un lugar con densidad antropológica', 'Observatorio Cultural Urbano: Producción, circulación y consumo de una práctica culinaria: el encebollado', 'Observatorio Cultural Urbano: Prácticas, Narrativas y visualidades de la Religiosidad Popular Urbana de Guayaquil: El caso de la peregrinación por Dr. José Gregorio Hernández a la Iglesia de San Antonio de Padua' y 'Observatorio Cultural Urbano: Oráculo de la ciudad'.

2 Basado en la investigación del trabajo de Titulación Observatorio Cultural Urbano: Bahía de Guayaquil integrado por Felipe Ayala, Nicole Domínguez, Diana Pacheco, Isabela Ponce, Pablo Rea, Diego Torres, Eddy Wippel, Adriana Valarezo en el 2010.

3 Basado en la investigación del trabajo de Titulación Observatorio Cultural Urbano: Cerro Santa Ana, un lugar con densidad antropológica integrado por Camilo Pareja Farah, Carolina Pilco, Lucy Sobarzo, Carla Zambrano en el 2011.

4 Basado en la investigación del trabajo de Titulación Observatorio Cultural Urbano: Producción, circulación y consumo de una práctica culinaria: el encebollado integrado por Nahiera Morán, Walter Córdova, Daniela Valencia, Juan Sebastián Ruiz, Iván Orlando en el 2011.

5 Basado en la investigación del trabajo de Titulación Observatorio Cultural Urbano: Prácticas, Narrativas y visualidades de la Religiosidad Popular Urbana de Guayaquil: El caso de la peregrinación por Dr. José Gregorio Hernández a la Iglesia de San Antonio de Padua integrado por José Eduardo Henríquez y Rubén Sáenz en el 2011.

6 Basado en la investigación del trabajo de Titulación Observatorio Cultural Urbano: Oráculo de la Ciudad integrado por María del Rocío Román, Bianca Salame, Diana Vega y Romel Vera en el 2011.

La investigación expuesta en este documento surge a partir de ese tema general, abordado en una primera fase de forma grupal por ocho estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico, Comunicación Audiovisual y Multimedia, Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Casa Grande.

El objetivo general de esa primera etapa grupal de investigación⁷ consistió en desarrollar una Cartografía Cultural Urbana de la Alborada que diera cuenta de las prácticas, narrativas y visualidades de ese lugar con densidad antropológica.

En ese sentido, la parte comercial representa para esta investigación uno de los aspectos más llamativos de la Alborada, en especial, el factor relacionado a los comerciantes informales que se observan en las calles y cuyos microterritorios se convirtieron en el motor de este trabajo.

El espacio público de este populoso sector de Guayaquil se encuentra marcado por la actividad comercial de los que buscan una fuente de ingresos a través de un pequeño puesto o de la apropiación de un determinado espacio de la vereda. ¿Qué factores inciden para que se produzca esa ‘apropiación’ del espacio público? ¿Qué motiva a los comerciantes a establecerse en un determinado sitio? Estas son solo algunas de las interrogantes que se busca responder en el presente documento.

¡Pase, vea sin compromiso! Lo invitamos a adentrarse en el mundo del comercio informal de los vendedores de la ciudadela La Alborada, en el que conocerá más de cerca sus prácticas, historias y estéticas laborales.

⁷ El presente diseño metodológico fue basado en la propuesta inicial de investigación presentada a la Dirección de Investigación de la Universidad Casa Grande por el director de tesis, Carlos Tutivén.

2. DECLARACIÓN DE PROPÓSITO

El propósito de esta investigación es explorar el comercio informal desde el punto de vista de las microterritorialidades en los puestos de cinco vendedores de productos y servicios, ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, en la ciudadela La Alborada, identificando las prácticas vinculadas al sentido y apropiación del espacio, conociendo sus historias personales y describiendo las visualidades de sus micropuestos.

Esta investigación es de tipo exploratorio, en una primera fase, debido a la ausencia de estudios anteriores en Guayaquil sobre los microterritorios en el comercio informal. Pese a la limitación por la escasa información, esta investigación busca también ser de tipo descriptiva en el estudio de este fenómeno, pretendiendo convertirse en un referente para análisis posteriores vinculados a este tema.

El enfoque del estudio es cualitativo porque no se busca cuantificar una situación, sino explorar las prácticas, las narrativas y las visualidades que establecen los comerciantes informales en su lugar de trabajo ubicado en la ciudadela La Alborada.

A través de entrevistas estructuradas, entrevistas semiestructuradas a profundidad, observaciones no participantes, diario de campo y documentación visual, se pudo adentrar en la vida laboral de las unidades de análisis, conociendo su forma de vincularse al espacio y sus percepciones sobre su trabajo.

La muestra de esta investigación es no probabilística y está conformada por cinco comerciantes informales de productos y servicios que ocupan el espacio público para trabajar. Un relojero, un vendedor de cangrejos, el dueño de un puesto de duplicado de

llaves, una señora que vende preparados medicinales y un vendedor de una planta destinada a traer prosperidad al lugar donde se la ubique, fueron los escogidos para esta investigación. Las tres primeras actividades captaron la atención de este estudio por ser muy frecuentes en esta ciudadela, mientras que las otras dos resultaron llamativas por su escasa competencia en el sector.

El sitio escogido para esta investigación fue la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, conocida en los inicios de la ciudadela, a fines de la década del 70, simplemente como “la calle principal” de La Alborada (Vivar, 2006). Allí está un importante y tradicional centro comercial, Plaza Mayor, y frente a este se encuentra uno de los ejes de comercio que nació con la urbanización, el Albocentro 1, que alberga a varios locales de productos y servicios.

En esa importante avenida, desde la calle José María Roura hasta la Benjamín Carrión, se ubica el cuadrante de estudio de esta investigación.

Las categorías a estudiar, que profundizaremos en la sección de Metodología de la investigación son la práctica sociocultural del comercio, los microterritorios -el lugar ocupado por el comerciante ambulante o estacionario en las aceras-, el espacio público y el comercio informal, las estéticas urbanas y la memoria sobre el sitio de trabajo.

Luego de haber realizado estas aclaraciones sobre las categorías que conforman esta investigación, es necesario establecer que el presente trabajo no busca generalizar sus resultados a la situación de todos los comerciantes informales en la ciudad. Se trata de una aproximación a la realidad laboral de los cinco vendedores estudiados, ubicados en

la ciudadela La Alborada, y que por tratarse de casos puntuales no podrían generalizarse a otros, aún cuando su situación sea similar.

Esta investigación -reiteramos- es de carácter exploratorio, por lo que pretende convertirse en un primer paso para que otros continúen transitando el sendero de la realidad laboral de los comerciantes informales y su forma de apropiación del espacio en el que trabajan, a través de los que hemos denominado 'microterritorios'. La parte descriptiva busca recabar información, especificar propiedades y características del fenómeno estudiado.

Profundizaremos en las dinámicas de trabajo de estos grupos, las relaciones que se forman, su vínculo con el territorio en el que trabajan y sus percepciones sobre su oficio, mientras tratan de evadir la represión del gobierno local.

3. INTRODUCCIÓN

La Alborada fue creada en 1973 (Vivar, 2006; p. 53) con el propósito de formar una ciudadela familiar de clase media en el sector norte de Guayaquil. Sin embargo, con el paso del tiempo, esta visión de barrio residencial cambió completamente.

Con aproximadamente 300 mil habitantes⁸, esta ciudadela atrae además a personas de sectores aledaños, por sus variadas ofertas de productos, servicios y entretenimiento. El movimiento acelerado de La Alborada y su forma de congregar a personas de diferentes lugares de Guayaquil, e inclusive de otras provincias, la convierten en un lugar de densidad antropológica con muchos factores que merecen ser visibilizados por el Observatorio Cultural Urbano (OCU), el proyecto macro del cual forma parte esta investigación.

En ese sentido, la exploración del comercio informal desde el punto de vista de las microterritorialidades en cinco vendedores de productos y servicios aportará con contenidos para este observatorio, permitiendo exponer la realidad de estos *informales*, que tienen como lugar de trabajo un espacio determinado en La Alborada.

3.1 Investigaciones de ciudades latinoamericanas acerca del comercio informal

En el contexto de América Latina existen más estudios sobre los problemas del comercio informal en la región que en el ámbito local, y además está presente la exploración de la apropiación del espacio público. Estos estudios servirán de guía para esta investigación.

⁸ Cifra obtenida de la investigación Barrios del norte de Guayaquil, realizada por la Universidad Tecnológica Ecotec (s.f.)

Trabajo informal en América Latina: El comercio callejero

La brasileña Susana Veleda, que cuenta con un doctorado en Geografía Humana, realizó este estudio en el 2001 para la Universidad Federal de Río Grande (Brasil).

Luego de realizar una breve introducción sobre el trabajo informal, la autora señala que estas actividades informales de la economía en el contexto latinoamericano tienen *“un papel muy importante en el conjunto de las actividades económicas y sociales, pues absorben a una gran parte de los y las trabajadoras urbanos y, además, estos trabajadores y trabajadoras, al utilizar espacios públicos para ejercer sus actividades, son responsables de transformaciones en los espacios urbanos”* (Veleda, 2001; p.1).

Veleda (2001) realiza una importante aportación en su conclusión sobre los comerciantes informales al recomendar a futuros estudios *“hacer hincapié en sus relaciones con los lugares, dentro de la nueva geografía del comercio”* (Veleda, 2010; p.1).

Es importante destacar esa conclusión de la investigadora, puesto que se vincula al tema que se está tratando en este documento. Ante la falta de estudio sobre los microterritorios de los comerciantes, se pretende aportar a la exploración de ese fenómeno.

El comercio informal: La revitalización del espacio público

Esta ponencia fue desarrollada por la Universidad de los Andes en Venezuela para ser presentada en el V Encuentro de Latinoamericanistas CEISAL, en Bruselas, Bélgica. El arquitecto Aksel Álvarez, su autor, se refiere a la importancia del espacio público y a la necesidad de controlar el comercio informal en las calles.

“(...) si bien el comercio informal posee unas características depredadoras del espacio público de nuestras ciudades, tal y como están, es, también, una realidad sobre la cual debemos operar y dejar de ignorarla” (Álvarez, 2007; p. 2).

El texto destaca el valor del comercio para fomentar el intercambio ciudadano, pero aclara que es necesario una instalación regularizada de los *informales* en el espacio público.

Conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público: el Caso de los Bazares populares de Medellín

La socióloga Marcela Vergara elaboró un artículo para la Universidad Nacional de Colombia, que se centra en el análisis de la conflictividad urbana como resultado de la apropiación y producción del espacio público.

Vergara (2009) divide el espacio público en dos dimensiones: Espacio usado-practicado y el espacio ideado-planeado. Sobre el primero, se

refiere exclusivamente a la apropiación del espacio por la necesidad del trabajo. El segundo se vincula a la lógica político-estatal para controlar dicho espacio.

A partir de ahí, la autora escoge como estudio de caso el proyecto de Bazares populares, que forma parte del programa de reubicación de ventas callejeras en el centro de Medellín.

Vergara (2009) se refiere al fracaso de este proyecto por la disminución de las ventas que se produjo en los comerciantes y que motivó a un gran número de vendedores a volver a las calles.

“Los bazares populares son una muestra fiel de la incapacidad del gobierno, no sólo para controlar las prácticas que distintos actores ejercen en el espacio público, sino de proponer estrategias que trasciendan la mera ubicación” (Vergara, 2009; p.152).

Este artículo es el que más se aproxima al tema de esta investigación, al referirse a la apropiación del espacio público que realizan los comerciantes informales y destacar que la ciudad idealizada, previamente planificada, contradice a las prácticas socioculturales de los comerciantes que se ubican en el espacio urbano (Vergara, 2009).

3.2 Investigaciones locales sobre el comercio informal

En Ecuador, no se ha realizado un estudio exhaustivo sobre las dinámicas del comercio informal desde la apropiación de un espacio. La mayoría de investigaciones se centra en analizar la pugna que se produce entre los comerciantes informales, que son *“todos los trabajadores urbanos y rurales que no gozan de un salario constante y suficiente, así como todos los trabajadores por cuenta propia, excepto los técnicos y profesionales”* (WIEGO⁹, 2001), y los entes reguladores que buscan evitar su trabajo en el espacio público.

Ciudad & Informalidad

Un artículo publicado por el Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos (CDH), titulado *Ciudad & Informalidad*, recoge las voces de sociólogos, comerciantes y autoridades implicadas en la reubicación de estos trabajadores, para exponer los diversos puntos de vista sobre este tema.

Ese texto, elaborado por Jorge Gonzales (2010), expone que la transformación urbana de la ciudad comenzó con la alcaldía de León Febres-Cordero. Sobre ese periodo, Gonzales señala:

“Las concesiones y delegaciones transfieren la administración de lo público a organismos privados, quienes adquieren el poder de reglamentar la conducta ciudadana en estos espacios” (Gonzales,

⁹Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO, por su sigla en inglés) es una red global dedicada a la acción, la investigación y las políticas, que busca mejorar el estatus de los trabajadores pobres, especialmente las mujeres, en la economía informal.

2010; p. 1).

A manera de conclusión, el autor manifiesta que el CDH asume la tarea de *“generar desde todos los espacios y foros públicos una conciencia crítica sobre los diversos problema que enfrenta nuestra ciudad y provocar iniciativas de resolución de conflictos”* (Gonzalez, 2010; p.1).

Rescatamos de este trabajo su propósito de mostrar esa problemática para buscar concienciar a los lectores sobre la necesidad de encontrar una solución que termine con los enfrentamientos entre estos dos sectores.

Guayaquil Informal

Es un documental realizado en el año 2009 por Andrés Loor y Ernesto Yturralde, que gira en torno a la represión ocurrida el 10 de junio del 2008 por parte de *“personeros del Municipio hacia comerciantes que marchaban para presentar sus propuestas; y muestra los diferentes argumentos que tratan de ser invisibilizados por el discurso oficial de la alcaldía”* (Loor & Yturralde, 2009).

Los comerciantes informales son los principales protagonistas de este documental. A ellos se suman las voces de antropólogos, economistas y abogados, que buscan explicar esta problemática.

De esta investigación es importante rescatar su objetivo de hacer visibles los argumentos de los comerciantes que tratan de ser silenciados por la

voz de la autoridad, que emplea todo el aparataje mediático para hacer transmitir su mensaje con fuerza.

El comercio informal del centro histórico de Cuenca: conflictos y alternativas de solución

Esta investigación forma parte del trabajo de tesis de Gonzalo Vergelin para la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), con sede en Ecuador.

En contraste con las anteriores investigaciones expuestas en este documento, la tesis de Vergelin (2006) busca explorar el problema de la seguridad ciudadana en un sector específico de Cuenca y respalda el trabajo del gobierno local para que se puedan ejecutar proyectos que permitan *“liderar la aplicación concertada de acciones participativas y preventivas respecto a la violencia”* (Vergelin, 2006; p. 6).

Esa investigación ofrece un punto de vista distinto sobre el comercio informal, al proponer el *“desarrollo de acciones de capacitación cultural e histórica en los espacios públicos, dirigidas a la población en general, pero con énfasis en los y las comerciantes del mercado”* (Vergelin, 2006; p. 112).

El autor recomienda capacitar a los comerciantes informales para que puedan convertirse en voceros de la riqueza cultural del espacio en el que trabajan, frente a los turistas.

3.3 Justificación de la investigación

Las investigaciones sobre la informalidad del comercio no han profundizado en las prácticas, narrativas y visualidades de esa actividad, partiendo de sus microterritorios en las calles. Es necesario explorar qué motiva a los comerciantes informales de productos y servicios, que son las unidades de análisis de este estudio, a permanecer en un determinado lugar, cuáles son sus criterios para seleccionarlo, cómo lo defienden de la presencia de extraños y sus estrategias para evadir la represión de la autoridad local por su presencia en el espacio público.

El estudio del comercio informal desde este aspecto ‘micro’, que busca ahondar en la actividad de estos comerciantes minoristas, nos abre un nuevo sendero sobre las dinámicas de trabajo de la informalidad y su relación con el espacio urbano.

Buscamos exponer las historias de vida de los comerciantes como una forma de darle un rostro al problema de la informalidad en las calles y que permita a su vez retratar una de las múltiples realidades que forman parte de la ciudadela La Alborada.

Es por eso que esta investigación contribuiría a llenar ese vacío existente, que aseveró Veleda (2001), en la conclusión de su investigación¹⁰: *“El comercio callejero presenta múltiples facetas y las investigaciones hechas hasta ahora no agotan sus estudios; al contrario, indican que hay caminos*

¹⁰En la página 10 de este documento se encuentra una breve descripción sobre la investigación de la socióloga Susana Veleda.

que aún no fueron tratados”.

En ese sentido, se busca aportar a la exploración de esos caminos no transitados con este documento que indaga sobre los microterritorios de los comerciantes informales. También, se busca exponer estas historias para que a través de su publicación en el sitio web del Observatorio Cultural Urbano (OCU), se pueda hacer visible esta realidad a miles de cibernautas que se interesen en conocer un poco sobre ese Guayaquil que no se cuenta en los libros de turismo y que sin embargo existe en cada una de las esquinas de sus transitadas calles y avenidas.

Desde el punto de vista periodístico, la importancia de esta investigación radica en exponer una realidad que no suele ser visible para la ciudadanía.

En palabras del célebre comunicador Ryszard Kapuscinski:

“La fuente principal de nuestro conocimiento periodístico son «los otros». Los otros son los que nos dirigen, nos dan sus opiniones, interpretan para nosotros el mundo que intentamos comprender y describir”. (Kapuscinski, 2000; p.37)

Los productos periodísticos resultantes de esta investigación tendrán como directriz este pensamiento de Kapuscinski, siendo los comerciantes, las voces protagonistas de ese ‘mundo’ que se tratará de describir y exponer.

La utilidad de esta investigación consiste en que al explorar una temática poco abordada, brindará una luz en ese camino para que otros lo continúen explorando.

Por otra parte, el Departamento de Investigación en Comunicación y Cultura (DICYC) de la Universidad Casa Grande (UCG), podrá hacer uso de este contenido para incorporarlo a las investigaciones que forman parte del proyecto conocido como Observatorio Cultural Urbano (OCU), y que cada año busca cartografiar¹¹ un sector de Guayaquil.

A manera de síntesis de lo mencionado, esta investigación busca aportar con:

- Conocimiento sobre un aspecto poco explorado en el estudio del comercio informal: los microterritorios de los comerciantes en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur en La Alborada.
- Elaboración de una interpretación de los modos de apropiación del espacio público en los comerciantes informales estudiados.
- Exposición de las narrativas y visualidades del Guayaquil *informal*, el que se recorre caminando y en el que se encuentran los comerciantes.
- Contenidos que permitan proporcionar información al Observatorio Cultural Urbano (OCU), que centra este año uno de sus ejes en la ciudadela La Alborada.

¹¹Las "cartografías culturales urbanas" - según expone nuestro docente investigador, Carlos Tutivén, en el documento de inscripción del proyecto- son modos de visibilizar las formas de vida de una ciudad y de sus habitantes. Además, son instrumentos de trabajo investigativo en los cuales pueden observarse, de un modo lúdico, las diferentes prácticas socioculturales que caracterizan a las diversas zonas urbanas o territorios simbólicos, a partir de los cuales se generan los sentidos de pertenencia ciudadana a la urbe.

4. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para poder entender de mejor manera los conceptos que forman parte del eje transversal de esta investigación es necesario ahondar en las teorías y definiciones que han realizado los expertos en estos temas.

El comercio informal, la ciudad, la cultura urbana, la territorialidad de los comerciantes y la antropología de las calles en las que los comerciantes efectúan su actividad son algunos de los temas que buscamos definir para nuestra investigación.

4.1 Comercio informal

“La informalidad es entonces una situación en la cual la gente quiere trabajar legalmente pero no puede, lo único que le queda es trabajar en condiciones de relativa ilegalidad” (Vásquez y Saltos, 2000, p. 199).

El concepto de informalidad que expone el libro *Ecuador: Su realidad*, nos parece válido para el tema que rige esta investigación, demostrando que la falta de plazas laborales desencadena en el trabajo que se desarrolla fuera de los parámetros permitidos por la ley.

Los autores atribuyen la causa principal de la economía informal a la *“debilidad económica del país para asegurar un sector productivo que genere empleo y mantenga niveles de remuneración apropiados que atiendan las necesidades de la mayoría de la población” (Vásquez y Saltos,*

2000, p. 198).

Al respecto, el investigador Víctor Márquez (2001), en el estudio *Síntesis de la Serie: Comercio Informal*, realizado por la Universidad Jesuita de Guadalajara, agrega que:

"El comercio informal está conformado por todos aquellos comercios que no están establecidos en un local específico, que no están apegados a las regulaciones legales, fiscales ni laborales...".

Partiendo de aquellos conceptos podemos percibir que el fenómeno del sector informal es percibido mayormente como un problema legal y no se le otorga un enfoque social.

Según datos del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo (INEC), a diciembre del 2011, 626.369 personas se dedican al comercio informal en Guayaquil. Esta es la ciudad con el mayor número de comerciantes informales del país.

4.1.1 Sentido antropológico del comercio informal

"La antropología desde sus inicios se ha interesado por el estudio de sistemas económicos, principalmente aquellos que no se rigen estrictamente por la lógica capitalista"
(Bueno, 1990; p. 13).

La antropóloga e investigadora Carmen Bueno nos presenta un análisis sobre la actividad del sector informal desde el punto de vista de la antropología. En su estudio, Bueno expone que la antropología vinculada al comercio parte de los conceptos emanados de la economía y se introduce directamente a la investigación de campo.

El comercio informal, visto desde un sentido antropológico, consiste en explorarlo como una práctica que desarrollan varios grupos para poder subsistir.

Dentro de esta se encuentran las relaciones que se establecen entre los comerciantes, su forma de adaptarse al entorno, sus decisiones para perpetuarse en un espacio, las estrategias que emplean para destacar frente a la competencia y cómo se apropian de un lugar. Las dinámicas de trabajo de los vendedores y sus relaciones sociales se convierten en otro de los ejes principales de esta investigación.

4.1.2 Vínculo entre cultura urbana y comercio informal

Tras haber analizado el concepto de comercio informal, es necesario explorar su relación con la cultura urbana. Pero, para eso, hemos optado por analizar primero qué significa la cultura urbana.

En palabras de Néstor García Canclini (1985), la cultura no solo representa a la sociedad; también cumple dentro de ella, las necesidades de producción de sentido, la función de reelaborar las

estructuras sociales e imaginar nuevas. Además de representar las relaciones de producción, contribuye a reproducirlas, transformarlas e inventar otras.

Ahora bien, lo urbano se refiere a un *“estilo de vida marcado por la proliferación de urdimbres relacionales deslocalizadas y precarias”* (Delgado, 2007; p.1).

Esto significa que las relaciones que se desarrollan en el ámbito ‘urbano’ están marcadas por una volatilidad, es decir que carecen de profundidad en la comunicación, por su poca estabilidad o duración, y es por eso que se las define como “precarias”.

Es así que llegamos a comprender que la cultura, que se encuentra ligada a la sociedad, al fusionarla con el aspecto “urbano”, llega a integrarse en ese espacio en el que las relaciones sociales son perecederas y cuya esencia es ante todo temporal.

Entonces, la cultura urbana sería en un primer acercamiento, como manifestó Louis Wirth (1938), *“un resultado de la acción de tres factores esenciales: dimensión, densidad y heterogeneidad de la aglomeración”*.

Al entender a la cultura urbana como algo cambiante y que en ocasiones *“el aparente desorden que parece reinar a veces en la*

actividad de las aceras es, de este modo, una estructura social u ordenación de personas institucionalmente controlada o definida”. (Delgado, 2007; p.9); esta investigación se enfoca en exponer las manifestaciones de esa cultura y transmitir el movimiento que se vive en las calles.

La cultura urbana de la actividad informal incluye el modo de apropiación del espacio, forma de adaptación ante la inestabilidad laboral que tienen los comerciantes, relación con el sector en el que desarrollan su actividad y las relaciones que mantienen con otros comerciantes.

4.2 La ciudad

Un breve repaso a la historia de la Roma imperial, nos lleva a vincular la idea de *ciudad*, con la de *municipios*. Dice el doctor en jurisprudencia Ovidio Correa Bustamante, que *“los municipios fueron ciudades que disfrutaban del derecho de ciudadanía, teniendo autonomía en sus asuntos internos, pero estaban obligados a pagarle a Roma tributos y ayudarle eficazmente en sus luchas militares”* (Correa, 1989; p.54).

La frase “autonomía en asuntos internos” nos vincula en gran parte – con la misma idea que nos viene desde la lejana época – a la necesidad de que sean los municipios quienes resuelvan, entre otros, los de la ocupación del espacio público.

Pero, yendo más allá del aspecto organizativo de una ciudad, se encuentra el factor de las relaciones que se desarrollan en ella. El español Jesús Arpal Poblador desarrolla un interesante concepto:

“La ciudad no es algo que simplemente está ahí; nosotros mismo hemos devenido en ciudadanos. E incluso, si se quiere, somos nosotros, quienes en nuestra práctica –y en nuestras concepciones- de relacionarnos con otros y con lo otro –la naturaleza o la divinidad- hemos encontrado la ciudad” (Arpal, 1983; p.7).

Partiendo de ese concepto, podemos concluir que la ciudad se forma por sus habitantes que la viven y la transforman, a través de sus prácticas.

Es así cómo el comercio informal se vincula con la ciudad, debido a que el desarrollo de las urbes con sus flujos de capital fomenta el movimiento económico, brindando así la posibilidad de trabajo a través de estas actividades.

4.2.1 Ciudad pensada frente a la ciudad vivida

La ciudad pensada es la ciudad planificada, que es diseñada por un arquitecto en un papel, y que está conformada por un conjunto de calles, avenidas principales, casas, centros, etc.

En la ciudad pensada se destaca el proyecto urbano, que es el que busca controlar el espacio y definir su desarrollo.

“La perspectiva urbanística asegura tener en cuenta el carácter del medio, de las transformaciones existentes así como la estructura del paisaje urbano (...) El resultado de esta práctica (...) ha sido el de nivelar los caracteres de unicidad buscados desde lo arquitectónico, homogenizándolos en el conjunto urbano buscado por el urbanista” (Ávila, Terreno y Venturini, 2012; p.4).

A través de ese concepto¹² podemos percibir que la ciudad pensada surge a partir de un diseño urbanístico, que define el modelo arquitectónico de la urbe. Esto ocasiona que se tienda a homogenizar las infraestructuras y se busque controlar el aspecto de la ciudad.

Para controlar dicho aspecto, se pretende dar pautas de usos y comportamientos a *“una colonia humana densa y heterogénea conformada esencialmente por extraños entre sí” (Delgado, 1999; p. 23)*, que vive en constante resistencia a lo planificado.

“No vamos, entonces, tras la ciudad física, sino hacia aquella hecha por la percepción ciudadana (...) En consecuencia, en este tipo de investigaciones debe tenerse

¹² El concepto fue obtenido del documento *La crisis de sustentabilidad de las prácticas urbanísticas*, expuesto en el Séptimo Congreso de Medio Ambiente, efectuado del 22 al 24 de mayo de 2012 en La Plata, Argentina.

presente que se busca la ciudad de los ciudadanos...” (Silva, 2006; p.14)

Es entonces que nos vinculamos con **la ciudad vivida**, que es la que se forma por la manera en que las personas emplean sus espacios, de acuerdo a sus necesidades, creencias, costumbres, etc. Es la ciudad la que se adecua a las personas y no lo contrario, como se pretende con la “ciudad pensada”.

La ciudad vivida es subjetiva y surge por los modos de vida de los ciudadanos, *“tratando de comprender y evidenciar memorias colectivas sobre temas urbanos, tales como acontecimientos locales, personajes y mitos, escala de olores y colores que identifican y segmentan sus ciudades, fabulaciones (historias, leyendas, rumores) que las narran, en fin, construcciones imaginarias...” (Silva, 2006; p.14).*

La ciudad vivida no es *“ni ciudad plana, ni unificada, ni vista, sino una ciudad conformada por lugares de vinculación, de relación y acentos vivenciales en el espacio urbano” (Diez, 2012; p.1).*

Con estos conceptos, pudimos diferenciar la ciudad pensada de la ciudad vivida. Esta última es la que se buscó retratar y describir en este trabajo de investigación.

4.2.2 El fenómeno de migración interna

“El Ecuador enfrenta procesos migratorios muy fuertes tanto internos como externos” (Vásquez y Saltos, 2000; p.100)

Y este fenómeno no es nuevo, en nuestro país; y no lo es en razón de que los medios de producción, y la riqueza que de ellos deriva, no viene distribuida de manera uniforme en los espacios geográficos, precipitándose más bien a la gran urbe que así ofrece oportunidades de empleo.

Una especie de magnetismo social por razón de vida que apunta a mejores formas de subsistencia atrae hacia el polo de desarrollo que representa la ciudad, buscando el golpe de timón que cambie el infortunio del lugar de origen. *“La población se mueve siguiendo el capital, es decir, aquellas zonas más desarrolladas ya sea a nivel regional, nacional o internacional (Vásquez y Saltos, 2000; p.100)”*.

Continuando con el análisis sobre la migración interna en Ecuador, encontramos un estudio de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), sede Ecuador, que se refiere a esta situación.

“La migración genera transformaciones sociales y económicas de suma importancia tanto en las zonas expulsoras como en las zonas receptoras de migrantes. Mucho se ha hablado de

estas incidencias a nivel externo, pero no existe mayor análisis de este proceso y de sus implicancias en el éxodo interno ecuatoriano” (Falconí, 2010; p.12).

Durante este proceso investigativo, llamó nuestra atención que algunos de los comerciantes entrevistados en las primeras etapas de la investigación de campo eran personas que no habían nacido en Guayaquil y que percibían a esta ciudad como un lugar con más oportunidades. Es por eso que decidimos incluir el tema de la migración interna como parte de la revisión de la literatura.

4.2.3 Espacio Público

El antropólogo Gaspar Maza en su trabajo *El espacio público como lugar de encuentro y convivencia: el papel de la práctica deportiva*, proporciona una definición que él considera jurídica y que, por relacionarse a la situación del espacio público en Guayaquil, aporta a este documento.

Maza señala de forma crítica que el espacio público *“es un espacio sometido a una regulación específica por parte de la administración pública, que es la propietaria y la que posee la facultad de dominio sobre el suelo, la que garantiza la accesibilidad para todos y la que fija las condiciones de utilización y de instalación de actividades”* (Maza, 2011; p.1).

Justamente eso es lo que ocurre en nuestra ciudad y que pudimos constatar en las entrevistas a los vendedores que revelaron sus negativas experiencias con los metropolitanos¹³, que buscaban ahuyentarlos del sitio en el que trabajan.

Por otra parte, Delgado (1999) nos proporciona una reflexión sobre el espacio público, visto desde su territorialidad y desterritorialidad constante.

“El espacio público es, pues, un territorio desterritorializado, que se pasa el tiempo reterritorializándose y volviéndose a desterritorializar, que se caracteriza por la sucesión y el amontonamiento de componentes inestables...” (Delgado, 1999, p.46)

Para este autor, el espacio público se caracteriza por la inestabilidad y la volatilidad de las relaciones que allí se desarrollan. Si bien es cierto, en la investigación que hemos efectuado y que presentamos en este documento, pudimos comprobar que existe una tendencia a territorializar determinados sectores del espacio público por parte de los comerciantes informales; pero, como menciona Delgado, viene a ser una reterritorialidad, es decir, que se produce durante un momento específico, que en este caso vendría a ser durante la jornada laboral, y luego se ‘libera’ nuevamente aquel territorio.

¹³ Es el nombre con el que los comerciantes entrevistados se refieren a los policías metropolitanos, que son los que integran a la Policía Metropolitana de Guayaquil.

4.3 Territorialidades

La sensación de pertenencia a un espacio geográfico determinado, en el lenguaje común se conoce como el “hecho de la territorialidad”. Ser “territorial” importa excluir a otro del uso, goce y disfrute de un bien que generalmente reporta ventajas utilitarias. Si a lo dicho, agregamos nada más que el elemento de *la capacidad de disponer* de la cosa, y ya nos vinculamos con el derecho de “propiedad” que, en el sentir de Ramón Badenes Gasset “*es el más amplio que puede tenerse sobre una cosa, es decir, desde el punto de vista jurídico privado, el máximo poder que una persona puede tener sobre una cosa...*” (Badenes, 1977; p. 213)

Nuestra investigación se precipita a la idea de la territorialidad del espacio físico – generalmente público - con que están marcadas las relaciones entre quienes ejercen el trabajo informal en nuestro país.

4.3.1 Concepto.

En el más amplio sentido del trabajo informal, la territorialidad es adueñarse del espacio público para ejercer un oficio.

Acabamos de ver que el derecho de propiedad constituye el más amplio de los derechos de los que puede ser titular la persona humana. Características suyas son *excluir a los demás del uso, goce, disfrute y de la sui generis capacidad de disponer del objeto* (Escriche, 1986; p.718).¹⁴

¹⁴ Dominio: El derecho o facultad de disponer libremente de una cosa, si no se lo impide la ley, la voluntad del testador, o alguna convención. Esta libre disposición abraza principalmente tres

La territorialidad se ejerce por la urgencia de sobrevivir, o monopolizar - que es lo mismo -, excluyendo a otro de las resultas de una actividad informal que produce dinero, convirtiendo en oficio socorrido el mero hecho de llegar a ser “*propietario*” del espacio físico en que asienta “un negocio” connotado en la más variopinta gama de lo arbitrario.

4.3.2 Conflictos que genera el fenómeno de apropiación del espacio público

En lo que es objetivo y tangible, la utilidad práctica de todo derecho patrimonial viene representada en expresiones de dinero; ahí la razón que ha movido al mundo, y a quienes lo pueblan, desde lejana época.¹⁵

Dice Genaro Eguiguren (2008) que cuando el hombre se vuelve sedentario, una de las características de su nuevo estado es la ampliación de aquella rudimentaria y elemental noción de propiedad a las cosas que hoy llamamos inmuebles: el territorio pasa a ser un elemento de aprovechamiento exclusivo de un individuo o de una tribu, y repele a cualquier otra que la pretenda.

derechos, que son: el derecho de enajenar, el derecho de percibir todos los frutos y el derecho de excluir a los otros del uso de la cosa.” **Diccionario Razonado de Legislación y Jurisprudencia, D. Joaquín Escriche, Tomo Segundo, Fondo de Cultura Ecuatoriana, 1986, página 718.**

¹⁵ “Todas las diatribas hechas contra el dinero, ese vil metal, no han logrado éxito nunca, ni consolaron jamás a sus autores de no tener dinero: Anónimo”. Enciclopedia de Citas Morales y Religiosas (1976), Talleres Gráficos CLIE, 1era. edición, España, páginas 125 y 126.

Ligando esto al comercio informal, vemos que se produce un fenómeno parecido de exclusión o de exclusividad en que el “propietario de un microterritorio” afianza su predominio con la patente de quitarle a otro informal la posibilidad de uso y goce del bien que disfruta.

Los intereses contrapuestos entre informales no son ajenos a esta arista económica que busca satisfacer necesidades porque permite la subsistencia de sus actores, y entonces el escenario de lucha en este microcosmo informal, en el que generalmente *no hay para todos*, pone en acción mecanismos de defensa en pos de la exclusividad del espacio.

4.3.2.1 El rol del Estado y las políticas públicas en relación a este fenómeno social.

“El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.”

Una muy buena impresión, visual por lo menos, nos da la lectura del texto que acabamos de copiar, del Art. 33 de la Constitución de la República del Ecuador.

El contenido de la norma constitucional empieza diciendo que el ***trabajo es un derecho***, y nos preguntamos de qué forma viene garantizado el derecho a trabajar en el comercio informal cuando, pese a la expresa prohibición constitucional, particularmente la Municipalidad de Guayaquil – que ahora tiene por nombre “Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal - persigue a quienes ocupan el espacio público para la venta de bienes.

Al margen de lo que diga la ley, la Constitución y hasta los Tratados Internacionales – lirismo puro -, no existen políticas públicas coherentes ni definidas para tratar el problema, integrando a este segmento humano, de gente que sufre, al proceso de producción, garantizándole así el respeto **a su dignidad y a una vida decorosa.**

No estamos por el desorden ni propugnamos el incumplimiento de la ley porque es cierto que el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en su Art. 54 dispone como función de los Gobiernos Autónomos, entre otros, “*regular y controlar*

el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él...”, pero no se ve en las municipalidades la necesaria flexibilidad para buscar y definir en los espacios públicos cantonales, la opción de que se instalen sin el peligro de la confiscación a los trabajadores hasta ahora informales.

4.4. Antropología de las calles

La investigación presentada en este documento se elaboró en las calles. En ese lugar de tránsito en el que diariamente circulan miles de personas y que se convierte en el sitio de trabajo de los comerciantes.

El arquitecto Amos Rapoport nos entrega una interesante reflexión sobre las calles. *“...Son los espacios más o menos estrechos, lineales, enmarcados por construcciones que se encuentran en todo tipo de asentamientos y son usados para la circulación y otras actividades” (Rapoport, 1987).*

Esta definición nos da una aproximación al significado físico de las calles, sin embargo falta por explorar el lado antropológico de ese escenario.

4.4.1 La vida de las aceras

Retomando el análisis de las calles, Delgado (2007) sostiene que se trata de una institución social y descarta que consista únicamente en un mero pasadizo que se abre paso entre construcciones.

Al respecto, el antropólogo agrega que *“en su seno se desarrollan formas propias de aprendizaje y sociabilidad cuyos protagonistas no están asociados entre sí por lazos involuntarios como los que caracterizan los sistemas de filiación”* (Delgado, 2007; p. 128)

Esto quiere decir que las personas que protagonizan la vida social de las calles no tienen nexos fuertes de unión y en algunos casos, prácticamente no se conocen entre sí, más allá de una mera relación transitoria por coincidir en un mismo espacio público.

Para Delgado (2007), las aceras son espacios urbanos que deben ser considerados por la cultura dinámica e inestable que las caracteriza y por las prácticas y discursos de sus usuarios.

4.4.2 Actividad en el espacio urbano

Son múltiples las actividades que se realizan en las calles y que guardan significados sociales, más allá del simple hecho de transitar por un lugar público.

Para el arquitecto Jan Gehl (2006) existen tres tipos de actividades, a grandes rasgos, que pueden desarrollarse en los espacios públicos y que están relacionadas al entorno físico.

La primera categoría, según el autor, corresponde a las actividades necesarias que son las que tienen un carácter obligatorio como ir de compras a un lugar, transitar por una calle para ir al colegio, y que en general implican tareas cotidianas.

La segunda categoría se refiere a las que son opcionales, que van ligadas a la satisfacción de un interés personal y ya no entrañan una obligación.

Sobre esto, Gehl reflexiona y sostiene: *“En las calles y espacios urbanos de poca calidad solo tiene lugar el mínimo de actividad. La gente se va deprisa a casa. Un buen entorno hace posible una gran variedad de actividades humanas completamente distintas”* (Gehl, 2006; p.19).

Y la tercera categoría propuesta por el arquitecto citado corresponde a las actividades sociales, que son en las que se produce un intercambio comunicacional entre dos o más personas y que varían según el contexto en el que se produzca.

5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Toda investigación requiere de unas directrices para no desviarse de su finalidad y así conseguir la información requerida.

5.1 Objetivo General:

Explorar el comercio informal desde el punto de vista de las microterritorialidades en cinco vendedores de productos y servicios, ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, entre las calles José María Roura y Benjamín Carrión, en la ciudadela la Alborada, durante agosto y noviembre de 2012.

5.2 Objetivos Específicos:

- Identificar las prácticas vinculadas al sentido y apropiación del espacio público de los cinco vendedores de productos y servicios, ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, en la ciudadela Alborada.
- Conocer las historias personales vinculadas a la actividad comercial que realizan los cinco vendedores de productos y servicios.
- Describir las visualidades de los espacios o micropuestos que emplean los cinco vendedores de productos y servicios.
- Explorar la relación con los clientes en el comercio informal que establecen los cinco vendedores de productos y servicios.
- Conocer el origen de los saberes sobre la actividad comercial informal que poseen los cinco vendedores de productos y servicios.
- Indagar sobre la relación que tienen los cinco vendedores de productos y servicios con la Policía Metropolitana.

6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En nuestro estudio buscamos comprender la acción social de los individuos en el espacio urbano, aproximándonos a su realidad desde una visión cualitativa.

Esta investigación tuvo dos etapas. En la fase exploratoria el foco del estudio se orientó hacia la territorialidad de un grupo de gasfiteros, ubicados bajo un paso a desnivel en la intersección de la avenida Francisco de Orellana y la Benjamín Carrión, y de un grupo de relojeros, que se encuentran en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, frente al centro comercial Plaza Mayor. Interesaba indagar sus formas de apropiación del territorio y cómo lo defendían de otros trabajadores.

Sin embargo, luego de una revisión con el docente investigador Carlos Tutivén, se definió que ese eje no resultaría visualmente llamativo para los fines del OCU, puesto que la disputa por un espacio no podía ser mostrada a través de imágenes o de videos.

Fue así que tras un nuevo levantamiento de campo se definió otro eje para la investigación y es el que se encuentra desarrollado en este documento.

Este formó parte de la segunda etapa del proceso, en la que se evidenciaría cómo los comerciantes se ubican en un mismo sitio durante años y los conocimientos que tienen de su actividad.

6.1 Tipo de Estudio

Esta investigación, como ya se mencionaba en la declaración de propósito, en una primera fase fue de tipo exploratoria por la ausencia de

estudios precedentes en Guayaquil sobre los microterritorios de los comerciantes informales. Este tipo de estudio se utiliza cuando *“el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, o que no ha sido abordado antes.”*(Hernández, Fernández y Baptista, 2003; p.100).

Sin embargo, tras haber realizado una aproximación al fenómeno de estudio pudimos llegar a obtener información que nos permitió ser más descriptivos sobre el tema abordado. Es por eso este estudio es de tipo exploratorio y descriptivo.

“Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas”
(Hernández, Fernández y Baptista, 2003; p.102).

6.2 Enfoque del estudio

El enfoque del estudio es cualitativo porque no se busca cuantificar una situación, sino explorar las prácticas, las narrativas y las relaciones que establecen los comerciantes informales en su lugar de trabajo ubicado en la Alborada.

“La investigación cualitativa se basa, ante todo, en el proceso mismo de recolección y análisis. Recordemos que es interpretativa,

ya que el investigador hace su propia descripción y valoración de los datos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003; p.528).

6.3 Planteamiento de categorías analíticas

Para precisar la significación de los términos que rigen esta investigación, procedimos a operativizarlos a través de la definición que rige sobre dichas categorías.

La categoría principal corresponde a la **práctica sociocultural** del comercio. Dividiendo a esta categoría, tenemos a la práctica social que se relaciona con los saberes adquiridos por estos comerciantes. Y por otro lado se encuentra la práctica cultural, que a decir de Contreras (2008) se trata de *“las actividades específicas que realizan las personas dentro de un campo cultural determinado”*. En este caso, la práctica cultural se vincula a la actividad que desarrollan los comerciantes en el espacio en el que trabajan y sus estrategias para permanecer en ese sitio.

Otra categoría es la de los **microterritorios**. Con esto nos referimos al espacio físico ocupado por el comerciante -ambulante o estacionario- en las aceras.

A partir de allí surge otra categoría de esta investigación: **El espacio público y el comercio informal**. Esta explora la relación entre el denominado espacio público, regulado por la administración pública que

establece las reglas y ordenanzas sobre su uso, y el comercio informal que se apropia de un lugar para desarrollar su actividad económica.

Por otra parte, **las estéticas urbanas** se convierten en otra categoría importante, en la que se encuentran las características físicas del comercio como la vestimenta de los comerciantes, decoración de puestos, colores empleados y demás elementos que integran su visualidad.

Y cuando nos referimos a la **memoria**, se busca indagar en los recuerdos de los comerciantes sobre cómo era el movimiento en la ciudadela La Alborada cuando llegaron –en especial en los que llevan bastantes años en un mismo espacio- y cómo es ahora.

6.4 Sujetos estudiados en la investigación

En la primera y segunda etapa de investigación se entrevistó a varios sujetos que nos permitieron explorar distintas realidades sobre el comercio informal en la ciudadela La Alborada. De forma exhaustiva y a profundidad, incluyendo seguimiento de sus actividades, se investigó a los cinco sujetos que fueron mencionados en la declaración de propósito.

6.4.1 Unidades de análisis de la primera etapa:

Son los sujetos estudiados como parte del primer tema de investigación que, como mencionábamos, fue posteriormente cambiado.

Gasfiteros informantes

Nombre: Líder García	Edad: 50 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Electricista y gasfitero	Tiempo en la actividad: Aproximadamente 30 años	Tiempo en el Puento: 6 años

Nombre: Nabor Zavala	Edad: 60 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Albañil	Tiempo en la actividad: Aproximadamente 40 años	Tiempo en el Puento: 10 años

Nombre: Gary Thompson	Edad: 51 años	Ciudad de nacimiento: Manta
Actividad: Gasfitero y electricista	Tiempo en la actividad: Aproximadamente 15 años	Tiempo en el Puento: 10 años

Nombre: Francisco Mejía	Edad: 52 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Gasfitero y albañil	Tiempo en la actividad: Aproximadamente 25 años	Tiempo en el Puento: 15 años

Relojeros informantes

Nombre: Fabián Naranjo	Edad: 50 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Relojero	Tiempo en la actividad: 39 años	Tiempo en la Alborada: 10 años

Nombre:Roberto Lavezzari	Edad: 49 años	Ciudad de nacimiento: Mocache
Actividad: Relojero	Tiempo en la actividad: 30 años	Tiempo en la Alborada: 8 años

Nombre: Mauro Anastacio	Edad: 38 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Relojero	Tiempo en la actividad: Aproximadamente 20 años	Tiempo en la Alborada: 12 años

Nombre: Édison Ávila	Edad: 26 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Relojero	Tiempo en la actividad: 10 años	Tiempo en la Alborada: 10 años

6.4.2 Unidades de análisis de la segunda etapa:

Estos son los sujetos estudiados específicamente para el tema de esta investigación, que se convirtieron en nuestros informantes y cuyas historias serán expuestas en los productos resultantes de este proyecto.

Relojero

Nombre: Fabián Naranjo	Edad: 50 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Relojero	Tiempo en la actividad: 39 años	Tiempo en la Alborada: 10 años

Cangrejero

Nombre: Carlos Peñafiel	Edad: 38 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Vende cangrejos	Tiempo en la actividad: 18 años	Tiempo en la Alborada: 18 años

Duplicado de llaves

Nombre: Gabriel Obregón	Edad: 42 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Realiza duplicados de llaves	Tiempo en la actividad: 30 años	Tiempo en la Alborada: 30 años

Vendedora de preparados medicinales

Nombre: Marleni Ramos	Edad: 23 años	Ciudad de nacimiento: Paute
Actividad: Vende preparados medicinales	Tiempo en la actividad: 2 años y medio	Tiempo en la Alborada: 2 años y medio

Vendedor de los llamados 'tronquitos de la felicidad'¹⁶

Nombre: Ramón Gómez	Edad: 45 años	Ciudad de nacimiento: Guayaquil
Actividad: Vende unos troncos denominados "tronquitos de la felicidad"	Tiempo en la actividad: 10 ó 12 años	Tiempo en la Alborada: 10 años

Clientes

El contacto con los clientes fue superficial porque no accedieron a que los grabemos. Fueron conversaciones cortas, en las que les preguntamos por su motivación de comprar tal producto o servicio, y para qué lo utilizan.

Ximena González	Ciente de Marleni Ramos desde hace seis meses	Tiene problemas en el hígado que se trata con medicina natural
José Flores	Ciente de Marleni Ramos, esporádico	Tiene cálculos en los riñones. Siente que ha mejorado con la medicina natural

¹⁶ El tronquito de la felicidad es el nombre con el que es conocido un tipo de planta, que está formada por un pequeño tronco. Se origina a partir de la creencia de que ese tronco trae prosperidad al lugar en el que se lo coloque.

Ana Belén Hidalgo	Ciente de Fabián Naranjo	Fue a que le achiquen un reloj
Paúl Montesdeoca	Ciente de Carlos Peñafiel	Compró un atado de cangrejos. Vive en Sauces, por lo que le queda cerca ir a comprar a La Alborada.

Expertos académicos

Además de los comerciantes, entrevistamos a expertos en sociología y comunicación para que nos ayuden a comprender desde una perspectiva académica el fenómeno de la informalidad en el comercio y cómo incide en la vida de la ciudad.

Máximo Ponce	Sociólogo y catedrático
Tina Zerega	Comunicadora social e investigadora
Carlos Matamoros	Sociólogo y periodista

6.4.3 Criterios de la selección de la muestra definitiva

Tras haber pasado por dos etapas de investigación, se escogió a cinco vendedores de productos y servicios que resultaron llamativos para el proyecto.

Fabián Naranjo, relojero, trabaja en la Alborada desde hace 10 años. Él nos aportó con las diferencias entre el centro y este sector del norte, haciendo una radiografía del sitio desde su percepción. Es muy locuaz al hablar y compartió su percepción sobre el sector en el transcurso de los 10 años que lleva allí. Es un microempresario, puesto que le da trabajo a dos personas en su puesto de relojes y

tiene la visión de colocar otro puesto.

Carlos Peñafiel, vende cangrejos. Tiene 38 años y lleva vendiendo cangrejos aproximadamente 18 años. La actividad de la venta del cangrejo es algo que llama la atención porque ese sector de La Alborada es uno de los pocos del norte de la ciudad en donde se produce la venta del crustáceo. Carlos Peñafiel nos contó su vínculo con esta actividad y la forma en la que busca obtener ingresos cuando hay veda, demostrándonos un poco de esa ‘viveza guayaca’.

Gabriel Obregón tiene un puesto de duplicado de llaves. Lleva 30 años en la Alborada y comentó sobre los cambios en el sector a través de ese tiempo. De él nos llamó la atención que como estrategia para evitar que los policías metropolitanos lo molesten por estar en la vía pública, decidió alquilar un pequeño espacio de un local, en el que se escuda cuando pasan los metropolitanos por el sector. Sin embargo, prefiere estar en el puesto de afuera porque dice que así capta más clientes.

Marleni Ramos, de 23 años. Ella vende desde hace dos años y medio preparados medicinales en una carretilla. Siempre ha estado ubicada en La Alborada porque además de quedarle cerca de su casa, es un lugar comercial y con gran movimiento. De ella nos interesó sus saberes para desarrollar esa actividad. A través de medicina natural y brebajes hechos con sábila y linaza, Marleni

receta a sus clientes según sus afecciones. Desde Perú consigue parte de sus medicamentos naturales.

Ramón Gómez, vendedor de los denominados “tronquitos de la felicidad”. Él no quiso acceder a la entrevista con cámara por su temor a ser afectado por los policías metropolitanos. Sin embargo, aceptó que le tomáramos fotos, que lo grabáramos mientras comercializaba sus productos y también respondió a nuestra entrevista con audio. Es llamativa su historia porque vende un producto que evoca a la superstición, ya que consiste en unos tronquitos que supuestamente traen prosperidad al lugar en el que se los coloque. Él se ubica en un semáforo y los tronquitos se los traen desde la ciudad de Santo Domingo, de donde son originarios.

6.4.4. Tipo de muestra

La muestra de esta investigación es no probabilística, es decir, que no fue escogida respondiendo a un procedimiento mecánico, sino a las posibilidades del estudio. En este caso, requerimos de sujetos voluntarios que nos permitieran explorar su modo de trabajo y que accedieran a la entrevista.

“En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra” (Hernández, Fernández & Baptista,

2003; p. 241).

Buscamos escoger a comerciantes de distintas actividades y que además nos dejaran entrar en contacto con su trabajo.

6.5 Sitios escogidos para la investigación

Luego de realizar varios recorridos por diferentes sectores de la ciudadela La Alborada, pudimos notar que una de las avenidas más comerciales es la Rodolfo Baquerizo Nazur, que también fue considerada por muchos años, como mencionábamos en la introducción, la “avenida principal” del lugar.

El movimiento en esa avenida es intenso y a cualquier hora del día se registra gran actividad en el lugar. El centro comercial Plaza Mayor, la Iglesia Nuestra Señora de la Alborada, un hotel, un supermercado, una ferretería y cadenas transnacionales de comida son algunos de los lugares que destacan y que atraen a las personas.

Dicha afluencia es percibida como una oportunidad de mercado por los comerciantes que se apoderan de las aceras para ejercer su actividad. Las diversas ofertas que nos entrega ese comercio informal captaron nuestra atención y fue por eso que decidimos centrarnos en esa avenida, y escoger a cinco comerciantes que no desempeñaran la misma actividad para proporcionar una pequeña muestra de la variedad de comercio que hay en el sector.

El cuadrante de estudio se ubicó desde la calle José María Roura en su intersección con la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, hasta la Benjamín Carrión. Son cuatro cuadras en las que se encuentra todo tipo de comercio y que tienen movimiento los siete días de la semana.

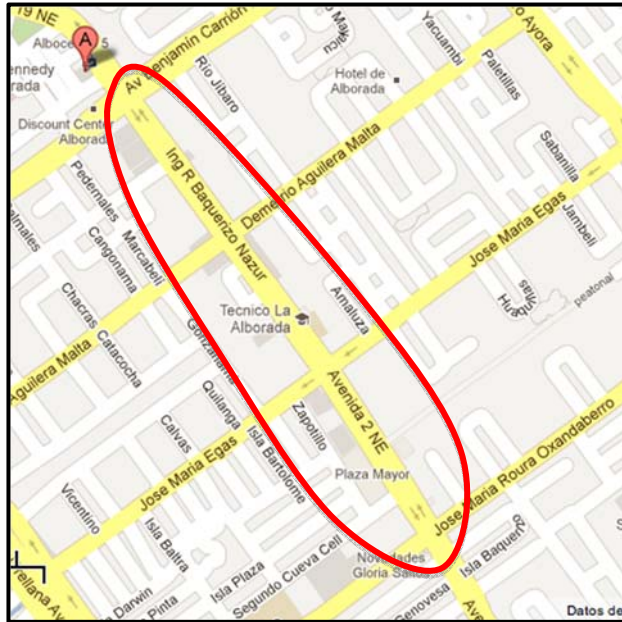


Imagen obtenida desde Google Maps

6.6 Técnicas de investigación

Para el desarrollo de esta investigación utilizamos entrevistas estructuradas, entrevistas a profundidad semiestructurada, observaciones no participantes y diario de campo.

Entrevistas estructuradas: Para conocer los datos que proporcionaron los expertos sobre los temas de la investigación. Con un esquema de preguntas se buscó ahondar en sus opiniones, a través de sus experiencias en sus distintas ramas de las ciencias sociales.

Entrevista a profundidad semiestructurada: Para obtener información de los comerciantes. Nos aproximamos a ellos con un esquema de preguntas

sobre su vida laboral, brevemente su aspecto familiar, estrategias de comercio, percepción de La Alborada; pero a lo largo de la conversación surgían otras preguntas de interés.

Observaciones no participantes: Para tener una visión del entorno de los comerciantes, de su forma de adaptarse al territorio y de las características de sus puestos. La observación nos permitió resaltar las visualidades de sus microterritorios.

Diario de campo¹⁷: Para obtener información extra sobre el comercio de estos cinco vendedores. En esta técnica incluimos las observaciones del movimiento en el lugar y los datos obtenidos en conversaciones con los comerciantes fuera de entrevista, es decir, lo que nos contaron sin sentirse coartados por la presencia de una cámara.

6.6.1 Aplicación de las técnicas

En la aplicación de las técnicas, los comerciantes informales demostraban cierta desconfianza ante nuestro abordaje y sostenían que ya los habían engañado al decirles que algo no sería publicado en medios de comunicación, y al final resultaba que sí era expuesto.

Fue por eso que, pese a tener un amplio cuestionario, no pudimos realizar todas las preguntas planificadas. Sin embargo, obtuvimos muchas respuestas fuera de cámara.

¹⁷Los resultados de esta técnica se encuentran en la página 8 de la sección de ANEXOS.

Con respecto al proceso de aplicación de las técnicas, las entrevistas de la primera etapa nos permitieron darnos cuenta de que ciertos temas debían ser eliminados como la cantidad de dinero que ganan por día, ya que percibimos cierta incomodidad en los vendedores.

Otro tema que les resultaba incómodo hablar frente a la cámara era acerca de los enfrentamientos con policías metropolitanos. Optamos por preguntar sobre eso con la cámara apagada y a modo de conversación, luego de las entrevistas.

6.6.2 Plan de trabajo de campo

En el plan de trabajo colocamos las entrevistas realizadas en la primera y segunda etapa de investigación, y también las observaciones efectuadas desde nuestras primeras aproximaciones al campo, que empezaron el 14 de julio de 2012.

En el plan detallamos la fecha, la unidad de análisis, el informante, el lugar, la técnica y la duración de su aplicación. Debido a su extensión se encuentra ubicado en la página 3 de ANEXOS.

6.7 Identificación del problema

Luego de haber realizado las entrevistas a los comerciantes y expertos, las observaciones de campo y haber investigado los antecedentes del tema, identificamos dos problemas.

A) Falta de información sobre la situación del comercio informal en La Alborada. El problema principal que encontramos es que no existe mayor información analítica sobre la situación del comercio informal en la ciudadela La Alborada.

Los comerciantes informales representativos, por llamarlos de algún modo, son los del centro de la ciudad, que han captado la atención por sus disputas con el Municipio. En ese sentido, percibimos que la situación de los comerciantes de La Alborada, que también sienten la represión municipal, pasa desapercibida para la ciudadanía.

B) Escasez de investigaciones sociales en Guayaquil

Por otra parte, hemos detectado que las investigaciones sociales en Guayaquil son escasas, en especial aquellas que se refieren a su cultura urbana, que muestran las prácticas de determinados grupos y que no se centran en un enfoque 'turístico' de un sector de la ciudad.

Sobre esta falta, la comunicadora Tina Zerega considera que son las universidades las que deben aportar con los estudios. Aunque agrega que *“en otros países el Estado o las alcaldías a veces tienen departamento de investigación para evaluar impactos sociales de programas. En otros lados existen centros de investigación independientes. A veces un museo con áreas de sociología, antropología lleva también a cabo investigaciones”*. (Tina Zerega, comunicadora, entrevista 2012).

7. RESULTADOS

Luego del proceso de investigación de varios meses, encontramos los siguientes puntos en común entre nuestras unidades de análisis y que los exponemos a continuación.

7.1 Microterritorialidades

El interés de esta investigación se centró en analizar el comportamiento de cinco vendedores de distintos productos y servicios que estuvieran ubicados como mínimo más de un año en un lugar de la ciudadela La Alborada.

La microterritorialidad es definida en este documento como el sentido de apropiación de un espacio que tienen estos comerciantes para desarrollar su actividad económica. Eso lo pudimos percibir en los cinco comerciantes entrevistados y observados, que llevan de dos a treinta años en La Alborada.

7.1.1 Apropiación de espacio público

Trabajar en la calle no es tan sencillo como podría parecer. No consiste únicamente en agarrar un par de naranjas, ubicarse en una esquina y empezar a vender. Máximo Ponce, sociólogo, sostiene que existen unas reglas definidas para permitir que un comerciante pueda colocarse en un determinado lugar, debido a la competencia que existe entre ellos (Máximo Ponce, sociólogo, entrevista 2012).

Y esa información fue corroborada por Carlos Peñafiel, cangrejero, que trabaja desde hace 18 años en los exteriores del Ferrisariato, en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, frente al centro comercial Plaza Mayor.

“Porque los que estamos ubicados aquí tenemos años y no se permite que venga otro a poner otro puesto, no se permite, nos ponemos todos de acuerdo y lo sacamos”
(Carlos Peñafiel, cangrejero, entrevista 2012).

En ese sentido, los comerciantes demuestran que existe una unión entre los que ya están integrados a un lugar y que evitan la incursión de una nueva persona por cuestión de competencia.

Sobre esto, Fabián Naranjo, relojero de 50 años, se mostró menos inflexible, pero de todas formas dio a notar la defensa de su espacio, al aclarar que, pese a que *“Dios da para todos”*, no toleraría que otro puesto de relojes se ubique al lado suyo, ya que sostuvo que hay bastante espacio para que se coloque en otro lugar.

Pese a ser menos territorial -en el sentido de excluir a otros- que Carlos Peñafiel, la respuesta del relojero demuestra que existe una defensa de su espacio, como si se tratara de algo que les pertenece. De hecho, dos de estos comerciantes han buscado

tener mayor estabilidad, dentro de su informalidad, al pagar un alquiler.

Ese es el caso de Gabriel Obregón, que hace duplicado de llaves. Él, junto a tres relojeros y otro comerciante, alquila un local, que lo dividen para cada actividad. Contrario a lo que se podría pensar, los cinco no trabajan dentro del local, sino afuera, en sus puestos en la acera, que fue donde empezaron su trabajo.

Gabriel nos indicó que en la calle pasan más las personas y así el puede captar mejor a los clientes. Y, al contar con ese local, él puede ingresar rápidamente con su puesto para evitar la represión de los Policías Metropolitanos.

De similar manera, Fabián Naranjo paga una alícuota al Albocentro para que no le reclamen por estar en sus exteriores. Él aseguró que así se siente más tranquilo para poder ocupar su espacio.

Por su parte, Marleni Ramos, de 23 años, y que vende preparados medicinales, tiene su espacio definido en una esquina entre las calles Rodolfo Baquerizo Nazur y José María Egas. Ya es conocida por otros comerciantes del lugar y cada quien respeta su ubicación.

Ese sentido de apropiación lo percibimos con menor intensidad en Ramón Gómez, de 45 años, que vende los denominados “tronquitos de la felicidad”. Él se desplaza entre los carros, pero deja su gaveta con los tronquitos en los exteriores de un local de pintura. Ocupa momentáneamente ese sitio.

En los cinco comerciantes informales notamos su sentido de pertenencia al sitio en el que trabajan y la forma en la que buscan permanecer en ese espacio, al entablar amistades con otros comerciantes que se encuentran ubicados cerca para unirse ante la presencia de extraños o de los policías metropolitanos.

7.1.2 Visualidades de los microterritorios¹⁸

Los micropuestos de los cinco comerciantes muestran un poco de su ingenio para poder ayudarlos a desempeñar su actividad. Unos son más elaborados y otros, en cambio, son óptimos para el negocio precisamente por su sencillez. Para poder exponer el aspecto de este microcomercio, trataremos de ser muy descriptivos sobre lo observado en la investigación.

Al caminar desde la calle José María Roura hasta la José María Egas, en la acera frente al centro comercial Plaza Mayor, el transeúnte es recibido por los cangrejeros. En varias mesas que se llenan del lodo del manglar se puede observar a los cangrejos. Allí,

¹⁸ Las fotos de los puestos descritos en esta categoría se encuentran en la página 57 de la sección de ANEXOS.

uno de los comerciantes sostiene un improvisado cartel hecho con un pedazo de cartón y que tiene escrito en marcador: Sí hay cangrejos.

De noche, sus puestos se tornan más llamativos, debido a que el ingenio del comercio se apodera de ellos. Buscan encender un foco para que los posibles compradores sepan que están ahí.

En esa misma cuadra, a pocos metros de la conocida ferretería Ferrisariato, se encuentra un pequeño grupo de comerciantes, a las afueras de un local, no muy grande, que tiene tres tipos de negocio en su interior. Parecería ser un negocio formal, pero tiene un rasgo particular: Los puestos en sus exteriores.

Allí encontramos a Gabriel Obregón, sentado atrás de una mesa de madera que dice “Aquí sus Viro (llave) al minuto”, a pocos metros de ese local. Una tabla de madera con muchas llaves de metal se encuentra frente a esa mesa y sobre esta hay una máquina de color beige, que en tan solo segundos duplica las llaves.

Por el aspecto de la mesa se puede concluir que no tiene un mantenimiento. El color blanco ha ido desapareciendo en algunas partes del puesto, exponiendo así la tonalidad café de la madera.

Al continuar el recorrido, pasando por varios locales de venta de ropa, de audio y video, el edificio Multifuncional y el parqueadero del Albocentro 1, encontramos a Fabián Naranjo y su puesto de relojes, en el que trabaja con dos personas más. Una vitrina de aluminio en la que se encuentran exhibidos varios relojes resalta en la acera. En llamativas letras rojas se lee la palabra “Relojería”.

Este puesto expone un poco más de elaboración. Su puesto tiene vidrio y este se encuentra limpio. Además, las ruedas no presentan problemas para mover la vitrina. Justamente sobre eso, Fabián Naranjo comentó que ellos buscan darle mantenimiento, ya que es su principal herramienta de trabajo.

Y casi al llegar a la esquina de la calle José María Egas, diagonal a la iglesia Nuestra Señora de La Alborada, está Marleni Ramos junto a su carretilla de preparados medicinales. “Emoliente Curativo” está escrito en la parte posterior de la carretilla, y la rodean las palabras “riñones”, “hígado”, “próstata”, “diabetis”, “vícula”, “ovarios” y abajo dice “plantas desinflamantes”.

Las faltas ortográficas de esas palabras y la rusticidad del puesto, que está hecho de madera y que también dispone de ruedas para su traslado, contrastan con el importante objetivo de ese negocio de curar a las personas de sus problemas de salud.

Botellas de vidrio con líquidos rojos, amarillos y café sobresalen en la carretilla. Y a ellas se suman varios frascos pequeños, de tapas amarillas que, pese a lucir iguales, según asegura su vendedora, cumplen con distintas funciones curativas.

Dos cuadras más adelante, llegando a la calle Benjamín Carrión, el comercio se intensifica con los vendedores ambulantes. En medio de ellos está Ramón Gómez, sosteniendo tres tronquitos en sus manos y desplazándose entre los carros. No tiene un puesto fijo para colocarlos.

En la visualidad de estos microterritorios pudimos notar que los letreros tienen un importante rol, en especial en cuatro de los comerciantes, excluyendo a Ramón Gómez, que no cuenta con esa singularidad. Los demás, aunque no sea necesariamente un cartel, se valen de textos para dar a conocer lo que ofrecen. La mayoría de estos parecen ser hechos por ellos mismos; excepto en el caso del relojero, que muestra mayor elaboración en las imágenes de su puesto.

Entre los colores que predominan se encuentran el blanco, el rojo y el negro. Sobre esto, Fabián Naranjo nos explicó que el rojo es un color llamativo que capta la atención de las personas cuando caminan.

Los cinco comerciantes comparten la particularidad visual de que lo principal que buscan destacar es su producto o servicio, sin darle mayor importancia al aspecto de su puesto, carretilla o vitrina, que como pudimos apreciar, en varios casos, incluso carece de mantenimiento.

7.2 Prácticas socioculturales de los comerciantes

Como ya mencionábamos en el planteamiento de categorías analíticas, con el término **prácticas socioculturales** nos referimos a las estrategias del comercio de estos vendedores, a los saberes que implica su actividad, a su vínculo con el lugar y sus relaciones mientras desempeñan su trabajo.

7.2.1 Estrategias del microcomercio

Toda actividad comercial tiende a implicar una suerte de ingenio para destacar y captar más clientes; y en el caso de los comerciantes informales esas estrategias se vuelven más notorias, precisamente por el carácter inestable de su trabajo al no contar con un ingreso fijo diario, sino que dependen de diversos factores ajenos a ellos para poder tener “una buena venta”.

“Esto es como la marea, cualquier momento sube cualquier momento baja” (Gabriel Obregón, duplica llaves, entrevista; 2012).

Pese a esa inestabilidad del mercado, los cinco comerciantes tienen identificadas ciertas etapas en las que la venta se incrementa como los feriados, la etapa navideña y a fines de año. Ellos coinciden en que no descansan durante feriados, ya que es justamente en esas fechas en las que registran mayor venta.

“Los feriados son los días que más trabajamos, porque es bueno...” (Carlos Peñafiel, cangrejero, entrevista; 2012)

Así mismo, ellos han analizado el mercado y tienen definidos sus momentos de mayor demanda. Para el relojero Fabián Naranjo y el vendedor de tronquitos, Ramón Gómez, la época navideña es cuando más ventas tienen.

Otro punto notorio sobre sus estrategias es conseguir sus productos desde otros sitios en los que les resultan más económicos y así pueden tener mayor ganancia.

“Los productos vienen desde allá (Perú) porque acá no hay algunos productos, y como vienen desde allá, allá le venden por cantidades al por mayor, entonces da más facilidad para que uno pueda traer acá” (Marleni Ramos, realiza preparados medicinales, entrevista; 2012).

De similar forma, Carlos compra los cangrejos en el mercado Caraguay para obtenerlos a un menor precio y, por el traslado hasta La Alborada, el valor final se incrementa, permitiéndole obtener ganancias.

Otro que emplea la estrategia de traer sus productos desde otro lugar es Ramón, quien obtiene sus tronquitos desde la ciudad de Santo Domingo, y por lo peculiar de su mercancía, al no ser originaria de aquí, carece de competencia directa en La Alborada.

También notamos otra estrategia al contar con una bodega o un lugar cercano para guardar sus puestos o productos. El relojero y el cangrejero alquilan una bodega, el primero para guardar su vitrina y el segundo para almacenar sus cangrejos. El que duplica llaves tiene el espacio del local que alquila para guardar el puesto que tiene afuera, mientras que Marleni lleva su carretilla hasta su casa, que queda a siete cuadras del lugar en donde se ubica.

Y otra característica interesante que encontramos es que estos comerciantes no tienen un horario de trabajo de 9am a 6pm, como una jornada laboral típica. Ellos llegan aproximadamente a las 8am y se van a las 8pm. Esto no se aplica para Marleni, puesto que ella trabaja de 7am a 9h30am y de 7pm a 9h00pm, porque sostiene que durante esos horarios los policías metropolitanos no realizan las batidas y así ella puede trabajar con calma.

Además, buscan trabajar de domingo a domingo, puesto que los fines de semana es cuando más ventas registran. De hecho, para aprovechar la afluencia por las personas que asisten a la misa los domingos, Marleni se ubica en la acera de al frente, al lado de la Iglesia.

“Los domingos hacen las misas ahí en la iglesia. Son 3 misas que hacen ahí, entonces hago el cambio a la iglesia porque hay más gente frente a la iglesia” (Marleni Ramos, realiza preparados medicinales, entrevista; 2012).

7.2.2 Origen de los saberes de los comerciantes

El desarrollo de toda actividad, por más sencilla que parezca, requiere de un conocimiento. Entre estos comerciantes encontramos un rasgo en común sobre sus aproximaciones a la actividad económica y es que se dieron a través del nexo con algún familiar. En los cinco casos coincidió esa relación.

“Existe una cierta afinidad, parentesco, vecindad, que los hace encajar en un sector” (Carlos Matamoros, sociólogo, entrevista; 2012).

Para este sociólogo, el vínculo entre las personas es importante al momento de involucrarse en una actividad productiva. Para poder

aventurarse a desempeñar un trabajo se requiere de cierta confianza en quien propone la actividad, que puede surgir a partir de un nexo familiar o de una relación de vecindad.

Como mencionábamos, en el caso de los cinco comerciantes se produjo a través de la familia. Fabián Naranjo desde la niñez se vio interesado por el mundo de la relojería, al ayudar a su hermano mayor con un local que él tenía. Intrigado por el negocio, Fabián comenzó a aprender poco a poco cómo arreglar relojes. Pese a que se graduó como orfebre en un curso realizado por la Benemérita Sociedad Filantrópica del Guayas, estimulado por su hermano que le decía que ese oficio era más rentable, decidió vincularse nuevamente con la relojería que, según nos indicó, era lo que más le gustaba.

De similar manera, Carlos Peñafiel fue involucrado en la venta de los cangrejos por sus hermanos que ya estaban asentados en La Alborada. Él era electricista, pero al quedarse sin trabajo recibió la propuesta de sus hermanos de incorporarse a la venta de cangrejos.

Algo parecido ocurrió con Ramón Gómez, quien se vinculó a la venta de los 'tronquitos', porque su hermano ya desempeñaba esa actividad y lo animó a desarrollarla.

Por su parte, Gabriel Obregón al ser preguntado por el origen de sus conocimientos sobre el duplicado de llaves manifestó lo siguiente:

*“Esto se viene heredando de familia. Se viene heredando, es herencia, toda la familia, mi padre, mis hermanos, tenemos talleres por diferentes partes de la ciudad”
(Gabriel Obregón, duplica llaves, entrevista; 2012).*

Y en el caso de Marleni Ramos fue su suegro el que la involucró en el negocio de los preparados medicinales, ya que él tiene un puesto en Machala, donde él vive. Su suegro la animó a que se inscribiera en cursos de medicina natural.

“Tomé unos cursos durante 3 meses para aprender sobre la medicina natural, para qué, son buenos. Por ejemplo, el ‘hercampuri’ es para el hígado graso, colesterol y triglicéridos, pero los que tienen gastritis no pueden tomar este producto porque es cálido y le hace daño, entonces uno tiene que saber para lo que es bueno y para lo que hace daño también. Entonces yo ahí tome el curso como 3 meses y medio...” (Marleni Ramos, realiza preparados medicinales, entrevista; 2012).

Los cursos que Marleni tomó se realizaron en la ciudad de Huaquillas, provincia de El Oro, en la frontera con Perú. La comerciante afirmó que ese negocio se encuentra con mayor frecuencia en Perú y que es por eso que en Huaquillas, por su cercanía con ese país, pudo aprender sobre la medicina natural.

Marleni agregó que no se trata simplemente de conocer el beneficio de un producto, sino que también es necesario saber en qué casos puede tomárselo.

Sobre los saberes que se requieren para realizar la actividad, Carlos Peñafiel comentó que él aprendió de sus hermanos, ya que ser cangrejero no es simplemente el hecho de comprar el cangrejo.

“Hay que saber del negocio, porque si usted no sabe del cangrejo, puede comprar cangrejo muerto. Uh, así es, entonces hay que saber del negocio, no es de ir a comprar cangrejo y nada más” (Carlos Peñafiel, cangrejero, entrevista; 2012).

Pese a no tener una instrucción formal sobre sus actividades, estos comerciantes adquieren sus conocimientos a través de las experiencias de otros, es decir de forma empírica, y es así cómo esos saberes se van transmitiendo y perpetuando.

7.2.3 Relación con los clientes

Mantener una relación cordial con los clientes es uno de los principales objetivos de los comerciantes.

“Ya los clientes nos conocen, yo tengo mis clientes, el compañero de al lado tiene sus clientes... Ya el cliente que me conoce viene directo donde mí, mis clientes me dicen ‘Carlín’”. (Carlos Peñafiel, cangrejero, entrevista; 2012).

Es así como este cangrejero sostiene que la competencia con los otros puestos no le afecta.

Ese criterio es compartido por Fabián Naranjo, quien también aseguró tener ya sus clientes establecidos y destacó que siempre que necesitan algo acuden a donde él.

Así mismo, Marleni cuenta con sus clientes que la visitan con frecuencia debido a los tratamientos que siguen. A la voz de “mi vaso”, Marleni prepara un brebaje y mezcla los productos para tratar la afección del cliente que ni siquiera debe mencionar cuál es su problema de salud, porque ella ya lo conoce.

Tal es el nivel de relación que tiene con sus clientes que hay algunos que llevan meses tratándose con ella. Eso lo pudimos corroborar con Ximena González, quien lleva cinco meses

tratándose con Marleni por un problema en el hígado que, según mencionó, ya no le molesta. (*Ximena González, cliente de Marleni Ramos, entrevista off the record; 2012*).

Para los comerciantes es fundamental contar con sus compradores definidos porque así pueden sobrellevar de mejor manera la intensa competencia que hay en el sector.

7.3 Una ciudad dentro de una ciudad

“Esta ciudadela está densamente poblada... veo tanta gente en sus grandes avenidas hacia el norte y se sigue poblando en esa dirección”. (Carlos Matamoros, sociólogo, entrevista; 2012).

Desde sus inicios la ciudadela La Alborada fue concebida como un lugar que debía contar con todo lo necesario para satisfacer las necesidades de sus habitantes. Se construyeron ejes destinados al comercio, escuelas, colegios, parques, cines, con la finalidad de que los residentes tuvieran todo “al alcance de su mano”.

Es por eso que se la puede considerar como “una ciudad dentro de una ciudad”, y de hecho ciertos comerciantes consideran a este sector como el “corazón del norte”.

“La Alborada siempre ha sido el corazón, es como decir la nueve de octubre” (Fabián Naranjo, relojero, entrevista; 2012).

Es precisamente su movimiento comercial el que hace que en esta ciudadela se pueda encontrar todo tipo de lugares como restaurantes, farmacias, colegios, centros comerciales, discotecas, almacenes, peluquerías, hoteles y demás sitios que atraen a personas de toda la ciudad.

7.3.1 La Alborada: Un polo de comercio

La actividad comercial en este sector del norte es intensa a cualquier hora del día. En las observaciones que realizamos de mañana, de tarde y de noche, en distintos días, siempre pudimos notar ese movimiento en sus calles que nunca descansan.

Desde las ocho de la mañana hasta las ocho de la noche, aproximadamente, de domingo a jueves, el comercio informal se desarrolla a plenitud. Y durante los fines de semana la actividad se extiende hasta la madrugada, por la presencia de las discotecas.

De los cinco vendedores entrevistados, cuatro de ellos atraviesan la ciudad para llegar hasta este lugar que les ofrece las posibilidades de comercio que no encuentran con facilidad en otro sitio.

Desde sectores del sur se trasladan para trabajar en esta ciudadela. Gabriel Obregón mencionó que fue uno de los primeros

que se aventuró en trabajar en La Alborada, porque percibía que en *“otros lados ya estaba saturado el negocio”*.

Después de laborar en el centro, Gabriel decidió *“buscar nuevas rutas del negocio”*, y la ausencia de competencia en su actividad de duplicar llaves lo motivó a trasladarse a La Alborada, hace 30 años.

Una historia similar vivió Fabián Naranjo, quien trabajó como relojero durante varios años en los exteriores del Mercado Central, en el centro de la ciudad, pero con el proceso de Regeneración Urbana fue reubicado y él, por consejo de un amigo, decidió explorar la actividad en La Alborada y nos reveló el factor que más lo convenció para radicarse allí:

“La economía... Había bastante afluencia de personas como de dinero, eso nos atrajo más, y la otra era que allá (en el centro) no podíamos estar. Teníamos que encontrar otra clase y aquí la encontramos, por eso nos quedamos y nos estamos ampliando un poco” (Fabián Naranjo, relojero, entrevista; 2012).

Y es así cómo estos comerciantes, pese a vivir en lugares distantes a este polo comercial, se trasladan todos los días para realizar su actividad.

7.3.2 Sus cambios a través del tiempo

Tras haber analizado el intenso movimiento comercial de La Alborada, la forma en la que los comerciantes lo aprovechan y los factores que les atrajeron de este sector para realizar sus actividades, nos interesó ahondar en la memoria de los que llevan más tiempo trabajando en este lugar.

Carlos Peñafiel, Gabriel Obregón y Fabián Naranjo, al tener 18, 30 y 10 años trabajando en La Alborada, respectivamente, nos contaron sobre las modificaciones de las que han sido testigos.

La aparición de centros comerciales es un cambio que resultó llamativo para Carlos y Fabián, por el incremento del movimiento comercial.

Para Fabián esos cambios son positivos porque atraen a personas al sector, con lo que tiene más oportunidades de conseguir clientes.

Con él coincide Gabriel, quien siente que ahora está recogiendo los frutos de lo que sembró al haber ido a trabajar en La Alborada cuando todavía no tenía el movimiento comercial que presenta ahora.

“Cuando nosotros llegamos todo esto era botado, el lado de al frente del centro comercial estaba vacío, todo lo que estaba allá, atrás de la Iglesia Católica no existía. Existía solo esto y la primera etapa de La Alborada, nada más” (Gabriel Obregón, duplica llaves, entrevista; 2012).

Y es que pese a que La Alborada fue concebida como un lugar que fomentaría el comercio, durante sus primeros años era percibida como un sitio lejano.

“Nosotros llegamos aquí cuando teníamos que caminar de la Juan Tanca Marengo hasta acá, porque no había colectivo, no había buses”. (Gabriel Obregón, duplica llaves, entrevista; 2012).

“Cuando recién me vine para acá los carros que salían para el centro decían ‘a Guayaquil, a Guayaquil’, ¿dónde estoy? ¿Fuera de la ciudad? decía entre mí... Porque los carros de aquí decían ‘a Guayaquil, a Guayaquil’”. (Fabián Naranjo, relojero, entrevista; 2012).

Pero, los años transcurrieron y los comerciantes vieron la recompensa de su trabajo con la intensificación de la actividad económica en este sector del norte.

7.4. Un trabajo al margen de la ley

El comercio informal en Guayaquil, así como en otras ciudades del país, se define como una actividad en la que los vendedores emplean un espacio en la vía pública para ofrecer sus productos y servicios, sin cumplir con preceptos legales como obtener permisos por su uso, pagar impuestos y demás requerimientos para poder ubicarse en ese lugar.

La informalidad surge como una respuesta a la falta de plazas de empleo formal. Las personas necesitan trabajar para obtener ingresos y es a través del comercio informal que consiguen desempeñar una actividad, en la que no deben realizar una gran inversión.

Pese a los intentos del Municipio de Guayaquil por tratar de regular la actividad informal en las calles, los comerciantes continúan trabajando en las aceras ante la falta de otras opciones.

“Hay que trabajar, hay que trabajar y apenas ellos (los policías metropolitanos) se van, ya estamos aquí, hay que trabajar, hay familia que mantener” (Carlos Peñafiel, cangrejero, entrevista; 2012).

Los cinco comerciantes entrevistados tienen hijos y todos coincidieron en que trabajan para conseguir ingresos económicos con la finalidad de mantener a sus familias.

Y esa necesidad económica es una de las causantes del comercio informal en la ciudad. Sobre el uso del espacio público en Guayaquil por parte de los comerciantes, la investigadora y comunicadora Tina Zerega sostiene:

“El espacio público acá ha estado históricamente poco regulado, era fácil apropiarse de él y la costumbre hace que se compre en la calle determinadas cosas. Hay poca costumbre del mercado, incluso se compra más en tiendas. Con mucha gente desempleada y la informalidad es casi un camino obligado para muchos. (Tina Zerega, comunicadora e investigadora, entrevista; 2012).

En este aporte de Tina Zerega podemos notar dos aspectos: Uno, como ya mencionábamos, la falta de empleo que ocasiona que la informalidad se convierta en una opción ineludible. Y otro, la falta de regulación del espacio público en décadas anteriores que ha ocasionado que las personas adquieran la costumbre de comprar en las calles.

7.4.1. Represión de los ‘robaburros’

El término es muy empleado entre los comerciantes para referirse a los policías metropolitanos, que confiscan sus mercaderías para impedir su venta en la vía pública.

Sobre el origen de ese calificativo a estos policías, el sociólogo Máximo Ponce nos explicó que surgió en la

década del 60 cuando en Guayaquil existían carretillas que eran haladas por burros para transportar mercancías.

Los policías municipales de la época retenían las carretillas por no contar con los permisos para su circulación y es ahí que, según indicó Máximo, aparece el peyorativo de “roba-burros”.

Pese a que en esta época ya no hay burros en las calles, el término continúa presente en los comerciantes.

Los cinco vendedores han tenido problemas con los Metropolitanos y de hecho fuimos testigos de un momento de huida.

“Aquí vienen y hacen batidas, vienen y se nos llevan el negocio¹⁹, sí se nos han llevado, incluso este mes han venido todo el mes y se nos han llevado el negocio” (Carlos Peñafiel, cangrejero, entrevista; 2012).

Otra experiencia de ese tipo nos compartió Gabriel Obregón, quien fuera de cámara comentó que en una ocasión se le llevaron la máquina con la que duplica las

¹⁹Al emplear la frase “se nos llevan el negocio”, el comerciante se refiere a que se llevan sus productos, es decir, los cangrejos.

llaves, que tiene un valor de dos mil dólares. Para poder retirarla tuvo que esperar un mes y de ahí pagar 250 dólares en trámites.

Con él coincidió Fabián Naranjo, al indicar que ya se le han llevado su vitrina y ha tenido que realizar muchos trámites para poder recuperarla. Durante ese tiempo ha sufrido pérdidas por no tener en qué trabajar.

Lo mismo le ocurrió a Marleni Ramos. Su carretilla fue retenida durante tres meses, hasta que consiguió recuperarla.

En medio de la zozobra por la represión municipal, estos comerciantes buscan formas para continuar con su actividad, como ya veíamos en la estrategia empleada por Gabriel Obregón, al contar con un espacio en un local para resguardarse ante la presencia de los policías metropolitanos.

Pero, el que se encuentra en más desventaja ante esta situación es Ramón Gómez. Él no tiene donde colocar sus productos y fue por eso que un día que acudimos a entrevistarlo, nos compartió la amarga experiencia que había tenido minutos antes, cuando los policías se llevaron

su gaveta con todos sus troncos, que había dejado en la acera mientras iba a almorzar.

Pese a estas situaciones negativas y al temor constante por la presencia de los policías metropolitanos, estos comerciantes buscan evadirlos y ante su ausencia regresan de inmediato, para continuar con sus ventas.

8. PROPUESTA DEL PROYECTO

Como ya expusimos en la identificación de problemas, no se ha hecho un estudio profundo sobre la situación del comercio informal en la ciudadela La Alborada. Es por eso que nuestros productos apuntarán a mostrar una parte de la realidad ‘informal’ del comercio en esa parte del norte de Guayaquil.

Es importante destacar que estos productos respetarán los preceptos definidos por el grupo creador del OCU. *“Los temas del OCU, que se desarrollarán en el futuro deberán enmarcarse en una de las secciones preestablecidas y responderán al objetivo principal del proyecto que es recuperar las manifestaciones culturales de Guayaquil”.* (Ayala, Domínguez, Pacheco, Ponce, & otros, 2010; p. 114).

Para ello, proponemos desarrollar productos audiovisuales y escritos: videos, audios, crónicas y fotografías, con la finalidad de hacer que el público entre en contacto con las historias de estos comerciantes informales, y conozca así, a través de ellos, un poco más de La Alborada.

Es por medio de la plataforma web del OCU <http://www.ocu.ec/> que podremos revelar estas historias y dar a conocer a la ciudad vivida desde sus calles.

Por tratarse de una investigación que forma parte de un proyecto macro, ya existen ciertos públicos objetivo definidos desde las investigaciones anteriores.

- Académicos:

Interesados en buscar información sobre investigaciones acerca de la ciudad y otros modos de visibilizar sectores desde una perspectiva distinta al discurso dominante de exponer solo los lugares regenerados. Además, los expertos en áreas vinculadas a la comunicación podrían aportar con contenidos al OCU, como lo sugería el grupo que impulsó este proyecto.

“Prendemos contar con la colaboración de expertos en diversas áreas que aborden el tema de cultura popular urbana, antropología urbana o simplemente que produzcan contenidos diferentes sobre la ciudad” (Ayala, Domínguez, Pacheco, Ponce, & otros, 2010; p. 127).

- Estudiantes:

Al ser una plataforma web se encuentra al alcance de todos los que muestren interés por sus contenidos. En ese sentido, los estudiantes universitarios interesados en las ciencias sociales formarían parte del público objetivo al buscar explorar contenidos diversos sobre la cultura guayaquileña.

A estos públicos agregamos otro sector:

- Visitantes del sitio:

Con estos, además de los académicos y estudiantes, nos referimos a las personas que buscan conocer las ofertas comerciales de la ciudad. La parte económica es el eje principal de esta investigación y se encuentra también presente en los anteriores proyectos (La Bahía y Cerro Santa Ana), por lo que existe en este sitio web una gama interesante de ofertas de tipo comercial presentes en diversos sectores de Guayaquil.

8.1 Objetivos del proyecto

Generar contenido textual y audiovisual sobre el comercio informal, visto desde sus microterritorios, que se incluirá en la sección 'Microterritorios', dentro del espacio destinado a la ciudadela La Alborada, en la plataforma virtual del Observatorio Cultural urbano (OCU), con el fin de aportar información sobre la cultura urbana de la actividad económica en ese sector del norte de Guayaquil.

8.2 Meta de impacto

Para poder cumplir el objetivo general del proyecto, nos trazamos como meta aportar con el 25% de crecimiento de la base de contenido del sitio web del OCU, en el apartado correspondiente a la ciudadela La Alborada, como lugar de densidad antropológica.

Indicamos el 25%, debido a que en esa sección se incorporarán también los contenidos generados por los otros siete integrantes del grupo de tesis que corresponden a La Alborada: comercio y prácticas culturales.

8.3 Objetivos de Productos

Los productos que describiremos en la sección de propuestas de productos buscarán cumplir con el siguiente objetivo general:

Crear productos escritos y audiovisuales que proporcionen información sobre las prácticas socioculturales de los comerciantes en sus microterritorios ubicados en la ciudadela La Alborada, acordes con los lineamientos conceptuales y estéticos del OCU.

Y entre los objetivos específicos de estos productos constan:

- Aportar con un registro audiovisual de la actividad y los saberes de uno de los comerciantes investigados, como muestra del trabajo informal.
- Describir la estética de los microterritorios de los comerciantes ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, en la ciudadela La Alborada.
- Registrar sonidos características del comercio en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, en la ciudadela La Alborada.
- Informar sobre los cambios experimentados en La Alborada a través de los años, vinculados al movimiento comercial del sector.
- Exponer la constante pugna entre los comerciantes y los policías metropolitanos.

8.4 Propuestas de productos²⁰

Para poder cumplir con los objetivos acabados de señalar, proponemos desarrollar los siguientes productos.

Personajes

Nos interesa exponer la historia de dos personajes, a través de dos microdocumentales.

En el primero buscamos mostrar los conocimientos y la actividad que desempeña Marleni Ramos, al realizar sus preparados medicinales en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y José María Egas.

La escogimos como un personaje por desempeñar una actividad poco frecuente en la ciudadela La Alborada, y además, porque en su forma de expresarse frente a la cámara mostró bastante desenvolvimiento, siendo así también su historia visualmente llamativa.

“Un microdocumental es una producción audiovisual original que documenta una situación real determinada, está realizado en formato de vídeo y suele tener una duración aproximada de cinco minutos” (Sánchez, 2010; p. 84).

²⁰Los bocetos de la visualización de los productos en el sitio web y los diseños de los íconos se encuentran a partir de la página 63 de la sección de ANEXOS.

Teniendo como parámetro una duración máxima de cinco minutos, buscamos exponer la historia de Marleni en un aproximado de tres a cuatro minutos.

Bajo esos mismos delineamientos, desarrollamos el microdocumental de Fabián Naranjo, relojero que trabaja desde hace 10 años en La Alborada. De él nos atrajo su visión de microempresario, debido a que es el dueño de su puesto de relojes y le da trabajo a otras dos personas. Además, es dueño de otro puesto de celulares que alquila a un joven. Este relojero nos muestra la visión de un “microempresario informal”, que en medio de la ilegalidad de su actividad busca salir adelante.

Al igual que Marleni, este personaje se mostró muy desenvuelto frente a la cámara y expuso con gran elocuencia sus opiniones sobre su actividad en La Alborada.

Historia

Un video cuyo eje serán los cambios en la actividad comercial que han vivido los protagonistas del relato durante los años que llevan realizando su actividad económica en la ciudadela La Alborada. Estará compuesto por las anécdotas de Carlos Peñafiel, Fabián Naranjo y Gabriel Obregón, quienes contarán cómo era el sector cuando llegaron, en su aspecto comercial, y cómo es ahora. Ellos son los que más tiempo llevan trabajando en La Alborada, un rango de 10 a 30 años.

Descripción de los microterritorios

Las fotografías son muy importantes en la plataforma web del OCU. Una galería de imágenes sobre la visualidad de los puestos de los comerciantes, con el material documentado durante nuestras entrevistas a los personajes, aporta a mostrar su visualidad.

Creemos que la riqueza visual de sus puestos merece un espacio en el que, con pertinentes pies de fotos, podamos explicar un poco sobre la utilidad de esos elementos en su trabajo.

La represión Municipal

Una crónica que retrate el temor constante de los comerciantes por la presencia de los policías metropolitanos y las estrategias que emplean para evadir la represión.

Debido a que el tiempo de lectura en la web sigue siendo menor al tiempo que se dedica a algo impreso, optamos por no hacer una crónica demasiado extensa. Pese a la complejidad del tema y a la característica descriptiva de este género periodístico, la crónica tiene una extensión de 5164 caracteres con espacio, un poco menos de los 6000 caracteres con espacio que pone como límite el Manual Corporativo del OCU.

En ese texto se busca describir esa cultura urbana que subyace en las calles. Partimos de la escena de la que fuimos testigos, cuando los cangrejeros huyeron de sus puestos ante el grito de “La camioneta”. De

hecho, empleamos ese elemento como punto de partida y eje central de la crónica.

Soundtrack del comercio

Crear una canción que mezcle frases de los comerciantes, sonidos propios del lugar y el ambiente en general del frenético ritmo de las calles, con melodías que no interfieran en el objetivo de transmitir los “sonidos del comercio”.

Queremos así mostrar de forma llamativa el intenso movimiento comercial que existe en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, a través de la variedad de sonidos que se registran en el lugar. Este producto también se enmarca dentro de los requerimientos del OCU, al emplear un recurso de audio para acercar a los oyentes, en este caso, a la realidad de un sitio.

8.5 Horizonte del proyecto

El horizonte establecido para este proyecto fue de un año, al igual que en los proyectos anteriores del OCU, con la finalidad de que en ese tiempo se alcancen las metas trazadas y se pueda así aportar con los productos que cumplan con los objetivos originales del OCU.

En ese lapso se generarían los contenidos que servirán de base para los futuros proyectos, cumpliendo con su cometido de nutrir de contenido actualizado al sitio web.

8.6 Metas y planes de producción

Con estos productos nos planteamos como meta estimular el movimiento de visitas al sitio web del OCU que ha estado aproximadamente un año sin registrar nuevos contenidos.

Como meta inicial buscamos tener al menos 1000 visitas desde la incorporación de los nuevos contenidos hasta que los futuros colaboradores continúen impulsando este proyecto con información sobre otros sectores de Guayaquil.

Dentro de la elaboración específica de nuestros productos tuvimos como tiempo de desarrollo aproximadamente un mes y medio.

9. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Son cinco productos que realizamos con la información que obtuvimos en el transcurso de estos meses de investigación en la ciudadela La Alborada. Detallamos en el siguiente cronograma las fechas en las que se recabó la información y el material para la elaboración de estos productos, y también las fechas para su ejecución.

10. SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS

Esta investigación -como se ha señalado a lo largo de este documento- estuvo enfocada en explorar al comercio informal desde el punto de vista de las microterritorialidades en la ciudadela La Alborada. Este tema nos resultó novedoso por ser poco abordado en nuestra ciudad.

Las dinámicas del comercio informal y las historias de los que realizan esa actividad en medio del frenético ritmo de las calles no han sido profundizadas por otras investigaciones, y tampoco se ha analizado a sus microterritorios que corresponden a sus formas de asentamiento durante años en un mismo lugar del espacio público del cual se sienten propietarios.

Para no desviarnos del eje de nuestra investigación durante la etapa de recolección de información definimos el siguiente objetivo general: Explorar el comercio informal desde el punto de vista de las microterritorialidades en cinco vendedores de productos y servicios, ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, entre las calles José María Roura y Benjamín Carrión, en la ciudadela la Alborada, durante agosto y noviembre de 2012.

Y dentro de los objetivos específicos se establecieron:

- Identificar las prácticas vinculadas al sentido y apropiación del espacio público de los cinco vendedores de productos y servicios, ubicados en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, en la ciudadela Alborada.
- Conocer las historias personales vinculadas a la actividad comercial que realizan los cinco vendedores de productos y servicios.

- Describir las visualidades de los espacios o micropuestos que emplean los cinco vendedores de productos y servicios.
- Explorar la relación con los clientes en el comercio informal que establecen los cinco vendedores de productos y servicios.
- Conocer el origen de los saberes sobre la actividad comercial informal que poseen los cinco vendedores de productos y servicios.
- Indagar sobre la relación que tienen los cinco vendedores de productos y servicios con la Policía Metropolitana.

Para poder lograrlos empleamos las técnicas de investigación que nos permitirían obtener la información que requeríamos. Fue entonces que decidimos aplicar entrevistas estructuradas, entrevistas a profundidad semiestructuradas, observaciones no participantes y diario de campo, que resultaron pertinentes para abarcar las distintas aristas de nuestro tema de estudio.

Sin embargo, durante la investigación de campo tuvimos ciertas dificultades por la desconfianza de los comerciantes al momento de ser entrevistados y fue por eso que pese a tener un amplio cuestionario, no pudimos realizar todas las preguntas planificadas.

Aún así logramos obtener muchas respuestas fuera de cámara que nos permitieron conseguir más información. Además, los cinco comerciantes seleccionados como las unidades de análisis fueron los que se mostraron más dispuestos a responder a nuestras preguntas y a compartir sus historias.

En este proceso investigativo pudimos entrar en contacto con realidades ajenas a la nuestra y conocer más sobre la lucha de los comerciantes informales que cada día enfrentan retos para poder obtener ingresos económicos.

Ese mundo informal que vive en las calles y que se encuentra en cada esquina de la ciudad, en ocasiones suele pasar desapercibido y no llegamos a descubrir las historias que existen detrás de cada uno de esos rostros que trabajan más de ocho horas diarias.

A través de esta investigación conocimos sobre la vida de estos cinco comerciantes que, pese a su desconfianza inicial, optaron por compartirnos sus testimonios acerca de su trabajo que desarrollan desde hace varios años en un mismo espacio de la ciudadela La Alborada.

Ellos viven en constante temor por la presencia de los Policías Metropolitanos, pero aún así tratan de seguir adelante, creando estrategias para evitar que sus productos sean decomisados y luchando por continuar trabajando en ese sitio que sienten como si fuera suyo.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Partiendo del tema central de esta investigación que está enfocado en los microterritorios que se forman en el espacio público de la ciudadela La Alborada, buscamos explorar a cinco comerciantes que estuvieran ubicados desde hace más de dos años en un mismo lugar de este sector del norte de Guayaquil, y que

no contaran con los permisos municipales respectivos para desempeñar su trabajo en ese sitio.

Nos interesó indagar sobre el comercio informal por su rasgo de ilegalidad que además nos permitió conocer las estrategias que emplean estos vendedores para continuar realizando su actividad, a pesar de las restricciones.

El intenso movimiento comercial de la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur fue uno de los factores que nos impulsó a centrar esta investigación en ese sector, desde la calle José María Roura hasta la Benjamín Carrión. En ese cuadrante de estudio trabajan los cinco comerciantes analizados.

Entre nuestros objetivos específicos nos planteamos identificar las prácticas vinculadas al sentido y apropiación del espacio público en estos cinco vendedores de productos y servicios. Estas las pudimos notar a través de su permanencia durante años en un mismo sitio y por sus mecanismos de defensa de su espacio.

Como ya veíamos en la sección de resultados, la presencia de varios de estos comerciantes en un lugar es reconocida por los otros, formándose una unión entre ellos. De esta forma, a los que consideran “extraños” los obligan a retirarse para no tener más competencia.

Además, entre sus prácticas en esos espacios se encuentran sus estrategias de comercio. Ellos trabajan más de ochos horas diarias, de lunes a domingo y en días festivos su labor se intensifica. En feriados y ciertas fechas claves, como en fin de

año, son los momentos en los que estos comerciantes registran mayor número de clientes.

También, sobre sus historias personales vinculadas a su oficio pudimos conocer cómo han percibido los cambios en La Alborada a través de los años que llevan desempeñando sus actividades en ese sector. La aparición de centros comerciales y una mayor afluencia de personas, se destacan como los dos factores que más los favorecieron.

Para tres de los cinco comerciantes, que son los que mayor tiempo tienen trabajando en esa ciudadela-de diez a treinta años-,este sector del norte es importante por el movimiento comercial que se desarrolla en sus calles y que resulta óptimo para el desempeño de sus actividades.

Cuando ellos llegaron a trabajar aseguran que La Alborada quedaba un poco lejos en comparación al centro de la ciudad, pero les atrajo del sitio la escasa competencia que tenían en sus respectivas áreas. Pese a que ahora existen más puestos similares a los suyos –duplicado de llaves, relojería y venta de cangrejos-, coincidieron en que la venta sigue siendo buena.

De los cinco comerciantes entrevistados, cuatro tienen un puesto fijo para poder trabajar, y en la mayoría de los casos luce un poco descuidado. Únicamente en la vitrina del relojero pudimos percibir que había mayor preocupación por su aspecto e incluso el dueño de ese puesto nos comentó que le realiza

mantenimiento para apretar los tornillos y cambiarle las ruedas cuando lo requiere.

Sobre los colores que predominan en los letreros de sus puestos, en tres de ellos notamos que destacan el rojo, el negro y el blanco; y la mayoría de estos son hechos por los mismos comerciantes. Al preguntarles por el motivo de la elección de dichos colores, aseguraron que sienten que son más llamativos y que se pueden distinguir desde lejos.

Con respecto a la competencia que hay en el sector, los vendedores nos aseguraron que no tienen problemas en ese aspecto porque cada uno ya tiene su lista de clientes definida.

El cangrejero y la señora que vende preparados medicinales coincidieron en que a ellos los buscan las personas porque los conocen y es por eso que consideran importante mantener una buena relación con sus clientes para que regresen en otras ocasiones.

Notamos que para los cinco comerciantes es fundamental contar con sus compradores definidos porque así pueden sobrellevar de mejor manera la intensa competencia que hay en el sector.

En otro aspecto, encontramos un rasgo en común entre estos comerciantes sobre sus aproximaciones a la actividad económica: Se dieron a través del nex

con algún familiar que los involucró en el trabajo que actualmente desempeñan. En los cinco casos coincidió esa relación.

Además de ese factor, concluimos sobre los saberes de los comerciantes que, pese a no tener una instrucción formal sobre sus actividades, los adquieren a través de las experiencias de otros, es decir de forma empírica, y es así cómo esos conocimientos se van transmitiendo y perpetuando.

Y el aspecto que más captó nuestra atención fue la forma en la que desempeñan sus actividades tratando de evadir la represión municipal.

Aunque ya han experimentado situaciones negativas por el decomiso de sus productos, estos comerciantes buscan huir de los policías metropolitanos cuando observan que se aproxima el vehículo en el que ellos se transportan y que ya tienen identificado. De hecho, entre ellos mismos se alertan con gritos como “la camioneta”, que se convierten en un aviso de “peligro inminente”. Es así que los comerciantes logran evadirlos y ante su ausencia regresan de inmediato para continuar con sus ventas.

Justamente sobre esa particularidad del comercio informal consideramos que sería pertinente ahondar en futuros estudios. Debido a que la pugna con la autoridad no fue el eje central de este trabajo no se profundizó en ese aspecto y consideramos que se puede explorar más sobre esa temática, llegando inclusive a centrarse en la búsqueda de posibles soluciones a la disputa entre municipales y comerciantes.

Luego de nuestra experiencia, concluimos que la interacción con los vendedores durante las entrevistas es un factor clave para poder obtener su confianza. En ese sentido, recomendamos a otros investigadores que dediquen tiempo a desarrollar una relación con ellos para así conseguir mayor información.

En ese mismo sentido, recomendamos que las entrevistas sean desarrolladas a manera de conversación para que se rompa esa barrera que suele existir durante los primeros abordajes.

Sobre el tamaño de la muestra, sería conveniente explorar en futuros estudios a un grupo numeroso de comerciantes informales para poder generalizar los resultados de las investigaciones que se desarrollen acerca de ellos.

Tras varios meses de estudio del comercio informal desde el punto de vista de sus microterritorialidades, esperamos que esta tesis sea un referente para posteriores trabajos que se relacionen con este tema de investigación. Buscamos proporcionar un derrotero para los que decidan continuar analizando otros aspectos sobre este sector económico que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes o servicios en la sociedad, y que por ello afronta problemas de diversa índole que sería conveniente analizar y exponer.

12. BIBLIOGRAFÍA

Alejandro, A. (2012) Informales: Entre la oportunidad y la persecución. *Diario El Universo*. Recuperado de <http://especiales.eluniverso.com/otroguayaquil/informales-entre-la-oportunidad-y-la-persecucion/>

Álvarez, A. (2007) El Comercio Informal y la Revitalización del Espacio Público. *Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico de la Universidad de Los Andes*. Recuperado de <http://www.reseau-amerique-latine.fr/ceisal-bruxelles/URB/URB-1-ALVAREZ-Aksel.pdf>

Arpal, J. (1983) *Las ciudades: visión histórica y sociológica*. Barcelona: Montesinos Editor

Ayala, F. Domínguez, N. Pacheco, D. Ponce, I. Rea, P. Torres, D. Wippel, E. Valarezo, A. (2010) *Proyecto: Observatorio Cultural Urbano*. Guayaquil: Universidad Casa Grande

Ávila, V. Terreno, C. & Venturini, E. (2012) La crisis de sustentabilidad de las prácticas urbanísticas: la ciudad pensada y la ciudad real. *Séptimo congreso de Medio Ambiente*. Recuperado de <http://www.congresos.unlp.edu.ar/index.php/CCMA/7CCMA/paper/viewFile/841/189>

Badenes, R. (1977) *Conceptos fundamentales del Derecho*. Barcelona: Boixareaur Editores

Cabanellas, G. (1974) *Repertorio Jurídico de Locuciones, Máximas y Aforismos Latinos y Castellanos*. Buenos Aires: Editorial Heliasta

Camba, A. Muñoz, M & Núñez, J. (2011) Documental-Guayaquil Informal. *El Guayaquil de al lado*. Recuperado de <http://otroguayaquil.blogspot.com/2011/11/documental-guayaquil-informal.html>

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010). Quito: Registro Oficial. Recuperado de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Código-Orgánico-de-Organización-Territorial-Autonom%C3%ADa-y-Descentralización.-Suplemento-del-Registro-Oficial-Nro.-303..pdf>

Constitución Política de la República del Ecuador (2008) Sección octava. Trabajo y seguridad social. Recuperado de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Correa, O. (1989) *Instituciones Jurídicas de Roma*. Loja: Facultad de Jurisprudencia de la Universidad Nacional de Loja.

Delgado, M (1999) *Animal Público*. Barcelona: Anagrama, pp. 23 y 46

Delgado, M. (2007) *Sociedades Movedizas: Pasos hacia una antropología de las calles*. Barcelona: Anagrama, p. 128.

Diez, A. (2012) La ciudad vivida. *Revista Afuera: Estudios de crítica cultural*. Recuperado de <http://www.revistaafuera.com/articulo.php?id=24>

Eguiguren, G. (2008) *Derecho de Propiedad en el Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional, p. 57

El Mercurio (2012). Municipio impulsa campaña para controlar el comercio informal. *Diario El Mercurio*. Recuperado de <http://www.elmercurio.com.ec/hemeroteca-virtual?noticia=339463>

Enciclopedia de Citas Morales y Religiosas (1976), España: Talleres Gráficos CLIE, 1era. edición, pp. 125 y 126

Escrache, J. (1986) *Diccionario Razonado de Legislación y Jurisprudencia*. Tomo Segundo. Quito: Fondo de Cultura Ecuatoriana, p. 718

Falconí, J. (2010) *Migración interna en el Ecuador y los factores asociados al mercado laboral*. (Tesis para la obtención del título en maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: Sede Ecuador.

Fernández, I. (2007) *Aportaciones de la antropología al trabajo social*. Universidad del País Vasco. Recuperado de http://ocw2010.ehu.es/file.php/61/Tema_1._Introduccion._Aportaciones_de_la_Antropologia_al_Trabajo_Social.pdf

Finkelievich, S.(2007) Innovación, tecnología y prácticas sociales en las ciudades: Hacia los laboratorios vivientes. *Revista Iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*. [online]. ISSN 1850-0013.

García Canclini, N. (2000). Ensayo de la Ciudad Invisible, Ciudad Vigilada. *Revista Parabólica*. Recuperado de

<http://personal.telefonica.terra.es/web/revistaparabolica/ciudad.htm>

Gonzales, J. (2010) Ciudad & Informalidad. *Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos*. Recuperado de

http://www.cdh.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=103:ciudad-a-informalidad&catid=37:cdh&Itemid=57.

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (1997). *Metodología de la investigación*.

Colombia: Panamericana formas e impresos S.A.

Hoy (2011) Puerto atrae a los migrantes. *Diario Hoy*. Recuperado de

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/puerto-atrae-a-los-migrantes-469635.html>

Kapuscinski, R. (2000) *Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo*.

Barcelona: Editorial Anagrama.

Maza, G. (2011) El espacio público como lugar de encuentro y convivencia:

El papel de la práctica deportiva. *Migrainfo*.

Recuperado de <http://www.diba.cat/web/esports/llistabutlletins/->

[/butlletidigital/detallRevista_cas/MIGRA_CAS/32/12963;jsessionid=NBB2TT2pLm1pFv8z](http://www.diba.cat/web/esports/llistabutlletins/-/butlletidigital/detallRevista_cas/MIGRA_CAS/32/12963;jsessionid=NBB2TT2pLm1pFv8z)

[HjrCT5n2zhrmfGFhwVSMVwh6z0Ynh4cJtCGV!-2000067562!1309900510985](http://www.diba.cat/web/esports/llistabutlletins/-/butlletidigital/detallRevista_cas/MIGRA_CAS/32/12963;jsessionid=NBB2TT2pLm1pFv8z)

OMC (2009). *El empleo informal reduce los beneficios que pueden obtener del comercio los países en desarrollo*. Organización Mundial del Comercio. Recuperado de http://www.wto.org/spanish/news_s/pres09_s/pr574_s.htm

Rapoport, A. (1987). *Pedestrian Street use: Culture and Perception, on Public Streets for Public Use*. Nueva York. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lar/garcia_f_m/capitulo3.pdf

Rosales, L. (2001) *Reseña sobre la economía informal y su organización en América Latina, Global Labour Institute (GLI)* Recuperado de <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/medios/revista/revista13/04menni.pdf>

Silva, A. (2006) *Imaginario urbano: hacia la construcción de un urbanismo ciudadano*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, Universidad Nacional de Colombia.

Vásquez, L. y Saltos, N. (2000). *Ecuador: Su Realidad*. (pp. 100, 198, 199) Quito: Artes Gráficas Silva.

Veleda, S. (2001) Trabajo informal en América Latina: *El comercio callejero*. *Revista bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-317.htm>

Vergara, M (2009) Conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público: el Caso de los Bazares populares de Medellín. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado de

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=74811914009>

Vergelin, G. (2006) *El comercio informal del centro histórico de Cuenca: conflictos y alternativas de solución*. (Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con Mención en Desarrollo Local); Quito: FLACSO sede Ecuador. Recuperado de <http://flacsoandes.org/dspace/handle/10469/454>

Vivar, T. (2006). *Como Dios manda*. Guayaquil: Poligráfica.

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

OBSERVATORIO CULTURAL URBANO

**El comercio informal desde el punto
de vista de las microterritorialidades
en la ciudadela La Alborada**

ANEXOS

Autor.-

Roxana Bethsabé Toral Reyes

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Periodismo

Guayaquil, Enero de 2013

ANEXOS

1. Plan de trabajo durante el proceso de investigación	3
2. Diario de campo	8
3. Transcripciones de entrevistas	20
4. Visualidades de los micropuestos	57
5. Bocetos de artes finales para la página web	63

1. PLAN DE TRABAJO DURANTE EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Fecha	Unidad de análisis	Informante	Lugar	Técnica	Duración
14 de julio de 2012	Primer acercamiento al campo. Recorrido por la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur.		Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, desde la calle José María Roura hasta la calle José María Egas.	Diario de Campo	14h30 – 17h30
21 de julio de 2012	Bingo		Bingo organizado por la iglesia Nuestra Señora de La Alborada	Observación participante	19h00 – 21h30
8 de septiembre de 2012	Dos concurridas avenidas de La Alborada		Recorrido por la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y la calle José María Egas.	Observación no participante - Diario de Campo	12h00 – 13h30 13h30 – 14h30
8 de septiembre de 2012	Peluquera que trabaja en La Alborada	Natividad Rodríguez	Avenida José María Egas, entrando por la iglesia Nuestra Señora de la Alborada.	Entrevista (sondeo)	14h00 – 14h30
8 de septiembre de 2012	Dueña de un local de venta de peces	Maritza Cedeño	Avenida José María Egas, entrando por la iglesia Nuestra Señora de la Alborada.	Entrevista (sondeo)	14h30 – 15h00

22 de septiembre de 2012	Dos concurridas avenidas de la ciudadela La Alborada		Recorrido por la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y su intersección con la Benjamín Carrión	Observación no participante	12h00 – 13h00
29 de septiembre de 2012	Tres concurridas avenidas de La Alborada		Recorrido por la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y la Agustín Freire hasta la Francisco de Orellana	Observación no participante	10h00 – 11h30
29 de septiembre de 2012	Gasfitero que tiene como base a un lugar en La Alborada	Gasfitero Líder García	Bajo el paso a desnivel, ubicado en la avenida Francisco de Orellana, en su intersección con la Benjamín Carrión	Entrevista a profundidad semiestructurada	11h00 – 12h00
6 de octubre de 2012	Gasfiteros que tienen como base a un lugar en La Alborada	Gary Thompson y Nabor Zavala	Bajo el paso a desnivel, ubicado en la avenida Francisco de Orellana, en su intersección con la Benjamín Carrión	Entrevista a profundidad semiestructurada	11h00 – 12h30
7 de	Una concurrida		Recorrido por la	Observación no	10h00 – 11h00

octubre de 2012	avenida de La Alborada		avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, desde el Salón de eventos Gloria Saltos hasta la iglesia Nuestra Señora de La Alborada.	participante	
7 de octubre de 2012	Un relojero que lleva más de cinco años en el sector	Roberto Lavezzari	Exteriores del Albocentro 1, al frente de Casa Tosi en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur	Entrevista a profundidad semiestructurada	11h00 – 12h00
7 de octubre de 2012	Dos relojeros que se ubican en los exteriores de Ferrisariato	Mauro Anastacio y Édison Ávila	Exteriores del Ferrisariato, en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur	Entrevista a profundidad semiestructurada	12h30- 13h00
8 de octubre de 2012	Relojero que se ubica en los exteriores del Albocentro 1	Fabián Naranjo, relojero	Se ubica en los exteriores del Albocentro 1, frente a Casa Tosi	Entrevista a profundidad semiestructurada	17h00 – 17h30
18 de octubre de 2012	Sociólogo	Carlos Matamoros	Oficina ubicada en Pedro Carbo y 9 de octubre.	Entrevista estructurada	14h30 – 15h30
21 de octubre de 2012	Comunicadora e investigadora	Tina Zerega	Vía Correo electrónico	Entrevista estructurada	-----
22 de	Gasfitero y albañil	Francisco Mejía	Bajo el paso a	Entrevista a	17h30 – 18h30

octubre de 2012			desnivel, ubicado en la avenida Francisco de Orellana, en su intersección con la Benjamín Carrión	profundidad semiestructurada	
25 de octubre de 2012	Vendedora de preparados medicinales	Marleni Ramos	Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y José María Egas	Entrevista (sondeo)	19h00 – 19h30
27 de octubre de 2012	Vendedor de los 'tronquitos de la felicidad'	Ramón Gómez	Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y Benjamín Carrión	Entrevista semiestructurada Diario de campo	15h00 – 15h30 15h30 – 16h30
2 de noviembre de 2012	Relojero ubicado en exteriores de Albocentro 1	Fabián Naranjo	Se ubica en los exteriores del Albocentro 1, frente a Casa Tosi	Entrevista a profundidad semiestructurada	12h30 – 13h30
3 de noviembre de 2012	Vendedor de cangrejos en la avenida que forma parte del cuadrante de estudio	Carlos Peñafiel	Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, exteriores de Ferrisariato	Entrevista a profundidad semiestructurada Diario de campo	10h30 – 11h30
3 de	Comerciante que	Gabriel Rubira	Avenida Rodolfo	Entrevista a	14h00 – 14h15

noviembre de 2012	realiza duplicado de llaves		Baquerizo Nazur, exteriores de Ferrisariato	profundidad semiestructuradas	
13 de noviembre de 2012	Tres concurridas avenidas de La Alborada		Recorrido por la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, entre la calle José María Egas y la Benjamín Carrión.	Observación no participante Diario de campo	17h30 – 18h30 18h00 – 19h00
13 de noviembre de 2012	Vendedora de preparados medicinales	Marleni Ramos. Con cámara.	Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y José María Egas	Entrevista a profundidad semiestructurada	19h00 -19h30
16 de noviembre de 2012	Sociólogo	Máximo Ponce	Universidad Casa Grande (UCG)	Entrevista estructurada	18h30 – 19h00

2. DIARIO DE CAMPO

Fecha: 14 de julio de 2012

Tipo de actividad: visita a la Alborada

Objetivo: Recorrer la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, con el fin de conocerla y familiarizarnos con el sector. Conocer todos los productos y servicios que ahí se ofrecen.

Duración: 3 horas

OBSERVACIONES	RESULTADOS
<p>Fue la primera vez que recorrimos la ciudadela La Alborada detallando cada espacio de esa concurrida avenida. Nos fijamos en detalles que normalmente pasarían desapercibidos como los letreros, sus diseños y colores.</p> <p>Nos pareció llamativo la gran cantidad de locales que existen en tan solo una cuadra, desde la calle José María Roura hasta la José María Egas.</p> <p>Una heladería, una ferretería, locales de venta de ropa, un ciber, farmacias, peluquerías y restaurantes se encuentran en una misma cuadra.</p> <p>El sol es intenso a las 14h30, pero el</p>	<p>Se vende de todo: zapatos, carteras, ropa, celulares, electrodomésticos, juegos electrónicos de última tecnología, cosméticos, medicinas, comida, etc.</p> <p>Locales pequeños están en medio de grandes cadenas como Mi Comisariato, Ferrisariato, novedades Gloria Saltos, Naturissimo, entre otros.</p> <p>Existe el 'regateo'. No es una actividad exclusiva del</p>

<p>movimiento no disminuye en el sector. La inclemencia del clima es aprovechada por los vendedores ambulantes de agua y jugos que se acercan a los carros para vender sus productos.</p> <p>En el Albocentro 1, ubicado frente al centro comercial Plaza Mayor, hay múltiples locales pequeños que ofrecen productos diversos.</p> <p>Ingresamos a uno en el que se vendían audífonos, artefactos eléctricos y elementos para la cocina como batidoras y licuadoras. Allí nos llamó la atención que pudimos ‘regatear’ el precio de tres audífonos. Pensamos que por tratarse de un local no existiría esa tendencia que se observa con facilidad en las calles o en los lugares de comercio como La Bahía.</p> <p>Muchas personas caminan por las aceras del sector. Las horas transcurren, pero el movimiento no disminuye.</p> <p>Al pasar por los exteriores de los locales del Albocentro se percibe el interés del vendedor para que ingresemos a los negocios. Algunos se aproximan y otros no nos quitan la mirada, para saber si vamos a ingresar.</p>	<p>comercio informal, porque en los locales establecidos pudimos notarla.</p> <p>La gran cantidad de peluquerías en la parte de atrás del centro comercial Plaza Mayor nos llamó la atención. Pese a tanta competencia, las dueñas aseguran que todas tienen trabajo.</p> <p>La Iglesia es un centro que congrega a muchas personas. En sus exteriores hay bastante movimiento, inclusive cuando no hay misa.</p>
--	---

<p>El movimiento en los exteriores de la iglesia Nuestra Señora de La Alborada también también es intenso. Todavía no hay misa, pero tienen colocado en el parqueadero una feria de comida y una venta de libros usados para obtener ingresos. Ahí también pudimos observar el letrero que invitaba a un bingo que se realizaría la siguiente semana, por las fiestas de Guayaquil.</p>	
---	--

Fecha: 8 de septiembre

Tipo de actividad: visita a dos avenidas.

Objetivo: Recorrer la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y la José María Egas para encontrar a personajes que resultaran llamativos para el OCU.

Duración: Dos horas.

OBSERVACIONES	RESULTADOS
<p>Caminar con el objetivo de encontrar locales o personajes llamativos no es tarea fácil. Pese a que hay una gran variedad de lugares de comercio, no percibíamos rasgos diferenciadores entre ellos.</p> <p>La mayoría de locales no tiene algo que</p>	<p>Los locales no buscan diferenciarse unos de otros. Cada uno trata de tener sus propios clientes para poder sobrellevar la intensa competencia que hay en el sector.</p>

<p>los haga destacar frente a los otros. Al ser preguntados por eso, varios dueños respondieron que ya tienen sus clientes fijos y que por eso no les afecta la competencia.</p> <p>Hablamos con una señora que es la dueña de un local de venta de implementos acuáticos. Ese local lleva 10 años en la calle José María Egas. Su hermana era la dueña, pero por falta de tiempo para administrarlo se lo dejó a su hermana.</p> <p>Nos llamó la atención que el lugar no tiene competencia en el sector. No hay otro que venda ese tipo de productos.</p> <p>La dueña nos comentó que ha tenido que aprender sobre peces para poder administrar bien el negocio y aseguró que atender el local le conviene porque así puede cuidar a su hija, ya que en otro trabajo no le permitirían que la lleve.</p> <p>Se mostró con mucha apertura a responder nuestras preguntas y aprovechamos para comprar unos cuantos peces, que nos dio en una pequeña pecera.</p> <p>Al caminar dos cuadras, en esa misma calle, encontramos un lugar de venta de</p>	<p>Un local de venta de elementos acuáticos captó nuestra atención por no tener competencia directa en el sector.</p> <p>El local que ofrece tres servicios en uno nos demostró la 'viveza' de los comerciantes para poder conseguir la mayor ganancia posible en un pequeño espacio.</p>
--	---

películas. Entramos en busca de una película, pero no esperábamos encontrar en el interior a un gabinete.

Al lado de los estantes con las películas, se encontraba una silla de gabinete frente a un espejo y junto a un lavabo. Su dueña nos comentó que el local era de venta de película y que se lo vendieron con todos los productos. Pero ella era peluquera. Entonces decidió incorporar su conocimiento en peluquería y hacer un local 2 en 1.

Además, cuenta con una impresora, en la que ofrece el servicio de impresiones y también saca copias a blanco y negro, y a color.

Pese a que hay varias peluquerías cercas, doña Natividad Rodríguez no se deja afectar por eso. Ella sostiene que Dios la mantendrá ahí hasta que así lo considere y agradece porque hasta el momento no le han faltado clientes. Más bien siente que en ocasiones le faltan manos para atenderlos.

Junto a ella trabaja un señor que tiene retraso mental. Él la ayuda con la venta de las películas y se muestra muy atento con los

<p>clientes para promocionar los estrenos.</p> <p>Estos dos locales nos parecieron llamativos por sus actividades. El primero no tiene competencia directa en el sector y el segundo aprovecha para ofrecer varios servicios en un mismo sitio, demostrándonos un poco de esa ‘viveza’ propia de los guayaquileños.</p>	
---	--

Fecha: 27 de octubre de 2012

Tipo de actividad: visita a un vendedor de los llamados “tronquitos de la felicidad”.

Objetivo: Observar el entorno en el que se desenvuelve este vendedor y su manera de promocionar su producto para conseguir la venta.

Duración: 1 hora.

OBSERVACIONES	RESULTADOS
<p>Ramón Gómez camina entre los carros con sus tronquitos en la mano, aprovechando la luz roja del semáforo para promocionar su producto.</p> <p>Él transita en la intersección de la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y la Benjamín Carrión. Del lugar le atrajo el gran movimiento de carros que se registra.</p> <p>Su vestimenta es informal. Camiseta, un</p>	<p>La intensa actividad comercial de La Alborada atrae a actividades poco comunes, como la venta de los ‘tronquitos de la felicidad’, que supuestamente traen prosperidad al lugar en el que se los coloque.</p>

<p>pantalón de jean y zapatos de caucho.</p> <p>No vocea mayormente su producto, pero lo acerca a las ventanas de los carros para que los conductores puedan verlos.</p> <p>Mientras él recorre la calle, su gaveta permanece en la acera con varios tronquitos más.</p> <p>Ramón se fue a almorzar a la 1 de la tarde y nosotros también. Quedamos de encontrarnos nuevamente a las 2.</p> <p>Llegamos a las 2h30pm y encontramos a Ramón muy alterado. Los ‘robaburros’, como se refirió a ellos, se le llevaron la gaveta con todos sus productos.</p> <p>60 tronquitos fueron decomisados. Cada uno tiene un valor de tres dólares. Ramón se desespera y trata de vender los tronquitos que llevaba en sus manos cuando se fue a almorzar, ya que es lo único que le quedó.</p> <p>Él nos comenta enfadado que no es la primera vez que le pasa eso y se lamenta porque no tiene donde guardar sus productos. Solamente puede ponerlos en la acera y esperar que nadie se los lleve.</p>	<p>La pugna entre comerciantes y metropolitanos se produce también en La Alborada. No es algo exclusivo del centro de Guayaquil.</p> <p>Pese a que la Constitución prohíbe el decomiso de la mercadería, los metropolitanos se llevan los productos, como pudimos percibir en el caso de Ramón.</p> <p>Los comerciantes tienen sus estrategias de venta. Analizan el sector para ver qué productos pueden vender ahí. Esto lo percibimos cuando Ramón comentó que no vende los adornos en La Alborada porque no los compran.</p>
--	--

<p>Ese día no corrió con esa suerte. Nos cuenta que todos los lunes hace el pedido de los tronquitos, que se los traen desde Santo Domingo, y los va a retirar los miércoles en el mercado de Flores, por el Cementerio General. Él alquila una camioneta para poder retirar los tronquitos. Pide unas 80 fundas de tronquitos y cada una trae dos tronquitos. Un total de 160 tronquitos que vende en La Alborada entre jueves, viernes y sábado.</p> <p>Él descansa los domingos. De lunes a miércoles vende adornos de bambú en la avenida de las Américas. Dice que en La Alborada no tienen salida y que en cambio en ese otro sector sí porque pasa la gente “aniñada” y los compran.</p>	
---	--

Fecha: 3 de noviembre de 2012

Tipo de actividad: hablar con los vendedores de cangrejo

Objetivo: Recorrer la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, con el fin de encontrar a un vendedor de cangrejos que pudiera proporcionarnos información sobre su actividad en La Alborada.

Duración: 1 hora.

OBSERVACIONES	RESULTADOS
<p>Los cangrejeros nunca están solos. Hay varios puestos a lo largo de la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, y en cada puesto calculamos que hay entre cinco y ocho hombres.</p> <p>No hay mujeres involucradas en la venta de los cangrejos. Pareciera que se trata de una actividad dedicada para los hombres.</p> <p>Nos acercamos a hablar con un cangrejero para que nos ayudara con una entrevista, pero no quiso. Sin embargo, nos recomendó a otro grupo de cangrejeros.</p> <p>Hablamos con otro y le explicamos que nuestro proyecto era universitario y que no saldría en ningún medio de comunicación. Tampoco quiso, pero nos llevó hasta donde su 'jefe'.</p> <p>Así llegamos hasta Carlos Peñafiel. Él se mostró abierto a responder a nuestras preguntas y no le incomodó la presencia de la cámara.</p> <p>Nos contó su experiencia en esa actividad y los cambios que ha visto en La Alborada.</p> <p>Al terminar la entrevista accedió a que le tomáramos fotos junto a su puesto, dialogando</p>	<p>La actividad de vender cangrejos no puede ser realizada por una sola persona. Se requiere de muchas manos para poder realizarla.</p> <p>Existe desconfianza en los vendedores informales para dar entrevistas, por su temor constante a la represión municipal.</p> <p>La presencia de los policías metropolitanos causa temor en los comerciantes que se han convertido en 'expertos' al momento de huir.</p> <p>Pese al temor de la represión, los comerciantes se arriesgan a seguir vendiendo en las calles porque es su único medio para conseguir ingresos.</p>

con los otros compañeros de trabajo.

Inclusive algunos de sus compañeros se mostraron deseosos de salir en las fotos y posaron para la cámara fotográfica.

Cuando estábamos listos para irnos y ya habíamos guardado la cámara, escuchamos que uno de los cangrejeros de otro puesto gritó: La camioneta.

Fue entonces que todos salieron corriendo con los atados de cangrejos en las manos y dejaron botadas las mesas en las que los exponían. En cuestión de segundos nos quedamos solos en la acera en la que habíamos estado acompañados por los comerciantes.

Luego, vimos pasar una camioneta blanca con varios uniformados de azul que miraban con desconfianza a las aceras.

Observamos hacia el banco del Pacífico, ubicado en Plaza Mayor y también todos los comerciantes que allí se ubican habían desaparecido.

Caminamos una dos cuadras y vimos que la camioneta se retiró. Unos minutos después, el movimiento se reactivó en el lugar. Los

comerciantes reaparecieron y continuaron con su venta.	
--	--

Fecha: 13 de noviembre de 2012

Tipo de actividad: visita a la Alborada

Objetivo: Recorrer la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, con el fin de ver cómo es su actividad al caer la noche.

Duración: 1 hora.

OBSERVACIONES	RESULTADOS
<p>Como ya habíamos notado, la actividad comercial en La Alborada es intensa y de noche se mantiene.</p> <p>A las 18h00 el tráfico se incrementa por la salida de las personas de sus trabajos. Los pitos y el ruido de los carros domina en esa avenida.</p> <p>De igual forma, los comerciantes perciben en esa afluencia una oportunidad de vender sus productos y es así que se lanzan a las calles para aprovechar que los vehículos están detenidos.</p> <p>Ya se pueden observar luces navideñas en algunos almacenes y el local Buen Hogar es visitado por muchas personas. Es uno de los más concurridos en el sector a esa hora.</p>	<p>La época navideña ya se hizo presente en La Alborada. Las luces características de esta época adornan los locales.</p> <p>A las 18h00 se intensifica el movimiento por el tráfico en el sector.</p> <p>La presencia de los policías metropolitanos ahuyenta a los comerciantes.</p> <p>Los vendedores arman</p>

<p>El movimiento en los exteriores de la iglesia Nuestra Señora de La Alborada se mantiene, pero ya no hay comerciantes afuera porque los policías metropolitanos están en el sector.</p> <p>Los vemos caminar por las aceras y dejan su camioneta parqueada en el centro comercial Plaza Mayor.</p> <p>Ningún comerciante informal se arriesga a aparecer ante su presencia. Vemos que los cangrejeros no tienen sus puestos en la calle y en su lugar hay varios vendedores con carteles en la mano que dicen 'sí hay cangrejos', para demostrar que sí hay el producto, pero que no está expuesto.</p> <p>Son las estrategias que emplean estos comerciantes para seguir vendiendo.</p>	<p>estrategias para continuar con su venta, pese a la presencia de los metropolitanos.</p>
--	--

3. TRANSCRIPCIONES

Entrevista a Fabián Naranjo

Relojero

¿Cómo se vinculó a la relojería? ¿A qué edad?

Tenía 10 años, mi hermano tenía una relojería, entonces por medio de él entramos a la relojería, pero en realidad yo estudié orfebrería que es lo mismo que joyería...

Mi hermano me decía estudia joyería que es orfebrería por que en la joyería se necesita un joyero no un relojero, estudia joyería me dice entonces me inscribió en la filantrópica

¿Cuántos años tenía?

Unos 19 más o menos

¿Como así aprendió relojería a los 10 años?

Porque mi hermano tenía relojería y yo le llevaba la comida

¿Él tenía un puesto?

No, el tenía un local

¿Un local que era la relojería?

Así es, entonces ahí uno se va adiestrando... Primero relojes de mesa, luego los de pared, después vinieron los de pulso, de ahí los automáticos los de cuerda, ahora los de pila los quartz y así va evolucionando...

¿Usted debe estar constantemente preparándose?

Sobre todo la relojería siempre se va innovando, nunca se ha quedado atrás...

Mire que más o menos hace un mes atrás vino un sr con un reloj táctil, que ponía música... Ponía videos... Y cambiaba las tonalidades de la pantalla... y yo le pregunte donde lo compró? Me dice: "No sé me lo mandaron pero sé que es caro"

Todo lo que se refiere a tecnología... El reloj va avanzando... Hay tantos relojes unos relojes a control remoto para cambiar los canales del televisor... Hay relojes que dan la ubicación... Hay relojes que vienen con altímetro cuando se lanzan de un paracaídas le indica la altura... Hay varios tipos de relojes, cada uno tiene su función... ahora han salido unos relojes diferentes más complejos, que le da una cosa, que la luna, hasta hace poco que vi ha salido uno que indica los latidos del corazón te lo pones y ese reloj te dice cuantos latidos está dando su corazón y eso sirve para la presión...

Todo un siempre el reloj se va innovando innovando no creo que desaparezca, aunque se está poniendo a la par con lo que se refiere a la tecnología del celular... Igual no creo que el reloj desaparezca, siempre se irá modernizando... Ahora en teléfonos, yo tengo un puesto de teléfonos... Porque yo soy una persona, como le digo, futurista... Veo un lugar y veo que ahí puede haber algo de dinero, entonces yo veo en el celular que se puede también ganar... Entonces le hablé a un amigo y pusimos un puestito de teléfonos pero adentro un local hacia atrás y ahí tengo trabajando a un amigo

¿Tiene otro puesto a parte de este, de celulares?

Claro, claro de celulares

¿Y dónde queda? ¿Aquí mismo en el Albocentro?

Si, siempre innovando viendo donde se puede sacar más dinero, donde se pueda dar trabajo a otras personas y es bonito, cuando uno piensa, mira aquí estamos trabajando 3 y vamos a sacar otro puesto mas allá y de aquí se va a ir uno para allá

¿Otra clientela también?

Y el que se vaya, parece mentira que va a ganar más de lo que se gana aquí, ya que va a estar solo y va a recibir el 50%

¿Siempre ha tenido una visión de empresario?

No de empresario, sino de ganas de ganar dinero jajaja, pero siempre uno fijándose por el lado de no hacerle el mal a nadie, todo por derecha, de ser lo más honrado posible

Usted me contó que estudió orfebrería y de ahí, ¿cómo se vinculó nuevamente a los relojes?

Porque el profesor me decía que ya este era el último año que te aguanto aquí, tu ya sabes puedes ponerte tu puesto... Porque cuando yo recién ingresé a la filantrópica me dijo: "Tú que sabes de orfebrería?" y yo le dije nada... Y efectivamente yo no sabía nada... yo solo había visto trabajar, pero parece mentira que cuando uno ve trabajar uno aprende y fui adquiriendo práctica, entonces cuando el profesor me dice quiero que hagas un anillo de matrimonio, me da una lámina chiquita de bronce, me dice cógela, dóblala, suéldala y ahí tienes un anillo de matrimonio... Bueno le dije yo... La cogí, la doblé, la soldé y un anillo de matrimonio lo vi muy fácil, entonces dije que le hago... ah entonces le hice un anillo de grado, entonces comencé a trabajarlo, le hice el escudo, las letras de lado, le hice cóncavo aquí, bueno... lo fundí bien y se lo llevé en una cajita de joyas

¿Y el profesor se quedó impresionado?

Claro, y yo le dije en realidad no sé pero he visto trabajar, tantos años viendo trabajar a los joyeros y... se aprende algo...

Y de ahí le dije que más quiere, y me dice: Hagamos cadenas... Ya pues, toma me dice ahí está ahí me explico haz los hilos pasa por la argolla y ya pues lo hice rapidito...

¿Entonces eso era más tiempo de práctica que de aprendizaje...?

Claro, entonces el profesor se dio cuenta de que yo ya sabía, de ahí el profesor me enseñó a poner el nombre dentro de los anillos de matrimonio...

¿Usted sabe hacer todo eso?

Yo estudié todo eso... Pero nunca se puede decir lo ejercí... Lo aprendí pero no lo ejercí...

Entonces el profesor me dijo: Tome su diploma porque usted ya nada tiene que hacer aquí... Y así fue, le lleve el título a mi hermano... Quería que estudie eso, ahí está... Pero esto no me gusta le dije... Pero porque si esto deja plata me decía, y le dije que yo tenía otra mentalidad... Ya tenía como unos 18 o 19 años y me fui a la bahía, y ahí donde todo se refiere a relojes, ahí estaba con los que más sabían y ahí me metí, aprendí una que otra cosa, fui saliendo adelante, saliendo adelante, para que me fue excelente...

Pero, ¿en la Bahía usted que hacía?

Ahí estaba en un puesto

¿Usted tenía un puesto?

Primero no lo puse, ahí como quien dice me arrime a un amigo... después me le abrí, ya puse mi propia vitrina...

¿Y cómo llegó acá a la Alborada?

Ah, primero estábamos en Clemente Ballén y Pío Montufar, ahí teníamos un puesto...

Ahí hay bastantes también... en Aguirre, Santa Elena, Seis de Marzo, todo ese sector es de relojeros...

De ahí vino Nebot y nos sacó a todos y nos dieron locales en las Cuatro Manzanas...

¿Y usted fue para allá?

Claro, fuimos para allá, estuvimos 6 meses más o menos, pero no dio resultado... De eso estaba un amigo acá, que me conocía y me dijo vamos para la Alborada

¿Él también era relojero?

Sí, yo le trabajaba a él... Yo le arreglaba los relojes... Ya pues vamos pero a prueba no más le dije... Así que me vine, estuve como 3 días trabajando con él, y de ahí le dije te agradezco mucho pero quien se casa, casa quiere... Yo me voy le dije y él me decía cómo te vas a ir...

Yo me acuerdo, ganaba 10 dólares por día y yo le digo: No, no es por el dinero... Pero estás bien aquí te voy a subir a 15 porque él se dio cuenta como yo me desenvolvía... Entonces me dice te voy a subir a 15, entonces le dije no es ese el asunto es otra cosa... Ya a mi edad estar arrimado a otra persona, ya no me siento bien, porque una... Yo ya soy maestro, yo ya no soy ningún aprendiz...

¿Cuántos años tenía en ese entonces?

Tenía 39 o 40 años... Más o menos unos 10 años atrás... Ahorita ya tengo 50...

Pero el ya murió, el ya murió, este señor... De ahí ya me vine para acá... Nos quedamos aquí, conseguí un puestito aquí... Hablé con la administración...

¿El lugar sí le gustó como para poner un negocio suyo?

Claro, sí... Si por ejemplo, ahorita me están vendiendo 2 puestos, el primero acá en la garzota que veo que puede ser y también en la Martha de Roldós también veo que también puede ser...

¿Qué es lo que usted ve en ese “puede ser”?

El futuro o sea... Veo la afluencia de gente, que no haya competencia, el sector mismo...

Si se mueve o no se mueve, cuales son los horarios... Todos los beneficios...

¿A la Alborada qué le vio? ¿Hizo una radiografía de lo bueno y lo malo?

Cuando llegué a la alborada fue un choque... Un choque monetario... Porque por ejemplo en el centro uno comía con un dólar, un almuerzo en el centro costaba un dólar, o sea en esa época 10 años atrás... Y vengo acá y acá el almuerzo costaba un dólar cincuenta...

A la larga todos los días representa...

Unas zapatillas en el centro uno las compraba en un dólar... y acá en la alborada la compraba en 2,50 en 3 dólares... una camiseta que por decirle en el centro la compraba en 2 dólares o 3 dólares acá en la alborada la compraba en 5... todo eso, que cuando vine, me cambié acá fue un choque... Chuzo a donde me he metido... yo no quería ni almorzar aquí... Gastar tanto y otra que cuando recién me vine para acá los carros que salían para el centro decían “a Guayaquil, a Guayaquil”, a dónde estoy? Fuera de la ciudad decía entre mi... Porque los carros de aquí decían “a Guayaquil, a Guayaquil”, pero era algo bonito por ese lado... ya pasado el tiempo y nos hemos quedado aquí, hemos trabajado... y más que todo tratamos de que el cliente se vaya contento...

Mientras usted veía que todo era caro acá, ¿cómo así se decidió quedar?

La economía... Había bastante afluencia de personas como de dinero, eso nos atrajo más... y la otra era que allá no podíamos estar... teníamos que encontrar otra clase y aquí la encontramos por eso nos quedamos y nos estamos ampliando un poco...

¿Y no ha tenido ese problema de los municipales?

Claro, pero ahí hemos sabido llevarla, aunque a mí los municipales ya se me la han llevado 3 veces...

¿La vitrina?

Si, la vitrina... Pero ahí uno paga una multa y se la devuelven... y trate de sacar permisos, trate... trate de hacerlo todo por la vía legal... pero es un poco difícil...

¿Mucho trámite?

Mucho trámite y después de hacer todo el trámite me dicen no hay cobertura para allá, no hay permiso para allá... entonces quedamos en lo mismo...

¿Y usted cuándo puso el puesto de celulares?

El año pasado ya lo puse...

¿Y ese usted no lo atiende? ¿Usted está acá?

Yo puse el puesto y un amigo me dijo: Quiero trabajar... y yo le dije tanto diario, de ahí todo es mío, la vitrina, los implementos... todo es mío...

¿Y ahí que hacen?

Venden accesorios, arreglan... le dan mantenimiento... entonces ahí estamos... siempre viendo para el futuro...

¿Y cómo así lo puso en este mismo lugar?

Por el mismo dueño del local, me dio la facilidad... Le dije que quería poner un puesto y me dice: ya pues, te cobro tanto y yo le dije me parece bien... Pongámoslo...

¿Le paga al señor que tiene el local ahí?

Claro, entonces el me arrienda la parte de afuera...

¿Es decir que usted ocupa un poco su espacio, pero le reconoce?

Claro, es el dueño... es como aquí... aquí estamos pero viene la administración y nos dice no podemos estar aquí y nosotros pagamos un mensual... entonces le pago a ellos, estoy bien, no tengo problemas con nadie... y estoy tranquilo...

¿Y qué tal le va con lo de los celulares?

A mí me va bien, pero como quien dice... yo recibo un diario...

O sea yo cobro un diario y el resto es para quien lo trabaje... Como quien dice uno gana dinero sin saber leer ni escribir... pero yo me olvido de eso... ese dinero ya está destinado para guardarlo en la cuenta...

¿Usted tiene una cuenta?

Una cuentita, ahí se va depositando, depositando al mes... entonces tanto hay de plata ahí...

Es una forma de darle trabajo a otra persona... porque aquí en el Ecuador hay bastante trabajo, lo que pasa es que la gente es muy cómoda...

Ya le voy a explicar el día mío de trabajo...

5:30 de la mañana con el ojo abierto, me levanto, me baño, me preparo... 7:30 debo estar aquí...

¿Y usted dónde vive?

En el centro... por el estadio Capwel... entonces... 7:30 debo estar por acá... 7 o 7:30 estoy ya por acá... hasta las 9 de la noche... a las 9 de la noche cierran aquí... de ahí me voy al otro puesto... más o menos 10 de la noche me estoy yendo a mi casa... llego allá compro pan la leche, las colas... huevos...

¿Para su familia?

Sí, para toda mi familia... de ahí hasta que uno agarre el sueño, ve una película, me cogen las 12 de la noche...

5:30 de la mañana otra vez a trabajar... y trabajar todos los días... o sea no hay día de descanso... hasta el domingo yo trabajo...

¿Y en su futuro que otros planes tiene?

Le digo una cosa, expandirme es uno...

¿Poner un local en la garzota y en algún otro lugar si hay la posibilidad?

Claro, le digo una cosa... tengo un pensamiento, pensamiento no más... tengo un amigo que tiene un local para arreglar computadoras... ese es el otro futuro que tengo en mente las computadoras... los celulares, las computadoras...

¿Qué le gustaría hacer con eso, es decir con las computadoras?

Eso es lo que me dice él... empezar a comprar accesorios, material para arreglos... y abrir una página en internet, para hacer publicidad... y eso debe ser con un puesto... para más seguridad... porque es mayor cantidad de dinero, entonces debe haber más seguridad...

Eso es lo que me dice mi amigo, vente, vamos poniendo un local y si tengo visto un puesto pero por la casa...

¿Y la relojería?

No pues la relojería se mueve sola...

¿Usted ya no estaría aquí?

No pues, yo ya no estaría aquí... pero siempre he dicho... siempre ver para adelante...

Entonces, eso lo tiene como plan, ¿como para futuro?

Claro, la idea me gusta...

¿Y en dónde pensarían poner el local?

Eso también hay que ver... debo ver las opciones... he visto muchos locales de venta de accesorios de computadora... pero en cambio no hay arreglo... mi amigo si arregla...

Y usted cuando fija poner el puesto en algún lugar, ¿se fija en la competencia?

En la competencia, que no haya mucha competencia...

Ahora tiene unos relojeros allá también...

Si, ellos siempre han estado ahí, inclusive estaban antes de que yo llegue... ellos son amigos míos...

¿Se llevan bien?

Claro, inclusive cuando yo no tengo algo voy y les pregunto... o cuando ellos quieren algo yo los ayudo... nos damos la mano...

¿Y si viene alguien y pone otro local cerca de aquí?

Dios da para todos...

¿No habría problemas por parte de ustedes?

Todos tenemos trabajo, nadie se queja... mire en la calle Santa Elena... estaban los relojeros seguidos... Uno tras otro pero todos tienen trabajo... mire los celulares en la bahía... son seguiditos los puestos, pero todos tienen trabajo... todos trabajan, nadie se queja... y cuando uno trabaja bien siempre le va bien... no hay ni para que darle vuelta...

Yo le cuento una cosa... Yo llegué hasta tener 3 vitrinas afuera, tenía a 6 personas trabajando para mi... pero llegó un momento en que dije ya no, ya me cansó... y me quedé con una sola...

¿Y la trajo acá?

No, me quedé en el centro...

¿Y cuándo ya le tocó lo de la regeneración?

Ya me salí de allá.

Y si hay otra persona que quiere ponerse, no pasa nada... siempre y cuando trabaje bien por derecha.

Digamos, ¿tampoco que se venga al lado?

No pues tampoco al lado... hay bastante espacio... allá, más acá.

¿También un poco que respete su espacio?

Claro, porque así tiene que ser... por ejemplo yo respeto el espacio de ellos, ellos respetan mi espacio... por acá hay otro más... por acá atrás también hay otro... trabajo para todos hay y cuando uno necesita ayuda va y le pide al otro.

En ese sentido, ¿hay bastante compañerismo?

Sí, eso sí... hay bastante compañerismo... he tenido bastante suerte por ese lado, todos nos llevamos bien, nadie se pelea con nadie... porque aquí estamos lejos del centro... y necesitamos cada uno de los otros.

Y en estos 10 años que ha estado aquí, ¿ha visto algún cambio en la Alborada?

A ver... en este sector cuando yo llegué... había cualquier cantidad de carretas.

¿De comida?

De comida... ahora ya hay kioscos... y cuando yo llegué había la costumbre de la gente de salir los viernes, sábados y domingo... se llenaba, eso sí, cualquier cantidad sacaban sillas y todo eso... ahora ya no pasa eso, ya está cambiando... o sea ya no hay esa costumbre pero todo a bien... a mi me parece bien esto... inclusive hay locales que se están innovando... por ejemplo en este momento hay una nueva administración en plaza mayor... mire esa fuente que está ahí, era fuente... pero dejó de echar agua y ahí la dejaron... dejó de dar agua...

En cuanto al movimiento comercial, ¿ha visto algún cambio?

Mucho, mucho... la afluencia... los centros comerciales... el City Mal, la Rotonda y Plaza Mayor... y aquí va haber más movimiento... porque aquí al frente quedaban unos

casinos... Van hacer ahora centros médicos como Medikal, acá en la esquina van a poner un pharmacy es un lugar bien fuerte y el lugar es bien lujoso, bien alumbrado.

¿Entonces atraería a personas....?

Va a traer bastante gente... pero la Alborada siempre ha sido el corazón... como decir la nueve de octubre.

¿Por el movimiento?

Siempre hay movimiento.

Entrevista a Ramón Gómez

Vendedor de los 'tronquitos de la felicidad'

¿De dónde es?

Yo soy de aquí de Guayaquil.

¿Cuánto tiempo tiene en este negocio?

Más o menos 10 años o 12 años.

¿Y siempre ha estado aquí en La Alborada?

Yo estoy por todos lados, todo Guayaquil me recorro, la Alborada, Urdesa, las Américas, en la Francisco de Orellana, en todo lugar yo estoy.

¿Y aquí en la Alborada te concentras más tiempo?

Claro, porque aquí hay más movimiento, aquí en esta parte, más movimiento, el tráfico de carros más que todo.

¿Y estas plantas como así las consigue desde Santo Domingo?

Yo me comuniqué con un amigo y ese amigo me las trae, ese amigo solo viene los miércoles por la noche, por eso yo solo vengo los jueves, los viernes y los sábados, nosotros hacemos los pedidos, por ejemplo los días lunes nosotros hacemos los pedidos.

¿Cuántos troncos pides, por ejemplo?

Más o menos unas 80 fundas, vienen en fundas los troncos vienen 2 troncos en cada funda, en 3 días más o menos yo los termino, entre jueves, viernes y sábados, justo hoy día que traigo más y se me lo llevan los 'burros'.

¿Y dónde los había dejado?

Ahí al frente en las pinturas, yo me fui almorzar y como no habían venido en toda la mañana.

¿Y no tiene algún lugar para dejarlos?

No, no tengo, justo hoy que me fui almorzar se me los llevan, no tengo un lugar donde dejarlos.

¿Usted los tiene en una funda y ahí los pone?

No, yo las tengo en una gaveta y ahí se me la llevaron con todo y gaveta.

¿Usted dónde vive?

Yo soy del sur, de la floresta.

¿De allá se viene todos los días?

Si, así es, de allá me vengo todos los días, los 3 días que trabajo.

¿Cuándo te entregan los troncos dónde los tienes?

En mi patio tengo los troncos, yo tengo un patio donde yo vivo.

¿Y en qué te los llevan?

En una camioneta vienen, son 80 bultos, son bultos grandes, yo alquilo una camioneta.

¿Y a dónde te los entregan?

Ahí en la florería, donde entregan rosas ahí.

¿Ahí por el cementerio?

Si ahí, ahí me llega todos los miércoles a las 8 de la noche.

Ramón, por decir, si no te encontramos aquí, ¿a dónde te encontramos?

En las Américas, ahí por como quien dice va a la puntilla.

¿Y qué vendes ahí?

Ahí vendo bambú, las que son tejidas. Son como piñas.

¿Y aquí es esto?

Sí, aquí es esto.

¿Y por qué no vendes aquí los bambúes?

Es porque por aquí no compra la gente, por allá son más pelucones, ya sé el movimiento, la gente más compra esto por aquí y allá la gente compra más los bambúes.

¿Y también estás así entre carros?

Claro, entre carros.

¿Y si quisiéramos verte allá cómo hacemos?

Ahí no más me busca, la gente me conoce como 'pajarito' por allá, me ubico del lado exactamente donde vienen de La Puntilla.

¿Cuántos años tienes?

Tengo 30 años.

¿Cómo te metiste en el negocio?

Mi hermano, trabaja en esto años, y ahí me gustó.

¿Eres casado, tienes hijos?

Soy casado, 3 hijos tengo.

¿Tu esposa no trabaja?

No, ella está en la casa, así es todo, a veces se gana, a veces se pierde.

Entrevista a Marleni Ramos

Vende preparados medicinales

¿Cómo llegaste al negocio?

Por intermedio de mi suegro, cuando me hice de compromiso con mi esposo fui a casa de mis suegros, vi todos los preparados que ellos hacían, al ver que yo me salí de los estudios empecé con este trabajo.

¿Como así te saliste del estudio?

Desde que me hice de compromiso dejé el estudio, entonces se me hizo difícil para mí porque tenía que trabajar al mismo tiempo, entonces no me quedo de otra que aprender eso, porque no era un trabajo que me ocupaba todo el día. Cuando yo quedé embarazada de mi hija me tocaba cuidar a mi hija y trabajar al mismo tiempo, entonces se me puso la idea de trabajar en este negocio para trabajar por el día y por la noche, y pasar todo el día con mi hija.

¿Cómo fue que usted aprendió esto? ¿Qué cosas son básicas para saber hacer los preparados?

Para hacer los preparados sobre todo saber la cantidad de medida que hay que poner del monte, por ejemplo, acá la uña de gato, esta se hierve de 15 a 20 minutos, la chanca piedra solo es infusión, el boldo se hierve de 25 a 30 minutos para que salga el color.

¿Y todo eso le enseñó su suegro?

Sí, bueno, tomé unos cursos durante 3 meses para aprender sobre la medicina natural, para qué, son buenos. Por ejemplo, acá el 'alcanfor' es para el hígado graso, colesterol y triglicéridos, pero los que tienen gastritis no pueden tomar este producto porque es cálido y le hace daño, entonces uno tiene que saber para lo que es bueno y para lo que hace daño también. Entonces yo ahí tome el curso como 3 meses y medio y tomé el curso de todo lo que es medicina natural.

¿Y en dónde tomó ese curso?

En Huaquillas.

¿Cómo llegó usted a ese curso?

Por intermedio de mi suegro, que él me dijo que debía tomar este curso para aprender para que es bueno, para que no más sirven todas estas plantas, aprender de algunos libros y por eso me ha ido gustando y he querido saber un poco más sobre los productos.

Usted me contaba que él está en Machala

Sí.

¿Y él cómo llegó a este negocio?

Él sabía de medicina natural, pero cuando ya se vino del Perú acá a Machala le entró la idea de ponerse este negocio, porque allá en Perú los que saben de medicina natural ponen este negocio. Entonces, él ya sabía y vino a ponerse este negocio en Machala, por ahí empezó poco a poco y le fue bien.

Me contaba que los productos los traen desde Perú, ¿cómo así?

Los productos vienen desde allá porque acá no hay algunos productos, y como vienen desde allá, allá le venden por cantidades al por mayor, entonces es facilidad para que uno pueda traer acá.

¿Qué productos son los que traen de allá, digamos los que no encuentran aquí?

Yo de acá tengo todos los productos son peruanos, el Mega Macho incluso este es producto ecuatoriano, este producto viene elaborado de Quito, de ahí todos los productos de acá son productos peruanos. Este producto el Grano Café es producto colombiano, ese también recién salió a la venta, es producto nuevo. De ahí los jarabes que vienen para la próstata, colon, gastritis, colesterol, diabetis, para la tos, bronquios,

todo esto de aquí son productos peruanos, viene todo esto en base de plantas naturales. Acá solamente debe uno tomar por medidas de copitas, para lo que uno esté enfermo, puede ser para la próstata, la gastritis, el colesterol, de acuerdo a lo que uno se siente mal.

¿Y usted cada cuánto trae nuevos productos?

Depende de la cantidad que traiga y depende de lo que se gaste en la semana, que use 2 o 3 jarabes, entonces debo hacer pedido, unos 6 o 4 semanal. Hago ese pedido porque no se puede pasar mayormente bastante, ahora en estos días en la Aduana están haciendo un control donde dejan pasar de una docena a media docena, nada más.

¿Y quién le trae esto?

Mi suegro.

¿Cómo hacen? ¿Él viene acá o va a Machala?

Él transporta de Machala a Huaquillas, de Huaquillas acá a Guayaquil. Tiene un camión donde transporta carga, entonces él transporta de un lado al otro, entonces cuando viene acá me trae la medicina, el día que va allá me compra y el día que viene me lo trae.

¿Y usted cómo así cogió este sitio de la Alborada para trabajar?

Es que yo vivía acá en la Alborada arrendando, entonces cuando yo tenía a mi hija se me hacía cerca ir al Súper Tía, y ya pues estaba cerca para estar ahí.

Y la afluencia del lugar, el comercio, ¿cómo lo ve en este sector?

En ese sector, bueno, un poco tranquilo, durante todo el tiempo he estado vendiendo ahí mismo.

¿Usted me contaba que los domingos se ubica por la iglesia?

Sí, en frente.

¿Cómo así ese cambio del lugar?

Porque los domingos hacen las misas ahí en la iglesia. Son 3 misas que hacen ahí entonces hago el cambio a la iglesia porque hay mas gente frente a la iglesia.

¿Entonces usted está viendo un poco la estrategia de la venta?

Así es.

Usted trabaja de mañana y de noche, ¿por qué ese horario?

En la mañana porque algunos les gusta hacer el tratamiento para el hígado y es de preferencia en las mañanas en ayunas y en la noche porque hay algunos que no toman durante la mañana y prefieren en la noche.

¿Y esto de los metropolitanos no influye?

Porque ellos ya a partir de las 9 de la mañana ya no dejan vender y yo me debo salir del lugar donde me ubico.

¿Y regresa en la noche cuando no están?

Claro, pero en estos días no están dejando vender ni en la mañana ni en la noche, poco para mí en el negocio.

¿Usted ya tiene clientes fijos que ya sabe lo que necesitan?

Claro.

¿Y cómo es su relación con ellos?

Bien, ellos si llevan un tratamiento para el hígado es de nueve días, para el colesterol, para el hígado graso, sufren de gastritis de diabetes, los cálculos son 25 días seguidos.

Ah ya, ¿Entonces usted también ya como quien dice los receta?

Sí.

¿Ha recibido buenos comentarios por parte de ellos?

Claro, hay varios que han tenido fe y hoy gracias a Dios ya están bien y han venido a darme las gracias, porque ya no es necesario de operaciones, de otros medicamentos más caros que les recetan, son tratamientos más económicos.

¿Y su hija cuántos años tiene?

Dos años y medio.

¿Cómo consiguió este puesto, cómo lo hizo?

Yo conseguí este puesto, porque como me trajeron la carreta de allá, entonces como le digo, como vivía en la Alborada se me hacia mas fácil y como había movilidad por el Súper Tía, la iglesia, entonces como había movilidad me ubiqué en ese lugar.

Y entonces digamos, sus ingresos sí le sirven, ¿no hay ningún problema?

En estos días no ha habido venta entonces no hay mucho ingreso, por los metropolitanos.

¿Y hay alguna época del año en la que usted tenga mayor venta?

Durante marzo... marzo en adelante, marzo, mayo, junio, etc... durante las fechas de enero y diciembre, por año nuevo y navidad salen hacer batidas y no dejan vender, después durante los otros meses, casi igual va la venta.

Su hijita tiene dos años y medio, mientras usted está acá, ¿quién la cuida?

Ahora le cuida mi cuñado.

El comercio solo lo ha hecho en La Alborada, ¿no ha hecho comercio en otro sector de Guayaquil?

La alborada y el Universo por la Briz Sánchez, los únicos dos lugares, antes vendía en Saucos 3 en el centro de salud también, pero por la distancia porque está un poco lejos ya no vendo por allá.

Entrevista a Gabriel Rubira

Duplica llaves

42 años

30 años aproximadamente en el negocio

¿Siempre ha estado aquí en La Alborada?

Primero en el centro.

¿Y qué le atrajo del sector?

Nosotros llegamos al sector cuando aquí no había nadie, esto era botado y desde ahí estamos nosotros, a iniciar negocio recién.

¿Y por qué quisieron empezar un negocio cuando no había nada aquí?

Por otros lados ya estaba saturado el negocio, nosotros venimos desde el centro.

¿Ustedes empezaron en el centro?

Claro.

¿Y qué le motivó a cambiarse?

Para buscar nuevas rutas del negocio.

¿Y de aquí de La Alborada qué es lo que más le atrae? ¿Quizás el movimiento?

Claro, sí, el movimiento hay mucho, bastante bien para el negocio.

¿30 años aquí o 30 años en total en esa actividad?

30 años aquí en La Alborada.

¿Usted nota alguna diferencia entre los clientes del centro y los que tiene acá?

No, ninguna, para mí los clientes todos son iguales, a todos se les da el mismo servicio.

¿Hay alguna época del año en la cual tenga mayor venta o algo así?

Esto es como la marea, cualquier momento sube cualquier momento baja.

¿En qué horario trabaja?

De 7 de la mañana a 7 de la noche.

¿Casi todo el día?

Y todos los días.

¿Feriados, todo?

Así es

¿Y este oficio cómo lo aprendió usted?

Esto se viene heredando de familia. Se viene heredando, es herencia, toda la familia, mi padre, mis hermanos, tenemos talleres por diferentes partes de la ciudad.

¿Tiene hermanos en otros sectores?

En Durán, en el Correo, en el Guasmo, en Mapasingue.

¿Y su padre aún trabaja o ya no?

No, ya no, él ya falleció.

¿Y usted en qué sector vive?

Yo vivo en el Fortín.

Igual le queda lejos

Claro, que sí.

¿Pero el movimiento lo siente más acá que en otro sector?

Así es.

Y en cuanto a la competencia, ¿no hay problema que hayan otros puestos o algo?

Para mí la competencia no es problema para mí, porque cada cual tiene sus clientes.

¿Usted ya tiene su lista de clientes?

Así es.

¿Usted cuántos hijos tiene?

Tengo 3 hijos, una de 22 años, uno de 18 y una de 3.

¿Todos viven con usted?

No, ya la mayor se me casó.

¿Ahora usted está trabajando por sus dos hijos?

Así es.

¿Usted tiene amistad con otros comerciantes del sector por aquí?

Claro que sí, todos somos amigos aquí.

Ya de tantos años...

Claro que sí, imagínese usted.

¿Cómo percibe a La Alborada?

En ciertos casos es bueno, hay demasiada delincuencia y eso es todos lados.

¿La delincuencia?

La delincuencia está en todos lados.

¿A usted le ha afectado de alguna forma?

No, a mí no, a mi gracias a Dios no me han intentado robar por aquí, por donde yo vivo sí, casi me matan.

¿Fue hace mucho tiempo?

Hace 4 ó 5 años.

¿Usted tiene este puesto aquí y el de afuera?

Así es.

¿Cómo así tiene el puesto de afuera?

Porque tengo más personal, pero como es feriado todo el mundo se me ha ido de viaje y estoy trabajando solo.

¿Con cuántas personas trabaja?

Con dos personas más

¿Usted afuera no tiene problemas que se le lleven las cosas o algo los metropolitanos?

No, ahí adentro no, pero si salgo afuera ahí sí.

El cambio en la Alborada, ¿cómo lo ha visto usted?

Para bien, porque cuando nosotros llegamos todo esto era botado, el lado de al frente del centro comercial estaba vacío, todo lo que estaba allá, atrás de la iglesia católica no existía. Existía solo esto y la primera etapa de La Alborada nada más.

¿Ya con todo esto hay más movimiento?

Claro que sí, hay más población, nosotros llegamos aquí cuando teníamos que caminar de la Juan Tanca Marengo hasta acá, porque no había colectivo, no había buses.

¿Eso fue aventurarse?

Así es, un sacrificio enorme poder estar en este lugar, bien es cierto que ahí se sembró ahora estamos cogiendo cosecha del negocio.

¿Fueron los primeros?

Así es.

Entrevista a Carlos Peñafiel

38 años

18 años en el negocio de los cangrejos

¿Por qué escogió este sitio?

Bueno, yo entré a trabajar con mis hermanos que son mayores que mí y antes me dedicaba a la electricidad. Un día me quedé sin trabajo y mis hermanos me trajeron al comercio y fue mejor, mas rentable y un día me quede en el comercio.

¿Ellos tenían más tiempo aquí en La Alborada?

Sí, ellos venían de antes acá. Ellos estaban de antes aquí en el comercio, ellos siquiera tienen más de 30 años aquí vendiendo cangrejo.

¿Y usted vende con ellos o ya no?

Sí, si sigo con ellos.

¿Con cuantas personas usted trabaja?

Aquí se trabaja alrededor de unas 8 personas, lo que es el negocio de nosotros, porque hay más puestos, sí, más puestos de cangrejo.

¿Cómo es el proceso? ¿Cómo consiguen los cangrejos y los traen hasta acá?

Bueno, una parte se coge en la Caraguay otra se coge en Naranjal.

¿Cada cuánto ustedes traen los cangrejos?

Todos los días, de lunes a domingo.

¿Es decir que sus labores empiezan muy temprano?

De lunes a jueves, desde el mediodía hasta las 10 de la noche y viernes, sábado y domingo empieza desde las 4am hasta las 10, 11 de la noche.

¿Por qué más temprano en esos días?

Porque son días, como quien dice, fin de semana que la gente sale más a comprar cangrejo. El comercio se mueve más.

¿Y qué tal es el comercio en esta zona específica? ¿Aquí en La Alborada?

Sí, sí es bueno, el comercio es bueno. Antes era mejor, pero ahora no es tan bueno.

¿Por qué cree que ha bajado un poco?

Ahí sí no sé por qué, por qué bajó no sé. O sea yo lo digo porque en antes aquí era la matriz de los cangrejos, ahora hay más puestos en los alrededores, en los Sauces, en Guayacanes, en Los Rosales, en Mucho Lote, o sea se han abierto más puestos, pero igual sigue siendo rentable.

¿Por qué cree sigue siendo rentable este sitio?

Porque sigue siendo rentable, solo que en antes se vendía mucho mas, pero igual se vende bastante.

¿En un buen día más o menos cuanto vende?

De lunes a jueves se vende más o menos unas 15 planchas... Fin de semana lo que es el puesto solo de aquí se vende más o menos unas 30 a 40 planchas.

¿Y cuánto cuesta cada plancha?

Bueno, el precio del cangrejo varía siempre de un día a otro. Ahí si no tengo cómo darle un precio exacto, por ejemplo, para día feriado se sube demasiado el cangrejo, no hay cómo dar un precio exacto.

¿Y qué influye en que los precios bajen y suban?

Quizás porque viene más gente de la sierra, entonces eso puede que influya en el alza del cangrejo, o sea la demanda, la demanda prácticamente.

¿Usted aquí se ha hecho amigo de otros comerciantes de la zona?

Claro, aquí todos somos amigos.

¿Hay compañerismo?

Claro que sí, para qué, sí hay compañerismo, no hay conflicto.

¿Usted es de aquí de Guayaquil?

Sí, soy de aquí de Guayaquil.

¿En qué sector de la ciudad vive?

En Nicolás Segovia y la E.

Entonces, le queda lejos venir hasta acá

Claro, en el sur, estoy de polo a polo.

¿Y cómo así no se quedó en un sector del sur y vino acá al norte?

Quizá por seguir a mis hermanos.

Pero, ¿en cuanto la parte rentable también?

Sí, también.

¿Usted tiene familia?

Claro que sí, tengo a mi esposa y mis 4 hijos, dos varones y dos mujercitas.

¿Y ellos ya están grandes o qué edades tienen?

No, ya el mayor tiene 12 años, la segunda es una niña que tiene 10 años, la tercera una que tiene 4 y la última una niña que tiene 3 añitos.

Y usted debe trabajar por ellos...

Sí, así toca.

¿Fue difícil dejar de ser electricista y vincularse a los cangrejos?

Sí, yo trabajaba de electricista y un tiempo me quedé sin trabajo y mis hermanos me halaron aquí. Yo no sabía nada de este negocio. Empecé de 0 y aprendí.

¿Y qué se necesita saber?

Bueno, bastante práctica, saber del negocio, porque si usted no sabe del cangrejo, puede comprar cangrejo muerto... uh... así es, entonces hay que saber del negocio, no es de ir a comprar cangrejo y nada más.

¿Ustedes a qué hora van a comprar los cangrejos?

Así en los días ordinarios desde el mediodía, y los fines de semana en la madrugada, 3 a 4 de la mañana.

¿En un día ordinario se los puede encontrar ya es de tarde?

Sí, de tarde, a partir de las 2 en adelante.

¿Usted solo ha vendido cangrejo aquí en La Alborada?

Solo cangrejos, nada más.

¿Y con los municipales no han sentido que los molestan?

Sí, aquí vienen y hacen batidas, vienen y se nos llevan el negocio, sí se nos han llevado, incluso este mes han venido todo el mes y se nos han llevado el negocio.

¿Se les llevan y ya no les devuelven?

Claro.

¿Y ustedes cómo se sienten al respecto?

Pues, eso es pérdida para nosotros, nos reducen la ganancias, hay veces que nos vamos empatando.

¿Ustedes buscan la forma de verlos, tienen donde esconderse o algo?

Sí, estamos ahí como quien dice pilas, cuando vienen a correr, salimos corriendo, para que no se nos lleven los cangrejos, ya cuando hay más batida tenemos aquí afuera poco cangrejo para poder correr con el cangrejo.

¿Ustedes se avisan o algo, hay alguna forma de saber?

Claro que sí, ya cuando vemos el camión o la camioneta que viene pegamos la carrera.

¿Ya los tienen identificados?

Sí

¿Y han tenido algún problema fuerte con ellos, algún enfrentamiento?

No, enfrentamiento no, lo que podemos salvar salvamos, ya lo que ellos se llevan se llevan... pero enfrentamiento no.

Pero ellos lo que único que podrían decirles es “señores no pueden estar aquí”

Bueno, sí nos avisan, pero hay que trabajar, hay que trabajar y apenas ellos se van, ya estamos aquí, hay que trabajar, hay familia que mantener.

¿Ustedes trabajan feriados?

Los feriados son los días que más trabajamos, porque es bueno.

¿Hay algún día que usted descansa?

Si, día ordinario nos turnamos para descansar cada uno.

Cuando no hay buena venta...

Aja.

¿Hay alguna época del año que hay buena venta?

Siempre por lo general el mes de octubre, cuando sale el cangrejo de la veda hay más volumen porque ahí la gente sale a comer, ya también para semana santa y día feriado hay más demanda de venta de cangrejo.

¿Y cuándo hay veda ustedes qué hacen?

Algunos venden jaiba, yo soy electricista y aparte de eso soy chofer, entonces sí, me ayudo por esos lados.

Entonces cuando hay la veda, ¿usted se dedica a ser chofer y electricista?

Sí, me ayuda bastante.

Y como electricista, ¿se ubica en algún local acá en el norte o se queda en el sur?

No, tengo amigos que trabajé con ellos, y ellos me llevan a hacer algún cachuelo y también los ahorritos que uno guarda en la época del cangrejo, se va ahorrando también.

¿A ustedes la competencia que hay en este sector no les afecta, que hayan tantos puestos e cangrejo?

No, gracias a Dios toditos vendemos, todo se vende, aquí en esta parte habemos 3 grupos y los 3 grupos venden.

¿Cómo buscan diferenciarse el uno del otro, quizás para captar al cliente?

Ya los clientes nos conocen, yo tengo mis clientes, el compañero de al lado tiene sus clientes.

¿Es decir que van directo a donde usted?

Claro, ya el cliente que me conoce viene directo donde mí, mis clientes me dicen Carlín.

¿Hay alguna forma de promocionar su producto?

Bueno aquí en la Alborada, pregunten por Carlín jajaja.

Es decir que ustedes se promocionan con la imagen de los cangrejos, ¿no usan un letrero o algo?

No, a veces cuando andan los Municipales, escondemos todo y sacamos letreros, “sí hay cangrejo”, y llevamos al cliente para adentro.

¿Esa es su estrategia?

Claro, ya el cliente nos conoce, ya cuando ven el letrero ya saben que aquí hay cangrejos, y ahí se venden, gracias a Dios seguimos vendiendo.

¿Y estas mesas las tienen aquí, o dónde las guardan?

Sí tenemos donde, alquilamos unas pequeñas bodegas y guardamos sí, por ejemplo yo guardo aquí mismo, hay otros que se llevan, no podría decirle como trabajan mis otros compañeros.

Y si llega algún nuevo cangrejero, ¿no hay ningún problema por el lugar?

Yo creo que no, porque los que estamos ubicados aquí tenemos años y no se permite que venga otro a poner otro puesto, no se permite, nos ponemos todos de acuerdo y lo sacamos.

¿Se ha dado el caso?

Sí se ha dado el caso que vienen y se ubican por el Comisariato, nos ponemos de acuerdo y le decimos “por favor, retírate a otro lado”.

¿En ese sentido este es su lugar de trabajo y lo defienden?

Así es, es nuestro lugar y hay que defenderlo.

ENTREVISTA A TINA ZEREGA

Fecha: 21 de octubre de 2012

Investigadora del Departamento de Investigación en Comunicación y Cultura (DICYC)

1. En Guayaquil hacen falta investigaciones sociales. ¿Por qué se produce esto?

Porque las CCSS han tenido poco desarrollo, ni siquiera existen muchas carreras universitarias o maestrías dedicadas a CCSS. No tengo una explicación clara, es tal vez porque es una ciudad comercial, una historia de centralismo a destinado fondos de CCSS más a la Sierra, poca demanda de los gobiernos locales y centrales de investigación de ese tipo, una suma de cosas en todo caso.

2. ¿Este es un problema de Guayaquil, de nuestro país o de América Latina?

Creo que Guayaquil está más al margen que otras ciudades del país y el país no está para nada a la altura de países como Colombia, Argentina o Brasil.

3. ¿Cuáles son las entidades que deberían llevar a cabo estas investigaciones?

Creo que podrían venir de diferentes lugares: las universidades es el sitio más común, pero en otros países el Estado o las alcaldías a veces tienen departamento de investigación para evaluar impactos sociales de programas. En otros lado existen centros de investigación independientes. A veces un museo con áreas de sociología, antropología lleva también a cabo investigaciones.

4. Desde su experiencia en investigaciones sociales, ¿por qué cree que se produce en los comerciantes la necesidad de ‘apropiarse’ de un espacio público y permanecer en el mismo lugar por años?

Bueno, habría que ver si este supuesto se mantiene. Ahora hay regulaciones del espacio público del Municipio que , me parece, obligan al comerciante a moverse. Creo que el espacio público acá ha estado históricamente poco regulado, era fácil apropiarse de él y la costumbre hace que se compre en la calle determinadas cosas. Hay poca costumbre del mercado, incluso se compra más en tiendas. Con mucha gente desempleada y en la informalidad es casi un camino obligado para muchos.

5. ¿Por qué podría considerarse a la Alborada como un lugar con densidad antropológica?

Bueno, la ciudad es un lugar de densidad antropológica. Pero creo que la Alborada tiene unas características específicas: una aglomeración de personas de clase media, una estética arquitectónica particular, consumos de clase media, me parece interesante.

6. ¿Por qué cree que la Alborada se convirtió en una zona tan comercial siendo que surgió como un proyecto residencial?

Creo que es el destino de muchas zonas de alta densidad poblacional: empiezas siendo residencial, las personas necesitan de consumos específicos y los desarrollas en la zona. Creo que en esa época no existía el concepto de residencial que tenemos ahora, de urbanización cerrada, tampoco deben haber existido reglamentaciones claras de construcción o nadie que las revise, que ha sucedido con mucho de la historia arquitectónica de la ciudad desde los 80.

7. Muchos de los comerciantes de la Alborada son de otras provincias. ¿De qué manera influye la migración interna en el comercio informal?

Creo que es la manera más sencilla de integrarse a una nueva ciudad con un empleo propio. Las personas dejan el campo y las ciudades pequeñas para vivir acá, buscando mejores condiciones de vida o de lo que suponen que son mejores calidades de vida. Hay todo un imaginario de "vivir en la gran ciudad". Guayaquil se percibe como un proyecto urbano exitoso. Si bien es discutible, la estética, los servicios, las imágenes, atraen. Ya integrarse es más difícil. Pero Guayaquil, tal vez a diferencia de Quito-Cuenca, es una ciudad que consume más que lo que ahorra. Es una oportunidad para la venta siempre.

4. VISUALIDADES DE LOS MICROPUESTOS

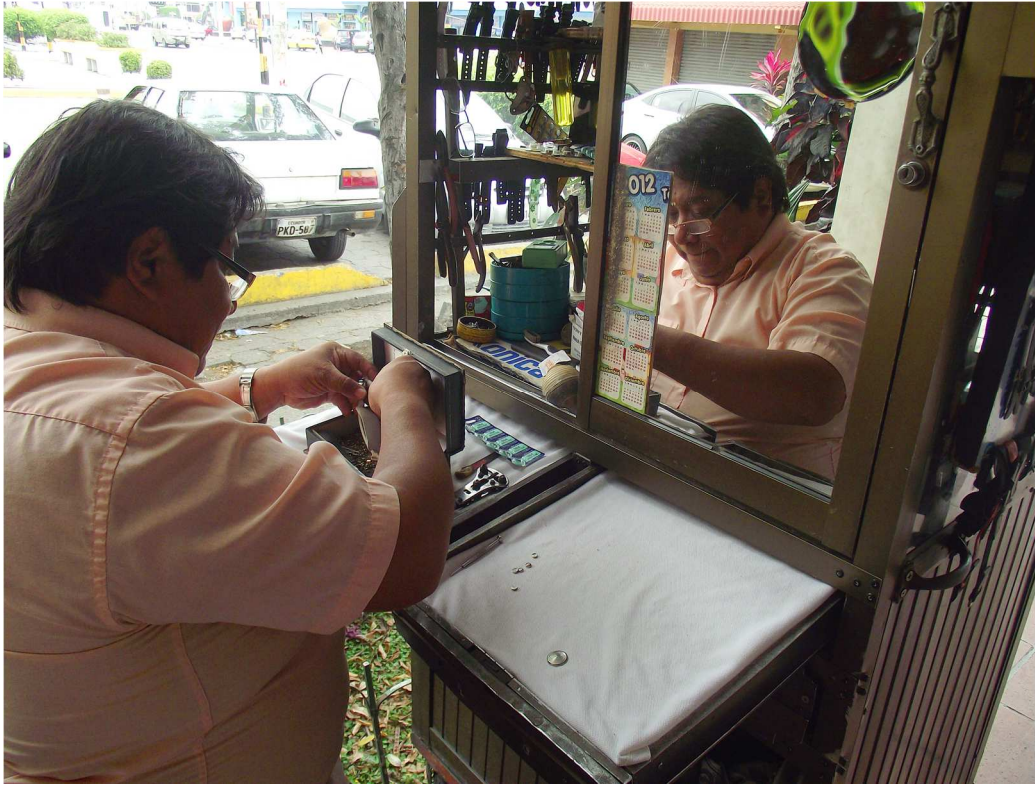
Cangrejero





Relojero





Duplica llaves





Tronquitos de la felicidad





Preparados medicinales





5. BOCETOS DE ARTES FINALES PARA LA PÁGINA WEB

Botón para la sección Microterritorios del menú secundario. Se buscó colocar unas tachuelas como si se tratara de puntos en un mapa que están siendo marcados, para realizar una comparación con la “apropiación” que efectúan los comerciantes en el espacio en el que trabajan.



Botones para los seis íconos que irán en la parte de Contenidos de la sección de Microterritorios, en forma de un submenú.





¹ En el menú secundario de los Pantallazos, se dejó la categoría “La Cajita de Música” como referencia de tamaño para la de “Microterritorios”, pero aclaramos que no guarda relación con este proyecto.

Observatorio CULTURAL Urbano

INICIO MI ZONA LA GENTE A MI GUSTO LA CUCHARA SOY DE AQUÍ ESCUCHA MI VOZ

MENÚ ALBORADA COMERCIO

MICROTERRITORIOS

LA CAJITA DE MÚSICA

Los Personajes

Pócimas que curan
Lleva dos años y medio trabajando en La Alborada y durante ese tiempo Marleni Ramos ha suministrado sus preparados medicinales a cientos de personas que buscan una solución natural a sus problemas de salud.
[Leer más..](#)

Un microempresario informal
Pese a ser un trabajador informal, Fabián Naranjo busca superarse. Él tiene un puesto de relojes desde hace diez años en la ciudadela La Alborada y ahora busca expandir su negocio para poder conseguir más ingresos.
[Leer más..](#)

Personajes
Historias de supervivencia

Metropolitanos
Fotos con los "alboradenses"

La Experiencia
El saber de los comerciantes

Primeros Pasos
Sus inicios en La Alborada

Ruta Sonora
Entre platos y trances

Imágenes
El espacio que define

Observatorio CULTURAL Urbano INICIO MI ZONA LA GENTE A MI GUSTO LA CUCHARA SOY DE AQUÍ ESCUCHA MI VOZ

MENÚ ALBORADA COMERCIO

MICROTERRITORIOS

LA CAJITA DE MÚSICA

Los Personajes

PÓCIMAS QUE SANAN CUERPO Y ALMA

Marleni Ramos



Hace cuatro años, Marleni Ramos llegó a Guayaquil, Orinda de Paute y con tan solo 23 años, la joven buscó trabajar para poder ayudar a su esposo con los gastos de la casa. Fue su suegro, un peruano, el que la vinculó al negocio de los preparados medicinales, ya que él tiene un puesto de este tipo en Machala. Y así, Marleni

colocó su carretilla, hace dos años y medio, en la avenida Rodolfo Baquerizo Nazari y la calle José María Egas, diagonal a la iglesia Nuestra Señora de La Alborada.


Del lugar le atrajo el intenso movimiento y además la cercanía con su casa, ya que vive a seis cuadras de ese sitio.

Con su facilidad de palabra, Marleni convence hasta al más incrédulo. Mezcla sábila con agua de boldo y da de beber al enfermo. Como una doctora, que reemplazó el mandil por una blusa y un pantalón de jean, Marleni busca curar a las personas de sus afecciones de todo tipo: Diabetes, cálculos renales, disfunción eréctil, problemas en los ovarios, colesterol, entre otras.

Trabaja de 7h00 a 9h30 y de 19h00 a 21h30 para evitar que los policías metropolitanos impidan su actividad, aunque en los últimos días, según dice, han realizado batidas inclusive en esos horarios.

Sin embargo, Marleni no se rinde. Cuando los observa en la avenida, se ubica unas calles antes para evitar que la observen. Tiene ya clientes fijos que la buscan a donde ella se encuentre para tomar sus dosis de medicina natural.

Conozcamos más sobre su actividad en la ciudadela La Alborada, a través de su propio testimonio en el siguiente video.



← Retorno

Observatorio CULTURAL Urbana

INICIO MI ZONA LA GENTE A MI GUSTO LA CUCHARA SOY DE AQUÍ ESCUCHA MI VOZ

MENÚ ALBORADA COMERCIO


MICROTERRITORIOS

LA CAJITA DE MÚSICA

Los Personajes

UN MICROEMPRESARIO INFORMAL

Fabián Naranjo



¿Quieres conocer más sobre la historia de este microempresario informal? Escuche y viva su testimonio dando clic en el siguiente video.

Realizar una misma actividad durante años no es algo que le entusiasme a Fabián Naranjo. Pese a trabajar desde hace 10 años en un puesto de relojes en la ciudadela La Alborada, este comerciante tiene una mentalidad de microempresario. Y es que Fabián fue el mentor de poner ese puesto, en el que trabaja junto a otros dos compañeros, que se refieren a él como "el inversionista".

El relojero fue quien invirtió dinero para comprar la vitrina en la que trabajan y además se encarga de pagar un alquiler al centro comercial Albocentro 1, en cuyos exteriores está ubicado su pequeño puesto.


Él recibe un porcentaje de las ganancias de sus compañeros y además ha colocado un puesto de venta de calulares a pocos metros de allí. Este microempresario alquila ese puesto a un joven por \$5 diarios.

Pero, Fabián tiene más planes a futuro. Actualmente piensa expandir su negocio de reparación de relojes con otro puesto en la ciudadela La Garzota. Él considera que el movimiento comercial de ese sector es similar al de La Alborada y por eso piensa que podrá ser rentable.

Además, quiere poner un local en el que se arreglen computadoras y le gustaría promocionarlo a través de un sitio web.

En medio de su trabajo informal, en el que ha tenido que soportar en múltiples ocasiones la hostilidad de los policías metropolitanos que buscan regular el uso del espacio público, Fabián busca superarse y ampliar su negocio, con el principal objetivo de "tener más dinero".

¿Quieres conocer más sobre la historia de este microempresario informal? Escuche y viva su testimonio dando clic en el siguiente video.



Fabián Naranjo
from Observatorio Cultural Urbana

Retorno

COMUNIDAD CULTURAL Urbana

INICIO MI ZONA LA GENTE A MI GUSTO LA CUCHARA SOY DE AQUÍ ESCUCHA MI VOZ

MENÚ ALBORADA COMERCIO

MICROTERRITORIOS

LA CAJITA DE MÚSICA

Primeros Pasos

SUS INICIOS EN LA ALBORADA

Una ciudadela que fue creciendo y que, pese a haber nacido como un proyecto residencial, se convirtió en una zona comercial por la afluencia de las personas atraídas por sus grandes avenidas. Desde distintas partes de Guayaquil, el movimiento de La Alborada convoca a vendedores y compradores, llegando a ser un importante polo comercial del norte.

La mejor forma de conocer el desarrollo de la ciudadela es a través de las voces de quienes vivieron ese proceso. Gabriel Obregón, que hace duplicados de llaves desde hace 30 años en La Alborada; Carlos Pañafiel, 18 años trabajando como cangrejero y Fabián Naranjo, que trabaja como relojero desde hace 10 años en el sector, nos compartieron sus experiencias sobre los cambios que han visto en este populoso barrio de Guayaquil.

(Te invitamos a ver cómo tres comerciantes dieron sus primeros pasos en la ciudadela La Alborada) (Escucha sus historias)

Sus Inicios en La Alborada
from Observatorio Cultural Urbano

RELOJERIA
ANTONIO

Personajes
Historias de supervivencia

Metropolitanos
Paseos con los "bolaboleros"

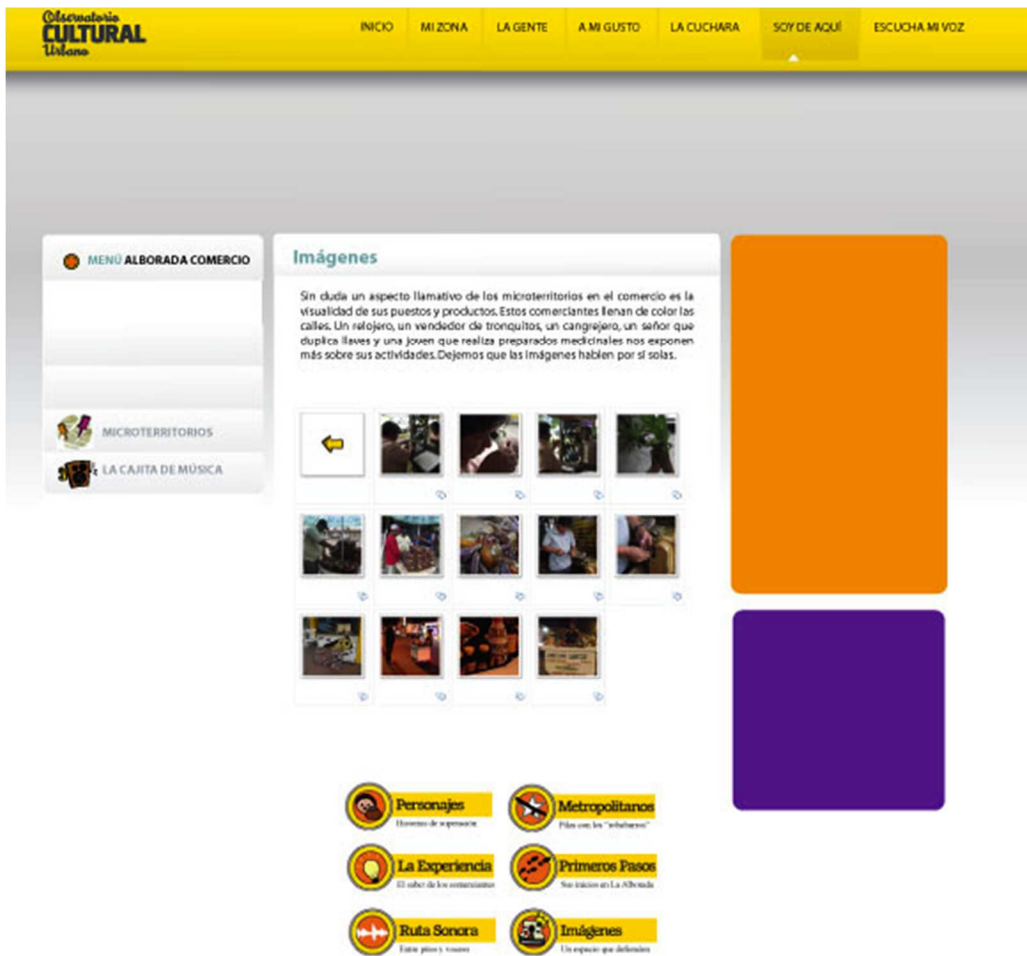
La Experiencia
El saber de los comerciantes

Primeros Pasos
Sus inicios en La Alborada

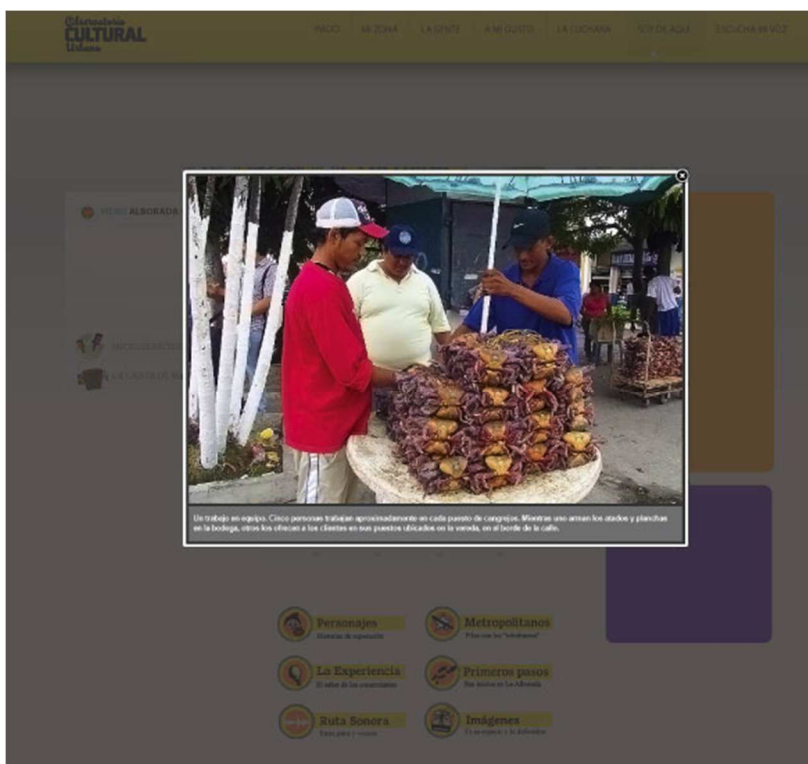
Ruta Sonora
Entre puros y vasones

Imágenes
Un espacio que defiendes

Pantallazo de la página Imágenes (Vista General)



Pantallazo de la página Imágenes (Vista Específica)



Observatorio CULTURAL Urbano

[INICIO](#)
[MI ZONA](#)
[LA GENTE](#)
[A MI GUSTO](#)
[LA CUCHARA](#)
[SOY DE AQUÍ](#)
[ESCUCHA MI VOZ](#)

MENÚ ALBORADA COMERCIO

MICROTERRITORIOS

Metropolitanos

¡LLEGÓ LA CAMIONETA, A PEGAR CARRERA!

El temor invade a los comerciantes ante la aparición de los policías metropolitanos, pero su necesidad de trabajo los ha convertido en expertos escapistas, que trabajan en medio de zozobra y desconfianza.

La regla es una, simple y sin rodeos: Hay que estar "pilas". La venta en la calle requiere de ciertas estrategias para poder negociar, conseguir apropiarse de un lugar e interactuar con otros comerciantes que también buscan "ganarse la vida". Y además, para poder evadir a la autoridad.

Son las 11h30. Camino nuevamente por la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur, en el populoso barrio de La Alborada, en el norte de Guayaquil. Con mi interés centrado en el comercio informal en ese sector, en el que se intersectan importantes avenidas que atraen a miles de personas, observo los rostros de hombres y mujeres que promocionan sus productos y que se desplazan con la seguridad de quien conoce el lugar y lo siente suyo.

Es sábado 3 de noviembre de 2012. Los guayaquileños lloraron el día anterior a sus difuntos. Les pusieron flores en las tumbas y hasta les llevaron serenatas. Pero no todos formaron parte de esa tradición. Carlos Peñafiel, de 38 años, trabajó toda la jornada del día anterior y hoy continúa en esa faena, allí, en el borde de la acera, frente al centro comercial Plaza Mayor.

Me acerco a conversar con él, confesándole que no soy una cliente y que estoy realizando un estudio sobre el movimiento comercial. Él acepta comentarme sobre su actividad.

Con su mesa de plástico blanca, que se ha tornado grisácea por el todo de los cangrejos que la adornan, Carlos busca exponer sus productos.

A las 04h00 empezó su día. Se trasladó desde su casa, ubicada en Nicolás Segovia y la E, en el suroeste de la ciudad, hasta el Mercado de la Caraguay, conocido por la venta de mariscos.

Allí compró varias planchas de cangrejo junto a sus dos hermanos y las llevó en una camioneta hasta La Alborada, sitio en el que tiene 18 años laborando.

En un pequeño coche, formado por una tabla de madera y cuatro ruedas, los cangrejos son trasladados desde el interior de una bodega, ubicada atrás del local de Ferrisariato, hasta su puesto que se encuentra a unos cuantos metros de ese lugar, en el borde de la acera.

No tienen toda la mercadería con ellos, según revela Carlos, por dos motivos. Primero, porque necesitan tener un lugar donde almacenarla para controlar mejor su distribución, y segundo —el más importante— para evitar "perderlo todo" durante las batidas.



Carlos forma parte de las 626.369 personas —según cifras del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo, a diciembre de 2011— que se dedican al comercio informal en Guayaquil y que luchan a diario con los policías metropolitanos, que integran el órgano municipal de la ciudad.

Yo soy testigo de ello. Mi conversación con Carlos se interrumpe por un grito fuerte.

"Pilas, la camioneta, la camioneta!" exclama alguien que no alcanza a ver y en cuestión de segundos los atados son retirados de las mesas y los comerciantes se refugian en la bodega.

Seis hombres altos se bajan de una camioneta blanca. Visten uniforme azul y en letras amarillas dice: Policía Metropolitana. Su presencia motiva la huida. Del otro lado de la calle, en los exteriores de Plaza Mayor, la situación se repite. Con gran destreza, una señora agarra su bolso, que tenía en el piso con sus productos, se lo trepa al hombro y comienza a correr. Pasan solo cinco minutos y la intensidad del comercio informal se ha apegado en aquella cuadra, entre las calles José María Roura y José María Egas.

Mientras observo la escena, un cangrejero se ubica al lado mío con un improvisado cartel de cartón que tiene escrito en marcador: "¡Hay cangrejos". El pequeño letrero reemplaza a la mesa con los productos y busca así promocionar a los cangrejos que están escondidos en la bodega. "Es la forma de seguir vendiendo, aún cuando los "tobaburros" están al acecho", confiesa.

Y el apelativo me queda sonando. Recuerdo entonces que aunque ya no hay muchos burros que halan carretas en Guayaquil, hace varias décadas sí existían. Los conductores de dichas carretas sufrían la represión de la autoridad, y sus medios de transporte, halados por burros, eran decomisados. Desde entonces el peyorativo de "tobaburros" se ancló en el imaginario popular, convirtiéndose en un calificativo para los que realizan el comercio.

Medio hora después de estar en la clandestinidad, los cangrejeros salen a la luz. La camioneta con los "tobaburros" se ha ido. Regresa Carlos —sin la sonrisa con la que había conversado conmigo— y me dice: "Hay que estar pilas, cuando vemos el camión o la camioneta pegamos la carrera".



Entonces, le pregunto si ya les han advertido que no pueden trabajar en la calle. Me mira y asiente con la cabeza. Observo un segundo al vecino y agrega: "Si nos miran, pero hay que trabajar, hay que trabajar. Apenas ellos se van, ya estamos aquí, hay que trabajar... hay familia que mantener".



Personajes
Historia de agencias



Metropolitanos
Pilas con los "tobaburros"



La Experiencia
El saber de los comerciantes



Primeros Pasos
Sus orígenes en La Alborada



Ruta Sonora
Entre piano y sonoro



Imágenes
Un espacio que defendemos

Observatorio CULTURAL Urbano

[INICIO](#)
[MI ZONA](#)
[LA GENTE](#)
[A MI GUSTO](#)
[LA CUCHARA](#)
[SOY DE AQUÍ](#)
[ESCUCHA MI VOZ](#)

MENÚ ALBORADA COMERCIO

MICROTERRITORIOS

La experiencia

LOS SABERES DE LOS COMERCIANTES



Hemos ingresado al mundo del comercio informal, conociendo las historias de los protagonistas de los microterritorios -llamados de forma más común y sencilla como puestos de trabajo- y explorando sus percepciones sobre sus actividades en la ciudadela La Alborada.

Pero, ¿qué ocurre con sus saberes?

Esos conocimientos que les permitan realizar sus actividades los compartimos para que también adquieras un saber que quizás mañana puedas necesitar.

PÓCIMAS QUE CURAN

Marleni Ramos realiza preparados medicinales y nos comenta sobre las propiedades de algunos de los productos que utiliza.

- **Boldo:** Es un arbusto de hojas verdes que crece en clima templado. Para preparar la infusión se debe hervir sus hojas entre 25 y 30 minutos. Marleni sostiene que así se consigue que "salga el color". Este producto sirve para tratar la gastritis, limpiar los riñones y las vías urinarias.
- **Sábila:** Es uno de los ingredientes indispensables en el puesto de Marleni. Para poder extraer su esencia, se abren las hojas. Su esencia se combina con miel de abeja para potenciar sus efectos en el organismo. Sirve para la próstata, los bronquios y también trata las úlceras.
- **Hercampurú:** Es una planta originaria de Perú. También deben ser hervidas sus hojas y se ingiere el agua que resulta de ese proceso. Ayuda a tratar el hígado graso, reducir el colesterol y los triglicéridos.
- **Uña de gato:** Esta planta crece en Latinoamérica, pero se la encuentra con mayor abundancia en Perú. Se hierven sus hojas de 15 a 20 minutos. Tiene efecto desinflamatorio y fortalece el sistema inmunológico.

HAY QUE SABER COMPRAR CANGREJO

Carlos Peñafiel desde hace 18 años vende cangrejos en la ciudadela La Alborada. Desde su experiencia, Carlos nos recomienda tomar en cuenta los siguientes aspectos cuando se vaya a comprar cangrejos:

- Ver la calidad del cangrejo. Unos son cogidos "a gancho" y otros "a mano". Los segundos están menos maltratados y por lo tanto son mejores. También están los que son cogidos "a trampa", es decir, con unas "mallitas". Ese tipo de cangrejo, según Carlos, es el mejor que hay.
- Otro factor que afecta al cangrejo es el manglar de dónde viene. Hay manglar con terreno más suave y otro con terreno más duro. Eso se nota en el color del cangrejo y en su peso. Los que son de manglar más suave tienen mayor peso y eso es mejor.
- También hay que analizar que ningún cangrejo esté muerto. Para eso se revisan bien las planchas y los atados.

LOS RELOJES SE ARREGLAN CON TÉCNICA

Para arreglar relojes no hay pasos preestablecidos, así nos lo menciona Fabián Naranjo, relojero desde hace 30 años. Él se vinculó a esa actividad cuando era pequeño, al observar cómo su hermano reparaba los relojes en un local que él tenía.

Precisamente, como dicen que la mejor forma de aprender algo es viéndolo, te compartimos este video en el que los tres comerciantes exponen sus oficios.





Personajes
El mundo de negocios



Metropolitanos
"Ellos son los 'vendedores'"



La Experiencia
El saber de los comerciantes



Primeros Pasos
Sus inicios en La Alborada



Ruta Sonora
Entre piano y trueno



Imágenes
Un espacio que define

Observatorio CULTURAL Urbano


INICIO MI ZONA LA GENTE A MI GUSTO LA CUCHARA SOY DE AQUÍ ESCUCHA MI VOZ

MENÚ ALBORADA COMERCIO

MICROTERRITORIOS

Ruta Sonora

Los pitos de los carros, las voces de los comerciantes y la música proveniente de algún local se fusionan, creando un ritmo con sabor urbano. El frenético movimiento de las calles se siente con fuerza en las zonas comerciales de Guayaquil. Cierra los ojos y trasládete al populoso barrio de La Alborada, sintiendo su vida y sus latidos.



Nombre	Reproducir	Duración
Entre pitos y voces		1:30 min

[Juntar web design...](#)

Scene: e esta sección:
 Investigación y edición: Renato Toral

Fuentes:
 Entre pitos y voces: Actividad comercial en la Av. Rodolfo Benigno Nave, desde la calle José Pizaro hasta la Benjamin Constant

- Personajes**
El mundo de la repatriación
- Metropolitanos**
Pisa con los "metropolitanos"
- La Experiencia**
El arte de los comerciantes
- Primeros Pasos**
Nuevos espacios en La Alborada
- Ruta Sonora**
Entre pitos y voces
- Imágenes**
Un espacio que defendes