

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

“LAS ESTRATEGIAS EN LA PRECARIEDAD Y EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL: EL CASO DEL TIANGUIS EN QUERÉTARO”

TESIS

QUE COMO PARTE DE LOS REQUISITOS PARA OBTENER EL GRADO DE:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA

ALEJANDRO BAUTISTA MEZA

DIRIGIDO POR:

Dr. RIGOBERTO SORIA ROMO

C.U. QUERÉTARO, QRO., FEBRERO 2014



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Doctorado en Administración

**“Las estrategias en la precariedad y el comportamiento organizacional:
El caso del tianguis en Querétaro”**

Opción de titulación:
Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Doctor en Administración

Presenta:
Alejandro Bautista Meza

Dirigido por:
Dr. Rigoberto Soria Romo

SINODALES

Dr. Rigoberto Soria Romo
Presidente

Dr. Víctor Gabriel Muro González
Secretario

Dra. Alejandra E. Urbiola Solís
Vocal

Dr. Angel Wilhelm Vázquez García
Suplente

Dr. Fernando Barragán Naranjo
Suplente

Dr. Arturo Casapúa Ojalde
Director de la Facultad

Firma

Firma

Firma

Firma

rúbrica
Firma

Dr. Irineo Torres Pacheco
Director de Investigación y
Posgrado

RESUMEN

Debido al fenómeno que estamos viviendo actualmente, relacionado con la globalización, el trabajo informal ha ido en aumento. Por tal motivo, el presente estudio expone un fenómeno social llamado comercio informal, que es parte de la economía informal, economía subterránea, economía paralela, trabajo informal o mercado negro, este estudio es con base en los tianguis establecidos en Querétaro. Esta investigación se realizó con base en la teoría de cultura e identidad que forma parte del comportamiento organizacional, en el contexto de la globalización, a partir de las transformaciones sociales y económicas y de la forma en la que un individuo se identifica con los elementos de construcción de identidad cultural, sumado a la satisfacción en el trabajo que se realiza en los tianguis. Por este motivo es tratar de analizar el comportamiento organizacional y las estrategias organizaciones de supervivencia para encontrar cómo a través de los elementos de cultura e identidad en las organizaciones, se genera un comportamiento que le permite la permanencia y la satisfacción en el trabajo informal. Se utiliza la metodología cualitativa-cuantitativa, debido a que el objeto de estudio y su relación con el problema a analizar y su propia contextualización, difícilmente pueden ser abordados desde una sola perspectiva. Los elementos que componen la cultura y identidad, son ubicados por el tianguista en distintos dominios a los efectos de la organización, es precisamente que los hechos se muestra en el tianguis, en dónde, se adaptan a una cultura que van a reflejar las distintas formas de acople e interacción comunicativa y que además se obtiene una satisfacción en el trabajo. De igual forma, la manera en la que dichas organizaciones se expresan, se establecen y logran sobrevivir, implementando estrategias de supervivencia.

Palabras clave: identidad, cultura, satisfacción, organización, tianguis y tianguista.

Abstract

Due to the phenomenon that we are currently living, with relation to globalization, informal work has increased. Because of this, the present study exposes a social phenomenon called informal commerce that is part of the informal economy, underground economy, parallel economy, informal work or black market. This study is based on the street markets established in Querétaro. This investigation was done based on the theory of culture and identity that forms part of organizational behavior, in the context of globalization, parting from the social and economic transformations and the form in which an individual identifies himself with the elements of cultural identity construction, adding to the satisfaction in the work that is done in the Street markets. It because of this that organizational behavior and organizational strategies of survival are analyzed to find how through cultural elements and identity in organizations, a behavior is generated that permits permanence and satisfaction in the informal work. The qualitative-quantitative method is used, due to the fact that the object of study and its relation with the analyzed problem and its own contextualization difficultly can be approached from only one perspective. The elements that compose culture and identity, are placed by the tianguista (person that Works in the Street markets) in different domains to the effect of the organizations. It is precisely in the Street markets that the facts are shown, where, they adapt to a culture that will reflect the different forms of adjustment and communicative interaction and satisfaction as well as is obtained in the work area. In the same manner, the way said organizations express themselves, are established, and manage to survive implementing survival strategies.

Key words: identity, culture, satisfaction, organization, “tianguis” (street markets) and tianguista (a person that works in a street markets).

DEDICATORIAS

A mis padres:

Isidoro Bautista Camacho

Ángela Meza Aguilar

*Porque gracias a ellos, a su ejemplo,
Presencia y esencia me acompañan
a seguir adelante y alcanzar una meta más.*

A mi familia con cariño:

María Guadalupe Soto Mondragón

Emmanuel Alejandro, Jorge Arturo

Por su apoyo y paciencia en este trabajo.

A mis hermanos:

Miguel Ángel (+), María de los Ángeles Aurora,

J. Jesús, Isidoro, Ma. del Carmen,

María Margarita, Ángela y Efrén.

Con gran respeto a mis familiares políticos:

Cándido, Pedro, Diana, Vicente,

Estanislao, Lizett y Lourdes.

*A mis maestros y compañeros del doctorado. Con quienes compartí momentos de
gran incertidumbre, e arduo trabajo y también grandes alegrías.*

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO**, a la institución y a su gente por darme las facilidades y el apoyo para cursar mis estudios de postgrado, porque gracias a las prestaciones que da para continuar estudios, se logra avanzar académicamente.

Agradezco infinitamente las aportaciones de los comerciantes de los tianguis de Querétaro, quienes con gran solidaridad me apoyaron de forma incondicional en mi trabajo de campo.

Quiero agradecer de forma especial a mi director de tesis, **Dr. Rigoberto Soria Romo**, por sus atinadas sugerencias y asesoría durante la revisión del presente trabajo; por la transmisión generosa de sus conocimientos; por su tiempo, paciencia, esmero y diligencia; pero sobre todo, por su valiosa amistad.

De igual forma agradezco a mis maestros: **Dra. Alejandra Urbiola Solís, Dr. Víctor Gabriel Muro González y Dr. Ángel W. Vázquez García**, los conocimientos que me transmitieron de forma tan humana y profesional, ayudándome a ampliar mis horizontes del conocimiento y que formaron bases sólidas para la realización de esta tesis doctoral.

A mi amigo y compañero el **Dr. Fernando Barragán Naranjo**, quien me impulsó a continuar con mis estudios de doctorado y quien a la fecha me distingue con su apreciable amistad.

Sin el apoyo desinteresado de compañeros del doctorado, amigos, investigadores, académicos y personal administrativo de nuestra Máxima Casa de Estudios, no hubiera sido posible cumplir con esta meta.

Gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen	I
Abstract	II
Índice general	V
	Página
Parte I. Problemática de investigación	
Capítulo I. Introducción	2
Capítulo 2. Trabajo informal desde la perspectiva organizacional	9
2.1. Introducción	9
2.2. El derecho al trabajo decente	9
2.3. Trabajo informal	11
2.4. Las dimensiones del problema	17
2.5. Causas del problema de la informalidad	22
2.6. El tianguis como objeto de estudio	26
2.7. Objetivo de la investigación	29
2.8. Preguntas de investigación	30
2.9. Hipótesis	34
2.10. Recapitulación	36
Parte II. Marco teórico conceptual	
Capítulo 3. Organización en el trabajo informal	38
3.1. Introducción	38
3.2. Clasificación de las organizaciones	40
3.3. Anarquías organizadas y acoplamiento flojo	43
3.4. El tianguis como organización y sus características	47
3.5. Organización y estrategia	51
3.6. Estrategias de supervivencia	53
3.7. Síntesis del presente capítulo	56
Capítulo 4. Cultura en la organización del “tianguis”	
4.1. Introducción	58
4.2. El estudio de la cultura	58
4.2.1. Visión antropológica	59
4.2.2. Visión organizacional	60
4.3. Elementos y funciones de la cultura	64
4.4. Un concepto de la cultura organizacional aplicable al trabajo informal	67
4.5. ¿Y después de la cultura?	70
4.6. Recapitulación	72

Capítulo 5. Identidad en la organización del “tianguis”	
5.1. Introducción	74
5.2. Identidad	75
5.3. Las teorías de la identidad	77
5.4. Identidad y legitimidad	82
5.5. Identidad organizacional	84
5.6. Interacción entre cultura y su aplicación	90
Capítulo 6. Satisfacción en el trabajo en los “tianguis”	
6.1. Introducción	97
6.2. Conceptos alternativos de satisfacción en el trabajo	97
6.3. Las necesidades de la satisfacción en el trabajo	99
6.4. Dimensiones del modelo para la satisfacción en el trabajo con base en las necesidades	101
6.5. Un concepto de satisfacción en el trabajo aplicable al trabajo informal	107
6.6. Recapitulación	109
Parte III. Metodología	
Capítulo 7. Un análisis de las estrategias y comportamiento organizacional a través de la identidad cultural y la satisfacción de los trabajadores informales en los “tianguis”	
7.1. Introducción	112
7.2. Cualitativo vs Cuantitativo	112
7.3. Instrumentos y/o técnicas de investigación	114
7.3.1.La Observación	115
7.3.2.La entrevista	119
7.3.3.El cuestionario	123
7.4. Fotobiografía	123
7.5. Métodos Cuantitativos	124
7.6. Escalas para la medición de actitudes	125
7.7. Escalas para cuestionarios	126
7.7.1. Escalograma de Guttman	127
7.7.2.La escala de Likert	129
7.8. Planteamiento del problema	133
7.9. Tipo de estudio y variables	133
7.10. Universo y muestra	134
7.11. Operacionalización de las variables identidad y cultura organizacional y satisfacción en el trabajo.	136
7.12. Cuestionario para su aplicación en el “tianguis”	138

Capítulo 8. Procesamiento de la información e interpretación de resultados	
8.1. Introducción	141
8.2. Historia de los “tianguis”	141
8.3. Estrategias en la organización del trabajo informal llamado “tianguis”	142
8.4. Rasgos generales del tianguis	145
8.5. Análisis de la observación del Comportamiento Organizacional en el tianguis	147
8.6. Elementos de Cultura e Identidad en la organización del tianguis	154
8.7. Recapitulación	155
Capítulo 9. Resultados y propuesta de la investigación	156
Capítulo 10. Conclusiones	174
Referencias Bibliográficas	180
Referencias bibliográficas virtuales	195
Anexos	
I Entrevistas y encuestas	200
II Reglamento del tianguis	220
III Clasificación de giros	223
IV Organigrama de un tianguis	225
V Fotobiografía del “tianguis”	228
VI Estadísticas de México	231
VII Entrevista	236
VIII Resultados de las encuestas y Coeficiente Cronbach’s Alpha	244

Índice de Tablas

2.1. Clasificación de trabajadores informales en función del lugar donde laboran.	15
2.2. Cantidad de trabajadores informales	22
4.1. Marco de análisis de la cultura y la organización.	62
5.1. Teoría Neoinstitucional y Teoría Organizacional de la Cultura	89
5.2. Componentes de Identidad	89
6.1. Las necesidades según Maslow (1943) y su relación con el ambiente del trabajo	100

6.2.	Dimensiones e indicadores de la categoría de satisfacción en el trabajo.	103
7.1.	Diferencias entre investigación cualitativa y cuantitativa	114
7.2.	Tabla de valores de K y sus niveles de confiabilidad	134
7.3.	Ejemplo de cómo desarrolla la encuesta Likert	136
7.4.	Variables	138
7.5.	Ejemplo de dimensión e indicadores	138
7.6.	Encuestas para el “tianguis”	149
8.1.	Ubicación de los tianguis en el estado de Querétaro	146
8.2.	Resumen con base en la observación directa	151
9.1.	Resultados de Cronbach’s <i>Alpha</i>	173

Índice de Figuras

2.1.	Epistemología y totalidad del problema de investigación	31
2.2.	Relación entre categorías.	32
2.3.	Mapa conceptual en la organización del fenómeno social	35
3.1.	Análisis de la organización.	50
4.1.	Las cuatro funciones de cultura organizacional	65
4.2.	Niveles de desarrollo en la organización de “tianguis”	70
4.3.	Dimensiones e Interrelaciones	71
5.1.	Interdependencia cultura - imagen	80
5.2.	La Construcción Social de la Organización	83
5.3.	Relación cultura – identidad	88
6.1.	Satisfacción en el trabajo.	102
6.2.	Organización del tianguis	104
6.3.	Relaciones de satisfacción en el trabajo.	105
6.4.	Categorías del fenómeno social	107
6.5.	Modelo de satisfacción en el trabajo para el tianguis.	108
7.1.	Instrumentos de medición	125
7.2.	Clasificación de evaluación de escalas.	131
8.1	Elementos de cultura e identidad.	152

Índice de fotos

9.1.	Tianguista del Tintero.	168
9.2.	Tianguista del Tintero.	169
9.3.	Tianguista de Santa Mónica	170
9.4.	Familia de tianguistas	171
9.5.	Tianguista de Condominio de FOVISSSTE Tintero	172

Índice de gráficas

2.1.	Tasa de desocupación nacional trimestral. Total serie unificada con criterios de la ENOE, 2000-2011. (porcentaje respecto a la PEA)	18
2.2.	Querétaro: Tasa de desocupación trimestral. Total serie unificada con criterios de la ENOE, 2000-2011.	20
2.3.	Tasa de ocupación en el sector informal	21
2.4.	Querétaro: Tasa de desocupación trimestral. Total serie unificada con criterios de la ENOE. Serie desestacionalizada, 2002-2010 (Porcentaje respecto a la PEA)	22
2.5.	Ocupación informal por estado	28
9.1.	Estimulación	157
9.2.	Logro en el tianguis	158
9.3.	Motivación y prestigio	160
9.4.	Participación en el ámbito de trabajo	161
9.5.	Percepción sobre el trabajo	162
9.6.	Seguridad en el trabajo	164
9.7.	Tradición en el tianguis	165
9.8.	Identidad en el tianguis	167

Nota: las gráficas, tablas, figuras y fotografías incluidas en esta tesis doctoral, son propiedad intelectual del autor y se prohíbe la reproducción parcial o total de este material sin el consentimiento del autor.

PARTE I. PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en México y otros países, se observa un gran crecimiento del trabajo informal. Dicho fenómeno se puede atribuir a diversas causas, entre las que destacan la globalización e ineficientes políticas públicas. Por tal motivo, este problema es analizado desde varias ópticas a fin de comprenderlo y plantear propuestas que permitan su posible solución. Un enfoque proviene de los estudios de la organización y la administración. La presente investigación toma como objeto de estudio al “tianguis”, analiza el comportamiento organizacional y las estrategias organizacionales de supervivencia para dar respuesta a la pregunta ***¿Cómo a través de los elementos de cultura e identidad en las organizaciones, se genera un comportamiento que le permite la permanencia y la satisfacción en el trabajo informal?***

Para responder la pregunta anterior, el trabajo se organiza de la siguiente forma. En el capítulo 2, denominado “El Trabajo Informal desde la Perspectiva Organizacional” se avanza una definición del trabajo informal desde el punto de vista organizacional. En este contexto, se analizan el derecho al trabajo decente, el trabajo informal, las dimensiones del problema en México y en Querétaro, con base a la información del INEGI. De igual forma, se analizan las causas de la informalidad.

Por otra parte, se describe al “tianguis”, y se profundiza en los “tianguis” existentes en la ciudad de Querétaro, definiéndolo como objeto de estudio de la investigación. Concretamente, se propone analizar el trabajo informal en el contexto de la organización denominada “tianguis” desde la perspectiva de tres categorías del análisis organizacional: cultura; identidad y satisfacción en el trabajo.

A partir de lo anterior, se plantea la pregunta de investigación, se lanza la hipótesis de trabajo y se describen los principales ángulos metodológicos para abordar el problema. Cabe señalar que se aplica una metodología mixta, combinando lo cualitativo con lo cuantitativo. El capítulo termina con una pequeña recapitulación.

Los desarrollos conceptuales de este capítulo permiten analizar posteriormente los factores extrínsecos e intrínsecos de la organización que influyen en el desempeño y en la formación de una cultura organizacional que al final permite obtener una identidad que influye en el desempeño de los miembros en la organización.

El capítulo 3, lleva el nombre de “Organización en el trabajo informal” inicia el marco teórico de la investigación, el cual relaciona los conceptos de organización, estrategia y estrategia de sobrevivencia con el “tianguis” y el trabajo informal objeto de estudio del trabajo. La importancia de este capítulo es que presenta el marco teórico general en que se insertan las categorías de identidad, cultura y satisfacción en el trabajo que apuntalan dicho marco conceptual.

Al definir el concepto de organización, se analizan diversas clasificaciones de las organizaciones como la clásica, la de las relaciones humanas, la estructural, la de elección racional, y las teorías de la contingencia estructural, entre otras. En el mismo apartado se hace un análisis de las anarquías organizadas y el acoplamiento flojo, que se consideran aplicables al “tianguis” como organización.

Un siguiente tópico en este capítulo es la relación entre organización y estrategia, lo que sirve de marco para el estudio del “tianguis” como una estrategia de sobrevivencia y de complementariedad al que recurren personas, familias, grupos y comunidades, desde trabajadores precarizados e informales, hasta desempleados estructurales, ante las recurrentes crisis económicas que ha vivido nuestra nación desde hace más de 30 años. Con base de dicho capítulo son los autores relevantes sobre el tema como Hall (1996); Gámez (2003); Urbiola y Lara (2008); Weick (1976); Pariente (2000); Ramírez (2000); Zalpa (2002); Soria (2004); Lucas (2001), entre otros.

El capítulo 4 continúa el marco teórico de la investigación al estudiar la “Cultura e Identidad en el “Tianguis””. Basado en diversos clásicos como Tylor (1871); Geertz (1988; 1992; 2008); Pariente (2000); Davis y Newstrom (2003); Soria (2003); Soria y Gámez (2006); Pfeffer (1997); Smircich (2007); Soria (2008), se traza la evolución del concepto de cultura (del latín *cultus*), como perspectiva de análisis

de la organización y como categoría del marco teórico de la presente investigación. Se estudian las visiones antropológica y organizacional de la cultura, sus elementos y funciones, para desarrollar un concepto de cultura aplicable al trabajo informal y específicamente a la organización “tianguis”. Se profundiza en el conocimiento, las costumbres, las capacidades y los valores como integrantes de la cultura de la organización “tianguis”.

Una segunda parte de este capítulo estudia la identidad organizacional bajo la premisa de que la construcción y consolidación de la cultura en la organización, se requiere que el integrante del “tianguis” desarrolle una identidad con el mismo. Por lo anterior se trata de responder una segunda pregunta clave en este proceso: ¿Cómo se construye la identidad con base en la cultura, de tal forma que permita crecer al tianguista, obtener satisfacción en el trabajo, lograr estabilidad y permanecer dentro de la organización, aunque ésta sea informal?

Esta pregunta se aborda en el Capítulo 5, que lleva por título “Identidad en la Organización del “Tianguis””.

Este capítulo revisa autores como Hatch y Schultz (2002), Mead (1985); Tylor (1873); Solís (1997); Brown (2001); Strandgaard y Dobbin (2006); Soria (2008); Powell y DiMaggio (1995); Scott (1999); Giménez (1993); Powell y DiMaggio (2001) y Urbiola y Vázquez (2008), entre otros. Dando lugar a los conceptos de cultura e identidad estrechamente interrelacionados e indisolubles en sociología y antropología, es así que la identidad se integra con la apropiación de ciertos repertorios culturales como confianza, libertad, inteligencia, valores, elementos que forman un modelo para permitir al “tianguis” su propia configuración.

En dicho capítulo se establece que los conceptos de cultura e identidad están estrechamente relacionados, y llegan a ser indisolubles. La identidad consiste en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en el entorno social, en el grupo o en la sociedad misma.

La identidad se puede definir, en un sentido amplio y sincrético, como aquellos atributos como raza, sexo, nacionalidad, edad, clase social, que son compartidos por un colectivo social que permiten a los miembros de ese colectivo

definir su yo social y reconocerse. Por su parte, el individuo se ve a sí mismo, y es reconocido como perteneciendo a una serie de categorías: grupos, redes, comunidades, definidos por una serie de atributos que parten de un pasado biográfico invariante e irrenunciable.

La identidad se forma con los rasgos que permanecen en el tiempo. En cambio la cultura es incrementable o actualizable mediante la suma de nuevos conocimientos. En fin, la cultura organizacional puede tener elementos contradictorios en sí mismos que son las subculturas locales, y que ello no ocurre respecto de los rasgos básicos de la identidad, es así que la cultura es un fenómeno de índole estructural y la identidad es la condición de supervivencia, y como tal se la considera como un rasgo de la invariancia organizacional.

Aplicada al objeto de estudio, se desprende que la identidad es una constante del hombre. De esta forma, la identidad permite a los tianguistas poder diferenciarse de los “otros”, que también tienen una identidad, si son diferentes, esto los distingue, por lo tanto la diferencia permite la singularidad, pese a que comparten el mismo espacio y tiempo (social e históricamente determinados) y contiene por lo tanto generalidades como especie social, lo distinto hace la diferencia, marca las fronteras o los límites entre el “Yo” y los “Mi”; entre “nosotros” y “aquellos”.

De lo anterior, se puede decir que el “tianguis” forma parte de un momento dentro de la historia del tianguista. El “tianguis” se constituye a partir de una necesidad y se define por el objetivo grupal que determina su praxis colectiva. Es el reglamento del “tianguis” el primer paso hacia la organización, para que el grupo siga existiendo; pero requerirá la unión, del cumplimiento de un conjunto de deberes, del goce de derechos alcanzados, es decir la suma de identidades, es decir la suma de identidades, es decir la suma de identidades de la que emerge lo que es la organización y se crea y consolida su cultura.

Una vez analizada la cultura y la identidad organizacional en el contexto de un “tianguis”, se para a estudiar, en el capítulo 6, la “Satisfacción en el trabajo en los “tianguis”. La reflexión de este capítulo se basa en autores como Maslow (1943); Berger y Luckmann (1993;1997); Loche (1976); Muñoz (1990); Hodgetts y Altman

(1991); Schwartz (1992); Robbins y Coulter (1996); Ardouin (2000); Stephen (2004); Revich (2005); Rivas (2006); Amorós (2007); Soria (2008).

Se busca establecer la relación entre satisfacción en el trabajo, trabajo informal y vida en el “tianguis”. Parte de la idea de que un tianguista con alto nivel de satisfacción en el trabajo tiene actitudes positivas hacia sí mismo y hacia el “tianguis”. Cuando está insatisfecho tiene actitudes negativas hacia él y dentro del “tianguis”. Esta variable impacta el comportamiento personal, la colaboración con sus compañeros tianguistas, su identidad y, en general su calidad de vida.

Con base a lo anterior, se plantea una definición de satisfacción en el trabajo aplicable al objeto de estudio, señalando que la satisfacción está definida por la actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud se basa en las creencias y valores que el trabajador desarrolla en el “tianguis”, mismos que son determinadas tanto por las características de la organización, como las percepciones del trabajador en relación a sus necesidades, valores y características personales.

En los anteriores capítulos, se consideran autores representativos que, desde la psicología y la sociología, establecen las relaciones de determinación de organización-identidad, cultura-satisfacción en el trabajo, a partir de las relaciones productivas, elementos culturales y la acción del tianguista. Particularmente se polemiza con la identidad, cultura y la satisfacción en el trabajo respecto a las preguntas: ¿Bajo qué condiciones se crea una organización destinada a soportar una estrategia de sobrevivencia y mejorar la calidad de vida de sus integrantes? ¿Cuáles son los supuestos y pautas de comportamiento organizacional para lograr satisfacción en el trabajo en los “tianguis”? Con este capítulo termina el marco teórico de la tesis, sentando las bases de la metodología a utilizar en el presente trabajo.

En el capítulo 7, se exponen los aspectos metodológicos en los grupos de enfoque (“tianguis”) del estado de Querétaro. El objetivo es analizar, identificar y familiarizarse con los métodos/técnicas para la investigación mixta cuantitativa y cualitativa, debido a que el objeto de estudio y su relación con el problema a analizar y su propia contextualización, difícilmente pueden ser abordados desde una sola perspectiva. Se enfatiza la descripción de la observación, la entrevista, el

cuestionario, la fotobiografía, y la recolección de información mediante encuestas tipo Likert, la aplicación del Escalograma de Guttman, para tener un grado mayor de certeza en los datos el método cuantitativo permite una eficiencia en el valor de las variables, entre otras técnicas.

Por otra parte, se define el universo, se determina la muestra y se identifican las variables de identidad, cultura organizacional y satisfacción en el trabajo. De igual forma se presenta la encuesta aplicada en la investigación.

En los capítulos 8 y 9, se presentan los resultados del estudio de campo. Particularmente, en el capítulo 8 se describen las características principales del “tianguis”, el nivel social, sus formas organizativas y las relaciones de trabajo predominantes; se revisan las condiciones externas que en ese momento permeaban el objeto de estudio, referente a la política de gobierno, la instalación y competencia por los “tianguis”; mientras que en el capítulo 9 se muestran la forma en que los distintos tianguistas tomaron la decisión de moverse entre el conflicto y el acuerdo, las medidas adoptadas por la agrupación y la trayectoria de vida, así como la respuesta subjetiva de los trabajadores: razones, percepciones y sentimientos; se muestra una decisión reorientadora de la estrategia de supervivencia en la permanencia dentro del “tianguis”; se describen las propuestas de la agrupación, las estrategias concretas utilizadas para alcanzar las metas fijadas por los tianguistas y los resultados alcanzados hasta el cierre de la presente investigación.

En el capítulo 10 se presentan las conclusiones de la investigación. Se destaca que se ha revisado, analizado y comprobado, el comportamiento organizacional de los “tianguis” de Querétaro, así como sus estrategias en la precariedad. Se muestra, a través de diversos testimonios, una serie de acciones tales como el compromiso organizacional, la estimulación, el logro en el “tianguis”, la motivación y prestigio, la participación en el ámbito de trabajo, la percepción sobre la agrupación y el trabajo, la satisfacción en el trabajo, la seguridad y la tradición en el “tianguis”, entre otros importantes resultados.

Por último se incluyen las referencias bibliográficas y los anexos necesarios sobre la estrategia metodológica seguida y los guiones de entrevista y encuestas empleadas así como los reglamentos del “tianguis” para su estudio en otros.

CAPÍTULO 2

EL TRABAJO INFORMAL DESDE LA PERSPECTIVA ORGANIZACIONAL

2.1. Introducción

El propósito del presente capítulo es desarrollar una perspectiva acerca del concepto del trabajo informal desde el punto de vista organizacional, con base en aportes e investigaciones del sistema de relaciones entre individuos que permiten seguir alguna estrategia en situación de precariedad. El trabajo informal es un tema de suma importancia hoy en día para aquella parte de la población que busca un sustento o ingresos propios que les permitan mejorar su calidad de vida.

En este capítulo se analizan el derecho al trabajo digno, el trabajo informal, las dimensiones del problema, el objetivo de la investigación, la pregunta principal, la hipótesis y concluirá con una pequeña recapitulación. La exploración de este interesante tema se apoya en las definiciones y desarrollos previos de destacados eruditos en la materia.

Antes de comenzar a analizar el tema del trabajo informal, se estima conveniente decir que para el desarrollo de la tesis, este capítulo es el parteaguas que permite adentrar los factores extrínsecos e intrínsecos de la organización que influyen en el desempeño y en la adquisición de una cultura organizacional que al final permite obtener una identidad que influye en el desempeño de los miembros dentro de la organización.

2.2. El derecho al trabajo decente

El ideal de una sociedad es proporcionar a todos sus ciudadanos que lo deseen un trabajo digno y bien remunerado. Este ideal ha sido retomado por algunos organismos internacionales en la materia. Por ejemplo la OIT establece un objetivo global definido como la promoción de oportunidades para mujeres y hombres a fin de que puedan obtener un trabajo decente, es decir, la oportunidad de un trabajo

productivo y que ofrezca una remuneración justa; seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias; mejores perspectivas para el desarrollo personal y la integración social; la libertad de las personas a expresar sus preocupaciones; libertad para organizarse y participar en las decisiones que afectan su vida y la igualdad de oportunidades y de trato para toda mujer y hombre (OIT, 2002).

Aún más, para la OIT el trabajo es el eje en donde convergen cuatro objetivos estratégicos, que son: el empleo, la satisfacción, la protección social y el diálogo social. Para la OIT el trabajo decente es un concepto organizador que sirve para proporcionar un marco general para las acciones de desarrollo económico y social (OIT, 2002).

Si no se crea trabajo decente y seguro uno de los efectos es generar el fenómeno social del trabajo informal (OCDE, 2008), o trabajo precario (no decente), según la OIT. En el caso de México, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su Artículo 123, otorga a los mexicanos el derecho al trabajo, que a la letra dice:

Art. 123. Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social para el trabajo conforme a la ley (adicionado mediante decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 19 de diciembre de 1978)...

Asimismo, en el Artículo 123 se encuentra en el numeral VI lo que se refiere al salario mínimo justo y remunerador, que a la letra dice:

VI. Los salarios mínimos que deberán disfrutar los trabajadores serán generales o profesionales. Los primeros regirán en las áreas geográficas que se determinen; los segundos se aplicaran en ramas determinadas de la actividad económica o en profesiones, oficios o trabajos especiales (reformado mediante decreto publicado en el diario oficial de la federación el 23 de diciembre de 1986).

Los salarios mínimos generales deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural, y

para proveer a la educación obligatoria de los hijos. Los salarios mínimos profesionales se fijaran considerando, además, las condiciones de las distintas actividades económicas (reformado mediante decreto publicado en el diario oficial de la federación el 23 de diciembre de 1986).

Los salarios mínimos se fijan por una comisión nacional integrada por representantes de los trabajadores, de los patrones y del gobierno, la que se auxilia por comisiones especiales de carácter consultivo que considere indispensables para el mejor desempeño de sus funciones (reformado mediante decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de diciembre de 1986).

Por otro lado, México cuenta con una Comisión Nacional de Salarios Mínimos Profesionales (CONASAMI), que de conformidad con lo establecido en el Artículo 90 de la Ley Federal del Trabajo, que define al salario mínimo como: *la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo*. Este salario mínimo debe ser suficiente para satisfacer las necesidades normales de una familia en el orden material, social y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos. Se considera de utilidad social el establecimiento de instituciones y medidas que protejan la capacidad adquisitiva del salario y faciliten el acceso de los trabajadores a obtención de satisfactores (CONASAMI, 2010).

En conclusión, el trabajo decente es esencial para toda persona que durante su vida laboral, significa tener una gama de oportunidad que sea productiva para generar un ingreso, además, el trabajo facilita el progreso social y económico, y fortalece a las personas, a sus familias y comunidades. En México se han presentado varias crisis financieras lo que ha limitado los avances en este tema, ya que resume las decisiones que afectan sus oportunidades de trabajo ocasionado el surgimiento del trabajo informal.

2.3. Trabajo informal

En la actualidad la sociedad se enfrenta al desempleo sin importar que país sea, según la OCDE en mayo del 2010, como dice el desempleo en los países ricos llegó

a un 8.6 por ciento, es así que, insta a los gobiernos a hacer de la creación de empleos una prioridad y evitar reducir las medidas de apoyo al empleo dentro de sus planes de austeridad.

Sin embargo, este fenómeno no afecta por igual a todos los países y continentes. Por ejemplo en África, el trabajo informal alcanza casi el 80% del empleo no agrícola, más del 60% del empleo urbano y más de los 90% de los nuevos puestos de trabajo. En América Latina y el Caribe, el porcentaje de empleo informal urbano respecto del empleo total urbano creció del 50% a un 58% (OIT, 2002).

Cifras más recientes de la OIT (2007) son más dramáticas pues se calcula que la economía informal emplea el 75% de los trabajadores de América Latina y que contribuye aproximadamente con el 40% del PIB de la región y que, durante los 15 últimos años ha supuesto el 70% del total de empleos creados.

De acuerdo a diversos autores, entre los que destacan Singer (1980); Hart (1970), OIT (2010), PREALC (2010) y Tokman (1987; 1996; 2010), el sector informal es el producto de la falta de correspondencia, tanto cuantitativa como cualitativa, entre la demanda y la oferta de trabajo, la cual, a su vez, es el resultado de la forma en que la estructura económica incide en el mercado laboral.

Los factores inherentes a la informalidad han sido vinculados a deficientes niveles de productividad laboral o a fallas estructurales relacionadas con el sistema económico, siendo estas últimas características comunes de las economías en vías de desarrollo (Huesca y Camberos, 2008), es así que el sector informal es heterogéneo y dichas actividades tienen mayor presencia en los negocios por cuenta propia y en el trabajo asalariado (Tokman, 1982).

Con la integración de la economía mexicana a la mundial, surge un sector moderno o formal con tecnologías avanzadas y estructuras de mercado monopólicas u oligopólicas; este sector formal no genera un número significativo de empleos, razón por la cual una gran cantidad de trabajadores tienen que generarse sus propios trabajos en condiciones precarias en el sector informal.

En México, la definición y uso del término “informal” se difunde a partir, del *Programa de Recuperación de Empleo en América Latina y el Caribe (PREALC, 1974)*, y la primera institución gubernamental que utiliza el término es la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS) en un documento publicado en 1975 donde se plantea la necesidad de estudiar y medir el sector informal urbano, con fines de política económica y social. En aquella época este concepto incluía a quienes trabajaban por su cuenta y a los trabajadores familiares o remunerados, excluyendo a los profesionales y los técnicos de tales grupos.

Según datos del Banco Mundial, México cuenta con trabajadores informales asalariados que representan el 45% del empleo total; en la microempresa cerca del 50% son familiares, que además no reciben sueldo y el 86% de las empresas que tienen un empleado con sueldo, no hace las aportaciones al Seguro Social (INEGI, 2004).

La década de los 80's fue de la irrupción de la informalidad en todos los sentidos. No sólo por la extensión y ramificación del fenómeno, sino también por las reacciones que provocaba entre la sociedad, es decir, dieron pie a una explosión del fenómeno de la informalidad (Vidal, 2009).

La definición del “trabajo informal” ha generado innumerables discusiones teóricas y este concepto ha pasado a formar parte de nuestro lenguaje cotidiano, ligado generalmente a la perspectiva de la Conferencia Internacional del Trabajo de 2002, en la cual la OIT sustituyó el concepto de “sector informal” por el de “economía informal”.

Según Tokman (2004), la nueva definición de la OIT implica que al universo acotado por la concepción anterior, de sector informal, que incluye a los trabajadores y propietarios de microempresas, servicio doméstico y trabajadores por cuenta propia, hay que sumar los trabajadores sin protección, independientemente si están en grandes, medianas o pequeñas empresas, para obtener lo que se ha llamado la economía informal.

Sea cual fuere la definición adoptada de informalidad, los trabajadores en esta situación se caracterizan por una fuerte vulnerabilidad económica y por una

restricción de sus derechos sociales. Cuando un trabajador no tiene un debido reconocimiento material y simbólico por su actividad, tampoco encuentran satisfacción en su trabajo.

La economía informal y el trabajo informal, se han definido a partir de diversos criterios; sin duda, la versión dominante para identificar el trabajo informal es la del PREALC, según Campos (2008), que afirma:

[...] el sector informal está compuesto de una fuerza de trabajo que es creada por las limitaciones estructurales que han sido puestas al sector formal, en donde sugiere que el origen del sector informal ha dado como consecuencia un crecimiento urbano, que es capaz de absorber la mano de obra. Por lo tanto, los desplazados se encuentran sin tener trabajo en el sector privado y generan sus propias oportunidades de empleo [...]
pág. 2.

PREALC le atribuye ciertas características a las actividades informales que se pueden agrupar en dos bloques. La primera, de tipo legal que refiere que el Estado tiene poco o ningún control sobre estas actividades y la segunda, de tipo económico, que alude a que éstas son actividades autónomas o complementarias del llamado sector formal y recuerda que se ocupa de operaciones de pequeña escala; de baja tecnología, los propietarios también se involucran en la producción y, finalmente los que están en este sector son pobres. La informalidad es un asunto de pobres;... (OIT, 2005).

La definición de trabajo informal, depende del grado de amplitud dado al término, hasta incluir a diversas formas del trabajo atípico o flexible en situaciones precarias. La situación de informalidad se vincula con el escaso uso de tecnología avanzada, la simpleza de las organizaciones productivas, y la utilización de mano de obra no calificada, y se presenta en pequeñas unidades que se clasifican en familiares o microempresarios, tal como se presenta en la tabla 1.

La primera columna está integrada por trabajadores por cuenta propia y familiares sin pago o con pago inestable; las microempresas se componen de empleadores y trabajadores asalariados. Y a la inversa, la formalidad está integrada

por las empresas privadas, así como por el empleo público y las unidades del sector de economía social que no tienen las escasas características productivas de las microunidades consideradas informales. Por esta parte alcanzan un mayor nivel de productividad y de ingresos, por el uso de mayor tecnología o por factores de localización geográfica que las benefician.

Tabla 1. Clasificación de trabajadores informales en función del lugar donde laboran

Trabajadores dependientes	Trabajadores independientes
<p>En el “polo moderno” de la economía, a los cuales no se le permite o se desestimula la sindicalización: En zonas francas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ De empresas multinacionales. ➤ “Teletrabajadores” jóvenes, en “centros de llamada” o en su domicilio (“telework”). ➤ En empresas privatizadas, a quienes afecta el cambio de régimen laboral. ➤ En microempresas, sujetos a un mínimo legal de trabajadores (10, 20 ó 30) para la creación de un sindicato de empresa. <p>Bajo contratos precarios /flexibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A tiempo parcial y por tiempo determinado. ➤ Contrato-aprendizaje de jóvenes ➤ Desde el domicilio (maquila doméstica, promotores). <p>Dependientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Subcontratación con un solo demandante. ➤ Cooperativas con falsos socios. <p>Voluntarios y fundaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Del hogar. 	<p>En la pequeña producción urbana y rural</p> <p>Cuentapropistas unipersonales o titulares de unidades familiares urbanas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Artesanos urbanos y rurales ➤ Campesinos <p>En situaciones legales ambiguas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajadores sexuales ➤ Recicladores de basura ➤ Profesionales efectivamente independientes <p>Otros criterio</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Extranjeros: Trabajadores migrantes con estatus legal irregular. <p>Bajo promoción laboral: Trabajadores con capacidades diferentes (mal llamados “discapacitados”).</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adultos mayores: con o sin cobertura de la seguridad social. “Trabajadores jubilados”, “ex trabajadores”. ➤ Desocupados: cesantes o jóvenes en busca de su primer trabajo.

Fuente: Elaboración propia con información de OIT, (2004), OCDE, (2002), Álvaro, (2004).

La segunda columna está integrada por trabajadores independientes que con base en sus propios recursos financieros y humanos, les permite generar ingresos y

de esta forma generar una estabilidad en su personal, promoviendo cambios para obtener una ganancia o utilidad.

Ahora bien, el crecimiento del trabajo por cuenta propia de tipo voluntario puede beneficiar tanto a los trabajadores como a la economía. Esto es así porque ayuda a los desempleados a crear su propio trabajo, estimula el desarrollo de pequeños negocios y ayuda a fomentar el espíritu empresarial (Ramírez, 2008). También proporciona a los trabajadores más control sobre las horas de trabajo y sobre sus decisiones de trabajo. Estos cambios han aumentado la oferta de servicios fuera de las horas normales de trabajo para atender la demanda de las familias que trabajan.

Es importante la función del sector informal en el mercado de trabajo, ya que se ha caracterizado a través del tiempo como un espacio económico de absorción de aquellas actividades productivas que no han logrado insertarse en la dinámica de la economía legal y estructurada. Desde el punto vista legal el sector informal son todos los individuos y negocios que no cumplen con las normas establecidas por el Estado, tales como un contrato formal, pagar impuestos, cumplir con sus obligaciones laborales y de seguridad social, entre otras.

Núñez (2002) coincide con otros tratadistas, al señalar que la denominación de informales que utiliza responde en cierta forma a la mirada del Estado sobre los trabajadores marginales. Afirma que son aquellos fuera de la base tributaria, o los que no cumplen las regulaciones institucionales, las regulaciones salariales mínimas y los que no se inscriben en las cámaras empresariales. De hecho, en estos enfoques se tiende a definir la informalidad como un simple problema de cumplir o no con las regulaciones del estado.

Según la OIT (1993), el trabajo informal es llevado a una propuesta operativa de sector informal, ésta incluye a las unidades económicas de los trabajadores por cuenta propia quienes usan fuerza de trabajo familiar, y a las unidades de tamaño relativo pequeño, que utilizan trabajo asalariado. Se convino que el límite de tamaño de una unidad para ser considerada como parte del sector informal sería precisado en cada país.

Según datos de la OIT, en la actualidad el sector informal ha tomado mayor fuerza debido a los niveles de crecimiento del desempleo. Es así que, una de sus manifestaciones es el surgimiento de las pequeñas actividades comerciales, industriales y de servicio, al margen de la economía formal. Las políticas macroeconómicas aplicadas en los últimos años, de evidente corte neoliberal, y la migración, no han capaces de generar alternativas de empleo digno y decente, por lo que una buena proporción de la población económicamente activa se ha visto obligada a generarse una alternativa de subsistencia, que es la economía informal (Martínez, 2005).

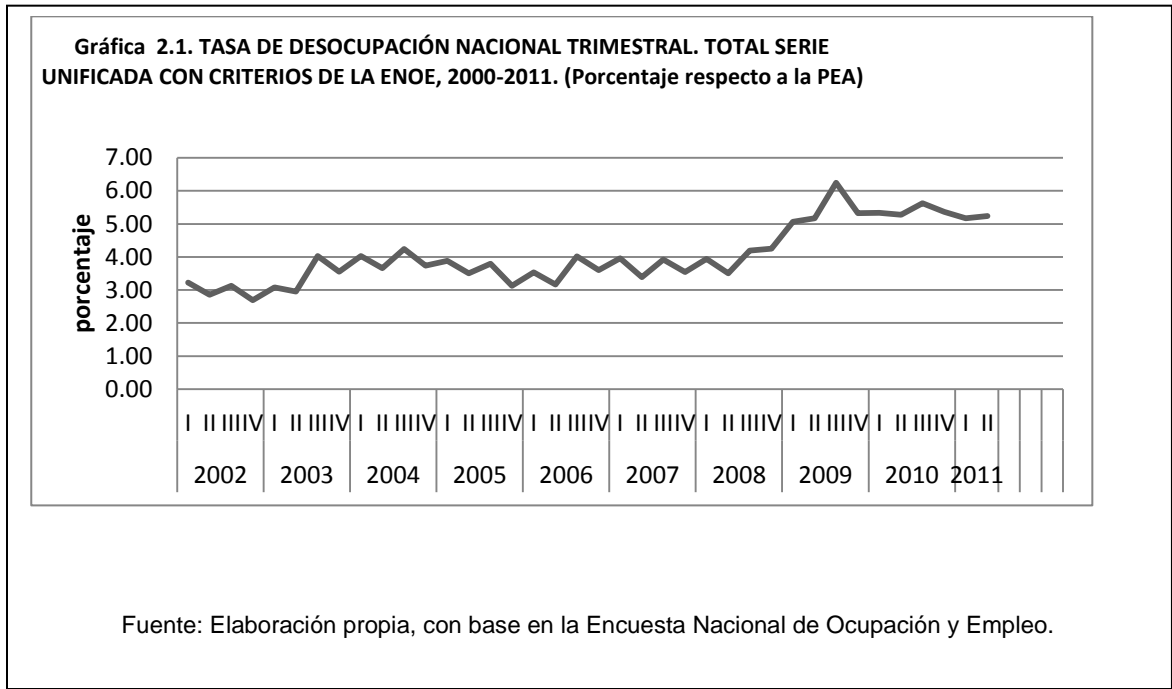
Para el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (INEGI, 2000), el subsector informal (no estructurado) está integrado por todas aquellas empresas no constituidas en sociedad que forman parte del sector de los hogares, dedicadas a la producción de bienes o servicios, con la finalidad primordial de generar empleo e ingreso para las personas involucradas. Es así que, clasifica dos tipos de empresas, las informales de trabajadores por cuenta propia ya sea en una forma individual o asociado con otros miembros de su familia o de otros, y los empleadores informales pertenecientes administrados por estos ya sean individualmente o asociados con miembros de su propio hogar o de otros, que ocupan uno o varios trabajadores de manera continua.

Por todo lo anterior, la economía informal constituye una realidad heterogénea, compleja y altamente estructurada con múltiples aristas analíticas, cuyas dimensiones teóricas y prácticas justifican su análisis riguroso y sistemático (Tokman, 1989).

2.4. Las dimensiones del problema

Tan solo para México, la participación relativa en estos conceptos de informalidad se ubica entre 44% y 50% de la formalidad respectivamente; dentro de la actividad por cuenta propia, la informalidad tiene mayor presencia en las ramas del comercio y los servicios (Huesca, 2008). Por ejemplo, en servicios personales, almacenes,

establecimientos de comida rápida, tintorerías, entre otros, ha estimulado el crecimiento del empleo no estándar en esas actividades.



Por otra parte, el instinto de conservación y subsistencia del trabajador hace que procure diferentes estrategias de supervivencia y de satisfacción de sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las superfluas. Es así como el desarrollo de los pueblos obliga al incremento y expansión del trabajo, que en la actualidad es una actividad económica de suma importancia para el progreso de la humanidad.

Actualmente, la tasa en el sector informal en México ha ido en aumento en gran medida, como se puede ver en las gráficas 2.1; 2.2 y 2.3. El fenómeno debe ser analizado desde varias ópticas, no solamente en estadísticas. Porque el 47% de los ocupados en puestos semifijos en la calle están en la ciudad de México, y de ellos el 37% de su población son tianguistas (INEGI, 2004). Además, esta misma fuente contabiliza un millón 45 mil ambulantes que venden de casa en casa; un millón 16 mil

personas que venden en vehículos y siete millones 980 mil que laboran desde su domicilio. Tan solo la ciudad de México los tianguistas representan el 3.7% de su población total. Como se observa, el trabajo informal comienza a ser una alternativa de supervivencia para una fracción de la población en México.

Otra fuente de información importante es la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) que levanta el INEGI. Esta fuente presenta los siguientes resultados, entre julio de 2007 y 2010.

Para julio de 2007 la ENOE indica que el 59.3% de la población de 14 años y más en el país se encontraba disponible para producir bienes o servicios, es decir es la Población Económicamente Activa (PEA); el restante 40.7% correspondió a la población no económicamente activa. El 96.05% de la PEA estuvo ocupada en el mes de referencia. De ésta, 39.8% se concentró en los servicios, 19.9% en el comercio y en la industria manufacturera laboró 16.2 por ciento. Según su posición en la ocupación, el 65.1% se desempeñó como trabajador subordinado y remunerado. En julio de ese año la tasa de desocupación (TD) a nivel nacional fue de 3.95% respecto a la PEA.

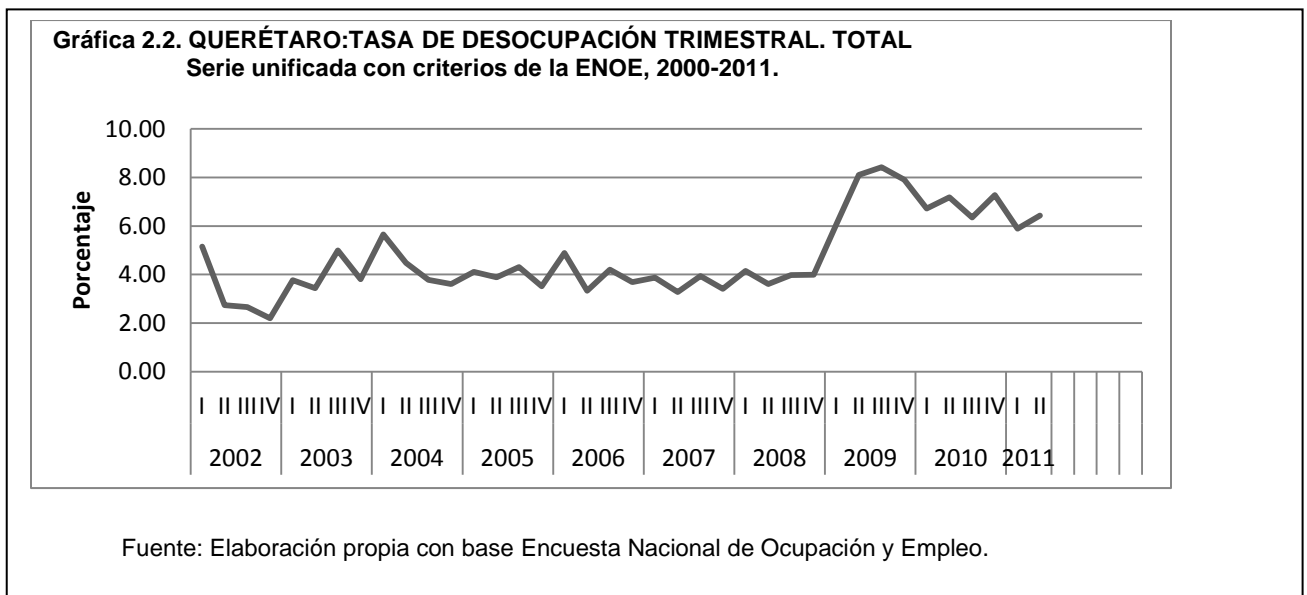
Para hacer una comparación mensual es necesario analizar los datos desestacionalizados, los cuales muestran que en el séptimo mes del 2007. La TD aumentó 0.07 puntos porcentuales con relación a la de junio pasado.

Así, los datos indican que 59.3% de la población es económicamente activa, mientras que 40.7% se dedica al hogar, estudia, está jubilado o pensionado, tiene impedimentos personales o lleva a cabo otras actividades o sea población económicamente no activa (INEGI, 2007).

Según la OCDE, México fue el país donde más se incrementó el desempleo. Por ejemplo en noviembre de 2008, entre los 30 países que la integran, pasó de 4% a 4.8% en un mes. También los inmigrantes han sido fuertemente afectados por el aumento del desempleo como consecuencia de la recesión económica. Sin embargo, la migración seguirá siendo un ingrediente esencial en la economía del siglo XXI.

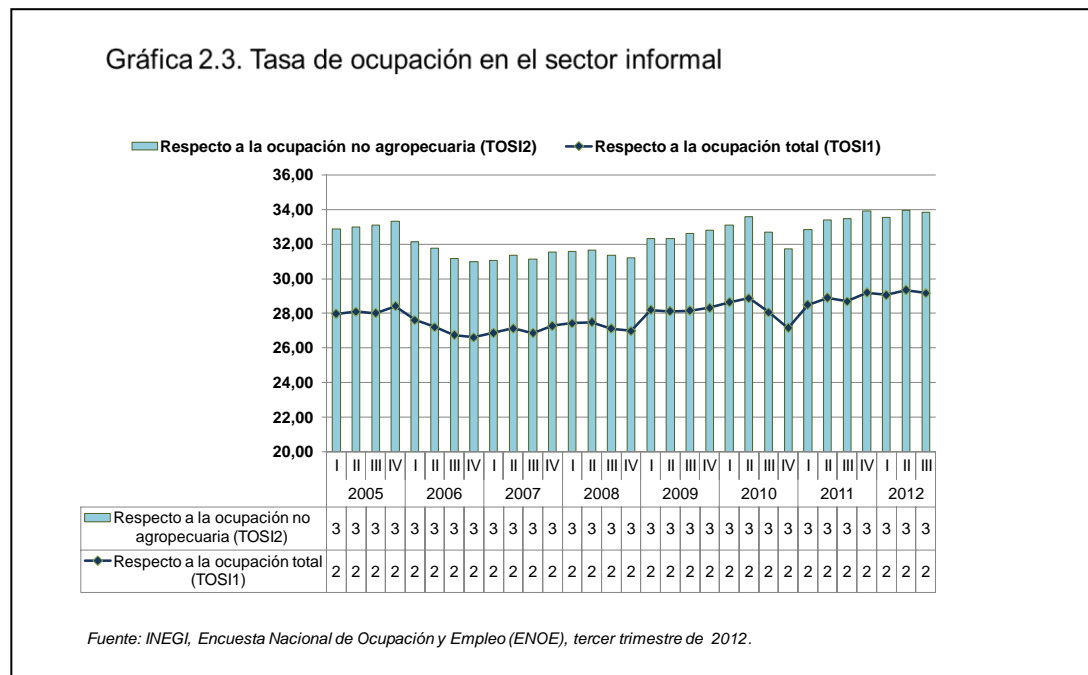
Al final del siglo XX, la economía informal ocupaba 10 millones de personas, equivalente al 12.6% del valor de la economía nacional. Actualmente el gobierno es

incapaz de contener la pérdida de empleos formales mediante políticas públicas eficaces. Más de 12.1 millones de mexicanos realizan actividades ilícitas para sobrevivir. En el año de 2008, las entidades con el desempleo más elevado fueron: Chihuahua, con 8.5 por ciento; Querétaro, con 7.9 por ciento; Coahuila de Zaragoza, con 7.4 por ciento; Durango, con 7.2 por ciento; Aguascalientes, con 6.9 por ciento; Estado de México y Nuevo León con 6.8 por ciento cada uno (ENOE, 2008). En el estado de Querétaro, la tasa de desocupación ha crecido en los últimos años, según se muestra en la gráfica 2.2 y 2.4.



Como se puede observar sigue una tendencia muy semejante a la global de México, y que en los últimos años aumentó considerablemente por qué la ocupación en el sector informal también disminuye en años de crecimiento económico y aumenta en períodos de crisis, situación que refleja la necesidad de fuentes de trabajo decente.

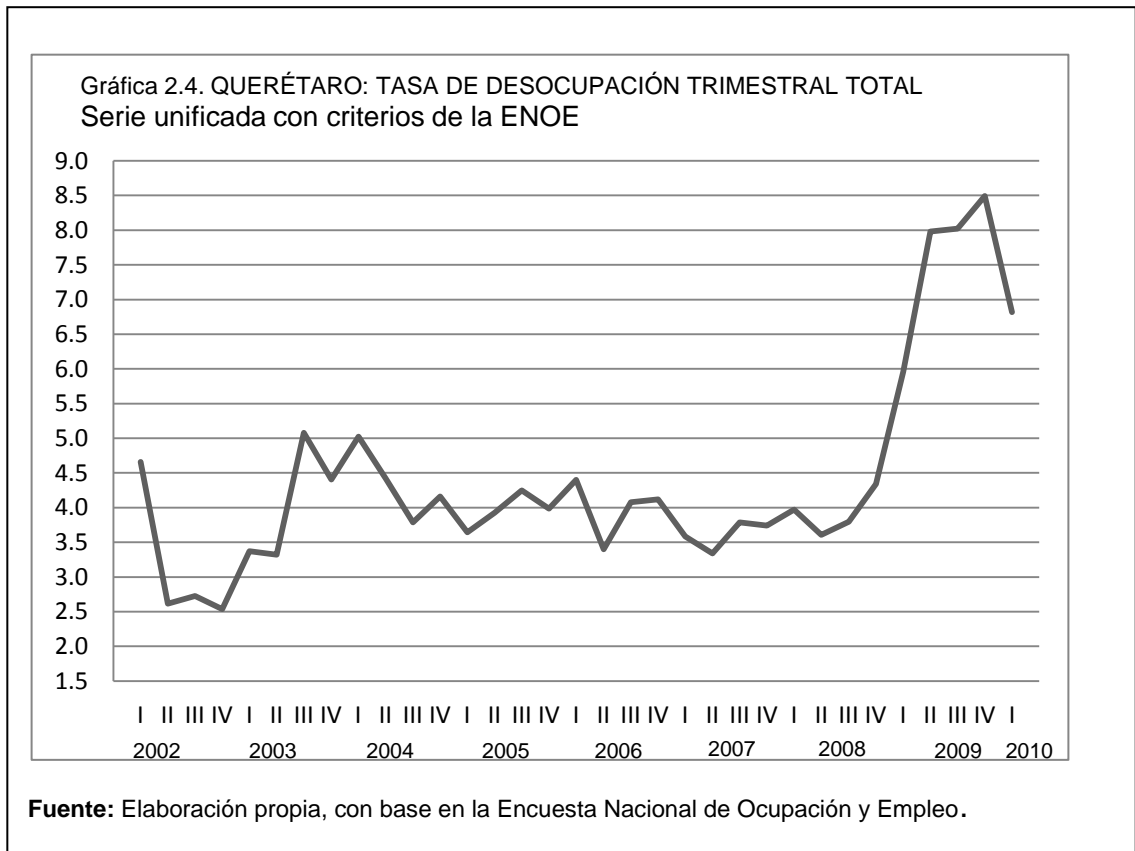
Para 2010, en la ciudad de Querétaro existen aproximadamente 20 mil trabajadores informales ocupados en los mercados y “tianguis”. Este trabajo se concentra en el “tianguis”, ya que es una organización que reúne las características necesarias para la investigación.



Las sucesivas crisis de la economía mexicana y estatal trajeron consigo más desempleo, inseguridad en el trabajo, cambios en las formas de contratación del trabajo formal, entre otras, de contrato de jornada, impulsaron el trabajo independiente en los hogares o en cualquier otro espacio que le permitiera a las familias generar mayores ingresos vía el empleo informal, así como a un segundo empleo para subsanar la insuficiencia del salario y de plazas formales, como se muestra en las gráficas 2.3 y 2.4.

Como se puede ver en la tabla 2.2, el total de la ocupación bajo condiciones de informalidad en México y de la cual el sector informal es sólo un componente, suman actualmente 29 271 023 de personas según datos de ENOE, 2012. Esta población va a buscar una organización para trabajar, sin importar el sector de la economía. Con base en esta información, el trabajo informal es de suma importancia,

ya que puede generar un ingreso a la SHCP y al municipio, generando un beneficio a la sociedad, así como un empleo familiar que apoya sus economías.



Trabajadores	Cantidad de personas
No remunerados	3 219 552
Por cuenta propia	9 879 841
Empleadores	979 011
Subordinados y remunerados	15 192 619
Suma	29 271 023

Fuente: Elaboración propia con información de ENOE 2012

2.5. Causas del problema de la informalidad

Para algunos autores, el origen del sector informal es la excesiva regulación estatal y la falta de un derecho participativo que otorgue a los ciudadanos la libertad para

poder producir. Es innegable que en este momento la apertura de los tratados comerciales, como el Tratado de Libre Comercio (TLC), y los acuerdos comerciales con Europa, Asia, América Central y del Sur, provocan cambios económicos en este mundo globalizado, generando una incertidumbre en el trabajador.

La competencia global exige que las empresas generen producción de calidad, situación que hace que los requisitos de la fuerza laboral se eleven en calidad y cantidad de conocimiento profesional, lo cual puede provocar el surgimiento de diferentes formas de trabajo, entre ellas el trabajo informal. También, la globalización ha impactado en las organizaciones y ésta a su vez en la cultura mexicana por los cambios en el ambiente laboral, por ejemplo; flexibilidad, movilidad, adaptabilidad, autonomía, competitividad, así como los estándares de control de calidad y productividad e igualmente en las alternativas de trabajo. Concretamente, este fenómeno se manifiesta, entre otros, en los siguientes fenómenos: la globalización de las finanzas y el capital; la globalización de mercados; y la globalización de la tecnología, destacadamente la informática y las telecomunicaciones.

Algunos ejemplos son la desregulación de los mercados financieros, la movilidad de capitales, el incremento en las fusiones y adquisiciones. En el sector manufacturero, las técnicas de producción “justo a tiempo”, impulsadas por la tecnología (cuando los productos se fabrican justo antes de que el consumidor los necesite) han estimulado formas de organización del trabajo más flexibles como son el trabajo en turnos irregulares, o la formación de grupos de trabajadores de tiempo completo, apoyados por personal con empleos de tipo no estándar. Los trabajadores con condiciones laborales más flexibles pueden trabajar menos horas o contractarse sobre bases temporales.

La dinámica del mercado mundial ha llevado a las empresas a la necesidad de una mayor rapidez del mercado laboral, que exige que la mano de obra esté permanentemente disponible y acorde a las necesidades de esa dinámica flexible de los trabajadores, generando una redefinición de las condiciones de competencia y colaboración, en donde la temporalidad se fragmenta, la homogeneidad de las

condiciones laborales desaparece y por lo tanto pueden cambiar los intereses de los trabajadores ya que en la actualidad se trabaja por proyectos costo-beneficio (Martínez, 2005).

Sin embargo, la flexibilización laboral se impone simultáneamente en todos los países del planeta, a medida que los mercados mundiales se relacionan entre sí. De esta manera, con la apertura comercial, las empresas mexicanas promueven la flexibilización laboral, pero sólo viéndola como la eliminación de las normas de protección a los trabajadores, con la intención de reducir costos laborales, no se orientan por una política de incremento de productividad y competitividad globales (Chávez, 2004).

En los países desarrollados, las características de los mercados laborales son radicalmente distintas a los países subdesarrollados, estas diferencias van desde la calidad del capital humano, hasta las relaciones sociales de protección como el seguro de desempleo o los niveles de pensiones.

La flexibilidad laboral se confunde con el empleo precario, incluido el trabajo informal, constituyéndose en un elemento clave de la estructura actual del mercado de trabajo en México, con fuertes repercusiones negativas sobre el nivel de vida de los asalariados (Samaniego, 2005). Debido a la falta de empleo formal, el mercado de trabajo mexicano incluye al sector no estructurado que comprende a trabajadores sin protección del marco jurídico y reglamentario, incluyendo la protección social. Con la apertura comercial, se están destruyendo puestos de trabajo formales y aumentado los trabajos informales (Samaniego, 2005).

Con la apertura comercial que genera la globalización económica, se ha fortalecido el empleo informal, situación que se convierte en un fenómeno crucial para el desarrollo inmediato de la economía nacional y del modelo económico del país. Ahora bien, las crisis de las ideologías y la desaparición de las utopías, han dejado un gran vacío en el mundo contemporáneo, en donde la globalización no es un fenómeno exclusivamente económico, es también un fenómeno geo-político y cultural. La unipolaridad y la homogeneización cultural puesta en marcha por la globalización, están generando a su vez comprensibles respuestas adversas.

Se está produciendo un retorno a lo étnico, como espacio de resistencia cultural y como lugar de construcción de las identidades. De esta manera, los conflictos interculturales han pasado a ser parte de la agenda internacional. En un mundo complejo e interconectado, estos conflictos cobran cada vez más importancia y el desconocimiento de ellos torna incomprensible la vida política e inmanejable la convivencia social. Aprender a convivir en colectividad, manejando razonablemente los conflictos interculturales, es indudablemente uno de los grandes desafíos del mundo actual.

Actualmente, en la Comisión Europea (2010), buscan las normas para elevar la edad de jubilación, con el fin de impedir el colapso de sus sistemas de seguridad social, a medida que la esperanza de vida aumente y las tasas de natalidad descendan; iniciando un debate sobre los cambios en estas normas.

El pueblo mexicano ha pasado por varias crisis económicas como se observó anteriormente. Las más recientes fueron en 1994, y la última en el 2000, de la cual aún sus efectos se sienten. Uno de los efectos es el desempleo de los trabajadores, que de alguna manera buscan una alternativa de trabajo en cualquier sector de la economía, ya sea formal o informal.

Durante el año de 2009, México ha sobrevivido a una de las más fuertes crisis de nuestra historia, debido a la crisis financiera internacional, que comenzó con nuestro vecino país del norte y que algunos llaman recesión.

La economía ha generado nuevas formas de organización de trabajo más flexibles, y ha aumentado la demanda de servicios fuera de las horas normales de trabajo, lo que ha permitido proporcionar trabajo en horas no estándar y satisfacer las necesidades de dichos trabajadores, así como dar servicios a las empresas productoras de bienes, el aumento de la tecnología ha generado una disminución en los precios de las computadoras, módems, faxes y los teléfonos celulares, que a su vez, han hecho posible las oportunidades de que más gente trabaje por cuenta propia o en su casa. Por lo tanto, el uso más intensivo de las computadoras puede crear o destruir empleos, o puede hacer más inestable y cambiante el mercado de trabajo.

El aumento de la participación de la mujer en la fuerza de trabajo, y el incremento en el número de familias con dos ingresos, ha estimulado el deseo de muchos trabajadores de tener empleo con horarios más flexibles, incluidas jornadas más largas o más cortas, trabajo temporal de tiempo parcial, entre otros.

Estas actividades permiten que los trabajadores concilien el trabajo con otros intereses, como son las responsabilidades familiares, la educación y el ocio. Asimismo, proporciona a los trabajadores la oportunidad de tener una mayor experiencia laboral, aumentar su ingreso, tener mayor movilidad o adquirir destrezas múltiples. En el análisis que se encuentra a continuación, se menciona que la mayor parte del trabajo de tiempo parcial es de tipo voluntario.

2.6. El “tianguis” como objeto de estudio

En líneas anteriores se señaló que una buena parte de los trabajadores informales, se dedican al comercio informal y una de estas formas de trabajo informal son las organizaciones conocidas como “tianguis”. Los tianguistas son trabajadores por su cuenta que realizan sus labores solos o apoyándose en los miembros de la familia, que constituye una fuerza de trabajo que puede o no ser remunerada.

El trabajo informal implica para el trabajador malas condiciones, baja productividad y baja remuneración, además de no estar reconocidos o protegidos por la ley, la ausencia de derechos en el trabajo, la inadecuada protección social y la falta de representación y de voz, especialmente en el extremo inferior constituido por mujeres y trabajadores jóvenes.

Esta investigación enfoca el trabajo informal que se realiza precisamente en los “tianguis” desde una perspectiva organizacional. La vida de los trabajadores depende de las organizaciones y estas dependen del trabajo de éstos. Los seres humanos nacen, crecen, aprenden, viven, trabajan y mueren, dentro de una organización, es así que se debe saber el comportamiento de los trabajadores.

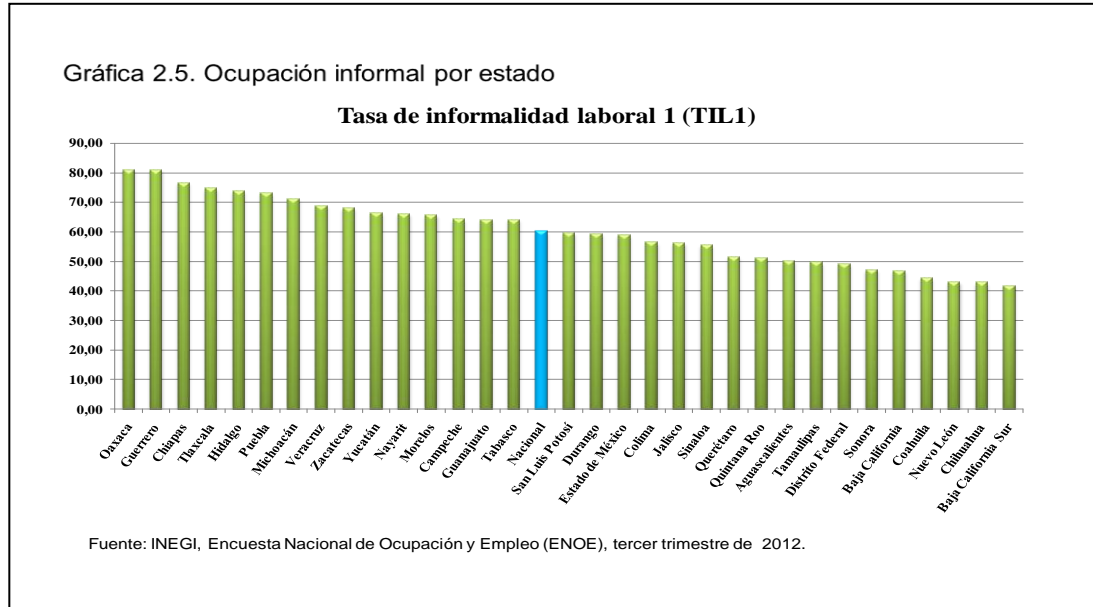
Una segunda precisión es que se estudia el “tianguis” en la ciudad de Querétaro, capital del estado que lleva el mismo nombre. En la ciudad de Querétaro

se ubican “tianguis” en varias colonias, las más importantes son: Lomas de Casa Blanca, Tintero (3 “tianguis”), Reforma Agraria, Loma Bonita, Madero, Santa Cecilia, Insurgentes, Satélite, El Cerrito, en el centro de ciudad, San Pablo, El Rocío, Peñuelas, Santa Mónica, la Alameda Hidalgo, Desarrollo San Pablo (3 “tianguis”), en el estacionamiento del mercado “La Cruz”, entre otros. Una asociación de tianguistas agrupa 10 “tianguis” y a su vez cada “tianguis” ocupa 250 trabajadores que funcionan cada día, en diferentes lugares de forma o mensual. En fin, los “tianguis” están en todas partes de la ciudad.

Se pueden identificar y definir los “tianguis” en función de los segmentos que los conforman, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. En la ciudad de Querétaro, sin embargo una de las razones que se presenta es; a mayor ocupación informal en entidades federativas con mercados de trabajo menos desarrollados, como lo muestran la gráfica 2.5, Querétaro se encuentran 51% es así, que es muy importante estudiar a los “tianguis” que se han diversificado en diversos giros de negocios desde alimentos hasta “carritos sobre ruedas” en las que se expenden diversas mercaderías. Esta modalidad de trabajo informal es estrechamente importante porque genera ocupación para los miembros de la familia y crea importantes ingresos. Concretamente, la presente investigación utiliza tres categorías de los estudios organizacionales para analizar el trabajo informal en el contexto de los “tianguis”: la cultura, la identidad, y la satisfacción en el trabajo.

La identidad es un aspecto central de la conciencia del ser individual o una condición fundamental de la vida social. Constituye una dimensión o atributo profundo, básico, perdurable o fundacional del yo. Los estudios de Tylor (1968); Schelling (1978); Melucci (1982); Diamond (1993); Giménez (1993); Bordieu (1993); Locke, (1994); García (1996); Standgaard y Dobblin (1997); Deal y Kennedy, (1999); Hopenhayn (1994) y Arenas (1999), entre otros, muestran a la identidad como un concepto importante donde convergen una gran parte de las categorías centrales de la sociología: cultura, normas, valores, status, socialización, educación, roles, clase

social, territorio, etnicidad, género; así como la relación entre identidad y pertenencia entre los grupos sociales.



La cultura comprende los valores y supuestos de los actores. Según Geertz (1988), la organización de la vida social sucede a través de símbolos y su sentido es la esencia. Es así que se debe entender y formular principios al respecto y para obtener una explicación interpretativa centrada en el significado de las instituciones, imágenes, elocuciones, eventos y costumbres. Por otro lado, desde la perspectiva del interaccionismo simbólico, todos los objetos adquieren su naturaleza ontológica a partir de los significados conferidos por individuos y grupos o, en terminología de Berger y Luckmann (1993), pueden ser considerados construcciones sociales; es así que los trabajos de investigación sobre cultura organizacional como: Geertz (1973), Hofstede (1980), Smircich (1983), Schein (1987), Hall (1996), Hoy y Miskel (1996), Barba y Solís (1997), Zalpa (2002), Gámez, (2003), Lucas (2001), reflejan una conceptualización implícita de la cultura como variable independiente basada en el significado de la organización, en donde se analizan los contextos y las implicaciones de estos conceptos a nivel macro.

Una tercera variable es la satisfacción en el trabajo, que es el resultado de la actitudes de los trabajadores en su puesto de trabajo, familia y su entorno, para lograr sus metas como son las funciones de necesidades biológicas, psicológicas en fin, que restablece el equilibrio en la sensación, seguridad, status, como lo muestran los trabajos de Maslow (1943); Berger y Luckmann (1993); Fishbeing y Ajzen, 1975; Robbins y Coulter, 1996; Stephen, 2004; Schwartz (1992); Muñoz (1990); (Rivas, 2006); Amorós (2007), entre otros. Es así que esta variable es importante para describir y conocer las relaciones entre las actitudes y los resultados, ya que un trabajador con un alto nivel de satisfacción en su trabajo o actividad genera una actitud positiva hacia sí mismo y con los demás; y cuando está insatisfecho en su puesto de trabajo tiene una actitud negativa hacia él y hacia su entorno. Las anteriores tres variables tienen gran importancia en la decisión, para ingresar o permanecer y sobrevivir en una organización como el “tianguis”.

2.7. Objetivo de la investigación

Este trabajo se propone analizar el trabajo informal en el contexto de la organización denominada “tianguis” desde la perspectiva de tres categorías del análisis organizacional: cultura; identidad y satisfacción en el trabajo. Se toma como objeto de estudio los “tianguis” ubicados en la ciudad de Querétaro.

La actividad del tianguista es importante porque ha constituido socialmente una vía para recuperar el poder adquisitivo de la familia, que se organiza en grupos (informales), dando origen a la idea de que cada tianguista se relacionan entre sí teniendo una función dentro de una organización, que posee una estructura basada en una mesa directiva o dirigentes que coordinan la ubicación y espacios, así como la distribución de los “puestos”.

Entonces el “tianguis”, aun cuando sea realizado en puestos itinerantes en plena vía pública, no sólo es creada como una “estrategia” de aquella persona que se encuentra desempleada o que percibe un salario bajo, sino que suele ser producto de una transmisión del oficio que se da intergeneracionalmente, y que

conlleva toda una gama de costumbres, valores, prácticas, que se aprenden, producen y reproducen históricamente desde la época prehispánica hasta la actualidad.

El estudio busca encontrar los diferentes campos de relaciones sociales en donde los tianguistas interactúan, en el cual existen valores aceptados, que intervienen directa e indirectamente, así como consciente o inconscientemente, en la satisfacción de sus necesidades en materia de seguridad, condición, estimulación y que influyen en las actividades que se realizan dentro de la organización.

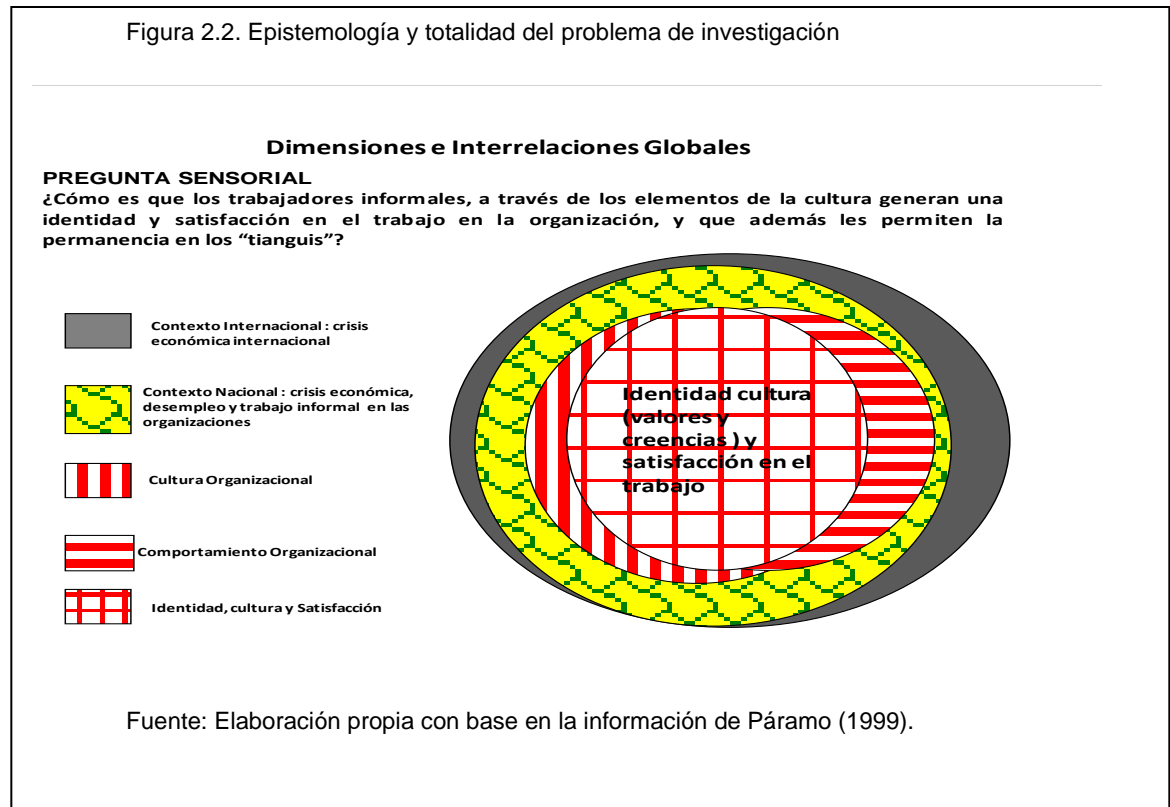
Por lo tanto, es inevitable tener un marco teórico del análisis de cultura organizacional para sustentar la ubicación y orden de la realidad empírica a estudiar del fenómeno del trabajo informal, de la misma manera, comprobar los factores de la cultura organizacional que influyen en la satisfacción en el trabajo, para realizar una reflexión detenida de la cultura a fin de descubrir causas o consecuencias; obtener conclusiones que permitan un acercamiento a este sector informal y tener un referente de cómo se comportan estas organizaciones informales. La investigación combina métodos cualitativos que incluye la observación, entrevista cerrada/abierto, semiestructuradas y entre otros, con métodos cuantitativos y cualitativos como las encuestas para medir algunos aspectos como la satisfacción en el trabajo.

2.8. Preguntas de investigación

El interés de esta investigación es analizar las estrategias y el comportamiento organizacional en los “tianguis” en donde se construye una identidad para permanecer en él. Este lleva a estudiar los elementos culturales que son afines a la identidad, y las condiciones sociales del trabajador y que puede ser por el fenómeno de la globalización de los mercados; la posibilidad de internacionalización de las grandes compañías nacionales y la manera en que los entornos culturales influyen en la condición de organización del trabajo informal.

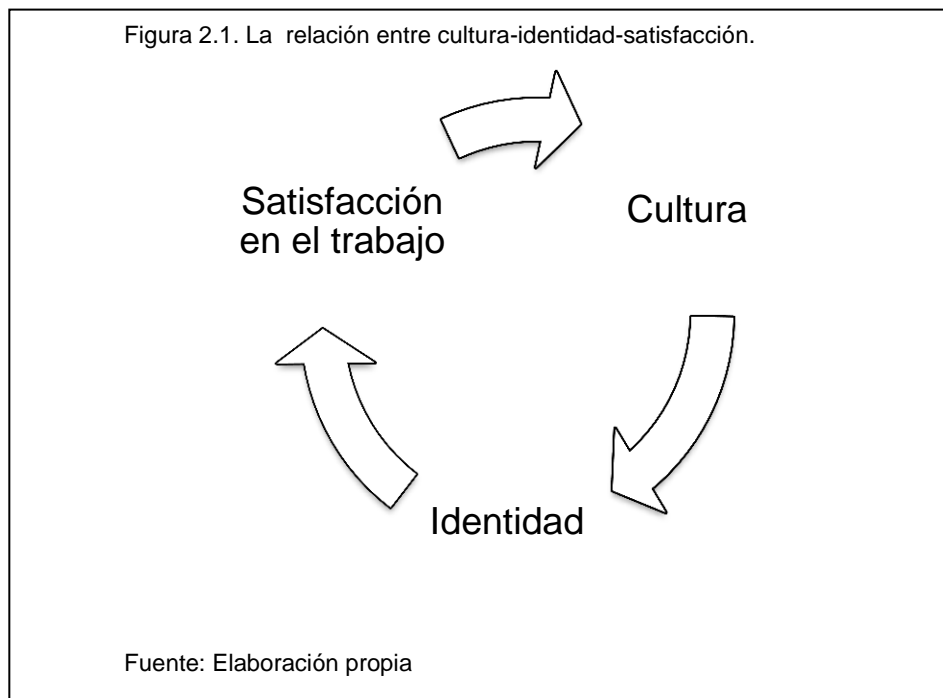
De lo anterior surge la pregunta de investigación principal: ¿Cómo es que los trabajadores informales, a través de los elementos de la cultura generan una

identidad y satisfacción en el trabajo en la organización, y que además les permiten la permanencia en los “tianguis”? El punto de partida es considerar que, para sus integrantes, el ingresar y permanecer en el “tianguis” es más que una estrategia de sobrevivencia, es un auténtico modo de vida y una cultura. Para tener una idea más clara la Figura 2.2, muestra las dimensiones a considerar.



Las organizaciones no sólo contribuyen a enriquecer la vida social. También generan nuevas subjetividades y sentidos de pertenencia; abordar la identidad y la cultura, implica reconocer la incidencia que tienen sobre la satisfacción en el trabajo dentro de las organizaciones. Las organizaciones construyen su propia identidad y genera un conjunto de cultura, satisfacción en el trabajo y valores que le dan legitimidad frente a la sociedad y asociaciones similares; las organizaciones, además son un sistema ordenado de significados y prácticas simbólicas.

Tal cultura e identidad no se configura tanto por poseer una historia común y participar de una ideología, tener un propósito, unos recursos y unas relaciones estables, como por el hecho de mantener conversaciones recurrentes en torno a dichas historias, propósitos y vínculos, así como por compartir ritos, símbolos, valores y creencias, que garantizan la continuidad en sus acciones y la cohesión de sus miembros en torno a ellas. También es importante que los integrantes de una organización logren satisfacción en la misma, que le permita tener un sentimiento de placer y contento, por haber dado cumplimiento a una necesidad o gusto; que es la acción de cumplir con un requerimiento establecidos como: anhelo, obligación, sentimiento, queja o cualquier otra razón de una parte contraria. Es así, como se muestra en la Figura 2.1, que se puede analizar la relación como un ciclo entre cultura-identidad-satisfacción y que ambos son necesarios para la contribución al análisis del trabajo informal en las organizaciones.



Por lo tanto, dado que existe una relación dialéctica entre las estrategias producidas de los tianguistas y la satisfacción que se deriva de su actividad

económica, es interés en esta tesis el abordar el proceso de generación de una identidad de los miembros de los “tianguis”. De esta manera, también se indaga en el proceso de creación y recreación de esa identidad, para posteriormente, analizar la relación que tiene ésta con la permanencia de los individuos en una organización como el “tianguis”.

La pregunta principal de investigación genera interrogaciones posteriores, por ejemplo ¿Cuáles son los mecanismos por medio de los que se forja dicha identidad y la cultura de la organización? ¿Cuál es el grado de satisfacción que obtienen los tianguistas?

También la intención de la investigación es producir una herramienta de análisis teórico, que permita analizar cómo y por qué se comparten y articulan diferentes referentes, a través de la construcción de formas de identidad, y cómo éstas se expresan en estrategias de organización de los trabajadores. A pesar de que existe abundante bibliografía a nivel internacional como nacional concerniente a la problemática de la identidad y cultura, considero que no permite comprender el proceso y los elementos intervinientes en la configuración de formas cultura-identidad-satisfacción en un contexto organizacional del trabajo informal como es el “tianguis”.

Paralelamente, las investigaciones sobre espacios denominados “tianguis” son aún muy escasas en México, aunque se puede identificar la existencia de algunos estudios principalmente en países latinoamericanos y europeos. Para el caso concreto de los “tianguis” en Querétaro, de la pregunta principal se desprenden algunos cuestionamientos secundarios: ¿Bajo qué condiciones se crea una organización destinada a implementar una estrategia de sobrevivencia y mejora en la calidad de vida de un conjunto de trabajadores informales? ¿Cómo se construye la identidad del tianguista en la organización? ¿Cómo se forja la cultura de la organización? ¿Mediante qué valores se hace? ¿Cómo esta cultura posibilita el crecimiento, permanencia y estabilidad de la organización? ¿El ser miembro y trabajador en esta organización genera satisfacción en el trabajo? ¿Mediante que mecanismo(s) lo hace? ¿Cuáles son sus supuestos y pautas de comportamiento?

Primeramente, las decisiones de los trabajadores pueden estar construidas en función de un patrón de conducta marcado por su trayectoria de vida. Por ello, se observa el impacto de las experiencias del trabajo de corte familiar sobre la continuidad en la modalidad formal o informal. Por otra parte, se analiza en qué medida aquellas historias en las que existió un pasaje de la posición de trabajo formal a la de dueño informal, pueden generar un fuerte sentimiento de independencia.

En segundo lugar, un trabajador toma decisiones inmerso en una red de relaciones, a partir de la experiencia personal como la trayectoria de vida y depende de los recursos u obstáculos para acceder a un campo social o permanecer dentro del mismo. La pertenencia a una red de relaciones, exige que las decisiones individuales respeten ciertas normas de reciprocidad y lealtad que imponen condiciones a la acción de los miembros. Para conocer cómo la verticalidad u horizontalidad de estas redes podía favorecer o impedir el carácter emprendedor de la actividad comercial y generar una alternativa de trabajo.

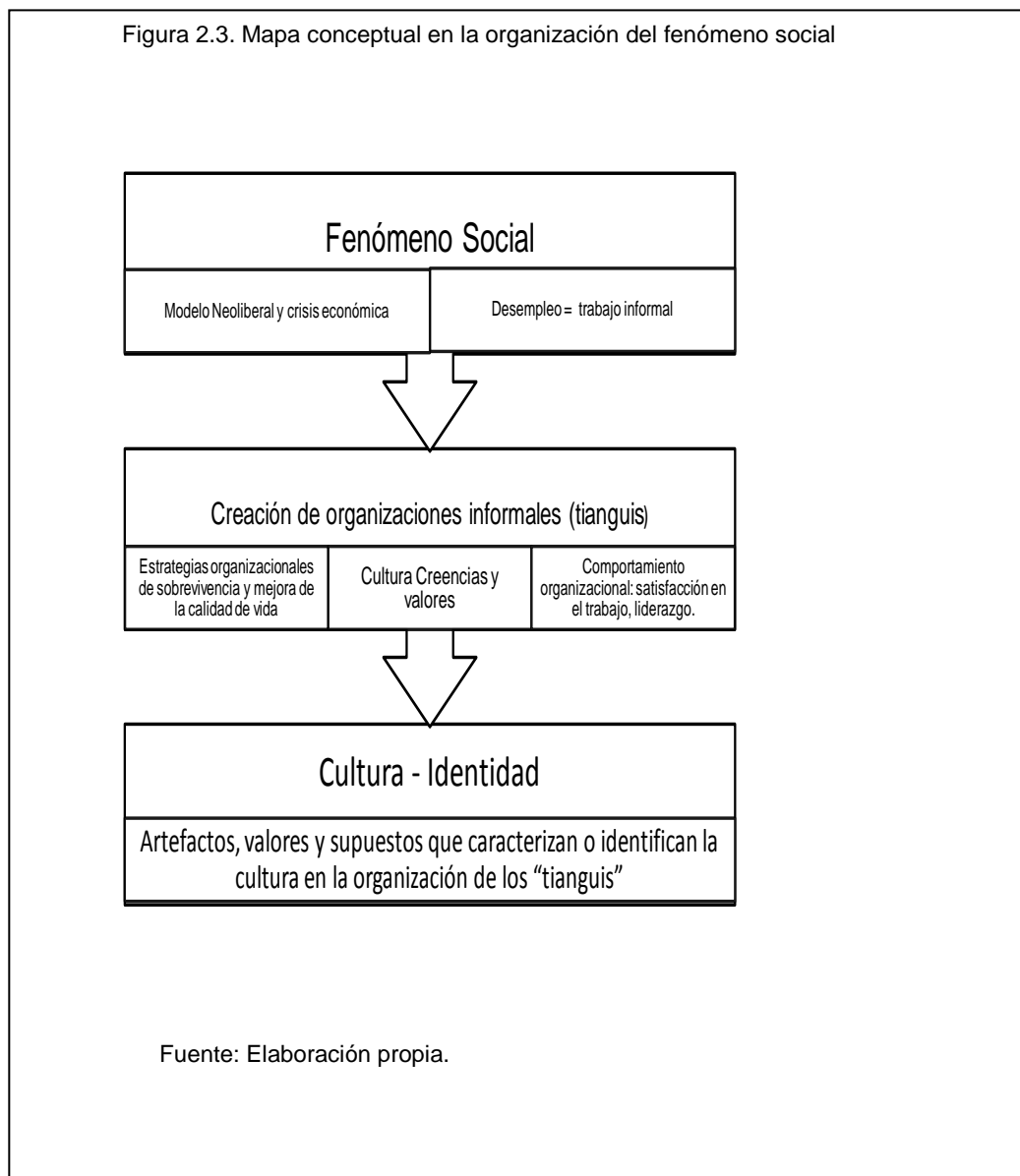
En tercer lugar, las diferentes condiciones estructurales, de las cuales parten los trabajadores pueden estar imponiendo una gama de opciones diferentes entre aquellos ubicados en la formalidad o en la informalidad. En este punto, se pretende conocer cómo a partir de diferentes posiciones con respecto a la ubicación socio-económica y al reconocimiento frente al derecho, pueden construirse distintas visiones del rol que se ocupa en la economía.

2.9. Hipótesis

La hipótesis postula que en la medida que se concibe y fortalece la identidad del tianguista en relación dialéctica entre las estrategias productivas con su organización del “tianguis”, la cultura del tianguista también se crea, se conforma y refuerza, lo que repercute en una mayor satisfacción en el trabajo. Este es un proceso dinámico, ya que a medida que el tianguista individual obtiene mayor satisfacción, adquiere un mayor sentido de pertenencia, lo que fortalece su identidad con la organización, lo

que a su vez fortalece la cultura organizacional, generando a su vez un mayor nivel de satisfacción.

En la Figura 2.3, se ubica el mapa conceptual de esta investigación. Se encuentra que en primera instancia la identidad y cultura son elementos centrales para determinar el comportamiento organizacional que incide en la estrategia del “tianguis” y segundo la satisfacción de los tianguistas se fundamenta en la identidad así como en la cultura organizacional para permanecer en un “tianguis”.



El anterior proceso hace que el “tianguis” pase de ser una mera estrategia u ocupación de sobrevivencia a un proyecto de vida y a una ocupación que se transmite de generación en generación, aun permaneciendo en la informalidad. Para probar esta hipótesis, en este trabajo se identifica cómo se relaciona la identidad cultural con la satisfacción en el trabajo realizado por los tianguistas en sus organizaciones. De igual forma se analiza la percepción que el tianguista tiene de sus organizaciones y su relación con su entorno. Los métodos cualitativos y cuantitativos apropiados que más adelante se definen permitirán obtener una correlación entre variables. Al final, se corrobora la identidad cultural que adquiere el tianguista en su organización, a partir de su relación familiar y trabajo.

En el medio ambiente del “tianguis”, es posible encontrar mecanismos de control sobre las actividades formales e informales, así como normas y reglas explícitas e implícitas que estructuran la dinámica de trabajo y sus pautas de reproducción.

2.10. Recapitulación

Como ha podido comprobarse, el trabajo informal en nuestro país ha ido en aumento, conformando una problemática que requiere de una particular atención por parte del gobierno. Para mejorar la calidad de vida de la población es necesario contar con una serie de estrategias que lo hagan posible. Para el caso del presente estudio, el trabajo informal representa una salida para obtener mayores ingresos, dando como consecuencia la formación de organizaciones llamadas comúnmente “tianguis” que forman parte del cuadro social que día con día se percibe en las grandes urbes. El “tianguis” de ser un medio de sustento pasa a ser un proyecto de vida que se transmite de generación en generación a pesar de permanecer en la informalidad.

En el siguiente capítulo se clasifican las organizaciones, se definen, se abordan los temas relevantes al “tianguis” como organización, se dan a conocer las características que hacen que el “tianguis” sea una organización y las estrategias de organización y de supervivencia.

PARTE II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

CAPÍTULO 3

ORGANIZACIÓN EN EL TRABAJO INFORMAL

3.1. Introducción

El presente capítulo plantea el marco teórico del trabajo, el cual relaciona los conceptos de organización, estrategia y estrategia de sobrevivencia con el “tianguis” y el trabajo informal objeto de estudio del trabajo. La importancia de este capítulo es que presenta el marco teórico general en que se insertan las categorías de identidad, cultura y satisfacción en el trabajo que apuntalan dicho marco conceptual.

Organización se deriva del griego *órganon*, que significa instrumento. En español, *organizar*, como verbo, se refiere a una acción en sentido de proceso administrativo. Como sustantivo *organización* hace referencia al conjunto de personas que utilizan determinados recursos, procedimientos y estrategias para cumplir una misión concreta; es decir, como entes sociales (Pariente, 2000: 33). Las organizaciones, como entes sociales, son espacios creados en la dinámica de sociedades heterogéneas.

Existen diferentes definiciones de organización, de las cuales se citan algunas, con el propósito de forjar un concepto aplicable al caso concreto en estudio. Para Etzioni (1964:3), las organizaciones son unidades sociales (o agrupamientos humanos) reconstruidos para buscar metas específicas. Se incluyen las corporaciones, ejércitos, escuelas, hospitales, iglesias y prisiones. Se excluyen las tribus, clases, grupos étnicos y familias.

Según Scott (1964: 48), las organizaciones se definen como colectividades que se han establecido para la consecución de objetivos relativamente específicos a partir de una base más o menos continua. No obstante, queda claro que las organizaciones tienen características distintas aparte de la continuada y especificidad de metas. Cuentan con fronteras relativamente fijas, un orden normativo, niveles de autoridad, un sistema de comunicación, y un sistema de incentivos que permite que varios tipos de participantes trabajen juntos en la consecución de metas comunes.

Por su parte Hall (1996: 33) señala que una organización es una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación; existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad.

Gámez (2003: 43) señala que las organizaciones son sistemas abiertos, en donde se tiene una intensa relación con el ambiente. Esto significa que las organizaciones son sistemas con actividades interdependientes, ligadas con coaliciones cambiantes de participantes; los sistemas están incluidos y dependen de los cambios continuos y constituidos por el ambiente en los que operan.

Según Amorós (2007: 6), la organización es una unidad social coordinada de forma consciente, conformada por personas, que funciona con una base de relativa continuidad para llegar a sus metas comunes. La organización implica la coordinación de actividades, orientando la acción conjunta hacia el logro de unos resultados que, aunque sea por razones diversas, estimen todas ellas que les interesa conseguir.

Las organizaciones están expuestas a diversos factores que las influyen, propiciando su modificación y en consecuencia puede verse comprometida su sobrevivencia (Urbiola y Lara, 2008: 215). Finalmente, según Lara (2004: 230), las organizaciones como entidades legales, son participantes activos de la sociedad, que pueden ser estudiadas desde diversos enfoques tanto teóricos como empíricos para comprender el papel que juegan en las sociedades contemporáneas. Es por esa razón que es importante definir a la organización a partir de varias ideas que permita construir la definición de trabajo en la presente investigación.

Las definiciones anteriores, entre otras, ofrecen la posibilidad de aplicar diversas miradas para el “tianguis” como objeto de estudio. El “tianguis”, se caracteriza por ser un grupo de personas que actúa como colectividad, cuyos individuos, los tianguistas, comparten propósitos comunes, aunque también tienen algunos intereses diferentes. En esta organización cada tianguista tiene un objetivo

específico y se limita a sus fronteras relativamente fijas, aunque como organización, el "tianguis" cuenta con un orden normativo, niveles de autoridad, un sistema de comunicación, que permite que varios o todos sus integrantes trabajen en la consecución de metas comunes. De esta manera, la distribución de actividad no es necesariamente estricta ni lineal ya que se desarrolla mediante esquemas interpretativos y de acciones estratégicas contingentes de un sinnúmero de actores al amparo de reglas, recursos y formas.

3.2. Clasificación de las organizaciones

Existen diversas clasificaciones de las organizaciones, algunas muy conocidas; Morgan (2009), las divide principalmente en tres, organización como máquina; organización como organismo; organización como cerebro, o el debate epistemológico de las teorías de organizaciones, "un tiempo en el que la definición tanto del objeto de estudio (*subjectmatter*) como de las reglas para la construcción de la teoría y de la práctica de investigación están abiertos al debate y a interpretaciones conflictivas" (Reed, 1992: 255).

Sin embargo, para fines de este trabajo la clasificación desarrollada por Zalpa (2002), se considera adecuada. Este autor clasifica las diferentes perspectivas teóricas para el estudio de las organizaciones en:

Escuela clásica. Indica que las organizaciones tienen prioridad sobre sus miembros, y se basan en las instrucciones claras, y el control de las acciones mediante la comunicación (verbal o escrita), y da como ejemplo las organizaciones como *McDonald's*, *Disneylandia* y los modelos japoneses (*Total Quality Management* y *Just in Time*), así como los cuestionamientos a la administración científica de Taylor.

Escuela de las relaciones humanas. Desarrollada originalmente en las investigaciones de Mayo (1923), Roethlisberger y Dickson (1966), en la planta Hawthorne. Los administradores manejan las organizaciones de acuerdo a las ideas que tienen acerca de la naturaleza de sus miembros y así éstos, se mueven en el

campo de la teoría. Además, de acuerdo con esta perspectiva, no se puede estudiar a las organizaciones sin tener en cuenta a sus miembros, sus motivaciones, las relaciones entre ellos, los diferentes tipos de liderazgo y las normas informales que se crean. Las empresas se desarrollan, si sus miembros se desarrollan, y buscan la convergencia entre los objetivos de las organizaciones con los de sus integrantes. Los investigadores se concentraron en algunos aspectos de la organización como los grupos informales, el comportamiento social, las creencias, actitudes y expectativas. Bajo este enfoque la empresa es vista como organización social compuesta de diversos grupos formales e informales, cuya estructura no siempre coincide con la organización formal, es decir, con los propósitos y la estructura definidos por la organización.

Escuela estructural. Plantea el resurgimiento de la burocracia, la que predomina la organización matricial tiene en cuenta diversas variables para la consecución de los objetivos. Busca, la diferenciación e integración de las partes. Los organigramas se convierten en instrumentos básicos de trabajo.

Escuela de la elección racional. Para ésta, el marco de referencia son los procedimientos de información, basada en el análisis cuantitativo, confiable, para que, la organización esté en condiciones de elegir racionalmente sus objetivos y sus teorías son los modelos de decisión.

Las organizaciones como relaciones de poder. Esta perspectiva se centra en las influencias teóricas del marxismo y del conflicto. Hace énfasis en los aspectos conflictos de la interacción, coaliciones y negociación. Se estudian las organizaciones como sistemas de actividad política, poder, control y de resistencia en los sistemas de gobierno.

Teoría de la contingencia estructural. Se basa en el principio ecológico de la adaptación de las organizaciones al entorno e indica que, no hay una única forma óptima de organización, que depende de factores del medio ambiente y de las circunstanciales, como la estrategia, el tamaño, la tecnología, el grado de claridad y la complejidad de los objetivos. Se seleccionó esta clasificación por tratarse de la más importante y la más completa. Además es la que se adapta más fácilmente al

estudio de las organizaciones informales. Más adelante se da una definición de organización aplicable a esta investigación para determinar su recorrido en la historia y saber cómo ha evolucionado esta definición a través de los años.

Segundo esta clasificación de teorías permite ir más allá de la consideración sistémica de las organizaciones y de la nueva teoría que explica a las organizaciones como entidades, en donde, se distingue un conjunto de elementos en equilibrio de la conducta y la autonomía de los trabajadores formales o informales. Por ejemplo, la escuela de las relaciones humanas que es importante en el desarrollo de la teoría de las organizaciones, es el eje de análisis a la consideración de la organización como un sistema. De igual forma, la función de la Escuela del Comportamiento es la elaboración y desarrollo de modelos para la toma de decisiones entre los trabajadores, con las necesidades e intereses, dándole una nueva dimensión humana. Para esta teoría, los trabajos de Maslow (1943) son el eje teórico fundamental. Este eje teórico, que inicia con los estudios de la conformación de las estructuras informales en las organizaciones, aportado por los grupos informales; la humanización de la administración; la influencia de las normas grupales, entre otros, dando una perspectiva de la organización como un sistema social constituido por una serie de roles, por lo tanto una organización informal (Ramírez, 2000).

Al estudiar el comportamiento de los trabajadores en las organizaciones, no hay que olvidar el lado humano. McGregor (1960) impulsó dos teorías que son; la *Teoría X* que dice el ser humano ordinario siente un fastidio intrínseco hacia el trabajo y lo evitará siempre que pueda. Debido a esta tendencia humana de rehuir el trabajo la mayor parte de las personas tienen que ser obligadas a trabajar por la fuerza, controladas, dirigidas y amenazadas con castigos para que desarrollen el esfuerzo adecuado a la realización de los objetivos de la organización.

Esta teoría puede ser viable en el corto plazo, para momentos puntuales de una crisis, pero construir en el siglo XXI una empresa únicamente sobre el orden y mando parece aventurado, ya que la *Teoría X* no puede extenderse permanentemente en el tiempo. No hay entidad ni organismo vivo que lo resista y es impropio de sociedades democráticas. Y la *Teoría Y* es el desarrollo del esfuerzo

físico y mental en el trabajo es tan natural como el juego o el descanso. Al ser humano común no le disgusta esencialmente trabajar. Por otro lado, el control externo y la amenaza de castigo no son los únicos medios de encauzar el esfuerzo humano hacia los objetivos de la organización, el hombre debe dirigirse y controlarse a sí mismo en servicio de los objetivos a cuya realización se compromete por las compensaciones asociadas con su logro.

En cierta manera el ser humano tradicional se habitúa a buscar responsabilidades, la falta de ambición y la insistencia en la seguridad son consecuencias de la misma experiencia y no características esencialmente humanas, la capacidad de desarrollar en grado relativamente alto la imaginación, el ingenio y la capacidad creadora para resolver los problemas de la organización es específica de grandes sectores de la población.

McGregor (1960), también propone la adopción de la *Teoría Y* para aumentar la motivación de los empleados, ya que es efectiva con trabajadores, con ciertos niveles de conocimientos que los llevan más allá de los dos primeros niveles de la jerarquía de necesidades de Maslow (1943). Existen enfoques de las organizaciones que se ajustan más claramente al “tianguis” como objeto de estudio: las organizaciones flojamente acopladas y el enfoque neoinstitucional de la organización.

3.3. Anarquías organizadas y acoplamiento flojo

El “tianguis”, se puede considerar como una organización que se ajusta a la teoría del acoplamiento flojo o débil, que tiene entre sus características la toma de decisión horizontal y el no contar con una normatividad muy elaborada (Weick, 1976). Por otra parte, dentro de los estudios organizacionales existen enclaves disciplinarios que permiten encontrar ciertas explicaciones sobre el comportamiento de los “tianguis” como formas de organización. Algunos de estos enclaves son los que consideran a las organizaciones como “*anarquías organizadas*”. Thompson (1967) considera que gran parte de la conducta organizativa puede deducirse como los intentos de resolver la

tensión entre la incertidumbre ambiental y la racionalidad organizativa. De este modo, para conseguir esta racionalidad y un auto-control necesario la organización debe obturar, cerrar el paso, a la incertidumbre ambiental. Para ello, la organización debe adaptarse, ajustarse a las exigencias con un diseño organizativo que lo permita, y buscar otros modos de interactuar con el ambiente.

Las características de una “organización flojamente acoplada” se pueden presentar cuando: a) hay tiempos perdidos, esto sucede frecuentemente si existen más recursos que demandas, entonces los medios se convierten en fines; se construyen redes que deberían ejercer influencia positiva, pero son débiles y lentas; se da una falta de coordinación entre trabajadores y entre colectividades (Weick, 1976).

b) Se tiene coordinación lenta o la coordinación se va amortiguando conforme se mueve el sistema; hay ausencia relativa de regulaciones; la planeación es poco ambiciosa o inalcanzable: se da una independencia causal real; hay una capacidad mínima de observación; la inspección de actividades no es muy profusa; se tiene una descentralización de funciones; se da una delegación de discreción para la toma de decisiones; existe una ausencia de uniones que deberían estar presentes; la estructura organizacional no es correlativa con su actividad; se tiene la idea por parte de los actores, que no importa lo que se haga, siempre sale todo igual; los requisitos y la elaboración de documentación son excesivos (Weick, 1976).

Glassman (1973), señaló que el acoplamiento se encuentra presente en sistemas que tienen pocas variables en común o que las variables que tienen en común son débiles. Weick (1976), definió acoplamiento flojo como una situación en la cual los elementos son receptivos, pero retienen evidencia de separación e identidad. Más adelante, escribió que el acoplamiento flojo se evidencia cuando los elementos se afectan entre sí, repentinamente (en vez de continuamente), ocasionalmente (en vez de constantemente), negligentemente (en vez de significativamente), indirectamente (en vez de directamente), y eventualmente (en vez de eminentemente).

Según Weick, (1976), las organizaciones flojamente acopladas se caracterizan por su extrema complejidad; este sería el caso de los “tianguis”, ya que en ellos conviven diversos trabajadores que tienen sus propios intereses como los estímulos, perfiles, y algunos más. Así las demandas y reclamos como son categorías salariales, espacios físicos adecuados, entre otros y sus metas son ambiguas.

Lo anterior propicia que se haga uso de distintos significados entre los propios integrantes del “tianguis”; sus trabajos tienen diversos destinatarios, con requerimientos y necesidades distintos. Por ejemplo en cada “tianguis” hay subdivisiones por calle lo cual se convierte en una unidad, desarrolla las formas de ventas hacia el cliente; la tecnología que emplean los tianguistas es diversa, algunos dominan el manejo de una computadora y otros ni siquiera saben operarla; intentar controlar y coordinar sus actividades, lo que conduce a inconsistencias como es el involucramiento diferenciado de los tianguistas y, en ocasiones, a conflictos.

Los elementos de intención y acción dentro de las organizaciones flojamente acopladas, son mayormente discutidos entre los técnicos y los líderes al interior del “tianguis”, a lo que se suman los elementos adicionales como posiciones jerárquicas informales. Por tanto el concepto acoplar es crucial debido a su habilidad de resaltar la identidad y separación de los elementos que aparecen y desaparecen con el tiempo, como la intensidad de acoplamiento para crear los elementos de cultura organizacional y la satisfacción en el trabajo dentro del “tianguis”, lo que permite el acoplamiento flojo.

Por último, para la teoría neoinstitucionalista de Meyer y Rowan (2001), Meyer (1983) y Powell y DiMaggio (1995), la organización tiene un núcleo operativo donde se procesa la transformación de los insumos. La estructura organizacional a menudo no tiene un efecto real sobre las operaciones o sea que tienen un acoplamiento flojo, la organización adopta formas estructurales que reflejan la conformidad con exigencias sociales, la responsabilidad social, así como la apariencia de racionalidad.

Sin embargo, existen presiones sociales, para adherirse a creencias convencionales, lo que influye en que la estructura y procesos organizacionales que se reflejan en las normas, valores, ideologías institucionalizadas en el contexto de la

organización (Scott, 1987). Se asegura que las organizaciones que incorporan los elementos del contexto institucional o cultural, es decir, las reglas, creencias, ideologías y requerimientos sociales, adquieren apoyo y legitimidad, por lo tanto se mantienen con vida.

Según DiMaggio y Powell (2001), el neoinstitucionalismo considera que las organizaciones son moldeadas, tanto por las fuerzas externas como por los procesos que incluyen acuerdos miméticos y normativos, así mismo, considera que tanto el estado como las asociaciones ejercen presión sobre las organizaciones para homogeneizar sus burocracias. Estos autores consideran que los procesos de influencia en un campo organizacional ocurren a través de uno de los tres procesos siguientes:

Primeramente el isomorfismo coercitivo, se refiere a las organizaciones que adoptan ciertas actitudes debido a la presión ejercida por el estado, otra organización más poderosa o por la sociedad. Las presiones incluyen regulaciones que obligan a obedecer y otorgan legitimación únicamente a aquellas organizaciones que obedecen. En segundo isomorfismo mimético, que se refiere a los procesos de imitación en los que algunas organizaciones buscan seguir a otras organizaciones más exitosas. Las organizaciones que practican mimesis buscan adoptar los aspectos y atributos que parecen conducir a una organización al éxito y, por lo tanto, evitar los procesos de prueba y error. En tercero el isomorfismo normativo, se relaciona con la profesionalización en donde grupos profesionales dan legitimación a las ocupaciones que ellos representan extendiendo su influencia hacia las organizaciones.

Hay dos aspectos importantes que son la forma en que un “tianguis” provee su legitimación y las oportunidades de crecimiento, estos son la estructura organizacional a través del reglamento interno que los líderes han creado para dar certeza, tranquilidad, seguridad, normalidad para dar un frente común hacia el gobierno y a la sociedad (ver anexo IV). Es así que el “tianguis” adopta formas estructurales que reflejan la conformidad con exigencias sociales, la responsabilidad social, así como la apariencia de racionalidad, y por otra parte es la variedad de

productos que en forma grupal pueden desplazar en cada “tianguis” dentro de todo el municipio de Querétaro, esto hace que la gente no se desplace a otros lugares para buscar la mercancía que necesita, tiene mayor oportunidad para crecer en el mercado y las ganancias de cada tianguista.

3.4. El “tianguis” como organización y sus características

Con base en la relación dialéctica de las teorías de las organizaciones formales e informales como es la escuela de comportamiento pasando por la teoría neoinstitucionalista hasta el acoplamiento flojo, se puede hacer un análisis de cada elemento de las definiciones que permite ver al “tianguis” como una organización. Los componentes y características que a continuación se enuncian, permiten la factibilidad y congruencia de la investigación del caso del “tianguis”, asimismo la interpretación y consideración de un constructo social como organización.

El concepto de colectividad es un conjunto de personas a los que une una relación que persiguen un mismo fin. Esto significa que al igual que las organizaciones, los “tianguis” son establecidos por seres humanos que se reúnen para realizar objetivos compartidos en defensa e interés de un grupo, en un contexto social y actúan como organización con base en sus estatutos, reglamento y disciplina.

Por otra parte, el “tianguis” cuenta con una frontera relativamente identificable que, tratada en la perspectiva cultural-cognitiva, supone la identificación entre los miembros de la misma de acuerdo a su entorno con responsabilidad y así comparten valores. En el caso de los “tianguis” cada trabajador que lo conforma se puede identificar entre sí por su trayectoria de vida, religión y sus metas de organización.

También cuenta con un orden normativo porque toda colectividad estructurada con miras a la obtención de metas, objetivos e ideales preestablecidos requiere de un mínimo de normas que permitan dirigir, coordinar y controlar la acción y recursos de sus integrantes, lo que da certidumbre a los logros de dichas metas, objetivos e ideales. Como toda organización los “tianguis” tienen un orden normativo, pues gran

parte del procedimiento y los trámites de sus integrantes son dirigidos, coordinados y controlados por sus estatutos formalmente establecidos y firmados por cada uno de sus miembros.

Un “tianguis” cuenta con niveles de autoridad para coadyuvar al logro de sus objetivos, metas e ideales colectivos, solamente se requiere un mínimo de cooperación y coordinación, para el funcionamiento de los “tianguis”: como en toda estructura de dominación se han desarrollado niveles de autoridad como son el coordinador, presidente y tesorero, en otros, que se agrupan en una asamblea general constituida por todos los integrantes del “tianguis” para que los trabajadores hagan suya la capacidad formal y legítima de mandar y ser obedecidos, lo cual, depende de la eficacia de la disposición de la autoridad en el diseño y establecimiento de una estructura ordenada.

Esta organización también tiene sistemas de comunicación y sistemas de coordinación de membrecías, porque en todo proceso de comunicación es inherente a toda acción social así como orden de las actividades de supervisión y normalización, que están incluidas en la colectividad, es por eso que es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican y coordinan con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Los “tianguis” se han provisto de un marco de conocimiento e interpretación común que facilita el flujo de información que corre a través de pláticas en las calles, órdenes verbales, de puesto en puesto, hasta por teléfono y mensaje. También en los “tianguis se ha generado una normalización formal del proceso que es el reglamento interno donde indica la disciplina y orden de los lugares que han sido autorizados.

El “tianguis” es una colectividad que existe de manera continua en un ambiente, porque tienen capacidad de adaptación a los cambios del ambiente, y subsisten a través de largos períodos y cada integrante interactúa de modo continuo en ellos y con otros grupos. La mayoría de los “tianguis” tienen una antigüedad de 10 años en promedio y su relación de proveer productos o servicios a la colonia que demandan como venta de discos, alimentos, frutas, ropa entre otros.

También es una organización que se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas, porque en toda organización se tienen acciones que son necesarias para el logro de las metas e ideales que son el factor por el cual se construye la colectividad y a partir de ello se establece su coordinación y cooperación; en los “tianguis” hay una variedad de actividades que van desde la colocación de sus puestos, hasta el derecho a voz y voto para el proceso de elección de sus líderes.

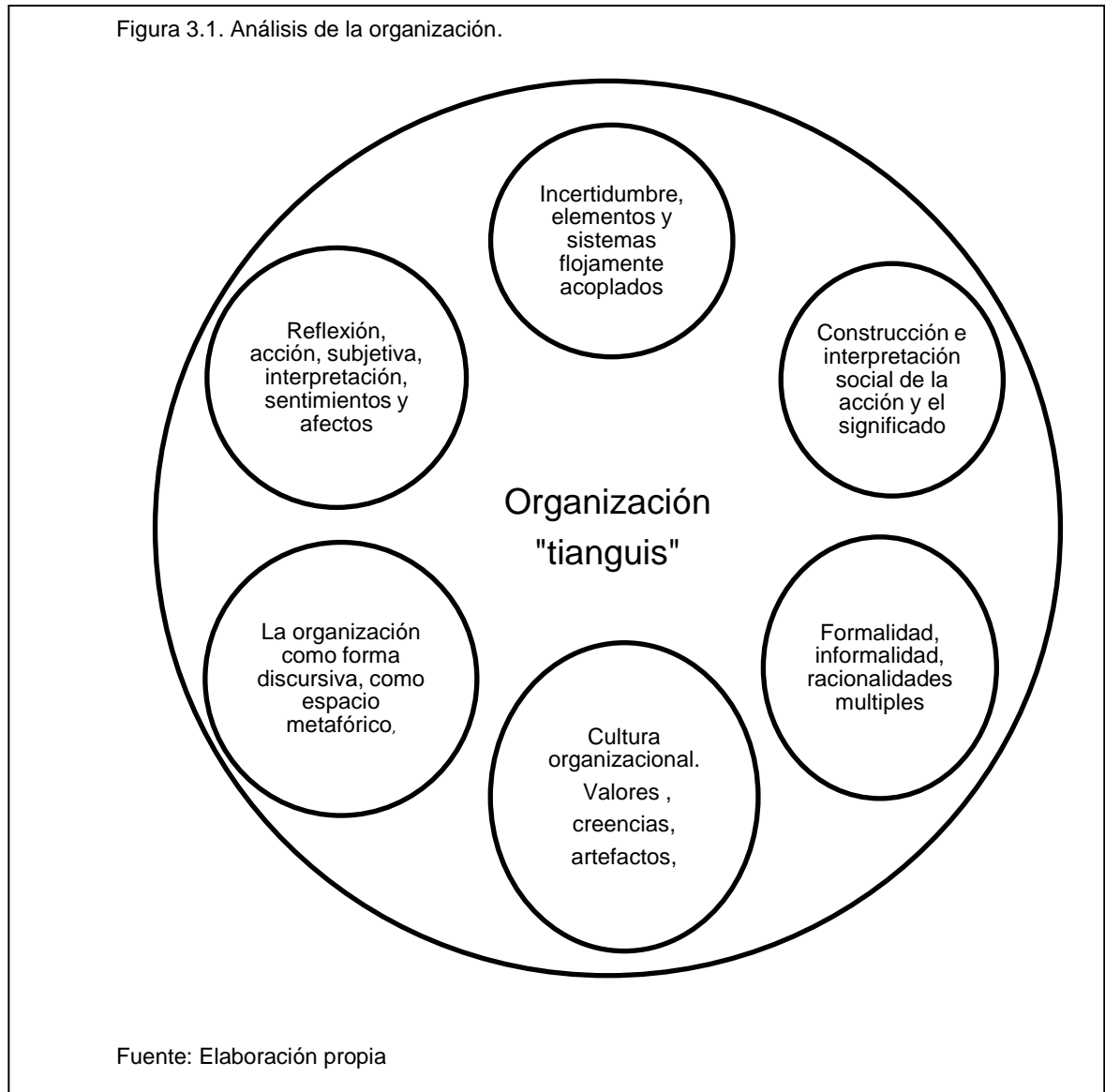
En un “tianguis”, las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad porque, la incorporación y aceptación de colaboración de los miembros de la colectividad está mediada por el interés de obtener ciertos resultados, ya sean de estatus, materiales o simbólicos, partir de su medio ambiente inmerso a la colectividad que demanda diversos logros y con base en ellos califica su legitimidad, eficacia y eficiencia. En el “tianguis” cada trabajador en lo individual, busca como esencia de su colaboración en la colectividad una serie de resultados que los beneficien a través de elevar su estatus, calidad de vida, recursos económicos y pertenencia social entre otros.

Después de analizar el grado en que los “tianguis” satisfacen los elementos definitorios de una organización y hacer evidente, mediante ejemplos sencillos, que se satisfacen de manera general todos ellos, es posible afirmar con conocimiento de causa que los “tianguis” sí son organizaciones, y se legitiman como objeto de estudio de los estudios organizacionales.

Es necesario señalar que las definiciones utilizadas anteriormente no alcanzan a mostrar todas las dimensiones y lógicas de acción de la organización, por ejemplo la siguiente figura muestra una mayor parte de la organización.

En la Figura 3.1, se observa lo complejo que es el fenómeno del trabajo informal que se realiza en los denominados “tianguis”. Por lo tanto, cuando las organizaciones son de origen interno, los miembros que participan en la decisión de su creación o existencia forman parte de ellas. Por ejemplo, cuando un grupo de personas acuerdan crear una organización como un “tianguis”, deben considerar valores de cultura e identidad y sobre todo la satisfacción de la agrupación.

Figura 3.1. Análisis de la organización.



Aquí su decisión es sólo producto de su albedrío, no como ejercicio de ningún poder. La decisión de crear la organización lleva adjunta la de formar parte de ella. A su vez, ser parte de ella en el primer momento de su existencia ocasiona dos situaciones: la de creación y la de pertenencia, que con su ocurrencia simultánea estarían tipificando el fenómeno de origen interno (Carvajal, 2005).

Con base en el análisis anterior se puede observar claramente que el “tianguis” es una organización que presenta un diseño y comportamiento organizacional, por ejemplo, el “tianguis” de la colonia el Tintero, mercado de La “Cruz”, cuenta con niveles de autoridad (líderes, coordinadores de zona, supervisores), sistemas de comunicación, normas, colectividad que se puede identificar en una frontera. De igual forma, establecen una actividad que tiene resultado la supervivencia del “tianguis” y por ende de sus integrantes.

3.5. Organización y estrategia

La palabra *estrategia* se deriva del latín *strategia* y del griego *στρατήγεια* a través del francés *stratège*, es un proceso regulable, el conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Su origen es el ámbito militar; su objetivo es diseñar acciones en espacios no controlados.

La evolución del concepto a lo largo del tiempo lo ha llevado en primera instancia al ámbito de las empresas, donde el hilo conductor para su traslado y adaptación a contextos turbulentos fue la competencia. Posteriormente, su uso se difundió en las organizaciones como una forma de generar resultados racionales, liderazgos capaces de reducir la incertidumbre organizacional y alcanzar así los objetivos esperados.

En este sentido se puede considerar a la estrategia (Hax y Majluf, 1993), como un concepto multidimensional que incluye la totalidad de las actividades críticas de la organización y les proporciona un sentido de unidad, dirección y propósito. Esto define la estrategia como un patrón de decisiones coherente que determina y revela el propósito organizacional en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción y prioridades en la asignación de recursos, selecciona los negocios de la organización en los cuales debe estar, intenta lograr una ventaja sostenible a largo plazo, respondiendo a las amenazas y oportunidades en el medio ambiente, las fortalezas y debilidades de la organización, que debe contemplar todos sus niveles jerárquicos de la organización.

Por otro lado, las estrategias pueden existir en una organización aún cuando no estén formuladas en un plan de acción, ya que por lo general su dirigente es a la vez quien toma todas las decisiones en forma cotidiana y sin una planeación por escrito. De acuerdo a Mintzberg y Quinn (1993), se pueden implementar dos tipos de estrategia: *implícita y explícita* que son:

Implícitas, son las que están en la mente del directivo, producto de su visión; se van presentando en forma reactiva al entorno, no están plasmadas en un plan formal, ejemplo de estrategias emergentes.

Explícitas, son las que se elaboran como parte de un planeación formal, están por escrito, por ejemplo las deliberadas.

Es así que desde el taylorismo hasta la actualidad, existe un deseo de control en la organización, que se refleja en el comportamiento de sus miembros, con los fundamentos que presenta la planeación estratégica hasta recientemente incluir que los trabajadores deben asumir una identidad cultural.

La estrategia no refleja necesariamente procesos racionales, por el contrario, se le considera como un proceso de construcción social y por lo tanto el proceso estratégico tiene un carácter político, con modelos racionales limitados para enfrentarse al cambio organizacional. Por ejemplo en Simón (1982), a la acción bajo racionalidad limitada debido a la falta de información, de tiempo o de la capacidad para analizar alternativas a la luz de las metas buscadas, metas confusas, o simplemente a la tendencia humana a no correr riesgos al tomar una decisión, la define como *satisfacción suficiente*, considerado como *proceso racional de toma de decisiones*.

Desde esta perspectiva analítica, la adopción de una legitimidad y supervivencia colocan su atención en los procesos culturales entre trabajadores, dependiendo del nivel jerárquico donde se ubiquen. Las relaciones que mantienen los tianguistas no son tan predecibles o lineales, ya que pueden adquirir una connotación formal.

Las organizaciones tienen características que las mueven hacia la acción coordinada, particularmente estructuras del control y procedimientos de

funcionamiento estándar jerárquicos, aunque en el fondo existe una tendencia hacia el acoplamiento flojo (Weick, 1976). Sin embargo, desde la Antropología se abre la pauta para reconocer la importancia que juegan los rituales como mecanismos de socialización, delimitación de funciones y conformación de roles entre los miembros (Díaz, 1998).

3.6. Estrategias de supervivencia

En las sociedades capitalistas para ganarse la vida hay que trabajar, y esto parece ser lo normal. Sin embargo, también hay que analizar los valores culturales en todo trabajador formal e informal. Toda una serie de personas debe rebuscarse para poder sobrevivir por fuera de las relaciones formales/normales. En este contexto en que se vive y como se plantea en esta investigación ante la crisis económica, las personas, familias, grupos y comunidades locales recurren crecientemente a tácticas colectivas de supervivencia. Desde trabajadores precarizados e informales, hasta desempleados estructurales.

Éstas son muy variadas en su forma pero tienen el mismo contenido: pugnan por sostener sus familias, grupos y comunidades puestas en riesgo por la dinámica de procesos externamente dirigidos. Por lo tanto, continuando la pregunta ¿Bajo qué condiciones se crea una organización destinada a sobrellevar una estrategia de supervivencia y mejorar en la calidad de vida de sus integrantes?

Esto lleva a considerar algunas reflexiones que sirven para pensar la acción colectiva de las clases populares y las maneras en que investigadores han intervenido sobre ellas. El concepto de estrategia de supervivencia es utilizado por primera vez en ciencias sociales, para el análisis de familias pobres en el Gran Santiago de Chile (Duque y Pastrana, 1973).

Según Duque y Pastrana (1973), se plantean que con el objeto de asegurar el sustento de la economía familiar, las estrategias de supervivencia consisten principalmente en la acentuación de acciones económicas para todos, o la mayoría, de los miembros constituyentes de las unidades familiares. Se diseña una estrategia

de participación ocupacional y de contribución al ingreso familiar, que incluirá a la esposa, los hijos mayores, los hijos menores, los parientes y los allegados. En este sentido, a partir del contexto y las características socioeconómicas de los tipos de unidades familiares es que se diseñan estrategias de trabajo informal para contribución al ingreso familiar (OIT, 2008).

Sobre las “estrategias de supervivencia familiar” Torrado (1982,1998), ha intentado construir un concepto con generalidad teórica susceptible de ser desarrollado dentro de un modelo teórico aplicable. Según Gutiérrez (2005), las contribuciones demuestran la preocupación y el interés por esclarecer las diferentes dimensiones teóricas metodológicas y empíricas implicadas en el concepto de estrategias de sobrevivencia familiar y sus diferencias con otros conceptos. En Torrado, (1981) y Gutiérrez, (2005), se resume la teoría en un solo enunciado sistemático y coherente, señalando que es un conjunto muy variado de comportamientos económicos, sociales y demográficos, que se estudian en forma aislada y predecible de un principio unificador; representa por lo tanto un criterio válido de unificación y organización del conocimiento teórico.

La fertilidad teórica-metodológica es la unidad de análisis individuo-familia, lo que implica también definir una nueva temporalidad. A la vez plantea saldar las diferencias entre lo macro y lo micro. Una de las manifestaciones de este fenómeno es la emergencia de una perspectiva analítica que trata de rescatar el estudio de las relaciones entre fenómenos de nivel macrosocial (estructuras) y de nivel microsociales (comportamientos) a través de instancias mediadoras como las clases sociales y la familia (Torrado, 1982:15).

El concepto estrategia de supervivencia familiar hace referencia a las unidades familiares pertenecientes a cada clase o estrato social, con base en las condiciones de vida que se derivan de dicha pertenencia desarrollan, deliberadamente o no, determinados comportamientos encaminados a asegurar la reproducción material biológica del grupo.

A la reproducción material, o sea, a la reproducción cotidiana de la energía gastada por los integrantes del grupo en la producción económica y/o las tareas

domésticas requeridas por el consumo familiar, se asocian comportamientos conducentes a la adopción de determinadas pautas de participación en la actividad económica por sexo y edad, así como conductas migratorias tendientes a posibilitar el acceso a oportunidades de empleo que proporcionen medios de subsistencia (Torrado, 1981).

La reproducción biológica es la creación, supervivencia y desgaste de los miembros de la unidad familiar: se asocian comportamientos demográficos tales como la formación y disolución de uniones, la construcción de comportamiento reproductivo y la mortalidad. Desde este punto de vista, las estrategias de supervivencia familiar constituyen un aspecto fundamental de la dinámica de reproducción de las diferentes clases y estratos sociales en una sociedad concreta (Torrado, 1981; 64).

A su vez, Anderson (1991), encuentra que los estudios empíricos inciden en una serie de aspectos: la composición de la unidad doméstica que son las actividades económicas informales; las redes de intercambio; servicios sociales sustentados por políticas públicas. Plantea que la familia (la unidad doméstica) se movería entre estos tres niveles aplicando un esquema más o menos consciente, acordado entre sus miembros, a fin de obtener los diversos bienes necesarios para su beneficio diario.

Sin embargo, es importante plantear la necesidad de pensar el concepto vinculado a beneficios de la vida, dentro de esta gran diversidad se puede marcar que el concepto ha quedado en los países subdesarrollados a las prácticas de los sectores pobres en tanto formas de reproducción social.

Con respecto a ello, Argüello (1981) señala que el concepto de estrategias de supervivencia intenta aprehender un proceso social particular, compuesto de un conjunto de factores estructurales, de sus representaciones y de comportamientos de un grupo social que soporta la institucionalización de un sistema de desigualdades sociales derivadas de un determinado estilo de desarrollo.

Dentro de este conjunto de elementos y comportamientos, y junto a acciones en el campo económico, social y cultural, se incluyen diversos componentes

demográficos como fecundidad, migraciones, mortalidad y morbilidad. Sin embargo, el conjunto de este proceso está orientado por una estrategia de obtener los recursos para satisfacer las necesidades consideradas socialmente como básicas y adecuadas a la preservación de la dignidad humana (Argüello, 1980: 4). Es por ello que existe una fuerte relación entre estas estrategias y la precariedad, por lo que es importante explicar cómo los tianguistas pueden multiplicarse a pesar de sus carencias y restricciones.

De la misma forma Cariola (1992), define la estrategia de supervivencia como la articulación del conjunto de mecanismos, comportamientos y relaciones desplegadas para darle viabilidad a un objetivo fundamental: lograr la reproducción integral de la unidad doméstica en las mejores condiciones posibles o, dicho de otra forma, alcanzar un cierto nivel de satisfacción de sus necesidades básicas. De aquí se desprende que hay una relación que depende de las categorías económico-organización-estrategia-cultura.

3.7. Síntesis del presente capítulo

Existen diferentes tipos de organizaciones (religiosa, social, económica, política, militar, entre otras), para el caso del presente estudio, se tomó como organización al grupo de personas que pertenecen a una esfera y que interactúan entre sí, con objetivos afines y que satisfacen alguna necesidad en común. Los tianguistas son aquellas personas que trabajan ofreciendo algún producto -vendiendo- en los “tianguis” (mercado ubicado en las calles que prevalece desde la época prehispánica y que conserva una mezcla de tradiciones mercantiles de los pueblos aztecas).

Cuando se utiliza el concepto de estrategias de sobrevivencia, se hace referencia al conjunto de acciones de carácter económico, social, demográfico y cultural que los agentes sociales realizan al no poseer medios de producción suficientes que les permitan mantener un nivel de vida socialmente establecido para cubrir sus necesidades, debido a la insuficiencia estructural del desarrollo económico predominante adoptado en nuestro país.

La realización de este tipo de estudios contribuye a comprender que la concepción de organizaciones posmodernas presupone la implementación de procesos más flexibles. La consideración del ser humano, no como objeto de la organización, sino como sujeto con limitaciones de racionalidad, con necesidades y valores, que se complementan dentro de la organización. En el siguiente capítulo abordaremos el tema de la evolución de la cultura en las organizaciones informales llamadas “tianguis”, como perspectiva de análisis de la organización y como categoría del marco teórico de la presente investigación.

Asimismo, se analizarán algunas perspectivas disciplinarias y definiciones de cultura para llegar a la definición que mejor se adapta al sector informal (“tianguis”), desde visiones antropológicas y organizacionales.

CAPITULO 4

CULTURA E IDENTIDAD EN EL “TIANGUIS”

4.1. Introducción

El objetivo de analizar la cultura en la presente investigación es obtener una visión más amplia de la forma en la que los tianguistas se organizan, considerando que el grado de autonomía individual que las personas tienen en la organización se debe a su iniciativa y creatividad; al apoyo que obtienen de sus compañeros del gremio; al grado en el que los individuos se identifican con su organización; a las sanciones a los que son sujetos por incumplir con sus reglas; al grado de tolerancia al conflicto y al apoyo en la economía de la familia, entre otros factores.

Según Aktouf, (1992) se deben estudiar los procesos que forman la subjetividad del individuo, para después conocer su actuación dentro de cualquier organización. Tal como lo expresó (2010¹):

[..] lo que la gente piensa o lo que la gente tiene en su cabeza, es su cultura. Pues en todo caso, y en este sentido, es más viable conocer la cultura de los miembros de una organización (con todo lo que esto implica), que la cultura de una organización, es decir, resulta mejor analizar una subjetividad que se vuelve concreta, que una objetividad que se vuelve abstracta.

4.2. El estudio de la cultura

En este capítulo se traza la evolución del concepto de cultura (del latín *cultus*), como perspectiva de análisis de la organización y como categoría del marco teórico de la presente investigación. Se parte de la idea de que, en el contexto del “tianguis” como objeto de estudio, la cultura posibilita una estrategia que orienta a los trabajadores informales acerca de las acciones a tomar, ya que los hechos en el pasado, aunque ya no son vigentes, marcan el rumbo a seguir, y crean significados compartidos que constituyen el cimiento de una cultura renovada, así como, dirigir la acción de los

¹Aktouf, Omar.- Seminario-Taller *Globalización, Economía y Administración* celebrado del 23 al 25 de febrero de 2010 en la Universidad Autónoma de Querétaro.

trabajadores a través de instrucciones claras y precisas acerca de qué y cómo hacer determinada actividad o acción para lograr satisfacción en su organización (Andrade, 1996). Aquí se analizan diversas perspectivas disciplinarias y definiciones de cultura para llegar a la definición a utilizar para el sector informal en el “tianguis”. Algunas de ellas son la antropológica y la organizacional.

4.2.1. Visión antropológica

Los primeros tratadistas de la cultura partieron de la antropología. Por ejemplo para Tylor (1873), la cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad.

Para Malinowski (1931), la cultura incluye los artefactos, bienes, procedimientos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados, es decir es la herencia social. La organización social no puede comprenderse verdaderamente excepto como una parte de la cultura. La cultura es un concepto clave de la antropología cultural, rama del estudio comparativo del hombre. Posteriormente el mismo autor (1944), sostiene que las sociedades son totalidades complejas que deben ser entendidas en términos de las relaciones entre sus partes constituyentes y su medio ambiente físico. Propone que los lenguajes particulares, religiones o economías deben ser evaluados, en relación a las funciones que ellas desempeñan en el particular “sistema integral de cultura”.

Por su parte, Geertz (1992) señala, que la cultura se comprende mejor no como complejo de esquemas concretos de conducta (costumbres, usanzas, tradiciones, conjuntos de hábitos), planes, recetas, fórmulas, reglas, instrucciones, que gobiernan la conducta. Más adelante Geertz (1973), precisa su definición indicando que se refiere al conjunto de símbolos, creencias, valores de pensar que pueden o no tener una expresión material y que están organizadas en sistemas que

comunican a sus miembros, tienen un significado particular y que permiten entender conductas humanas.

La cultura es generada por la mente humana por medio de un número de criterios o una lógica consciente. Es así que en la antropología es importante determinar los criterios, para encontrar cómo los miembros de una cultura ven y describen su mundo. Cuando lo anterior se traslada al mundo organizacional, los antropólogos consideran a la organización como análoga a una cultura, como una particular estructura de conocimiento y de acción; proponen que una cultura organizacional puede ser representada como un contrato que incluye tanto a la imagen misma de la organización como a los criterios constitutivos y regulativos que organizan las creencias y las acciones de la organización.

En el entendimiento de las organizaciones como culturas son las estructuras de conocimientos, contratos u otras formas, es fuertemente similar a la noción de paradigmas como son aplicados en la comunidad científica, esto es, los paradigmas y las culturas se refieren a visiones del mundo, a esquemas organizados de pensamiento que constituyen un adecuado conocimiento y da una legitimación a la actividad.

En resumen, en la visión antropológica la cultura se ve cómo un sistema de participación de conocimientos o un sistema de creencias, un sistema para preservar y organizar el fenómeno material, las cosas, los eventos, la conducta y las emociones.

4.2.2. Visión organizacional

Según Hofstede (1991), la definición de cultura es “el programa colectivo de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de los miembros de otro grupo”, y sustenta la idea de que las culturas nacionales pueden influir de manera significativa en el funcionamiento de las organizaciones. Con base en esta definición se puede pensar que cada “tianguis” se distingue por su colonia a la cual pertenece generando una cultura diferente.

Para Solís (2007), la cultura organizacional se inicia con una tradición positivista y cuantitativista, que utiliza principalmente las metáforas del sistema mecánico y del sistema orgánico, lo que posteriormente se conoció como “análisis ortodoxo” o funcionalista. Como alternativa, se conforma una tradición del estudio de las organizaciones, orientada al análisis interpretativo, privilegiando las formas simbólicas y de poder de las prácticas sociales que se dan al interior de las organizaciones.

Utilizando una metáfora culturalista y constituyéndose en una alternativa de análisis, en donde, el verdadero motor del proceso de globalización, como fenómeno microeconómico es la maduración y difusión internacional de nuevos modelos de organización al interior y entre las empresas. Así como, la sustitución del modelo taylorista por la organización flexible moderna tiene su punto nodal de camino en la renovación de prácticas de gestión de la cultura y de la cooperación interna de las empresas.

Por lo tanto, su replanteamiento abre el panorama para redimensionar muchos aspectos culturales y de poder en la búsqueda de la legitimación de las nuevas formas flexibles de organización informal. Estas organizaciones se están convirtiendo en unidades de transmisión cultural y, las más responsables de las empresas se esfuerzan por movilizar los recursos humanos para mejorar la producción, esta modernización depende del grado en que las instituciones logren un mayor compromiso de los individuos.

El punto de debate se da entre los que consideran que la cultura es un elemento que la organización posee y lo que ven a la organización como cultura (Smircich 1983). Por lo tanto, ver a la cultura como una metáfora que permita un sistema de símbolos y significados y que se reflejen con la satisfacción en el trabajo, por ejemplo la siguiente tabla, donde muestra un análisis de la cultura.

Tabla 4.1. Marco de análisis de la cultura y la organización.

Cultura organizacional	Definición	Paradigma	Temas	Metodología
Metáfora (Smircich, 1983)	Sistema de símbolos y significados comparativos en la transmisión de comportamiento Cognitivo	La organización como cultura	Creencias, valores, normas, símbolos, supuestos, lenguaje, mitos, rituales.	Cualitativa es la interpretación local, subjetiva (Geertz, 2008)
Variable independiente e interna	Satisface las necesidades, adaptación (estructura-funcional)	Organización con una cultura o sea tiene cultura	Productividad, eficiencia, calidad	Cuantitativa, medición subjetiva funcional

Fuente: Elaboración propia con información Smircich, (1983).

De acuerdo con Smircich (1983) hay diferentes formas de estudiar la cultura. Una es como metáfora fundamental, es el acercamiento hacia su estudio en considerar a las instituciones como cultura. Esta perspectiva representa a la cultura de una organización en forma holística y la considera intangible y difícil de cambiar. Como variable, la cultura es algo que la organización posee, o sea afecta el desempeño de la organización y es relacionada con distintos elementos o sucesos organizacionales.

Es por esto, que la investigación en términos de la metodología cualitativa es buscar una relación con la satisfacción en el trabajo, como las actitudes de los trabajadores, ya que es importante para la transmisión del comportamiento y sistema de símbolos y significados; estos permite analizar a la cultura en las organizaciones informales que a la vez tiene una relación con la eficiencia.

Por principio de cuentas, habría que clarificar las peculiaridades y características que a grandes rasgos posee la cultura organizacional como medio de comportamiento del trabajador, además de puntualizar y distinguir conceptos básicos del tema, y analizar las investigaciones que se han hecho hasta este momento.

Según Smircich (1983), las perspectivas para el estudio de la cultura organizacional incluyen cinco enfoques, que son: administración (*management*) comparada; cultura corporativa (*cross culture*); conocimiento (*cognition*) organizacional; simbolismo organizacional; y procesos inconscientes en la organización. En los primeros dos temas, la cultura es una variable organizacional y en los tres últimos, la cultura no es una variable, sino una metáfora fundamental o perspectiva para analizar, conceptualizar y entender la organización. Ahora bien, existen dos perspectivas según Gámez (2007), que han sido las más aceptadas por la comunidad académica, estas son:

El *management* comparativo, considera a la cultura como variable externa e importada a la organización por sus propios miembros. La investigación en esta área ve a la cultura desde la perspectiva de la geografía, lingüística o grupos étnicos.

La cultura como una organización formal e informal. Incluye el trabajo en sí mismo, la tecnología, la estructura formal de la organización, el lenguaje cotidiano además de los mitos, las historias o el lenguaje especializado. A su vez, Alvesson (1995) y Smircich (2007), coinciden en una clasificación para distinguir entre el ser o tener del concepto de cultura organizacional.

La conceptualizan como un instrumento, lo cual significa que la cultura es vista como el mecanismo para promover acciones administrativas más efectivas y representa una formulación del concepto que sugiere que la cultura es una herramienta para obtener efectividad; por lo tanto la tarea de los estudios que se ubican en esta perspectiva es la de establecer relaciones causales entre cultura y efectividad para producir el conocimiento, que aumente las oportunidades de influir en los fenómenos culturales por ejemplo artefactos, valores y supuestos.

La cultura es vista como una puerta de entrada hacia un entendimiento más comprensivo y una reflexión más crítica de la vida organizacional y del trabajo. Para los estudios que se adhieren a esta perspectiva su tarea es la de fomentar la reflexión crítica sobre las creencias, valores y entendimientos sociales presentes en la organización.

En su obra clásica, Schein (1992:12), define la cultura:

[...] como un patrón de supuestos básicos que ha resuelto sus problemas de adaptación externa e integración interna, que los ha trabajado lo suficiente para ser considerado como válidos y, por lo tanto, dignos de ser enseñados a los nuevos miembros como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas.

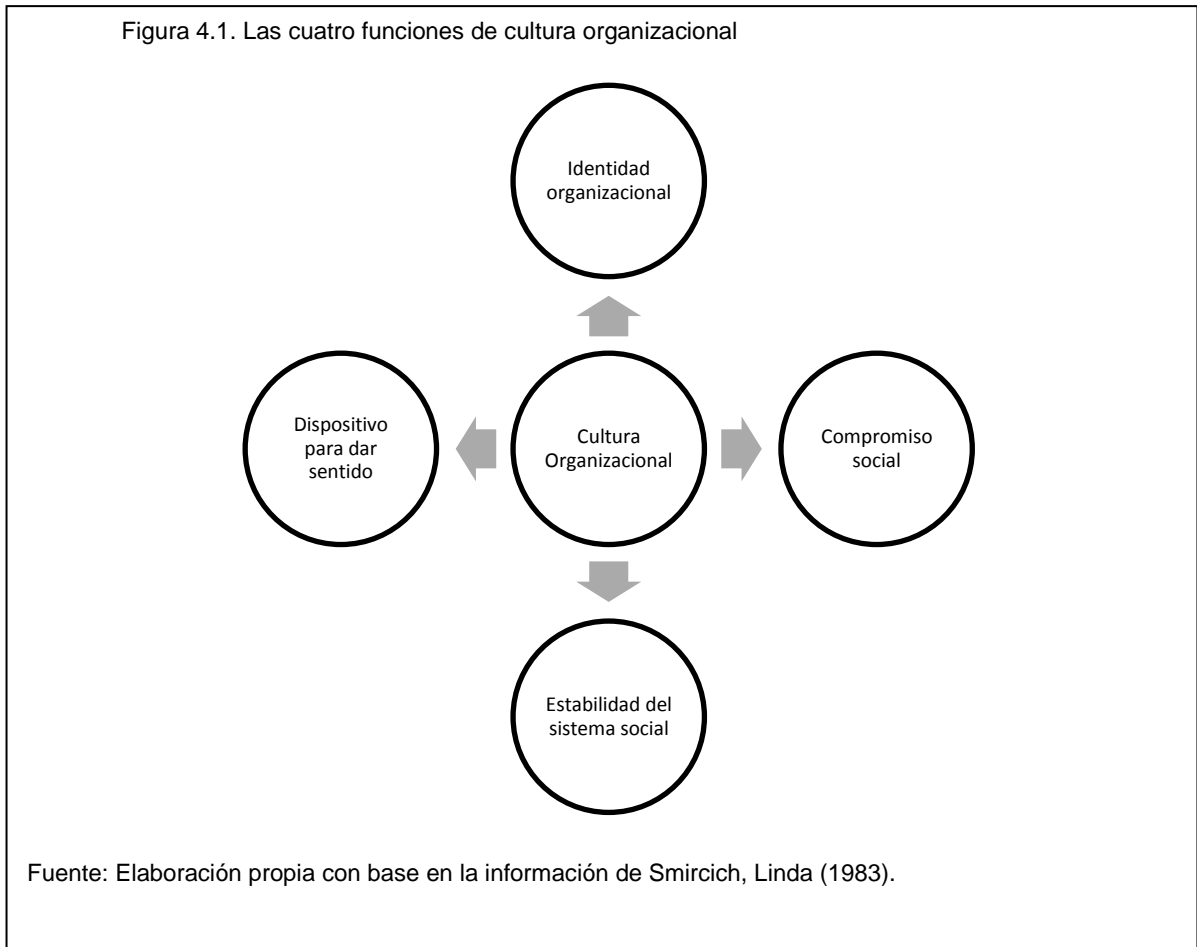
Como se desprende de la anterior definición, para Schein (1987), la cultura es el nivel más profundo de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de un grupo y que definen la visión que tiene de sí misma y de su entorno. Finalmente, la cultura es la característica básica que explica el comportamiento común adquirido por los miembros de una comunidad según Lucas (2001).

4.3. Elementos y funciones de la cultura

De los conceptos anteriores, se pueden desprender una serie de elementos y funciones de la cultura. Al respecto, Davis (1993), dice que la cultura es la conducta convencional de una sociedad, e influye en todas sus acciones a pesar de que rara vez esta realidad penetra en sus pensamientos conscientes. También considera que la gente asume con facilidad su cultura, además, que ésta le da seguridad y una posición en cualquier entorno donde se encuentre. Es así que cada cultura representa una forma organizacional distinta, tomando como elemento en las estrategias y las manifestaciones de la cultura. En este sentido según Smircich (1983), Davis y Newstrom (2003), en sus investigaciones concuerdan en las siguientes funciones de la cultura (ver Figura 4.1.).

Con base en estas funciones se hace una reflexión para determinar qué elementos influyen en la satisfacción en el trabajo y cómo afecta al trabajador informal para que le dé a sus miembros una identidad en el trabajo informal, para facilitar el compromiso colectivo que tiende a permanecer en el “tianguis”, en donde se puede localizar la estabilidad que refleja el grado en que se percibe al medio ambiente, así como, el comportamiento con el “tianguis”. Por lo tanto, analizando los elementos de la cultura se puede determinar el grado de satisfacción en el trabajo informal como es el caso del “tianguis”, para esto se considera a Schein (1988), que

se refiere al conjunto de valores, necesidades expectativas, creencias, políticas y normas aceptadas y practicadas por ellas.



Este autor distingue varios elementos que son parte de cultura, a) supuestos básicos, b) valores o ideologías, c) artefactos (lenguajes, historias, rituales y decoración). Los artefactos y las prácticas expresan los valores e ideologías de los líderes, y el conjunto de creencias compartidas y legitimadas por todos los integrantes.

Porcreencias refiere a las pautas culturales originadas internamente, como las formas de relación que se crean y comparten para satisfacer sus propias necesidades de bienestar. La cultura es así producto de la interacción de las

personas y se construye todos los días. De manera inconsciente, la vida organizacional va creando valores y creencias como resultados implícitos de las acciones impulsadas para enfrentar y resolver los problemas de supervivencia y desarrollo.

Los **artefactos** son las estructuras y procesos organizacionales visibles, incluyendo el ambiente físico de la organización. Estos fenómenos aunque son fáciles de observar, son más difíciles de descifrar. Para entender la cultura se requiere la detallada articulación y análisis de las prácticas diarias dentro de una organización en particular, comprendiendo también el contexto económico, en el que se desempeña ésta. Por una parte se debe analizar el papel que desempeñan los diferentes elementos culturales como historias, lenguaje, valores, creencias y símbolos, que están dentro de la organización y por otra parte la influencia que las características culturales del país tienen sobre la organización y más que sobre ésta, sobre los miembros de la organización; esto permitirá comprender la conducta de los trabajadores (de todos los niveles) y por lo tanto las características de la organización.

Por lo anterior, el elemento más importante para la investigación son los **valores** adoptados y declarados que dirigen el comportamiento de los miembros de la organización. Incluyen las estrategias, objetivos, estructura, reglas y normas, que son validados por un proceso social compartido en la organización. Estos valores predicen parte del comportamiento de los mismos, que pueden reflejar racionalizaciones y aspiraciones (Soria, 2008). A su vez, solamente es posible su identificación por medio de entrevistas con los miembros claves de la organización (Schein, 1992).

Finalmente encontramos los **supuestos básicos** que revelan la forma como el grupo percibe, piensa, siente y actúa. Es así que los **supuestos básicos** de una organización generalmente son inconscientes y difíciles de cambiar, dan estabilidad y permanencia a la organización, le dan flexibilidad para adaptarse a los cambios del medio ambiente que permiten a la organización funcionar.

En Schein (1992: 26), los supuestos básicos se relacionan con aspectos fundamentales de la vida organizacional como la naturaleza del tiempo y el espacio, del ser humano y sus actividades, de la verdad y cómo es descubierta

El progresivo interés por el aspecto cultural de las organizaciones puede ser entendido como una voluntad para remediar los problemas de separación en la sociedad. Una cultura organizacional se conforma a los problemas relacionados con identidades vulnerables, armónicas y fragmentadas. Por lo tanto, una cultura de relaciones humanas de trabajo es la que está en entredicho según Pariente (2000) y Pfeffer (2002). Con base a los planteamientos anteriores, se está en condiciones de plantear un concepto *ad hoc* al objeto de investigación.

4.4. Un concepto de la cultura organizacional aplicable al trabajo informal

Nuestro objeto de estudio es el “tianguis” como organización y el trabajo informal que sus miembros realizan en él, así como la satisfacción en el trabajo de sus miembros, el comportamiento de los tianguistas está condicionado por la cultura de la organización. Para esta investigación se considera que los elementos de la cultura a utilizar para su aplicación en el estudio del “tianguis” son:

El **conocimiento**, se identifica con los procesos de la organización que se adquiere a través del aprendizaje experimental, congénito, por imitación, es por eso, que el conocimiento informal es la llave de la organización del aprendizaje y que puede ser como *memoria de grupo* (Brow, Duguid, 2001), animando así a sus miembros a compartir esa información, éste elemento en el “tianguis” es uno de los activos intangibles, ya que con el uso no se desgasta, sino que aumenta. Es un recurso ilimitado, sin rendimientos decrecientes, depende de la comunicación y la química personal o sea las emociones de los tianguistas. Por tanto es lógico pensar que las organizaciones deberían estar orientadas hacia la capacitación de las personas, la resolución de problemas, la consecución de los objetivos y la satisfacción.

El siguiente elemento son las **costumbres** que se refieren a las tradiciones que son memorizadas y transmitidas a través de generaciones, originalmente sin la necesidad de un sistema de escritura. Es importante saber las tradiciones familiares que se presentan en el “tianguis”, y así tener un acercamiento de cómo se transmite, ya que en la organización familiar el puesto pasa en generación (padre) en generación (hijo).

El elemento **capacidades** es una herramienta fundamental para la administración, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del miembro de la organización, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. Dentro del “tianguis” es muy importante, para organizar cada tianguista en su zona y que no se repitan el mismo giro comercial en un mismo pasillo; así mismo cada tianguista debe organizar su producto desde instalar el puesto o estructura metálica que van a contribuir al desarrollo y desempeño de la actividad.

Por último los **valores** dentro de la organización son la conexión racional de las actividades de los trabajadores que intentan conseguir un propósito, así como un objetivo común y explícito mediante la división de funciones y del trabajo, a través de una jerarquización de la autoridad y la responsabilidad para tener una reflexión clara de los elementos de compromiso, excelencia, orden, democracia, respeto, equidad y transparencia dentro del “tianguis”.

El término cultura en su uso antropológico se puede aplicar a: 1) la totalidad de conductas aprendidas en cualquier época por toda la humanidad, 2) formas de vivir compartidas por varias sociedades entre las que hay alguna interacción, 3) patrones de conducta específicos en una sociedad en particular y 4) formas especiales de comportamiento, características de los segmentos de una sociedad grande y organizada de una manera compleja (Gámez, 2003).

Los anteriores conceptos son importantes para la vida dentro del “tianguis”, ya que en cada tianguista tiene una conducta del “yo” y del “yo mismo” que se refleja en

los artefactos, supuestos básicos, valores y creencias, los cuales dan significado y sentido al “tianguis”.

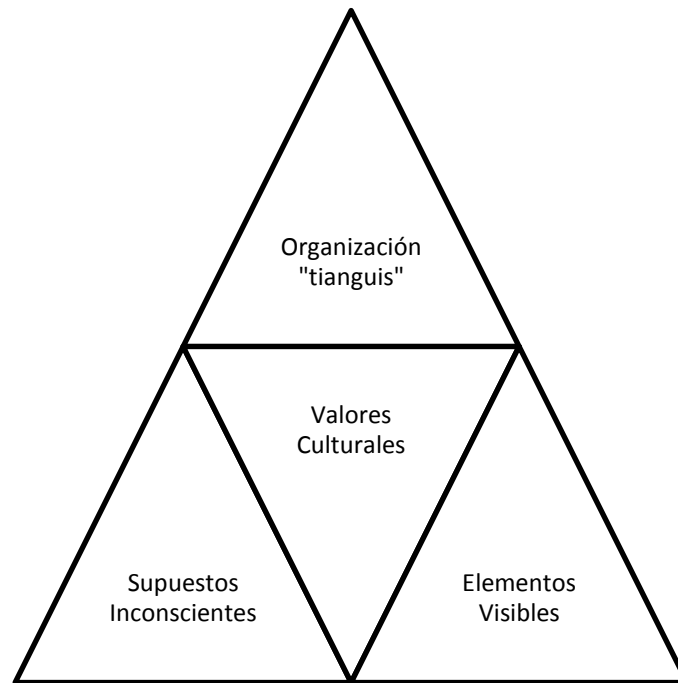
Es así que, la cultura se puede definir como el conjunto de conductas aprendidas que distingue a un grupo humano de otro y que se transmite de una generación a otra, cambiando de forma gradual y continua, por lo tanto la cultura constituye un sistema de valores que es la base sobre la cual se construye una identidad y que a su vez genera una satisfacción en el trabajo ocasionado una sentido de permanencia al “tianguis”.

Davis y Newstrom (2003), establece a la organizacional informal como “una red de relaciones personales y sociales no establecidas por la organizacional formal, sino que se producen espontáneamente cuando la personas se asocian entre sí”, es así que se puede afirmar que el trabajador informal se relaciona con los demás miembros en todas las organizaciones. En este sentido, está la propuesta de Maturana y Varela (1980), que destaca la capacidad de los organismos vivos de autoreferenciarse, autocrearse, autoproducirse y autoconservarse a través de un sistema de interrelaciones más o menos cerradas, para mantener una identidad.

Es así que los tianguistas de una organización, deben relacionarse entre sí, la importancia relativa del trabajo, la familia y el desarrollo personal, el papel del hombre y la mujer y la naturaleza de la familia, entre otros aspectos fundamentales (Soria, 2008). La utilidad de estos elementos permite ver con mayor claridad cómo se muestra en la Figura 4.2.

Entonces, la cultura proporciona una fuerte cohesión entre los trabajadores informales del “tianguis”, debe ser flexible y estimular la motivación, el compromiso y la creatividad hacia los cambios necesarios para la adaptación de la organización a nuevas condiciones y desafíos del entorno, esto funciona cuando está alineada con la estrategia y conjuntamente crean una identidad. Los valores que la sostienen aumentan la cohesión de los integrantes con la identificación y el compromiso. También crean una fuerte imagen positiva hacia afuera y se aumenta la posibilidad de disposición de estos valores para el caso del “tianguis”.

Figura 4.2. Niveles de desarrollo en la organización de “tianguis”



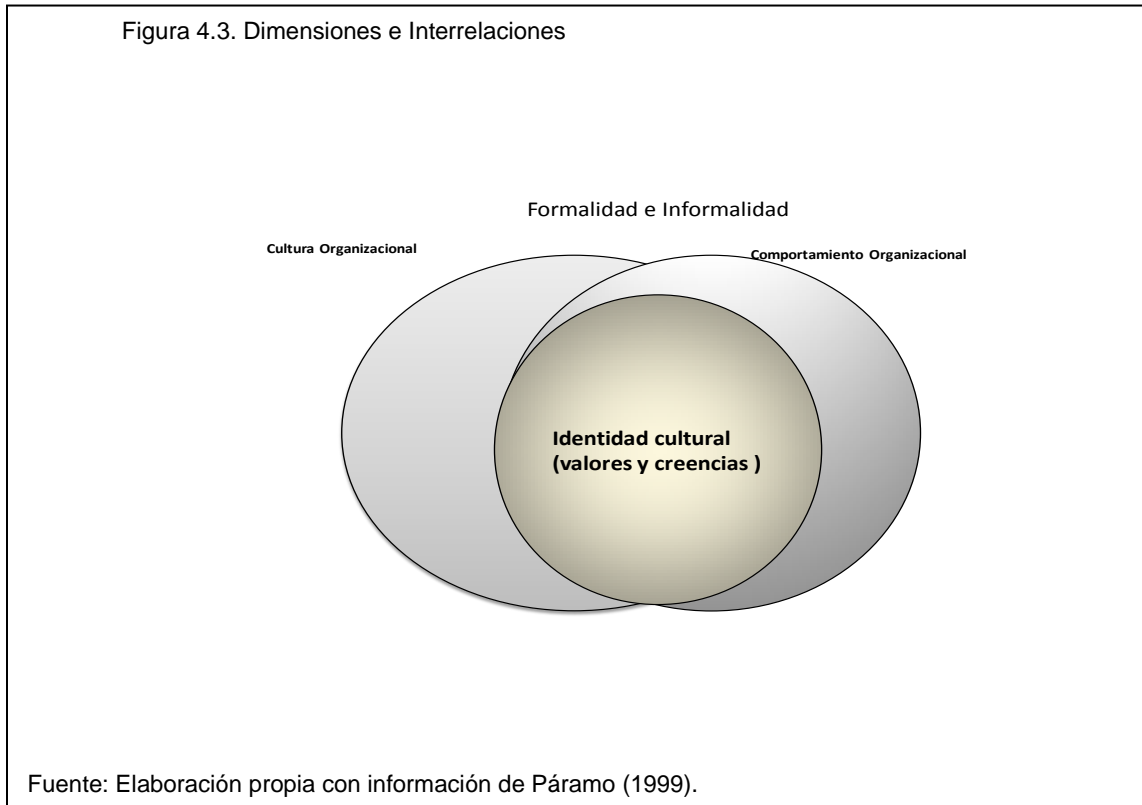
Fuente: Elaboración propia con información de Schein (1986,1992)

En síntesis para el caso del “tianguis” una cultura logra: Otorgar a sus integrantes un claro sentido de identidad; especificar qué es importante y cómo hacer las cosas, reduciendo la ambigüedad, la inseguridad y la ansiedad de los integrantes; actuar como mecanismo de control subconsciente; sustituir normas y reglamentos escritos; reforzar el compromiso y la identificación; crear una imagen institucional distintiva; instalar supuestos, creencias y valores

4.5. ¿Y después de la cultura?

Una de las preguntas de investigación iniciales fue ¿Cuáles son elementos centrales para determinar el comportamiento organizacional que incide en la estrategia del “tianguis”? El “tianguis” constituye un grupo de trabajadores informales que se agrupan por tener una misión en común, en el cual su medio ambiente permite un

intercambio de una conducta, símbolos, creencias, valores, artefactos, generando una estructura, con normas en las actividades que realizan en el “tianguis”.



Sin embargo, para que la cultura en la organización se construya y consolide, se requiere que el integrante del “tianguis” desarrolle una identidad con su organización. De lo anterior surge una segunda pregunta clave en este proceso: ¿Cómo se construye la identidad con base en la cultura, que permite crecer al tianguista, obtener satisfacción en el trabajo, lograr estabilidad y permanecer dentro de la organización, aunque ésta sea informal?

En la figura 4.3., se muestra la relación entre cultura de la organización y satisfacción en el trabajo con base en los valores, actitudes, artefactos como normas, y conductas.

Por último, la cultura organizacional se caracteriza por ser espontánea para quienes viven cotidianamente, y no se encuentra plasmada en ningún documento oficial, ya que su naturaleza es más bien informal, es menos visible, es difícil de identificar y sobre todo de comprender, está inmersa en la vida social de los trabajadores, proporcionando significado a las acciones, sin poder asumir un comportamiento absolutamente homogéneo de todos los miembros de la organización, siendo además un fenómeno dinámico. Sin embargo, se puede estudiar a través del método cualitativo como son la observación directa, entrevistas e historias de vida y cuestionarios que reflejen las costumbres, creencias valores y símbolos.

4.6. Recapitulación de la cultura en la organización

Resumiendo, la sociología y la antropología, tienden a concebir la cultura como un aspecto relevante en la adaptación de las organizaciones, y la suelen definir como el sistema normativo de pautas de comportamiento que se transmiten socialmente y que vinculan a los actores con su entorno. Para esta investigación, se centra en la cultura de las organizaciones como lo define Schein (1985;1992), ya que plantea sus niveles, artefactos, valores y supuestos, como elementos necesarios para el orden y la estabilidad organizacional, en este caso del “tianguis” y así la cultura funciona como elemento integrador de los tianguistas o como instrumento de control interno.

Por otro lado, estas teorías conciben la cultura como algo que reside dentro de cada miembro y se puede analizar a través del estudio de los procesos de aprendizaje, construcción y atribución de significados y causas, o sea para el caso del “tianguis” los miembros son los tianguistas de la asociación estos a su vez aprenden y producen creencias compartidas.

Para esta investigación es fundamental tener una escala de valores que permita emplear los artefactos, valores y supuestos básicos para determinar el propósito de los tianguistas y sus ejes de comportamiento. En la medida en que sean compartidos se genera un organización más cohesionada, ya que los valores son

ideas comunes y abstractas que guían el funcionamiento y la acción dentro de sus actividades diarias en las organizaciones. La cultura entendida como los patrones de prácticas, costumbres, creencias y actitudes de y en la organización, es la manera por la cual se comunican los tianguistas y se hacen realidad los valores dentro del “tianguis”.

En este capítulo se abordó el tema de la cultura desde una perspectiva antropológica y una visión organizacional, aplicables al trabajo informal. El concepto de cultura como tal, aplicado a los “tianguis”, se da por imitación a través de un aprendizaje experimental, heredado e imitado, con base en costumbres y tradiciones transmitidas de generación en generación. En el siguiente capítulo se investiga el tema de la identidad, las teorías de la identidad, la identidad y legitimidad y la identidad organizacional, lo que avanzará en la configuración de nuestro marco teórico. El capítulo termina con un análisis de la interrelación entre cultura e identidad.

CAPÍTULO 5

IDENTIDAD EN LA ORGANIZACIÓN DEL “TIANGUIS”

5.1. Introducción

El estudio de la identidad ha sido por mucho tiempo, una preocupación importante de la filosofía y de otras disciplinas como la antropología y la sociología, llegando a impactar el ámbito de las organizaciones. La identidad ha sido abordada principalmente al querer explicar *¿quién soy?*, pero esta explicación puede ser pensando en aquello que nos rodea. En cuanto a las definiciones de identidad, se encuentran explicaciones variadas, por ejemplo, etimológicamente el concepto de la identidad proviene del latín *identitas* que significa la calidad de lo idéntico.

Por otro lado, en García (1996), la palabra identidad tiene una dualidad que es el hecho de que en la etimología misma del término, está implícita la presencia del “Yo” y del “Mi” correspondencia entre estos dos elementos los cuales se establece una comparación. Es así que, esquemáticamente, se pueden distinguir dos niveles de significado del concepto identidad. En un primer nivel identificar algo general se refiere al “Yo” que son las características de percibir a la persona. Por otro lado, el “Mi” se refiere a los rasgos que caracterizan a esa persona frente a todos los demás y que lo singularizan.

Sin embargo, de acuerdo a una perspectiva filosófica se guía en la comprensión de la identidad; para finalmente aterrizar en los postulados organizacionales al respecto de la identidad (Gusdorf, 1953). Cabe mencionar que se considera a la identidad como un asunto fundamental en cualquier organización ya que, en una primera aproximación, se puede decir que su identidad difiere del resto de las organizaciones.

Para esta investigación es fundamental tener una escala de valores de identidad que puedan utilizar como supuestos básicos para determinar el propósito de los tianguistas, ya que en la medida en que sean compartidos en el “tianguis” se generará una organización más fiable. Es así que, la identidad permite encontrar

ideas comunes y abstractas que guían el funcionamiento y la acción que son la cultura y sus creencias.

5.2. Identidad

Para poder comprender la identidad es necesario partir de las distintas percepciones que se tienen acerca del mundo, de lo inexplicable del “Yo” y de los otros (Hatch y Schultz, 2002), ya que con estos elementos se tiene la capacidad de descifrar aquello que constituye la esencia, la razón, el contenido y la sustancia, es decir, la identidad.

Según Mead (1935), es preciso que exista una *estructura común* a fin de que sean miembros de una comunidad. No podemos ser nosotros mismos a menos que seamos también miembros de un grupo o comunidad. Por lo tanto, el proceso por el cual surge la persona es un proceso social que involucra la interacción de los individuos del grupo e involucra la pre-existencia del grupo.

La identidad es el grupo social que proporciona al individuo su unidad de persona. La organización de las actitudes comunes al grupo es lo que compone a la persona organizada. Una persona lo es porque pertenece a una comunidad, en la medida que ésta le proporciona lo que son sus principios, las actitudes reconocidas de todos los miembros de la comunidad hacia lo que son los valores de esa comunidad (Mead, 1935).

Cuando una persona se ha identificado, se necesita señalar en ella características que no comparte con ninguna otra persona. Este sentido elemental de identidad, aplicado a las entidades colectivas, significaría descubrir en una colectividad ciertos rasgos que la singularicen como artefactos, costumbres y mitos (Solís, 1997).

Este conjunto de expresiones y símbolos funcionan como un denominador común para el comportamiento de los trabajadores en los distintos niveles de la organización. Según Tylor (1873); Geertz (1992); Solís (1997), la cultura organizacional es una base de valores sobre la que reposa la organización: ella

determina las expectativas mutuas, los tipos de conducta, otorga un significado determinado a eventos organizacionales, orienta a metas, acciones y guía las decisiones de los trabajadores de la organización y sus líderes.

Según Brown (2001), en la época postmoderna ha aparecido la identidad como un concepto importante en el estudio de las relaciones humanas. Mientras que los psicólogos han estado mucho tiempo preocupados con lo que respecta a la identidad individual, ahora tanto grupos como organizaciones se atribuyen cada vez más el concepto de identidad (Albert y Whetton, 1985), junto con otros conceptos como la personalidad (Stapley, 1996), las emociones (Gabriel, 1998) y los sentimientos (Albrow, 1996).

No obstante que las investigaciones realizadas en torno a las nociones de identidad tienen una larga historia en el estudio de las organizaciones, sólo recientemente se han desplegado en forma amplia, la aceptación general y el uso del término reflejan un nuevo enfoque en los problemas que no se centran en la identidad sólo a nivel individual, sino que ahora el concepto resulta aplicable a las colectividades y por ende, a las organizaciones.

Según Hatch y Schultz (2002), para utilizar estos postulados, es necesario hacer una analogía entre los conceptos de “Yo” y “Mi” de Mead (1935), con los de “cultura organizacional” e “imagen organizacional” respectivamente. En la cultura organizacional se engloban los entendimientos tácitos de la organización (supuestos, valores y creencias), los cuales dan significado y sentido a la organización; la imagen organizacional es aquello que los miembros de la organización creen que los otros ven como distintivo de la organización. La identidad organizacional necesita ser teorizada en relación con estos dos conceptos: cultura e imagen, con la finalidad de poder entender cómo interna y externamente las definiciones de la identidad en la organización son capaces de interactuar. De esta forma, la identidad organizacional es el producto de un proceso dinámico entre estos dos componentes.

Este proceso debe ser equilibrado y consistente para que no se presenten disfunciones, por ejemplo, cuando se da más peso a la cultura se presenta el

narcisismo, y cuando se le da más peso a la imagen, se presenta la hiperadaptación, (Hatch y Schultz, 2002).

En opinión de Hatch y Schultz (2002), para Mead (1934), es importante diferenciar a la persona de la organización, en cuanto a la organización no necesariamente es el trabajador. Sin embargo, el trabajador es totalmente distinguible desde la organización, por cuanto el trabajador surge en el proceso de la experiencia y actividades sociales, mediante el lenguaje.

Por ello, la importancia del "otro generalizado", ya que es por medio de la adaptación de actitudes que se constituye el "Mi", que reacciona como un "Yo". El "Mi" es la acumulación de entendimiento sobre "el otro generalizado", ejemplo: las normas, opiniones inconscientes, patrones de la respuesta social. El "Yo" se trata de opiniones personales, del observador o reflector, del conflicto social.

Ya que en los "tianguis" existen trabajadores individuales que están insertos en una colectividad, el concepto de identidad puede cobrar un sentido más rico que rebasa la simple caracterización de algo frente a lo demás. Esto es importante porque es aquí donde la cultura e identidad que es un conjunto de supuestos, valores, creencias y acuerdos sociales, que son compartidos por los trabajadores de una organización.

5.3. Las teorías de la identidad

Los teóricos institucionales como Meyer (1983) y Scott (1992), han enfatizado la idea de que los ambientes determinan, en gran medida, las características de las organizaciones y que esta situación puede explicar las similitudes en los sistemas institucionales. A este fenómeno lo denominan *isomorfismo*. El proceso de institucionalización impone a las organizaciones una *conformidad categorial* (Scott, 1992).

En particular, la teoría neoinstitucionalista ha adoptado esta característica (Powell y DiMaggio, 2001); Meyer y Rowan, 1977). Según esta teoría, existen presiones sociales para adherirse a creencias convencionales, lo que influye en que

la estructura y procesos organizacionales reflejen las normas, valores, ideologías institucionalizadas en el contexto de la organización (Scott, 1987). Los llamados neoinstitucionalistas aseguran que las organizaciones que incorporan los elementos del contexto institucional o cultural, es decir, las reglas, creencias, ideologías y requerimientos sociales, adquieren apoyo y legitimidad; por lo tanto se mantienen con vida (Scott, 1987).

Los estudios de programas de administración realizados por Strandgaard y Dobbin (1997), sugieren la existencia de un puente que liga el binomio identidad e isomorfismo en el cual se considera por un lado la difusión institucional que lleva al isomorfismo y a la legitimación en un entorno colectivo y por el otro la parte subjetiva que inicia con la simbolización de la identidad, el proceso de sociabilización cultural y llega al polimorfismo, creando un puente en el proceso de transformación que va del nivel organizacional al nivel de campo y de la construcción de la identidad a la construcción colectiva.

El isomorfismo considera formas iguales y el polimorfismo formas diferentes al hablar de individuos como personas, sujetos con una identidad propia y diferente a cualquier otra no puede hablarse de isomorfismo: sin embargo en las organizaciones sí es posible el isomorfismo considerando que pueden establecerse formas y procedimientos así como criterios y filosofías similares a las de organizaciones exitosas (Powell y DiMaggio, 2001).

Es así que, la *creación de una identidad*, se realiza combinando tres criterios esenciales: definir la esencia de la organización; determinar sus diferencias respecto a otras organizaciones; y exhibir continuidad en el tiempo (Albert y Whetten, 1985). Cuando se habla de una aproximación crítica o perspectiva crítica se refiere al uso de las *teorías críticas*, (Habermas, 1975). Para analizar un fenómeno social es necesario relacionar el concepto de identidad organizacional con el de ideología hegemónica o cultura dominante. No se debe ver la ideología como algo estático que puede transmitirse de generación en generación. No se crea en la mente de un líder para después imponerse a través de la organización. La ideología es cuestionada, confrontada, en un constante proceso de recreación.

Como en Tierney (1991), es una construcción social, el producto de diferentes grupos sociales con creencias y prácticas opuestas. Para la investigación, en los diversos sectores como tianguistas, administrativos y autoridades, dentro de diferentes grupos formales e informales, así como los sub-grupos dentro de ellos confrontan y conceden relaciones de poder y por lo tanto ideologías e identidades. De acuerdo a Strandgaard y Dobbin (1997), existen 4 mecanismos que median las relaciones entre los modelos globales y locales de organización estos son:

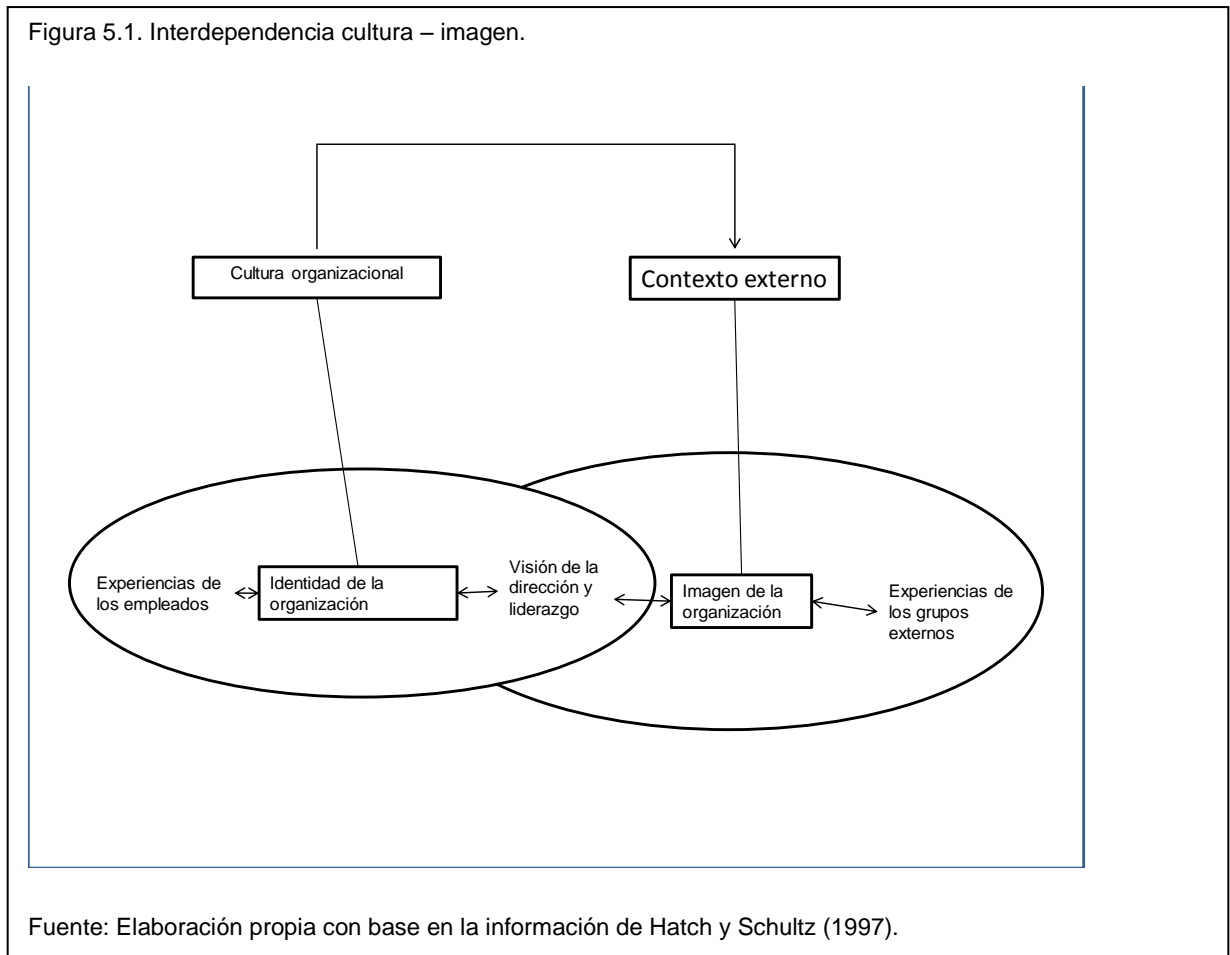
- Imitación: ocurre cuando se copian las nuevas prácticas.
- Hibridación: se da cuando los elementos locales de la organización se combinan con elementos de campo.
- Transmutación: se deriva de los estudios de la teoría cultural y los estudios de la simbología religiosa.
- Inmunización: es cuando los líderes organizacionales reconocen nuevos modelos pero los rechazan y abrigan los convencionalismos existentes.

Según Fráncfort (1995:220), al considerar que las organizaciones son espacios de socialización y de relaciones de poder donde se construye identidades, plantea que las identidades colectivas pueden ser exploradas a través de tres dimensiones:

Los espacios de identificación, que determinan esferas de pertenencia y referencia para los individuos con respecto al trabajo, la empresa, la carrera profesional y la sociedad externa, *los sistemas de representaciones*, que constituyen un elemento significativo de la realidad y un elemento significativo de imágenes interiores con respecto a los fundamentos de legitimación de la autoridad, las finalidades del trabajo y los propósitos de la organización; y *los comportamientos de ajuste colectivo*, que contemplan el tipo de relaciones y las normas de comportamiento que se construyen al seno de un grupo de trabajo.

Por lo tanto, la globalización en la organización significa la adecuación y adaptación de los diferentes procesos de la organización (culturales, tecnológicos, productivos, comunicación), al estándar que exige el entorno mundial legitimado por organismos certificadores que son requisito indispensable para incursionar y competir a nivel mundial; la globalización de elementos culturales en la organización

se busca a través del isomorfismo y la legitimación de las normas y conductas de actuación propias incorporando aquellas que exige el entorno (Hatch y Schultz, 1997).



Con base en Hatch y Schultz (1997), las experiencias de los trabajadores y la visión de los líderes, enmarcada dentro de una determinada cultura, influyen en la identidad. Por otro lado, la identidad se comunica a las audiencias externas, quienes se forman una imagen de la organización sobre la base de, entre otros aspectos, los contactos directos con la organización y sus trabajadores. Esta interacción explica que a las personas públicas externas les influya la cultura organizacional percibida, y a los trabajadores la imagen externa recibida.

Se rompen así los límites tradicionalmente existentes entre las dimensiones interna y externa de la organización debido a las redes de trabajo, integración de los clientes, implícitamente al relacionar la identidad con el interior de la organización y la imagen con las audiencias externas como se muestra a continuación en la Figura 5.1.

Como la identidad es determinada por los actores sociales que en sentido propio sólo son los actores individuales, ya que estos últimos son los únicos que poseen conciencia, memoria y psicología propias. Pero ello no obsta para que el concepto de identidad se aplique también, analógicamente, a grupos y colectivos carentes de conciencia propia porque constituyen más bien sistemas de trabajo.

Para ambos casos, el concepto de identidad implica los siguientes elementos: la permanencia en el tiempo de un sujeto de acción, concebido como una unidad con límites que lo distinguen de todos los demás sujetos, aunque también se requiere del reconocimiento de estos últimos.

Existe una distinción crucial entre identidades individuales e identidades colectivas, el problema de la identidad puede ser abordado a escala de los individuos o a escala de los grupos u otros colectivos. Se trata de puntos de vista diferentes que toda investigación debe tomar en cuenta para no caer en confusiones lamentables.

En la escala individual, la identidad puede ser definida como un proceso subjetivo y frecuentemente auto-reflexivo por el que los sujetos individuales definen sus diferencias con respecto a otros sujetos mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales generalmente valorizados y relativamente estables en el tiempo (Hatch y Schultz, 2002). La aceptación general y el uso del término reflejan un nuevo interés en los problemas que no se centran necesariamente en la identidad sólo a nivel individual, sino que ahora el concepto resulta aplicable a las colectividades y por ende, a las organizaciones.

Para Alvesson y Berg (1992), el concepto de identidad difiere del concepto de imagen. El estudio de la imagen se enfoca en cómo la organización es experimentada como una totalidad y como una cultura, frecuentemente desde una perspectiva externa. El fenómeno estudiado es así la imagen de la organización que

el público general y los empleados tienen y cómo esta imagen influye en las acciones de la organización.

5.4. Identidad y legitimidad

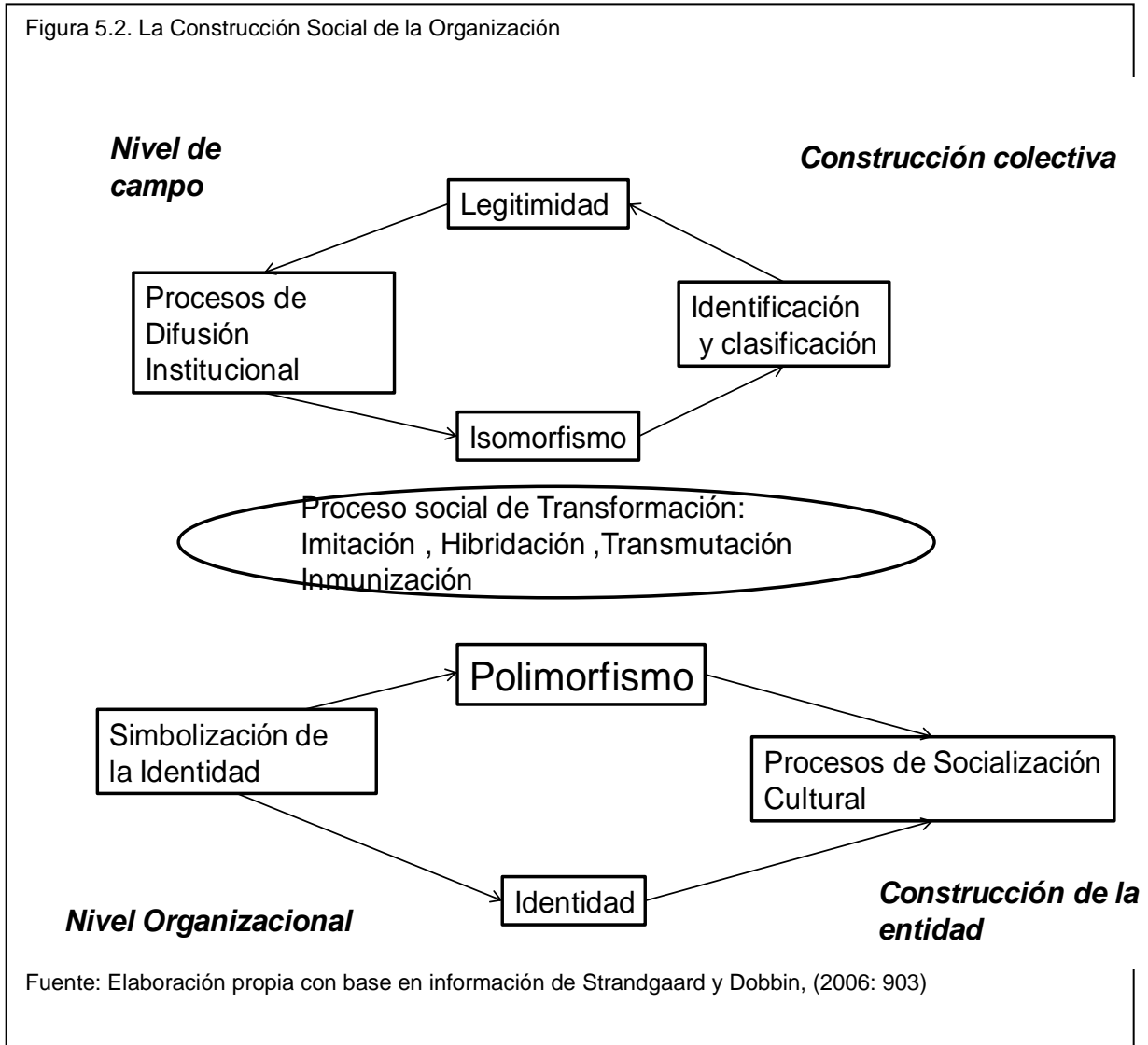
Los estudios de Strandgaard y Dobbin (1997) sugieren la existencia de un puente que liga el binomio Identidad e isomorfismo presentado en la Figura 5.2. Se observa por un lado la difusión institucional que lleva al isomorfismo y a la legitimación en un entorno colectivo y por el otro la parte subjetiva que inicia con la simbolización de la identidad, el proceso de sociabilización cultural y llega al polimorfismo, creando un puente en el proceso de transformación que va del nivel organizacional al nivel de campo y de la construcción de la identidad a la construcción colectiva; el isomorfismo considera formas iguales, y el polimorfismo formas diferentes.

Para Meyer y Rowan (2001), las organizaciones que logran incorporar elementos con legitimidad social a sus estructuras formales maximizan su legitimidad e incrementan sus recursos y capacidad de supervivencia, más que las organizaciones que adoptan ceremonialmente productos, servicios, técnicas, políticas y programas que funcionan como mitos en sus estructuras. Existen elementos culturales del entorno que exigen legitimación sobre los productos de las organizaciones. De hecho, la organización misma en conjunto debe legitimarse para permanecer en el mercado.

Con base en los conceptos anteriores el isomorfismo considera formas iguales, y el polimorfismo diferentes, es por esto que al hablar de trabajadores informales como personas con una identidad propia, puede hablarse de isomorfismo: es así que en las organizaciones como es el “tianguis” sí es posible el isomorfismo considerando que pueden establecerse formas y procedimientos así como criterios similares a las de organizaciones exitosas.

En los trabajos de Simon (1947); March (1994); Selznick (1996); Meyer y Rowan (2001); Scott (1999); Tolbert y Zucker (1996), se afirma que la racionalidad no existe dentro de las organizaciones, es decir, existen límites a ésta sin que ello

implique que las conductas de los miembros dentro de la organización sean irracionales.



Lo que plantean Tolbert y Zucker (1996); Selznick (1996); Scott (1999), es que son decisiones no-racionales en estricto sentido económico, en donde afirmar que existe una bipolaridad en el análisis organizacional, por un lado sobresale el modelo del actor racional en términos económicos y por otro parte el modelo institucional donde la racionalidad es limitada por el entorno institucional.

Esta bipolaridad se expresa derivado de las presiones del entorno institucionalizado, las organizaciones adoptan procesos de isomorfismo haciendo cambios en su estructura y cultura organizacional, adaptándose a los procesos que han recibido con sentimiento en el entorno. También muestra dos caras del mismo proceso, homogeneidad-heterogeneidad y la lucha constante por mostrar algo diferente a la comunidad, a los clientes, a los miembros de la organización, sin perder los aspectos de homogeneidad que les permita parecerse a las otras organizaciones del campo. Por otro lado, existe dentro de cada organización la necesidad de desarrollar una cultura particular para diferenciarse de las otras organizaciones (Strandgaard y Dobbin, 2006).

5.5. Identidad organizacional

Cuando las personas se integran a una organización ya tienen una identidad propia, diferente y única que han ido formando a partir del entorno en el que se han desarrollado en su comunidad y en su familia (Giménez, 1993). Las identidades están formadas por un conjunto de elementos sociológicos como cultura, normas, valores, clases sociales, ritos, territorios, socialización, roles, género, medios y, la organización no puede ignorar que existen estas influencias para la creación de la identidad organizacional.

La identidad organizacional está constituida por valores y creencias, considerándose a las creencias como convicciones compartidas y la idea generalizada de lo que es importante y los valores son los estándares establecidos y aceptados por el grupo sobre lo que son y sus formas de reaccionar ante los imprevistos (Deal y Kennedy, 1999).

La identidad que se crea en un grupo, es diferente a las identidades de los miembros del mismo grupo: se convierte en un ente independiente de sus miembros, sin embargo existen similitudes entre las identidades colectivas u organizacionales y las identidades individuales. Entre las características comunes que existen entre ambas están la necesidad de ser diferentes, con características particulares y

diferenciarse de su entorno, permanecer en el medio en el que se desenvuelven a través del tiempo conservando su peculiaridad, diferenciación y reconocimiento (Giménez, 1993).

Las organizaciones que procuran crear su identidad organizacional con base en la formación de valores, construcción de héroes, estableciendo ritos y rituales en los que los empleados se identifiquen y estableciendo una red de comunicación interna que acerque la empresa a los trabajadores logran una cultura fuerte lo cual significa que los valores y las creencias van más allá; cuando los empleados tienen historias que contar, héroes a quien admirar, son instituciones humanas que proveen de significado a las personas dentro y fuera del trabajo (Deal y Kennedy, 1999).

Una identidad dinámica permite a los empleados sentirse mejor en su trabajo y por consecuencia desarrollarlo de manera más eficiente. Es una motivación importante que guía el comportamiento de los empleados y les permite desarrollarse dentro de la organización con más libertad, ayuda a los empleados a hacer su trabajo mejor, y así establece reglas formales e informales que muestran el comportamiento de los trabajadores informales.

Las reglas informales ayudan a que los empleados sepan las expectativas que tiene la asociación sobre su trabajo, lo que se espera de ellos, esto los libera de tener que decidir en un momento dado cómo actuar ante ciertas circunstancias, a su vez, esta situación le implica a la agrupación el ganar tiempo productivo de sus empleados, el impacto de esto en la productividad es asombroso (Deal y Kennedy, 1999).

De acuerdo a Deal y Kennedy (1999), cuando una organización tiene una identidad fuerte, los empleados se sienten seguros y orgullosos de trabajar en ella, su comportamiento refleja sentido de pertenencia a la organización, esto los lleva a estar más dispuestos a trabajar. Con esto se logra: mejoras en la productividad, mayor compromiso y resultados óptimos en menor tiempo.

El fortalecimiento de las raíces que forman la identidad organizacional tiene que ver con la constante adecuación de los elementos que la compone lo cual le permite crear bases sólidas para enfrentar los cambios que exige el entorno sin

perder su esencia. Es entonces la identidad organizacional un proceso continuo a través de la vida e historia de la entidad en la que la combinación de elementos internos por ejemplo, formativos, físicos y humanos, interactúan y se ven influenciados por las presiones de los actores de su entorno (Tylor, 1871).

Por otro lado, las principales diferencias que menciona Giménez (1993), entre las identidades individuales y las identidades colectivas están las siguientes: primeramente las identidades colectivas se diferencian de las identidades individuales en que las primeras carecen de rasgos propios de una identidad personal, como es la autoconciencia, la voluntad, psicología, carácter, por ello es necesario no caer en la confusión de llevarla a una personalización que solo corresponde al sujeto individual. En segundo lugar porque, a diferencia de las identidades individuales, las colectivas no son entidades homogéneas ni delimitadas llevando esto a cuidar la no reificación. Y finalmente, porque las identidades colectivas constituyen un acontecimiento contingente producido a través de lo social como puede ser la micro y macro política.

Por su parte, Melucci (1982), construye el concepto de identidad colectiva como un conjunto de prácticas sociales que involucran simultáneamente a cierto número de individuos, tienen características similares y permanecen en el tiempo y el espacio, coexisten en un campo de relaciones sociales, la gente involucrada tiene la capacidad de encontrarle sentido a lo que se acuerda hacer.

Considera a la identidad colectiva como interactiva y compartida, por lo que mantiene unidos a los actores; las identidades colectivas pueden ser vistas como sistemas de acción y no como sujetos que actúan bajo las instrucciones de sus líderes únicamente; en la identidad colectiva se considera que la acción colectiva no constituye una simple reacción a las presiones sociales y a las del entorno, sino que produce orientaciones simbólicas y significados que los actores pueden reconocer, es por esto, que los actores sociales tienen la noción de causalidad y pertenencia, así, habilita a los actores a establecer la relación entre pasado y futuro, y a vincular la acción a sus efectos (Melucci, 1982). La identidad organizacional tiende a protegerse en el proceso de cambio desarrollando cierta elasticidad para poder conservar los

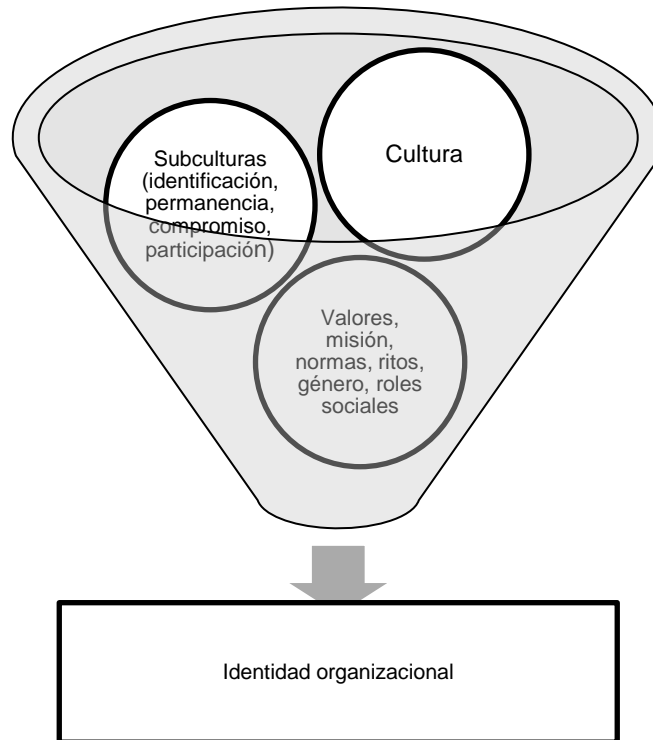
patrones esenciales propios durante dicho proceso. Melucci (1982) señala que la única forma de que la organización soporte un cambio radical es contar con una identidad muy bien constituida, basada en valores y creencias fundamentales.

Una identidad organizacional fuerte es aquella en la que se establecen claramente los parámetros, reglas, expectativas de comportamiento que se espera de los empleados, esto ayuda a la imagen de la organización. Las personas que visitan los lugares de trabajo saben que esperar del comportamiento de los empleados, en esto son muy importantes los procedimientos y el cumplimiento de los mismos (Deal y Kennedy, 1982;1999).

En un trabajo de Diamond (1993), la identidad organizacional es parte de la cultura organizacional de la empresa, la diferencia estriba que en la cultura organizacional se establecen aquellos elementos que la organización desea que la identifiquen. La hagan diferente (misión, visión, valores institucionales, políticas, procedimientos) y la identidad organizacional es la interiorización de dichos elementos a través de los valores y las creencias. Para que pueda darse la identidad organizacional es necesario establecer la forma de realizar una transferencia adecuada de los aspectos culturales hacia los empleados para que la consideren como propia y se logre la conexión emocional necesaria para lograrlo, ya que en esto se involucran una gran variedad de sentimientos y pensamientos.

La identidad considera conexiones con redes internacionales de mensajes que llegan de todo el mundo (García, 1996) y a su vez representa la forma en la cual los grupos de trabajo orientan a sí mismos y hacia la organización; esto les permite a los individuos adquirir seguridad e identidad como miembros (Diamond, 1993). Se crea un compromiso entre los miembros que forman la organización entre los superiores y subordinados mismos que influyen las decisiones y acciones organizacionales (Diamond, 1993). Como lo muestra la figura 5.3, la cultura afecta a la identidad.

Figura 5.3. Relación cultura – identidad



Fuente: Elaboración propia con la información de Deal y Kennedy, (1999), Diamond, (1993), Giménez, (1993), Melucci, (1982).

Como cualquier hecho social contextualizado en el tiempo y en el espacio, las identidades también cambian adaptándose al entorno y recomponiéndose continuamente, lo importante radica en cómo se define o se concibe ese cambio (Giménez, 1993). Los estudios realizados por Strandgaard y Dobbin (1997) en su postura como neoinstitucionalistas, han encontrado que las organizaciones persiguen el isomorfismo para conseguir la legitimidad organizacional y los eruditos en estudios de cultura organizacional reclaman la unidad para establecer sus identidades.

Los últimos autores consideran que las organizaciones copian prácticas de otras empresas que consideran exitosas, llevando esto al isomorfismo, mientras que la teoría organizacional de la cultura son distintivas ya que comprenden prácticas que los hacen únicos y los separan de las demás empresas.

Estas prácticas reflejan diferentes formas de crear la identidad corporativa y de construir la legitimación inter-organizacional. La formación de la identidad por unidad y la construcción de la legitimación por la uniformidad son dos caras de la misma moneda, sin embargo existen diferencias fundamentales entre estas dos posturas como se muestra la tabla 5.1.

Tabla 5.1. Teoría Neoinstitucional y Teoría Organizacional de la Cultura		
	Teoría Neoinstitucional	Teoría Organizacional de la Cultura
Paradigma	Construcción Social	Construcción Social
Objeto de investigación	Colectivo, significados, Estructuras	Colectivo, significados, estructuras
Nivel de análisis	Grupos de organizaciones Relaciones interorganizacionales	Grupos de individuos Relaciones intraorganizacionales
Método	Cuantitativo Eventos históricos	Cualitativo Estudios de caso
Sistemas asumidos	Abierto Interacción Cambio Isomorfismo	Cerrado Aislamiento Continuidad Polimorfismo
	Búsqueda de legitimación Significado entre organizaciones	Búsqueda de identidad Significado dentro de la organización
Fuente: Elaboración propia con base en la información de Strandgaard y Dobbin en <i>Identity y Legitimation</i> , (2006; 899).		

Ante estos nuevos escenarios resulta imperativo redefinir el problema de las identidades bajo nuevas perspectivas, revalorizar el significado de la hibridación en tanto que fusión y recombinación constantes de prácticas culturales o como ha señalado García (1996), que la mezcla intercultural, adquiere singular importancia. De acuerdo a Hopenhayn (1994; 114); [...] el cruce cultural y el desarrollo cultural implican que la modernidad ya no significa dejar atrás las sensibilidades propias, sino conjugar, en un mismo presente una vasta historia de signos culturales heterogéneos.

Existen esquemas integracionistas por los que pasa el proceso de globalización y estos contribuyen a fomentar identidades transnacionales, entendiéndose ahora la identidad como la incorporación de *lo otro*, como sí mismo en cuanto a *otro*, comprendiendo que no existe una identidad global pura ni tampoco identidades locales amuralladas (Arenas, 1999).

Las organizaciones deben adaptarse a los cambios exigidos por el desarrollo de mercados complejos y la competencia externa, ya que esta eficiencia adaptativa es la que dejará fuera a las que sean económicamente fallidas o instituciones obsoletas (North, 1984), esto implica formas de organización social seleccionando estructuras de formas más eficientes, competitivas y más equilibradas internamente.

Las organizaciones tratan de solidificar sus estructuras internas, su cultura e identidad propias para evitar tambalearse ante los cambios que exige la globalización, para mantenerse en un mercado competitivo; y, ser cada vez más iguales al mismo tiempo que diferentes en el marco global de las empresas, por ello las organizaciones pueden tratar de cambiar constantemente.

Después de cierto punto en la estructuración de un campo organizacional, el efecto del cambio individual es reducir el grado de diversidad dentro del campo (Schelling, 1978). Se considera como cambio organizacional el cambio en la estructura formal, la cultura organizacional y las metas, programas y misión (Powell y DiMaggio 2001).

5.6. Interacción entre cultura e identidad y su aplicación al “tianguis”.

Los conceptos de cultura e identidad están estrechamente relacionados, y más aún, se consideran indisolubles. En efecto, la identidad consiste en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad por lo tanto es importante conocer tanto sus componentes físicos como humanos tal como se muestra en la tabla 5.2.

De esta manera, los elementos de identidad cultural forman un modelo que permite al “tianguis” su propia configuración de los valores y las creencias de los

tianguistas, estableciendo a su vez los valores y creencias organizacionales que adquieren carta de legitimidad entre sus miembros y se manifiestan en actitudes como identificación, permanencia, compromiso, participación de los trabajadores, enfocado todo ello a su vez al cumplimiento de los objetivos del “tianguis” manifestados en su misión, visión y filosofía.

Tabla 5.2. Componentes de Identidad

Físicos:	Humanos:
Misión	Confianza
Estrategias	Libertad
Estructuras	Inteligencia
Tecnologías	Valores
Procedimientos	Cultura
Conocimientos	Moral

Fuente: Elaboración propia con base en la información de Enríquez (2003)

Lo anterior resulta más claro todavía si se considera que la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un “Yo” y los “Mi”, y no se ve de qué otra manera se podría diferenciarlos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos. Por eso la identidad no es más que el lado subjetivo (intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastante de los actores sociales en relación con otros actores.

Por consiguiente, para entender la identidad se requiere conocer manifestaciones de la identidad como la raza, el género, la edad, la nacionalidad, considerados elementos indispensables para su participación en acciones colectivas. Así, la identidad social se puede definir, en un sentido amplio y sincrético, como aquellos atributos como raza, sexo, nacionalidad, edad, clase social, que son compartidos por un colectivo social que permiten a los miembros de ese colectivo definir su yo social y reconocerse. En este sentido la identidad del trabajador refuerza lo que me distingue de los demás, ya sean miembros de mi grupo o no.

Los rasgos de carácter y personalidad que permiten la individualización pueden tener sin duda un papel en la explicación de la colaboración y la acción

colectiva. La idea de la permanencia y el cambio de la identidad cultural a lo largo del tiempo.

Hasta ahora destacan tres series de elementos de identidad: la pertenencia a una pluralidad de colectivos que son las categorías; grupos, redes y grandes comunidades; la presencia de un conjunto de atributos idiosincráticos o relacionales y; una narrativa biográfica que recoge la historia de vida y la trayectoria social de la persona considerada.

Por lo tanto, el individuo se ve a sí mismo, y es reconocido como perteneciendo a una serie de agrupados; como siendo una serie de atributos y atribuyendo un pasado biográfico incanjeable e irrenunciable. Por último, los rasgos de identidad organizacional están comprendidos en el concepto de cultura en el sentido de que son elementos establecidos, conocidos y compartidos por el grupo social. Sin embargo existen diferencias entre ambos conceptos, que son:

La identidad es una condición de existencia para la organización y como tal es autosuficiente, de manera que no incluye la necesidad de adaptación, educación o cambio. Además no es un resultado del intercambio con el contexto; no es información o actitudes que vengan “desde afuera” por efecto de los procesos de educación o socialización. Asimismo son las manifestaciones que son creación del observador y la cultura son motivo de aprendizaje, porque sus rasgos no se vinculan necesariamente a los modelos visibles o cotidianos de acción.

La identidad se forma con los rasgos que permanecen en el tiempo. En cambio la cultura es incrementable o actualizable mediante la suma de nuevos conocimientos. En fin, la cultura organizacional puede tener elementos contradictorios en sí mismos que son las subculturas locales, y que ello no ocurre respecto de los rasgos básicos de la identidad, es así que la cultura es un fenómeno de índole estructural y la identidad es la condición de supervivencia, y como tal se la considera como un rasgo de la invariancia organizacional.

Los elementos que componen la cultura e identidad son ubicados por el observador externo en distintos dominios a los efectos de su descripción de la organización. En los hechos adaptan la cultura que van a reflejar las distintas formas

de acople e interacción comunicativa y que además se obtiene una satisfacción en el trabajo.

El proceso de socialización al interior es factible de ser abordado desde una perspectiva analítica. En donde los trabajos sobre cultura organizacional pueden incluir el estudio de los procesos identitarios entre los individuos en una organización (Urbiola y Vázquez, 2008). Dependiendo del nivel jerárquico de éstos, las relaciones que mantienen entre sí pueden variar, ya sea que se encuentren enmarcadas en una estructura formal o informal (Mayo 1972; Roethlisberger y Dickson 1966; Merton, 2002).

Resumiendo, la identidad es un referente instituido en un sistema simbólico, cuya función le permite hacer una diferenciación de “sí misma” de otros subuniversos simbólicos. Los subsistemas simbólicos al ser autorreferentes y referencias para otros, constituyen una ventaja o desventaja entre sí, en la medida que al establecer una relación entre ambas, sus estructuras se pondrán en juego. El sentido de la relación está en función de las características estructurales de ambas.

Deslegitimar es un evento de defensa conceptual para un subsistema simbólico, lo que está en juego es la sobrevivencia de una estructura del “tianguis”. Es por esta razón que en cada relación entre los subsistemas simbólicos se pone en juego sus propias estructuras y las relaciones están mediadas por objetos de necesidad, cada subsistema de referencia tiene “algo” del “Yo” necesario para mantener una estabilidad, pero a la vez una intención al “otro” subsistema de referencia, para los fines, por lo tanto una parte de la identidad es “incidir sobre el otro”. Esto muestra que la identidad lejos de ser una re-presentación estructural, es acción más que intención de cambio.

La identidad rebasa el concepto y toma cuerpo en los trabajadores informales, ya que el tianguista encarna el referente de sí mismo, y tiene la capacidad que posee una persona para integrar su autopercepción que tiene del mundo, con sus actos, como también otros referentes, por eso cuando un tianguista entra por primera vez a un “tianguis”, ingresa a una nueva dimensión discursiva, lo organizacional, sea por cuestiones laborales o de otra índole, los tianguistas tienden a concretar sus

relaciones con grupos específicos, es así que presupone tener un conocimiento claro y preciso de capacidades, intereses, actitudes, objetivos, normas y valores, muchos de ellos acotados por áreas, secciones, u objetivos, por lo que se entra a otra dimensión, lo grupal. El grupo constituye un referente concreto de relación, el “tianguis” no escoge a dónde incorporar, sino que designa al tianguista el lugar, se impone desde una verticalidad, el grupo, el objetivo, y los compañeros, horarios y contextos.

El tianguista ahora tiene dos sistemas de referencia, la primera es la organización del “tianguis” y la segunda impuesto de modo exógeno, pero los tianguistas tienen otras posibilidades de agruparse, esto se debe a que muestran intereses semejantes entre ellos mismos, identificación proyectiva que es el saber quiénes son y están con ello, el conocer que quieren y luchar por obtenerlo dentro de las reglas que indican el “tianguis”. De esta manera se reconoce que dentro de la estructura interna que define a los tianguistas se hallan las condiciones de una relación, toda vez que la identidad se conforma en relación con los “otros”. Los “otros” contienen, sólo se necesita un objeto que permita reunir como una totalidad en los “tianguis” para poder satisfacerla en lo colectivo.

Ahora bien, la identidad del “tianguis” es un acto social colectivamente organizado, porque los grupos reales y simbólicos forman parte de una totalidad y se establece un diálogo entre los tianguistas y los líderes; se conocen y comprenden como grupo e inciden en la construcción de una identidad en las organizaciones es una tarea importante para el estudio de las mismas: es por esto que la participación en la cultura típicamente expone a una variedad de formas narrativas desde lo rudimentario a lo complejo. Donde se tiene un espectro de posibilidades convenidas, esto les da la posibilidad de organizar y construir relaciones cotidianas y dotarle de una variedad de sentidos.

Las características de la identidad, son primeramente que tiene una permanencia en tiempo y espacio, le permite al tianguista tener conciencia en un tiempo determinado de sus acciones, de sus implicaciones, tener instituida una estructura que implica todo un constructor de ideas y comportamientos incluyendo

emociones. La identidad es referencia y como tal requiere de permanencia, de una perdurabilidad.

Sólo desde ahí, puede manejarse en su historia. La perdurabilidad le permite manejarse en el plano temporal, pasado, presente y futuro. Es por ello que el sujeto puede decir quién fue, quién es, y quién será. De esta manera, se puede contar que la identidad es una constante del hombre; en segundo, la identidad permite a los tianguistas poder diferenciarse de los “otros”, que también tienen una identidad, si somos diferentes, esto los distingue, por lo tanto la distintividad permite la singularidad, pese a que comparten el mismo espacio y tiempo (social e históricamente determinados) y contiene por lo tanto generalidades como especie social, lo distinto hace la diferencia, marca las fronteras o los límites entre el “Yo” y los “Mi”; entre “nosotros” y “aquellos”.

Esto quiere decir que conforman a los grupos dentro de un espacio específico y concreto (geográfico) en la organización, dentro de un espacio simbólico, aun fuera del geográfico determinado por la organización: los pasillos, el comedor, el patio, la calle, la casa; desde aquí se reconoce, al tianguista que se ve influenciado por tres subuniversos simbólicos, cuando “entra” al tianguis entra también en un grupo dado por la dirección, pero también “sale” de él, cuando establece relaciones no legitimadas por la organización para conformar un grupo de acuerdo a los intereses de quienes lo conforman.

Sin embargo el grupo, al igual que la organización como concepto se halla en plena construcción, buscando algo en común, se puede decir que el “tianguis” forma parte de un momento dentro de la historia del tianguista, pero que antes de conformarse como tal y existir como totalidad, surgió desde la fusión, donde el “tianguis” se constituye a partir de una necesidad o de un peligro común y se define por el objetivo grupal que determina su praxis colectiva (Martínez Contreras 1977:385).

Será el reglamento del “tianguis” el primer paso hacia la organización, para que el grupo siga existiendo; pero requerirá del conjunto de deberes coercitivos que todo tianguista adquiere a modo de contraparte de los derechos alcanzados por el

reglamento, y para garantizar la continuidad del grupo se requiere de la unión; a partir de ello emerge lo que es la organización.

Esta actividad implica que los tianguistas cumplan funciones claramente definidas, y tendrá que ajustarse a un proyecto determinado de antemano y no una consigna surgida; o sea al interior del “tianguis” hay un reparto de actividades como el coordinador por zona, el que ayuda a juntar las cooperaciones para el pago de energía eléctrica y otros.

Por lo tanto, la identidad de los tianguistas es múltiple en función del contexto que la oriente y, los legitima como tal; parte de la hipótesis de trabajo es la premisa, la identidad del “tianguis” se legitima así misma y en referencia con los otros “tianguis” como también de las “organizaciones” por donde transite. Analizar a la organización a partir de los grupos que a la vez constituye un reto, sobre todo si lo que se pretende es entender los procesos por los cuales una organización constituye su identidad como la confianza, autonomía, iniciativa, intimidad y la integridad.

Para concluir este capítulo, fue necesario definir una escala de valores de identidad, para utilizarla en supuestos básicos que determinen el propósito de los tianguistas, como ejes del comportamiento, con la intención de que en el “tianguis” se genere una organización más confiable. En el siguiente capítulo, se definirá la satisfacción en general y la satisfacción en el trabajo aplicable al trabajo informal.

CAPÍTULO 6

SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO EN LOS “TIANGUIS”

6.1. Introducción

Este capítulo analiza la actitud general de un tianguista hacia su trabajo. Un tianguista con un alto nivel de satisfacción en el trabajo tiene actitudes positivas hacia sí mismo y hacia el “tianguis”. Cuando está insatisfecho tiene actitudes negativas hacia él y dentro del “tianguis”. Esta variable impacta el comportamiento personal, la colaboración con sus compañeros tianguistas, su identidad y, en general su calidad de vida.

Por lo anterior, se busca establecer la relación entre satisfacción en el trabajo, trabajo informal y vida en el “tianguis”. Para lo anterior se presentan una serie de definiciones planteadas por diferentes autores sobre el tema, para pasar a establecer la conocida pirámide de necesidades propuesta originalmente por Maslow y desarrollada por otros autores. Con base a lo anterior se proponen una serie de dimensiones acerca del trabajo informal y se finaliza el capítulo conjeturando la relación entre satisfacción en el trabajo, trabajo informal y la vida en el “tianguis”.

6.2. Conceptos alternativos de satisfacción en el trabajo

Weinert (1985: 297) destaca que en las organizaciones, los aspectos psicológicos son tan importantes como las reacciones afectivas y cognitivas; despiertan en el seno de las mismas, niveles de satisfacción e insatisfacción en el trabajo, es decir la satisfacción en el trabajo como un conjunto de reacciones, sensaciones y sentimientos de un miembro de la organización frente a su trabajo.

Para autores como Hodgetts y Altman(1991); Ardouin (2000), la satisfacción es el resultado de la motivación con el desempeño del trabajo, es decir, el cómo las recompensas satisfacen las expectativas individuales y la forma en que el individuo percibe la relación entre el esfuerzo y recompensa. De tal forma que, la satisfacción

es aquella sensación que el individuo experimenta al lograr el establecimiento del equilibrio entre una necesidad o grupo de necesidades. El trabajo proporciona una manera de satisfacer necesidades, y da un sentido de importancia frente a los demás.

Se define la satisfacción como un estado emocional positivo o placentero resultante de una percepción subjetiva de las experiencias del trabajo (Locke.1976). Una de las acepciones más ampliamente aceptadas es la de Robbins (1994) que la define como la actitud general de la persona hacia su trabajo. Se trata por lo tanto de una percepción subjetiva del trabajador

Por su parte, Muñoz (1990: 76), define la satisfacción como el sentimiento de agrado o positivo que experimenta un sujeto por el hecho de realizar un trabajo que le interesa, en un ambiente que le permite estar a gusto, dentro del ámbito de una empresa u organización que le resulta atractiva y por el que percibe una serie de compensaciones psico-socio-económicas acordes con sus expectativas. Del mismo modo, define la insatisfacción laboral como:

[...] el sentimiento de desagrado o negativo que experimenta un sujeto por el hecho de realizar un trabajo que no le interesa, en un ambiente en el que está a disgusto, dentro del ámbito de una empresa u organización que no le resulta atractiva y por el que recibe una serie de compensaciones psico-socio-económicas no acordes con sus expectativas (Muñoz, 1990:76).

También en Kreitner y Kinichi (1997) se define la satisfacción como una respuesta afectiva o emocional hacia varias facetas del trabajo del individuo. Y en Robbins y Coulter (1996:39), como la actitud general de un individuo hacia su trabajo, o sea, una persona con un alto nivel de satisfacción en el puesto tiene actitudes positivas hacia el mismo; una persona que está insatisfecha con su puesto tiene actitudes negativas hacia él.

Según Amorós (2007; 18), es una actitud hacia el trabajo propio que toma en cuenta la diferencia entre la cantidad de recompensas que los empleados reciben y la cantidad que ellos consideran deben recibir. La satisfacción en el trabajo es la actitud general de la persona hacia su trabajo. Los trabajos que las personas

desempeñan son mucho más que actividades, pues además requiere interacción con los colegas de diverso rango, cumplir con los reglamentos organizacionales así como con sus políticas, cumplir con los estándares de desempeño, sobrevivir con las condiciones de trabajo, entre muchas otras cosas (Amorós, 2007: 74).

La satisfacción en el trabajo es diferente de la motivación en el mismo. Ésta última se refiere a disposiciones de conducta, así como, a su fuerza e intensidad, mientras que la satisfacción se concentra en los sentimientos afectivos frente al trabajo y a las consecuencias posibles que se derivan de él. Por lo tanto, se puede encontrar una manifestación de factores importantes con respecto a los tianguistas, que retroalimentan de forma positiva o negativa el desempeño de su trabajo informal, conduciendo la satisfacción a una mejora en la economía familiar, a una permanencia estática o a una exigencia de movilidad, bien transitoria o definitiva, para satisfacer los niveles de exigencia personales.

También fortalecen la creencia sostenida por largo tiempo de que los empleados satisfechos son más productivos que los que no lo son, por lo que no solamente las sociedades deberían interesarse por la calidad de vida. La satisfacción debe ser un objetivo propio de la organización.

6.3. Las necesidades de la satisfacción en el trabajo.

La satisfacción en el trabajo representa una actitud y adquiere un comportamiento dentro de la organización del “tianguis” como la identidad. Maslow (1943), analiza este comportamiento en una pirámide de necesidades como lo muestra la tabla 6.1, que toda persona debe tener satisfechas para tener éxito en la vida; consta de cinco niveles: los cuatro primeros pueden ser agrupados como *necesidades de déficit* (deficitneeds o D-needs); al nivel superior lo denominó *auto-realización o motivación de crecimiento*, (beingneeds o B-needs).

El modelo original de Maslow ha sido replanteado por diversos autores. Por ejemplo Revich (2005) plantea un modelo de tres grupos de necesidades

fundamentales: Necesidades en materia de seguridad que representa la salud y seguridad, seguridad financiera y relación con la seguridad son base del éxito.

Tabla 6.1. Las necesidades según Maslow (1943) y su relación con el ambiente del trabajo

Necesidades autorrealización	Auto expresión Independencia Competencia Oportunidad	Oportunidades para realizar trabajos creativos Dominio y desempeño Libertad para tomar decisiones.
Necesidades de estima	Reconocimiento Responsabilidad Sentimiento de cumplimiento Prestigio	Símbolos de posición. Mayor grado de autoridad. Oportunidad y participación Reconocimiento y recompensas
Necesidades sociales	Compañerismo Aceptación Pertenencia Trabajo en equipo	Oportunidad para interactuar con otros miembros del equipo. Ser aceptados como miembros activo del equipo. Alta moral de grupo.
Necesidades de seguridad	Seguridad, estabilidad Evitar daños físicos Evitar riesgos	Antigüedad en el puesto Programa de seguro y bienestar. Condiciones de trabajo seguro
Necesidades fisiológicas	Alimentación, Vestido, habitación, confort, Instinto de conservación.	Sueldos y salarios Herramientas que facilitan el trabajo. Métodos de trabajo eficiente

Fuente: Elaboración Propia con información de Maslow (1943).

Las necesidades de condición/estima, entre éstas se encuentran la autoestima, situación social, autonomía y autoridad, que son parte fundamental para la cultura del trabajador. Necesidades de estima que son las actividades físicas, intelectual y el cambio o estabilidad.

Considerando estas necesidades el trabajador debe ser capaz de satisfacer la mayor cantidad de los intereses asociados y reconocidos, y aplicadas con el fin de articular con precisión para sus metas alcanzables. Dentro del comportamiento del trabajador en el “tianguis” se sigue el mismo modelo de las necesidades fundamentales para la permanencia en la informalidad, o sea, sus decisiones están

basadas en sus necesidades de satisfacción en el trabajo. Lo anterior nos lleva a proponer una serie de dimensiones del fenómeno.

6.4. Dimensiones del modelo para la satisfacción en el trabajo con base en las necesidades

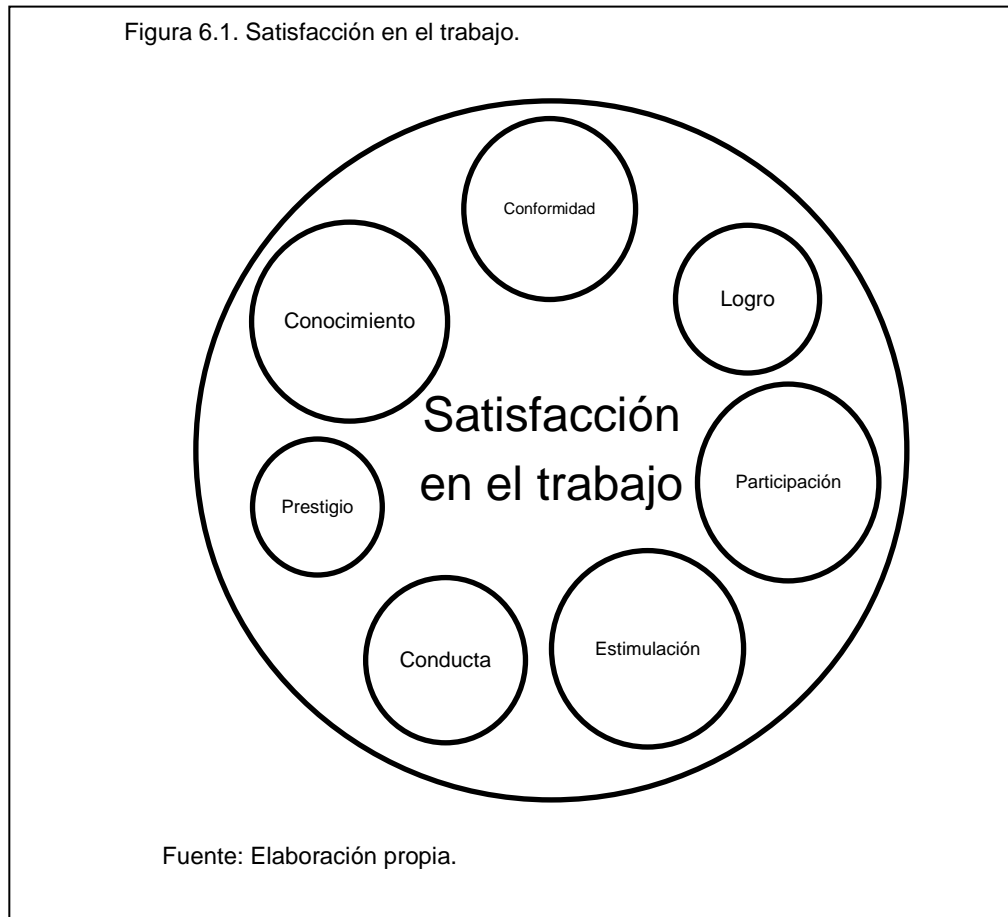
Según Fishbeing y Ajzen, (1975); Robbins y Coulter, (1996); Stephen, (2004), la satisfacción en el trabajo implica un conjunto de actitudes (ver figura 6.1) y una valoración de los individuos y las organizaciones de la manera en que influirán en los comportamientos y desde luego en los resultados de la satisfacción en el trabajo. También puede ser considerada como la correspondencia entre las demandas de los individuos expresados en necesidades y motivos; y lo que percibe que la organización propicia y le otorga de una manera u otra.

Todo trabajador busca recibir recompensas por los servicios prestados en una jornada de trabajo, incluyendo efectivo. Este deberá ser suficiente para satisfacer sus necesidades normales, en el orden material, social y cultural. Por ejemplo debe proveer la educación para los hijos, capacitación en el trabajo y sus necesidades básicas. Ésta es la lógica de un trabajador informal y de un tianguista que en ocasiones después de dejar un trabajo formal busca alternativas encontrándola en el sector informal. El modelo de satisfacción en el trabajo planteado se compone de diversas variables y se presenta en la figura 6.1. Las variables se definen como siguen:

El Prestigio de un trabajador se relaciona con la cultura y muchas veces es consecuencia de su ocupación; es un factor motivacional que atrae al trabajador a participar en ella. Una ocupación posee mayor estatus que otras y el trabajador en busca de posesión se identifica más fácilmente con las de mayor estatus.

Conocimiento es el proceso básicamente humano y cultural que facilita a las organizaciones, a través de diferentes medios, organizar, analizar, evaluar, cuestionar, comparar, reformular, crear, recrear y compartir distintos niveles de información, experiencias, valores, creencias y construcciones individuales, o sea es

un conjunto de información almacenada mediante la experiencia del trabajador, a posteriori, o a través de la introspección, a priori, que trata de la posesión de múltiples datos interrelacionados que, al ser ocupadas por sí solo, poseen un valor cualitativo.



Así como, **la Conformidad** es el grado hasta el cual los tianguistas de un grupo social cambiarán su comportamiento, opiniones y actitudes para encajar con las opiniones del grupo que en este caso es el “tianguis”.

Logro es obtener el cumplimiento de un anhelo, alcanzado mediante el esfuerzo propio. Es así que **la Participación** es la posibilidad de que todos los actores involucrados en la intervención puedan valorar el diseño, la aplicación y los resultados de la política del “tianguis” (planificadores, gestores, representantes políticos, organizaciones, beneficiarios). O sea es estar involucrado o desempeñar un

papel en el “tianguis”. Ser escuchado y tener voto para tomar decisiones en general dentro de la organización.

Tabla. 6.2. Dimensiones e indicadores de la categoría de satisfacción en el trabajo.

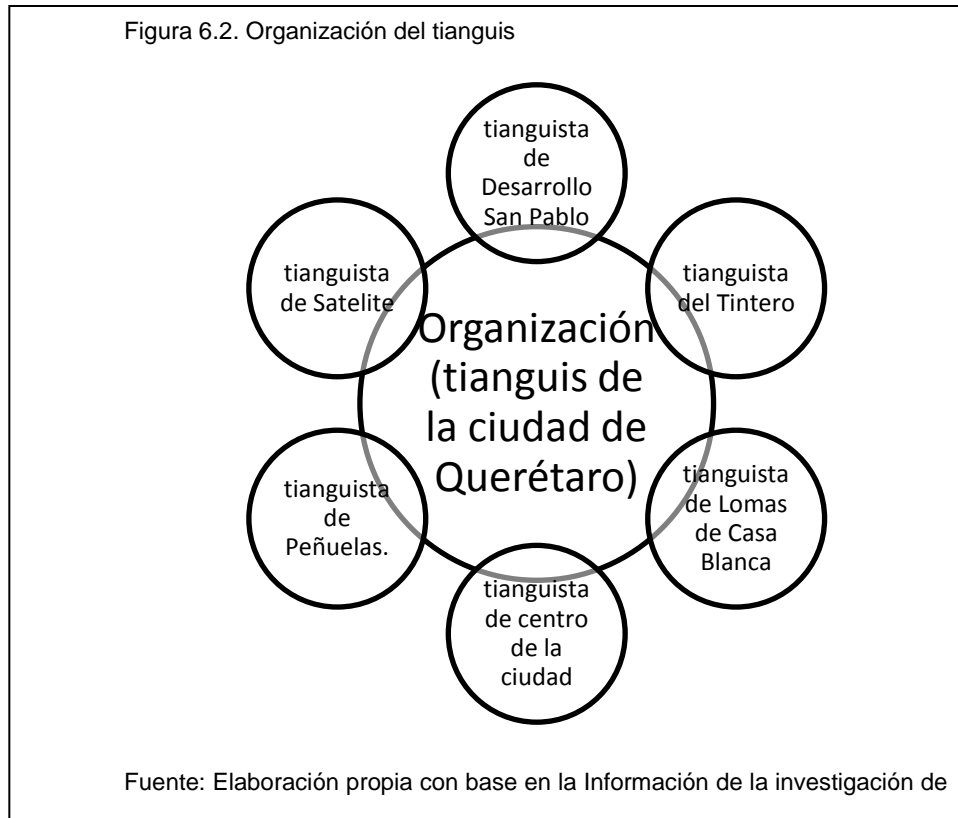
Dimensión	Indicadores.
Participación	Cuando el trabajador tiene un problema concreto, puede discutirlo y resolverlo Negociamos decisiones que incumben a nuestro grupo de trabajo
Logro	Yo decido sobre mi propio trabajo En el tianguis se prefiere el trabajo en equipo
Prestigio	El prestigio del tianguis se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad. La gente me aprecia porque trabajo en los tianguis
Estimulación	En la organización se me trata con dignidad y respeto. Siento que lo que hago en mi trabajo es algo realmente útil y valioso
Tradición	En la organización se tiene un compromiso Se acepta todo tipo de costumbres e ideas
Seguridad	Dentro de la organización hay una armonía y estabilidad en las distintas relaciones entre los demás y consigo mismo

Fuente: Elaboración propia con la información de Soria y Pérez, (2008).

Estimulación es la actividad que se otorga a las personas para un buen desarrollo o funcionamiento por cuestión laboral. Por otra parte, la **Conducta o comportamiento** que es la forma de conducirse ante una situación. Tiene propósitos específicos conscientes o no, o sea es la forma de actuar adquirida o aprendida.

Cada una de las dimensiones anteriores está asociada con indicadores, mismos que se presentan en la tabla 6.2. Para medir la satisfacción en el trabajo, la unidad de análisis son los trabajadores informales en su medio ambiente informal, que es la agrupación llamada “tianguis” y o la red de “tianguis” a la que pertenece simultáneamente un individuo, tal y como se muestra en la figura 6.2.

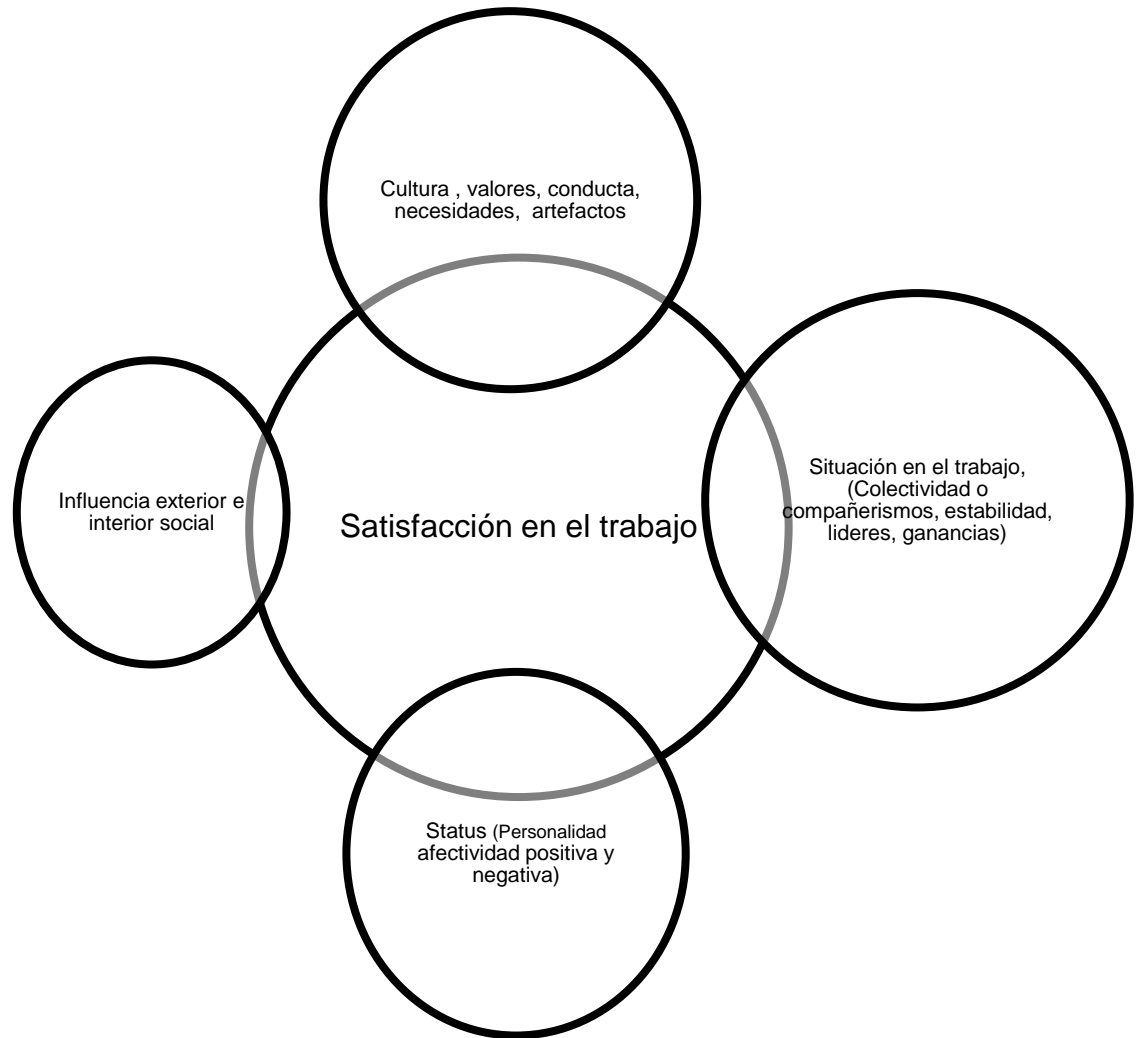
El diagrama muestra cómo se genera una asociación para tener una unidad entre los tianguistas logran solidarizarse en una organización más grande. Para el tianguista es mejor ya que tiene oportunidad, estabilidad y menos presiones externas e internas, ya que le permite trabajar más de un día a la semana en diferentes lugares de la ciudad de Querétaro. También, crean una respuesta general para su satisfacción en el trabajo.



Cada tianguista aporta un conjunto de creencias, sentimientos y cultura, que interactúan en su comportamiento en el trabajo, ayudando a identificar y solucionar alternativas organizacionales, que puede ser de colectividad, identidad, valores, normas y formas, autonomía, ingreso, motivación. Y por otra parte la insatisfacción por ausentismo, la rotación, problemas de salud y física que provoque una inestabilidad en la organización.

La estabilidad social como producción humana encuentra formas de expresión cuando el ser humano socializa, es decir, se expresa siempre con respecto a los demás y hacia sí mismo; todo ser humano externaliza su conducta como actividad social. El trabajador necesita de un medio ambiente estable, es decir, de una organización que le permita contrarrestar la inestabilidad económica y la mayoría de los trabajadores experimentan un contexto caótico.

Figura 6.3. Relaciones de satisfacción en el trabajo.



Fuente: Elaboración propia con la información de *Hodgetts y Altman (1991)*; *Schwartz (1992)* y *Ardouin (2000)*

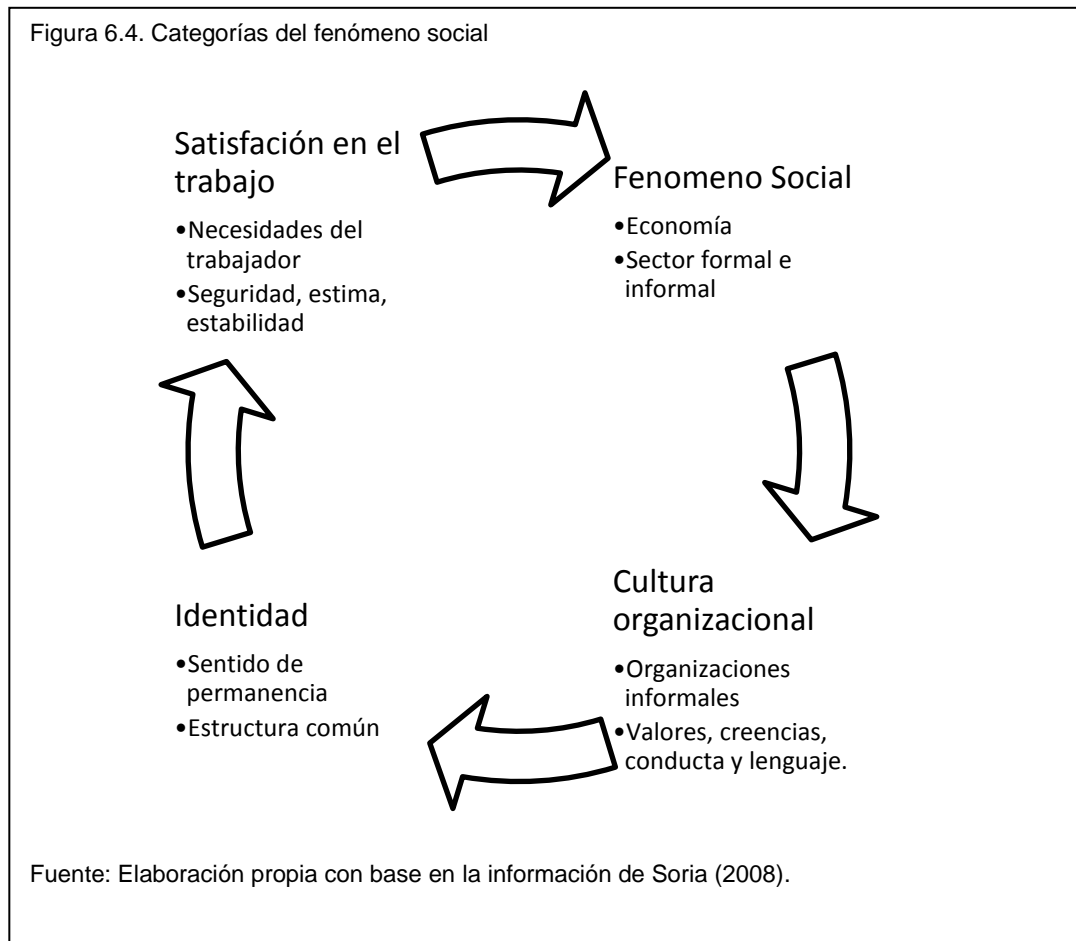
Como una respuesta a la incertidumbre, los miembros de la organización se agrupan no sólo para lograr el cumplimiento de sus metas, sino también para establecer lazos de unión, desarrollar identidad en el grupo y mantener un alto grado de cohesión como se muestra en la figura 6.3. En la actualidad el trabajo ha cambiado sustantivamente y ha repercutido en distintos aspectos de la vida de un trabajador, afectando su satisfacción o su insatisfacción.

Es posible observar que, en las organizaciones se aprecia un énfasis en lograr mayores índices de productividad, bajos costos, desarrollar planes de calidad y certificación, así como la utilización de métodos de otros países, como los japoneses, con lo cual se crean nuevos escenarios que tienen un impacto en las actitudes, los intereses, sobre todo en la cultura de cualquier organización.

En este sentido, la organización es una estructura de trabajo dinámico, que interviene de forma activa e intencional en la definición en el sentido de pertenencia colectiva al interior del “tianguis”. Por ello, es necesario analizar aspectos como la estructura, el tipo de relaciones entre líderes y miembros de la organización, la existencia de formas de participación y toma de decisiones, el grado de democracia, los sentimientos, las formas de resistencia y subordinación de los miembros, son importantes para conocer la dinámica inherente de los tianguistas con respecto a la organización.

Por último, también es pertinente considerar el tiempo libre y el ocio ya que en los períodos de tiempo no lucrativos, que existen en su actividad, debido a la flexibilidad en su jornada de trabajo, el tianguista socializa y mantiene actualizadas sus redes sociales, parentesco y de amigos, las cuales revisten importancia para el desarrollo de su trabajo.

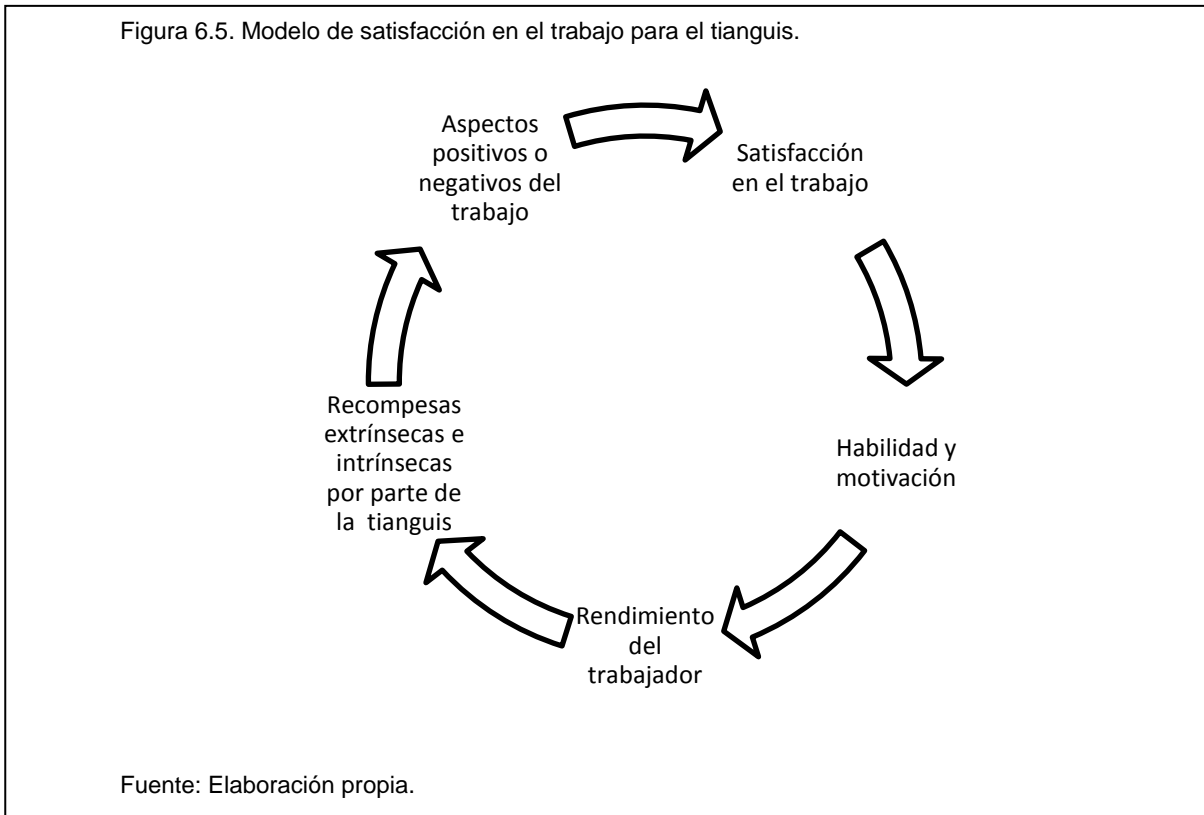
A partir de estas ideas se estudia el fenómeno social del trabajo informal, en donde la cultura organizacional conduce al comportamiento del trabajador, incide en la satisfacción en el trabajo del “tianguis” se puede analizar en la figura 6.4, y analiza cómo influyen los elementos culturales como valores, creencias, lenguaje y significado, en participación del sector económico por efecto de la globalización.



6.5. Un concepto de satisfacción en el trabajo aplicable al trabajo informal

De lo anteriormente expuesto, se desprende que la satisfacción es el resultado de la motivación en el desempeño del trabajo y de la forma en que el individuo percibe la relación entre esfuerzo y recompensa extrínseca e intrínseca por parte de la organización. La definición empírica de satisfacción en el trabajo aplicable en esta investigación, es que la satisfacción está definida por la actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla en el “tianguis”. Las actitudes son determinadas conjuntamente por las características actuales de la organización, como las percepciones que tiene el trabajador tal como; las necesidades, los valores y los rasgos personales.

Los tres aspectos de la situación del trabajo en el “tianguis” que afectan las percepciones son las comparaciones sociales con otros tianguistas, las características de los trabajos anteriores, los grupos de referencia, las características del “tianguis”, entre las que destacan: retribución, condiciones de trabajo, supervisión, compañerismo, seguridad en el empleo y oportunidades de progreso.



Además se pueden establecer dos niveles de análisis en lo que a satisfacción se refiere: satisfacción general que es el indicador promedio que puede sentir el trabajador a su ocupación y satisfacción frente a aspectos específicos de su trabajo, que puede variar: participación, logro, prestigio, tradición, estimulación, así como reconocimiento, beneficios, condiciones del trabajo, compañeros del trabajo, políticas del “tianguis”.

Por lo tanto, el modelo de la figura 6.5 que se plantea es la habilidad, la motivación y percepción del trabajo de un tianguista se combinan para generar un rendimiento. A su vez, este último genera recompensas que si el trabajador las juzga

como equitativas, originan la satisfacción y el buen desempeño subsecuente. Esta satisfacción y el equilibrio entre recompensas recibidas y deseadas, influyen en la motivación del tianguista, de modo que se conforma un sistema que se retroalimenta constantemente.

Por último, una vez que se ha logrado identificar esta habilidad, la motivación y percepción del trabajo de un tianguista se puede dar una respuesta a la hipótesis, ya que, a mayor satisfacción en el trabajo mayor identidad personal con la organización y fortalecimiento de la cultura organizacional del “tianguis”.

6.6. Recapitulación

En conclusión, con base en los autores anteriores, se puede establecer que la satisfacción en el trabajo representa dos fenómenos distintos y separados entre sí en la conducta de un tianguista. Es decir que el tianguista posee dos grupos de necesidades: unas referidas al medio ambiente físico y psicológico del trabajo (“necesidades higiénicas”) y otras referidas al contenido mismo del trabajo (“necesidades de motivación”).

La satisfacción en el trabajo está estrechamente relacionada con la identidad y la cultura, en el caso del tianguista, la satisfacción tiene que ver con las situaciones específicas de su autonomía, confianza, iniciativa y con las características de sus valores, actitudes y creencias en cuanto que todo ello repercute en su estabilidad emocional creando tensión, estrés, y produciendo malestar o satisfacción, tanto desde una perspectiva subjetiva como en su economía. Es así que la personalidad del tianguista no es un “ente” abstracto sino que se hace presente y se realiza en la interacción con el medio, es por esto que estas relaciones de cada tianguista va a adquirir su propio ajuste o adaptación, tanto personal como social.

En este sentido, la satisfacción en el trabajo viene determinada por el propio trabajo que realiza el tianguista, cuando se proyecta directamente de forma gratificante hacia las necesidades del “Yo” y “Mi”, a la vez que se hace extensivo de forma genérica a las distintas facetas o aspectos. Desde este enfoque van a ser que

las relaciones del tianguistas, son generadas a partir de cada “tianguis” que esté trabajando como en el entorno de su medio ambiente, que determinen la satisfacción/insatisfacción.

Por lo tanto la satisfacción en el trabajo de un tianguista es el resultado de una comparación entre lo que hace y lo que aspira a hacer con base en sus experiencias de trabajo anteriores que determinan su identidad y cultura. Ahora bien, si el tianguista solamente satisface sus “*necesidades higiénicas*”, no se siente ya insatisfecho (pero tampoco está satisfecho); si no se satisfacen estas necesidades, se siente insatisfecho. El tianguista sólo está satisfecho en el puesto de trabajo cuando están cubiertas sus “necesidades de motivación”. Si no se cubren estas necesidades, no está satisfecho y busca nuevas alternativas de trabajo que le permitirán lograr sus metas, es así que sus habilidades y destrezas le permite combinar dos trabajos (formales o informales) ya que el horario de los “tianguis” se lo admite, generando un desempeño en una ventaja para lograr sus recompensas extrínsecas e intrínsecas obteniendo aspectos positivos o negativos del trabajo.

Se anexan fotografías, organigrama y estadísticas al final del presente.

PARTE II. METODOLOGÍA

CAPÍTULO 7

UN ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL A TRAVÉS DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y LA SATISFACCIÓN DE LOS TRABAJADORES INFORMALES EN LOS “TIANGUIS”

7.1. Introducción

En la presente investigación se utiliza la metodología cualitativa-cuantitativa, debido a que el objeto de estudio y su relación con el problema a analizar y su propia contextualización, difícilmente pueden ser abordados desde una sola perspectiva. Algunas preguntas de investigación en esta tesis se dirigieron básicamente a la búsqueda de comprensión acerca de la identidad y cultura en las organizacionales informales (“tianguis”), la mayoría de ellos cargados de simbolismo, por lo cual, la metodología cualitativa-cuantitativa es la más pertinente ya que permite observar, analizar, entender y explicar el fenómeno que se presenta.

Como señala Ruíz (1999), la metodología cualitativa- cuantitativa tiene el objetivo principal de la captación y reconstrucción de significados, con una gran utilización de lenguaje conceptual y metafórico, con una forma de captar información flexible y desestructurada, con un procedimiento tanto inductivo como deductivo. Se tiene claro el debate que existe en cuanto a emplear ambos métodos, sin embargo, para reafirmar nuestra hipótesis se acudió a ambos para que nuestro objeto de estudio tenga mayor credibilidad y respaldo.

7.2. Cualitativo vs Cuantitativo

Existe un viejo e interminable debate entre metodología cuantitativa y cualitativa, sin embargo, se consideran que para los fines de esta investigación está de sobra defender alguna postura, ya que se trata de cuestiones completamente distintas, pero a su vez, complementarias (Ruiz 1999).

Generalmente, como menciona Ruíz (1999), se argumenta que el análisis cualitativo carece de mecanismos internos que garanticen el nivel mínimo de fiabilidad y validez, y los que defienden los análisis cualitativos afirman que la supuesta neutralidad y precisión de medida de los datos cuantitativos no pasa de ser una mera afirmación ideológica. De esta forma, la visión del mundo que usan cualitativos y cuantitativos y los métodos de investigación, sobre todo lo referente a la forma de analizar la información recabada, difieren completamente, razón por la cual hay quienes hablan de que dichas metodologías representan paradigmas incompatibles.

Sin embargo, lo más rescatable es saber a qué se refiere cada uno de los métodos. Según Ruíz (1999), la diferencia entre ambos paradigmas estriba en que el positivismo se basa en el análisis estadístico de los datos obtenidos por medio de estudios y experimentos descriptivos y comparativos; asume que sólo el conocimiento obtenido a través de medidas y de identificaciones objetivas puede presumir de poseer la verdad.

Por su parte, los métodos cualitativos, son una reacción contra esta rigidez del positivismo respecto a ciertos tipos de problemas sociales. En lugar de explicar las relaciones causales por medio de hechos objetivos y análisis estadísticos, utiliza un proceso interpretativo más personal para comprender la realidad. El contraste queda claramente descrito en la tabla 7.1.

Es de suma importancia el rigor metodológico, es por eso que antes de elegir cualquier herramienta de investigación, es necesario hacer una exhaustiva revisión teórico-metodológica para poder determinar si en realidad el método y las herramientas elegidas serían las más adecuadas para la recolección, el análisis y la interpretación de datos. Asimismo se busca que los métodos y herramientas utilizados resultaran congruentes con las preguntas y el problema general de la investigación, y también con la realidad observada.

Tabla 7.1. Diferencias entre investigación cualitativa y cuantitativa

Investigación cualitativa	Investigación cuantitativa
Centrada en la fenomenología y comprensión	Basada en la inducción probabilística del positivismo lógico
Observación naturista sin control	Medición penetrante y controlada
Subjetiva	Objetiva
Inferencias de sus datos	Inferencias más allá de los datos
Exploratoria, inductiva y descriptiva	Confirmatoria, inferencial deductiva
Orientada al proceso	Orientada al resultado
Datos “ricos y profundos”	Datos “sólidos y repetibles”
No generalizable	Generalizable
Holista	Particularista
Realidad dinámica	Realidad estática

Fuente: Elaboración propia con la información de Plummer (1983), citado en Ruiz (1999); Reichardt y Cook (1998); Taylor y Bogdan (1996).

En Tylor y Bogan (1996), la fenomenología se apoya en métodos cualitativos como la observación participante, la entrevista, los grupos focales, las historias de vida y la fotobiografía. A continuación, una breve descripción de los métodos utilizados en este trabajo, así como las herramientas metodológicas más recurrentes, esto con la finalidad de justificar la elección del método.

7.3. Instrumentos y/o técnicas de investigación

Dentro este apartado hay muchos autores como Blumer (1969); Geertz, (1992; 2008); Durkheim (1974); Bergh (1989); Taylor y Bogdan (1992); Denzin y Lincoln (1994); Yin (1994); Murdck, (1994); Ruiz (1999); Eco, (2007), entre otros. La investigación cualitativa que pertenece al paradigma hermenéutico, que interpretará el problema de investigación, para revelar los datos de la cultura e identidad y la satisfacción en el trabajo en la organización informal, es apuntar el significado que tienen el fenómeno social en la organización del “tianguis”.

Según Yin (1994:9), todos los trabajos tienen una serie de características en común: En primer lugar son estudios de caso que buscan la aplicación de un método global que incorpora enfoques específicos a la compilación y al análisis de

información para analizar un fenómeno contemporáneo en su contexto real en el cual los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes; en segunda instancia, la revisión de la literatura teórica, como el análisis e interpretación de documentos de las organizaciones, complementado con un conjunto de entrevistas a líderes y tianguistas clave de la organización y la observación directa.

7.3.1. La Observación

Según Geertz (1988), la observación es el proceso de contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social, sin manipularla ni modificarla, permite técnicas científicas de obtención de información. Si se efectúa bien, incluyen cuestiones de validez y de fiabilidad, de sesgos por parte del observador y los observados, efectos del observador y de ausencia de controles esta observación debe tener un orientación, planificadora y controlada.

La comunicación procede a nivel no verbal en la que el investigador-observador está alerta a las claves que va captando, interpreta lo que ocurre, obteniendo así un conocimiento más sistemático, profundo y completo de la realidad que observa (Geertz, 2008).

La observación incluye el tacto, el olfato y el oído para captar todo lo relevante y se sirve de cuantos recursos están a su alcance para lograrlo, desde la visión directa hasta la fotografía, la grabación acústica y además no debe intervenir, ni manipular, ni ser estimulador de sus objetos de observación (Eco, 2007).

La observación se diferencia del experimento básicamente por su política de no injerencia, de no interferir en el desarrollo de un fenómeno social, pretende evitar esta hibernación de la realidad y examinarla tal como ocurre sin ningún tipo de interferencia, modificación, prima la naturalidad y la inmediatez sobre la claridad y la manipulación (Eco, 2007).

Así intenta evitar la distorsión artificial del experimento y la entorpecedora de la entrevista, reside en su facilidad de acceso a los emplazamientos y la posibilidad de ponerlos en práctica sin la conciencia explícita de los interesados y finalmente,

garantiza un alto nivel de rigor cuando se combina con otros métodos, permitiendo que los datos sucedan con total espontaneidad permaneciendo en su calidad de datos naturales (Ruiz, 1999).

Sin embargo, la observación no está exenta de riesgos y peligros respecto a la plenitud y la perfección de la obtención de información, dado que el fenómeno social del trabajo informal se encuentra en varias partes de la ciudad de Querétaro.

No es fácil lo observable, porque se encuentra aparentemente disperso y establece una relación emocional y puede generar una falta de validez por cuanto, al no poder interferir personalmente en la situación, el observador debe apoyarse en sus propios criterios personales, a su vez, pueden diferenciarse dado que pueden obedecer a diferentes estrategias, conducirse con diferentes niveles de sistematización y de estandarización de la información y ejecutar con diferentes grados de control (Padua, 2004).

Según Ruiz (1999), el Sistema de Bales de categorías para registrar la interacción del grupo es:

- Muestra solidaridad, eleva el status de los demás, ayuda, premia
- Muestra un relajamiento de la tensión, cuenta chistes, ríe, muestra satisfacción.
- Está de acuerdo, muestra aceptación pasiva, entiende, concurre, imita a los demás.
- Proporciona sugerencias, direcciones, implicando autonomía para los demás.
- Proporciona opinión, evaluación, análisis, expresa sentimientos, deseos.
- Proporciona orientación, información, aclara, confirma.
- Solicita orientación, información, repetición, confirmación.
- Solicita opinión, evaluación, análisis, expresión o sentimientos.
- Solicita sugerencias, dirección, formas posibles de acción
- Está en desacuerdo, muestra resistencia pasiva, formalismo, rechaza la ayuda.
- Muestra tensión, solicita ayuda, se aleja.

- Muestra antagonismo, trata de rebajar el status de los demás, actitud defensiva o egoísta.

También, la escuela formalista reside en constatar la importancia de la socialización como base de los modos en que queda cristalizado el orden social, los estudios sobre la subordinación y la superordinación, el conflicto mariscal y marital, las diadas y las triadas.

Para la escuela dramática es el estudio de cómo el individuo presenta su yo individual en el escenario social de los otros, que son los rituales del comportamiento en público.

Según Ruiz (1999), la auto observación es el análisis hacia el comportamiento propio en situaciones críticas, apelando al postulado de que las experiencias fundamentales y el significado de tales experiencias habrían de ser fundamentalmente el mismo para ellos que para cualquier otro sujeto, con la ventaja de que el propio investigador podría conocer de este modo, el contenido y el significado de tales experiencias. Si nos limitamos a la observación estrictamente cualitativa, podemos contemplar todavía las siguientes clases de observación:

- Panorámica-participante
- Panorámica- no participante
- Selectiva- participante
- Selectiva- no participante

Ahora bien, la interacción social sucede cuando el observador social establece como condición esencial de su trabajo, el contacto directo e inmediato con los actores sociales, la renuncia a los intermediarios, pone al observador frente a frente a los protagonistas mismos de los fenómenos estudiados. El punto crucial es que su sola presencia y conducta, sea que se presente claramente como observador o no, crea una imagen de sí mismo y los demás utilizan esta imagen como base para su relación y comunicación con él.

Lo que el observador ve depende de la posición social en la que se encuentra, y lo que los demás le cuentan a él o lo que él pregunta a los demás sólo tiene sentido y es plausible con base en esa posición ocupada. El observador que entra a una

aldea, un grupo o una organización, puede autodefinirse a sí mismo y autodelimitar cómo piensa actuar es esa situación (Padua, 2004).

Las fases de interacción social deben ser muy claras ya que éstas serán más pronunciadas y características cuanto mayor sea la fuerza de la misma interacción social entre observador y la realidad de la persona observada. Para Ruiz (1999), la razón por lo cual debe tener una mayor nitidez y fuerza. Se advierten cinco fases:

El recién llegado, es el momento en que el observador entra en contacto con los actores sociales. Y el miembro provisional es cuando se define el papel social e inicia la interacción social, el recién llegado comienza a ser explorado como persona individual, el observado es recibido y tratado como un miembro, no definitivo, sino provisional del grupo.

El miembro categórico, el observador comienza a ser una figura familiar y más o menos, cotidiana en la escena diaria y produce una opacidad de la persona y desarrolla una presencia distante.

El observador persona, cuando empiezan a consolidarse las relaciones personales y la distancia marginal mantenida hasta ahora comienza a cuartearse por accidentes fortuitos, por la intensidad de relaciones por afinidades idiosincráticas para evolucionar a la fase de confidente y amigo.

El migrante inminente, persona a la que los observados, especialmente los informadores más cualificados, comienzan a ver como una amenaza potencial.

Concluyendo cada una de ellas, se tienen diferentes alternativas de acceso al contenido de la información, así como diferentes condiciones para poder acceder y reconocer las alternativas e información que debe ser incluida en el informe final.

En la mayoría de los estudios de caso se selecciona una pequeña área geográfica o un número muy limitado de individuos como los sujetos de estudio de los trabajadores. El fenómeno contemporáneo de vida real a través de análisis contextual detallado del investigar en su contexto limitado al número de evento y sus circunstancias así como las relaciones (Yin, 1984).

Según Yin (1994:23), define el método de investigación de caso como una investigación empírica que investiga un fenómeno contemporáneo dentro del

contexto de su vida real; cuando no son los límites entre el fenómeno y contexto dentro de su vida real, cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son claras para el observador y en el que múltiples fuentes de las pruebas se utilizan.

7.3.2. La entrevista

Según Ruiz (1999), es una técnica de obtener información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales.

Para Denzin y Lincoln (1994), es la herramienta metodológica favorita del investigador cualitativo y es una conversación en la que y durante la cual, se ejercita el arte de formular preguntas y escuchar respuestas. Comprende un desarrollo de interacción, creador y captador de significados, en el que influyen decisivamente las características personales del entrevistador y del entrevistado.

Para Ruiz (1999), la entrevista es una técnica para obtener que un individuo transmita oralmente al entrevistador su definición personal de la situación, comprende un esfuerzo de inmersión por parte del entrevistado frente a, o en colaboración con, el entrevistador que asiste activamente a este ejercicio de reposición cuasi teatral, con un grado de intimidad y familiaridad que haga más llevadera y justificada esta inmersión teatral, tanto más necesaria cuanto que la entrevista es una reconstrucción *post festum* o sea es un descubrimiento *a posteriori*. Por lo tanto, toma la forma de relato de un suceso, narrado por la misma persona que lo ha experimentado y desde su punto de vista. La entrevista en sí es el contexto en el cual se elabora este relato, y crea una situación social para que pueda tener lugar. En este relato el entrevistador desempeña el papel de facilitador.

Taylor y Bogdan (1992), definen la entrevista en profundidad como encuentros reiterados, cara a cara, entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias vidas, experiencias o situaciones.

Para Benny y Hughes (2002), la entrevista constituye un encuentro en el que ambas partes se comportan como si fuesen de igual status durante su duración sea esto o no así. La entrevista puede adoptar una serie interminable de formas diferentes desde la más común, la entrevista individual hablada, hasta la entrevista de grupo, o las desarrolladas por correo o teléfono, de forma estructurada y controlada o libre.

Según Ruiz (1999), hay tres características de las entrevistas que se detallan; sostenidas con un solo individuo (individual) o con un grupo de personas (de grupo); Las entrevistas que cubren un amplio espectro de temas (biográficas) o las monotemáticas; Las entrevistas dirigidas (estructuradas) en las que el actor lleva la iniciativa de la conversación o aquellas en la que el entrevistador sigue un esquema general y flexible de preguntas, en cuanto a orden, contenido y formulación de las mismas.

Para Ruiz (1999), se debe tener todas las diferencias entre una entrevista no estructurada y estructurada para tener mayor valoración de la investigación.

➤ Entrevista estructurada, pretende explicar más que comprender, busca minimizar los errores, adopta el formato estímulo/respuesta, suponiendo que a una respuesta correcta el entrevistado contesta con la verdad, obtiene con frecuencia respuestas racionales, pero pasa por alto la dimensión emocional. El entrevistador formula una serie de preguntas con una serie de respuestas prefijadas entre las que elegir, controla el ritmo de la entrevista siguiendo un patrón estandarizado y directo, no da explicaciones largas del trabajo, no altera el orden ni la formulación de las preguntas, no permite interrupciones ni intervención de otras personas en las respuestas, no expresa su opinión personal a favor o en contra. Su papel es el de un rol neutral, nunca improvisa el contenido o forma de las preguntas, establece una relación equilibrada que implica familiaridad al mismo tiempo que impersonalidad, adopta el estilo de oyente interesado pero no evalúa las respuestas oídas. El entrevistado son todos los entrevistados reciben el mismo paquete de preguntas, las escuchan en el mismo orden y formato. Las respuestas son cerradas al cuadro de

categorías preestablecido, grabadas conforme al sistema de codificación previamente establecido.

➤ La entrevista no estructurada, pretende comprender más que explicar, busca maximizar el significado, adopta el formato de estímulo/respuesta sin esperar la respuesta objetivamente verdadera, sino subjetivamente sincera, obtiene con frecuencia respuestas emocionales, pasando por alto la racionalidad. El entrevistador formula preguntas sin esquema fijo de categorías de respuesta, controla el ritmo de la entrevista en función de las respuestas del entrevistado. Explica el objetivo y motivación del estudio, altera con frecuencia el orden y forma de las preguntas, añadiendo nuevas si es preciso. Permite interrupciones e intervención de terceros si es conveniente, si es requerido no oculta sus sentimientos ni juicios de valor, explica cuando sea necesario aclarar el sentido de la pregunta. Con frecuencia improvisa el contenido y la forma de las preguntas. Establece una relación equilibrada entre familiaridad y profesionalidad, adopta el estilo del oyente interesado pero no evalúa las respuestas. El entrevistado, cada entrevistado recibe su propio conjunto de preguntas, el orden y formato puede diferir de uno a otro. Las respuestas son abiertas por definición, sin categorías de respuestas preestablecidas y grados conforme a un sistema de codificación flexible y abierta a cambios en todo momento.

Como en Taylor y Bogdan (1996), la entrevista en profundidad se ejecuta con base en criterios operativos fundamentales en los que reside su validez como instrumento de captación y transmisión de significados. Esta interpretación constructivista del comportamiento humano es la que defiende el interaccionismo Simbólico, cuyos postulados básicos presuponen que el comportamiento humano:

Se basa en un mundo nombrado o clasificado y que los nombres comportan un significado que consiste en expectativas participadas de conducta que emergen del proceso de interacción social con los otros, uno aprende en interacción con otros, tanto a clasificar los diferentes objetos como el modo se espera que se comporte ante ellos. Entre estos nombres están los símbolos usados para designar los componentes estables y morfológicos de la estructura social denominados posiciones y son estas posiciones las que se denominan convencionalmente roles.

Los actores se denominan unos a otros dentro de esta estructura social y al hacerlo así invocan y crean las expectativas internalizadas de conducta respecto de unos con otros.

La conducta social, no obstante, no viene dada por estas expectativas, sino que se deriva de un proceso social iniciado por ellas pero desarrollando a través de un intercambio sutil que va configurando constantemente tanto la forma como el contenido de la interacción.

Sin negar el influjo y la importancia que la reacción y el aprendizaje tiene para la explicación de la conducta humana, la entrevista concibe al hombre, al actor social, como una persona que construye sentidos y significados de la realidad ambiental. Con ellos entiende, interpreta y maneja la realidad a través de un marco complejo de creencias y valores desarrollado por él, para categorizar, explicar y predecir los sucesos del mundo (Pérez, 2003).

La comunicación no verbal exige un talento especial para convencer al entrevistado de qué se quiere oír y tomar en serio lo que sólo él tiene que contar y expresar, esto implica tres procesos, los que se interrelacionan e influyen mutuamente: el proceso social de interacción interpersonal, el proceso técnico de recogerla información, el proceso instrumental de conservar la información, grabando la conversación (Álvarez, 2003).

En el proceso de interacción es un acto de interacción personal, inducido y libre, entre dos personas, entrevistador y entrevistado, en el cual se efectúa un intercambio de comunicación cruzada a través de la cual, el entrevistador transmite interés, motivación, confianza, garantía y el entrevistado devuelve, a cambio, información personal en forma de descripción, interpretación y evaluación (Álvarez, 2003).

Ello implica un cierto balance entre una estructura tenue y tentativa inicial, propuesta más que impuesta por el entrevistador y una cierta ambigüedad e indecisión, siempre a merced de las respuestas y de las claves que va ofreciendo sucesivamente, el entrevistado a lo largo de la conversación (Pérez, 2003).

La empatía es la condición esencial y característica para que tenga lugar una interacción social de auténtica comunicación interpersonal. Es por esto, que el entrevistador debe persuadir a su entrevistado del interés, utilidad y oportunidad de la entrevista, identificando sus objetivos y condiciones básicas (Ruiz, 1999).

7.3.3. El cuestionario

Según Ruiz (1999), la utilización de los cuestionarios es la técnica de recolección de datos, permite llegar a un mayor número de participantes y facilita el análisis del diseño para poder cuantificar y universalizar la información, así como estandarizar el procedimiento de la entrevista.

El uso de las tres técnicas simultáneamente (o sólo dos de ellas) se llama “triangulación”, por lo tanto, existen numerosas maneras de registrar, reconstruir y representar la estructura del comportamiento en el curso de una interacción (Pérez, 2003).

Una de estas maneras consiste en suponer que toda interacción posee un orden del día, un plan de organización o un programa cultural, “interiorizado” de una manera o de otra por cada participante, y que este plan puede abstraerse mediante la observación de un número suficiente de ejemplos de la interacción en cuestión (Padua, 2004).

7.4. Fotobiografía

Según Álvarez, (2003); Taylor y Bogdan, (1996); Frith y Harcourt, (2007), la fotografía es una técnica que nace en la corriente fenomenológica como una propuesta diferente de la positivista; la visión de los fenómenos sociales, en donde, a partir de cómo las personas entienden los hechos cotidianos y experiencias de la manera en que actúan en consecuencia, es decir que la subjetividad humana se encuentra presente y se relaciona directamente con todo hecho social.

La fotografía revalora la postura de que lo verdaderamente significativo son las fuerzas que mueven a los seres humanos: ideas, sentimientos y motivaciones internas en donde vive (Álvarez, 2003).

Según Cronin (1998), el uso de la fotografías es de un valor informativo y estético. Por lo tanto existen dos tipos de fotografías, aquellas que contienen información y las que provocan una relación emocional, que se distingue la relación con el tiempo determinado, el ámbito popular como mito relacionado con el realismo o lo simbólico, la dinámica familiar y nos permite crear historias de vida.

Como en Taylor y Bogdan (1998) la fotografía tiene cuatro fases de integración de los procesos internos; selección de datos, el estudio de las fotografías, tiempo de integración entre las sesiones y después revisión de las fotos que sea factible.

La finalidad del diseño de metodología comprende la relación con la identidad cultural, satisfacción en el trabajo y la organización de los tianguistas. De igual modo, para profundizar en el conocimiento de dichos condicionantes se intenta determinar las posibles causas existentes entre estos miembros para permanecer en el “tianguis”.

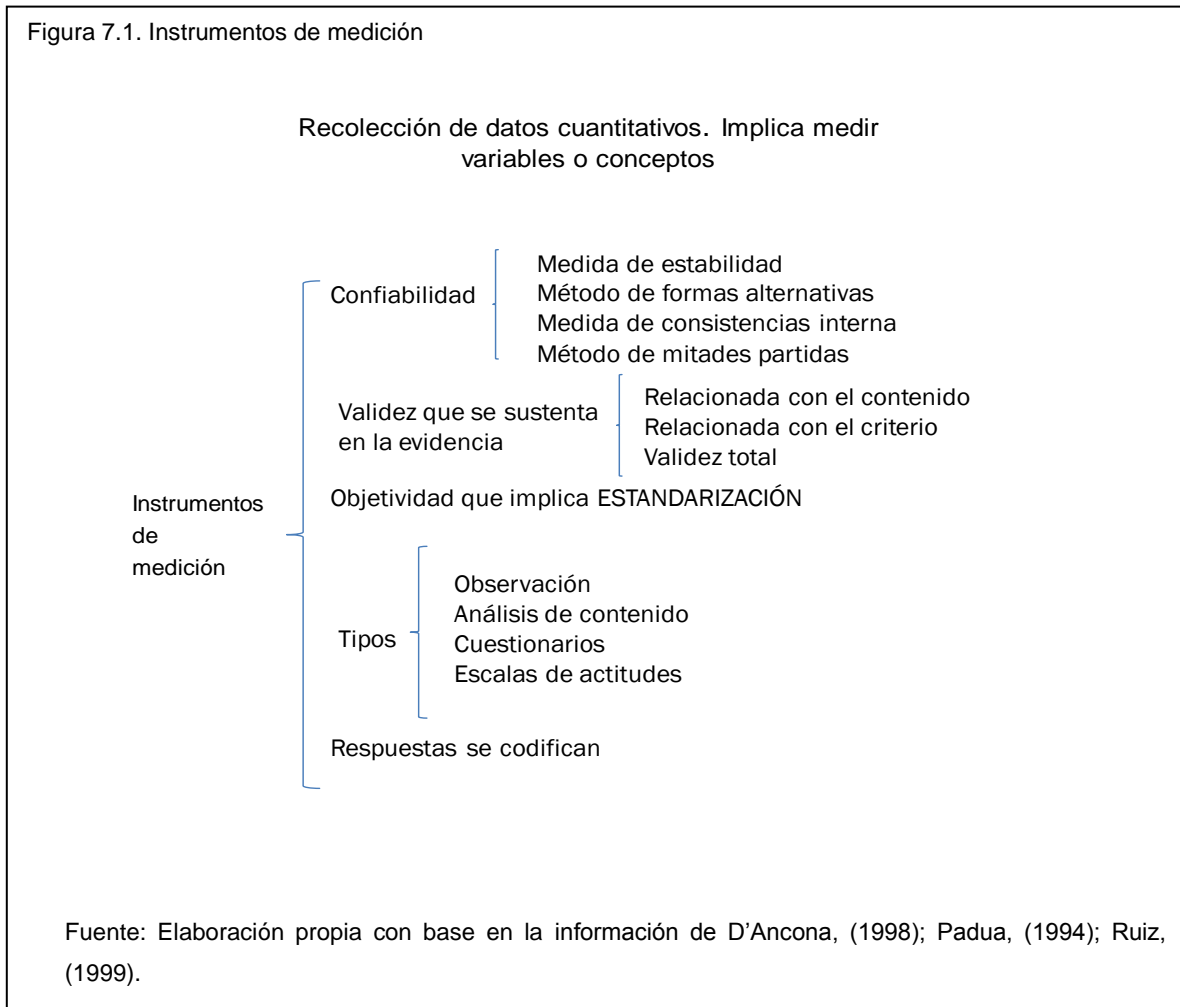
Respecto a la primera categoría, que intentan acercarse a la satisfacción en el trabajo y la cultura organizacional de los tianguistas, se ha ideado un instrumento de encuesta y entrevista, que intenta recolectar sus opiniones sobre diferentes dimensiones y ámbitos relacionados con su organización.

7.5. Métodos Cuantitativos

Estos métodos tienen su base epistemológica en el funcionalismo y hacen énfasis en la medición objetiva para demostrar la causalidad y la generalización de los resultados de la investigación. Dando paso a los instrumentos de medición como se muestra en la figura 7.1. Este análisis y sus resultados llevan al establecimiento de leyes de la conducta, es así que, la organización, sistematización, planeación de la búsqueda y obtención de la información para su descripción y análisis. A partir de la

información, efectuar inferencias a través de la estimación y contrastación de hipótesis. Generando una estructura clara de las opiniones de los tianguistas a partir de cada dimensión y ámbitos del cuestionario entre identidad y satisfacción en el trabajo a la obtención de información ya sea estructura y sistemática.

Figura 7.1. Instrumentos de medición



7.6. Escalas para la medición de actitudes

Primeramente, el nivel nominal, en la operación de medir consiste en la asignación de números a distintas categorías, en segundo nivel ordinal, distingue entre diferentes categorías y de poder afirmar si posee mayor, menor o igual grado que es el atributo que estamos midiendo (Padua, 2004).

En el siguiente orden de los conceptos que son complejos y están compuestos de una serie de dimensiones o atributos por ejemplo el *status* económico, que se dimensionaliza en ocupación, educación e ingreso, a esto se debe que las dimensiones estén intercorrelacionadas en ellas.

7.7. Escalas para cuestionarios

Las siguientes sugerencias con relación a la construcción de cuestionarios que son; busca solamente la información que se puede obtener de otras fuentes. Es tan breve como sea posible y sólo lo bastante extenso para obtener los datos esenciales. Tiene un aspecto atractivo. Las instrucciones son claras y completas. Los términos importantes se hallan definidos; cada pregunta implica una sola idea; todas ellas están expresadas tan sencilla y claramente como sea posible, de manera que permite respuestas fáciles, exactas y sin ambigüedad (Best, 1974).

La importancia del tema al cual se refiere debe ser expuesta clara y cuidadosamente en el cuestionario. Las personas estarán más dispuestas a responder si saben cómo serán utilizadas las mismas. Las preguntas son objetivas, sin sugerencias hacia lo que se desea como respuesta. Las preguntas están presentadas en un orden psicológico correcto, precediendo las de tipo general a las específicas. Deben evitarse las preguntas molestas.

Para facilitar la clasificación e interpretación, antes de aplicar un cuestionario a un grupo numeroso, conviene experimentarlo en un grupo reducido de características lo más semejantes a las personas a las que se va a encuestar. Esta aplicación previa tiene por objeto detectar preguntas e instrucciones ambiguas que posteriormente pueden restar validez al instrumento.

Es lo que se denomina cuestionario piloto de la prueba. Al elaborar el cuestionario es necesario establecer la forma en que será tabulado e interpretado. Para este objeto es de gran utilidad la aplicación experimental que permite prever la dispersión que tendrán las respuestas.

Una de las formas más sencillas de tabular un cuestionario es construir una tabla de doble entrada, en uno de cuyos ejes se registra a los encuestados o el número de formulario si se aplicó en forma anónima, y en su otro eje se colocan las preguntas o el número que las representa. De este modo es posible obtener rápidamente una visión global de las respuestas dadas por los individuos encuestados.

7.7.1. Escalograma de Guttman

Según Guttman (1976), el escalograma es una técnica para la medición de actitudes en una dimensión única. Se caracteriza por medir la intensidad de la actitud a través de un conjunto de ítems. La escala es unidimensional siempre y cuando sea de carácter acumulativo. Lo anterior se refiere a que el conjunto de ítems están encadenados entre sí de tal forma que si una unidad de análisis expresa estar de acuerdo con el primer ítem deberá estar de acuerdo con el resto de ítems que constituyen el escalograma.

Los ítems se ordenan de mayor a menor intensidad. Por ejemplo:

A una excelente preparación y capacidad profesional corresponden excelentes ingresos económicos.

Los sueldos y salarios que devengan los empleados en las organizaciones deben asignarse de acuerdo a la preparación y capacidad profesional.

Un empleado nuevo de una organización con un alto nivel de preparación y capacidad y con un eficiente desempeño laboral debe obtener un salario más alto que un empleado de la misma organización con 10 o más años de experiencia pero con un bajo nivel de preparación y capacidad profesional, reflejado en un bajo desempeño laboral.

La construcción del Escalograma de Guttman (1976), requiere de cumplir con las siguientes etapas:

- Definir la variable de actitud a medir.
- Operacionalizar la variable de actitud.

- Desarrollar el conjunto de ítems con respecto al objeto de actitud o referente, especificando como alternativas de respuesta: () De acuerdo () En desacuerdo.
- Desarrollar un estudio piloto con el propósito de verificar si la escala es unidimensional. Guttman sugiere administrar entre 10 y 12 ítems a un promedio de 100 personas para realizar la depuración de la escala con mayor confiabilidad.

Determinar si los ítems integran una escala acumulativa por medio del análisis de reproductividad de las respuestas, es decir, si los ítems cumplen con el principio de escalamiento. Asignar puntuaciones a cada ítem. El valor que se asigna a la alternativa de acuerdo es 1 y 0 a la alternativa en desacuerdo. Estas puntuaciones se utilizan como precedente para obtener el coeficiente de reproductividad, a la vez que se determinan los puntos de ruptura. El análisis de reproductibilidad se determina mediante el coeficiente de reproductividad expresado como:

$$C.R. = 1 - \frac{ES}{TR} \quad 0 \leq C.R. \leq 1$$

en donde:

ES= Número de errores detectados

TR= Total de respuestas que es el producto de sujetos por el número de elementos.

C.R.= Coeficiente de reproductividad de acuerdo para Guttman (1976), un coeficiente de reproductividad adecuado debe tener un valor mínimo de 0.90 como criterio para aceptar que la escala es unidimensional.

Un punto de ruptura es un error en el escalamiento del escalograma, por ejemplo si se tienen los ítems A, B, C y D y la respondiente marca de acuerdo en A, en desacuerdo en B y de acuerdo en C y D existe un punto de ruptura en B.

7.7.2. La escala de Likert

Esta escala según Ávila (1983), mide actitudes individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem, se construye en función de una serie de ítems que reflejan una actitud positiva o negativa acerca de un estímulo, se deben considerar los siguientes puntos.

Es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos.

Alternativas o puntos que son: Alternativa A: (5) Muy de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (Afirmación); (2) En desacuerdo; (1) Muy en desacuerdo. Alternativa B: (5) Totalmente de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Neutral (Afirmación); (2) En desacuerdo; (1) Totalmente en desacuerdo. Alternativa C: (5) Definitivamente sí; (4) Probablemente sí; (3) Indeciso (Afirmación); (2) Probablemente no; (1) Definitivamente no. Alternativa D: (5) Completamente verdadero; (4) Verdadero; (3) Ni falso, ni verdadero (Afirmación); (2) Falso; (1) Completamente falso.

Como en Likert (1932), supone que cuando la actitud existe, por lo tanto la gente se encontrará ordenada en función de su acuerdo o desacuerdo con estas proposiciones, siempre que estén relacionadas con la actitud dogmática que pretenden medir. Si esta relación ha sido constatada, si la escala es válida, la probabilidad de que una persona de una respuesta favorable a una preposición particular es tanto mayor, cuanto que la persona misma sea más favorable.

Según Likert (1932), para obtener las puntuaciones de la escala se suman los valores obtenidos respecto de cada frase. El puntaje mínimo (PM) resulta de la multiplicación del número de ítems por 1. Una puntuación se considera alta o baja respecto del puntaje total (PT); este último está dado por el número de ítems o afirmaciones multiplicado por 5.

PM-----|-----|-----|-----PT

Actitud Muy desfavorable Muy favorable

Al graficar esta contestación que representa un eje de respuesta favorable, en el otro el continuum de la actitud y dentro se dibuja la probabilidad de respuesta de diferentes enunciados. Cuanto más favorable sea la actitud se debe obtener una mayor probabilidad de respuesta favorable.

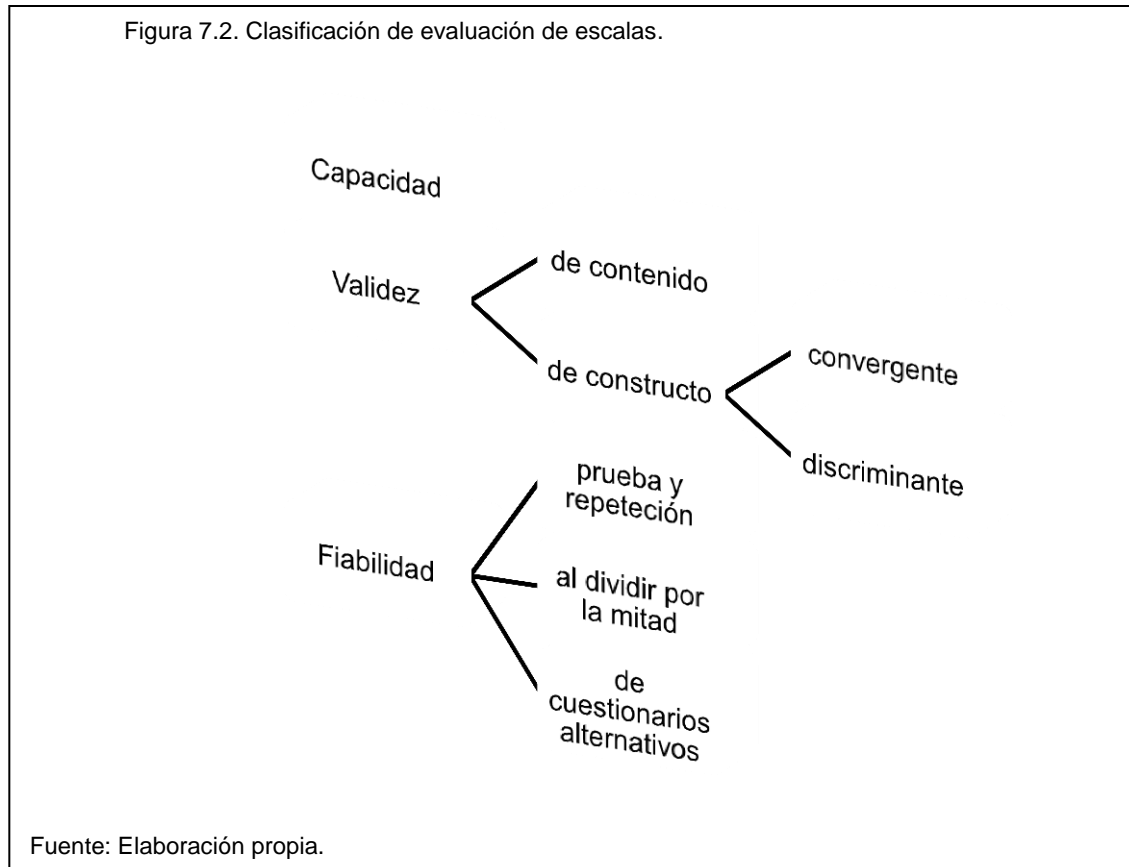
Por lo tanto, la curva correspondiente a la proposición del primer dato, proporciona las probabilidades de respuesta favorables a una respuesta "neutra", porque incluso algunos sujetos que tienen una actitud poco favorable pueden manifestar una alta probabilidad de respuesta favorable.

La proposición del segundo dato es intermedia y, finalmente, la proposición del tercer dato es apropiada porque sólo recibe respuestas favorables por parte de los sujetos con una actitud global muy favorable.

En fin, para este tipo de análisis de datos, se usará el paquete estadístico para las ciencias sociales *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* y Excel, que son los más importantes para la utilización eficiente de modelos matemáticos o estadísticos y uno de los requisitos teóricos es que éstos sean isomórficos con el concepto que los modelos representan.

Ahora bien, el grado en que un instrumento mide con precisión, sin error, indica la condición de ser fiable, debe ser capaz de ofrecer en su empleo repetido resultados veraces y constantes en condiciones similares de medición para hacer una buena evaluación se considera la clasificación en la figura 7.2.

Sin embargo la fiabilidad del instrumento de medida se valora a través de la consistencia, la estabilidad temporal y la concordancia interobservadores. La consistencia se refiere al nivel en que los diferentes ítems o preguntas de una escala están relacionados entre sí. Esta homogeneidad entre los ítems indica el grado de acuerdo entre los mismos y, por tanto, lo que determinará que éstos se puedan acumular y dar una puntuación global como sea planteado anteriormente con la escala Likert, y comprobar a través de diferentes métodos estadísticos.



Es así que el coeficiente Alfa de Cronbach es un método estadístico muy utilizado. Sus valores oscilan $0 < x < 1$. Y para tener una buena consistencia interna cuando el valor de Alfa es superior a 0.8. También se puede analizar con la estabilidad temporal que es la concordancia obtenida entre los resultados del *test* al ser evaluada la misma muestra por el mismo evaluador en dos situaciones distintas (fiabilidad *test-retest*).

Por lo tanto, la fiabilidad normalmente calculada con el coeficiente de correlación intraclass (CCI), para variables continuas y evaluaciones temporales distantes indican que el resultado de la medida tiene estabilidad temporal. Una correlación del 70% indicaría una fiabilidad aceptable.

Por último la concordancia interobservadores que es el análisis del nivel de acuerdo obtenido al ser evaluada la misma muestra en las mismas condiciones por

dos evaluadores distintos, o en diferente tiempo, se obtienen iguales resultados. Entonces la validez es el grado en que un instrumento calibra aquello que realmente pretende medir para el propósito para el que ha sido construido.

A pesar de que se describen diferentes tipos de validez, es un proceso unitario y es precisamente la que permitirá realizar las inferencias e interpretaciones correctas de las puntuaciones que se obtengan al aplicar un test y establecer la relación con el constructo/variable que se trata de medir; es por esto que la validez de contenido. Se refiere a si el cuestionario elaborado, y por tanto los ítems elegidos, son indicadores de lo que se pretende medir.

Por último la validez de constructo va a evaluar el grado en que el instrumento refleja la teoría del fenómeno del trabajo informal. La validez de construcción garantiza que las medidas que resultan de las respuestas del cuestionario pueden ser consideradas y utilizadas como medición del fenómeno del “tianguis”. Los métodos más frecuentes son el análisis factorial y la matriz multirrasgo-multimétodo. Y la validez de criterio que es la relación de la puntuación de cada sujeto con un *Gold Standard* que tenga garantías de medir cultura, identidad y la satisfacción en el trabajo. No siempre hay disponibles indicadores de referencia, por lo que, muchas veces, en la práctica se recurre a utilizar instrumentos que han sido respaldados por otros estudios o investigaciones y ofrece garantías de medir las categorías.

En resumen, para clarificar lo que se pretende en este trabajo de investigación con la validez y la fiabilidad es destacar lo siguiente: lo que se valida no es el *test*, sino sus puntuaciones, no se puede resumir en un solo indicador o índice numérico, al igual que ocurría con la fiabilidad del Alfa de Cronbach, la validación es un proceso continuo y dinámico, y la teoría desempeña un papel muy importante como guía tanto del desarrollo de un *test* como de su proceso de validación.

Es necesario asegurar que el instrumento de medida presente las mismas propiedades y equivalencias métricas en las categorías de cultura, identidad y satisfacción en el trabajo.

7.8. Planteamiento del problema

El planteamiento del problema, desde la perspectiva cualitativa, implica un análisis sobre las categorías de identidad, cultura y satisfacción en el trabajo en la organización del “tianguis”, A partir de las características que se planteó en el marco teórico.

Las preguntas secundarias a resolver son: ¿Cómo se construye la identidad del tianguista en la organización? ¿Cómo se forja la cultura de la organización? ¿Mediante qué valores lo hace? ¿Cómo esta cultura posibilita el crecimiento, permanencia y estabilidad de la organización? ¿El ser miembro y trabajador en esta organización genera satisfacción en el trabajo? ¿Mediante que mecanismo lo hace? ¿Cuáles son sus supuestos y pautas de comportamiento y liderazgo?

Para obtener la información necesaria y dar respuesta a las preguntas primeramente con base en el marco teórico se encontró la variable dependiente y las independientes y que más adelante se analizan y al mismo tiempo tener claro la hipótesis planteada en el capítulo 1. El trabajo de campo necesario se describe a continuación.

7.9. Tipo de estudio y variables

El trabajo de la investigación se lleva a cabo en una organización de la asociación de tianguistas que mantiene vigente un conjunto de elementos culturales propios que generan una grado de satisfacción en el trabajo (ver tabla siguiente), en donde, **la variable independiente es cultura de la organización; la variables dependientes son identidad, satisfacción en el trabajo, estrategias de supervivencia y el ambiente o contexto en que se da esta relación, es el trabajo informal o los trabajadores informales (tianguistas), la cual sería la variable interviniente o intermedia.**

7.10. Universo y muestra

El universo es de 93 “tianguis” en Querétaro y una muestra representativa de tianguistas en la Santiago de Querétaro. Se debe considerar que cada “tianguis” tiene aproximadamente 250 tianguistas y para obtener una muestra representativa se utiliza un método estadístico, en donde, el cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación cualitativa y determina el grado de credibilidad se consideran para los resultados obtenidos.

Según Martínez (2006), una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra aleatoria para datos globales es la siguiente:

$$n = \frac{k^2 pqN}{[e^2(N - 1)] + k^2 pq}$$

N: es el tamaño de la población o universo (para la investigación se considera aproximadamente 17 527 tianguistas en el año 2008).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que se asigne. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95.5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4.5%.

K	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96	2	2.58
Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%	99%

Fuente: Elaboración propia con la información de Allen (2000).

En donde:

e: El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que se obtiene de la muestra de la población y el total de ella.

p: es la proporción de trabajador informal que poseen en la población la característica de estudio. Generalmente conocido y se suele suponer que p=0.5 que es la opción más segura porque solamente hay dos eventos que son trabajo formal y informal.

q: es la proporción de trabajadores formal que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

A continuación el cálculo del tamaño muestral.

$$n = \frac{k^2 p q N}{[e^2(N-1)] + k^2 p q} = \frac{(2.58)^2(0.50)(0.50)(17527)}{[(0.05)^2(17527-1)] + (2.58)^2(0.50)(0.50)}$$
$$= \frac{29166.68}{45.479} = 641.32 \text{ o sea } 642$$

Ahora bien en los cortes transversales, en este caso, se escogen muestras de sujetos de diversos niveles de edad, en la misma época o período de tiempo. Por ejemplo, para investigar la identidad y satisfacción en el trabajo e interés hacia la estrategias y comportamiento del fenómeno social “tianguis”, se podría aplicar una escala tipo Likert para dichos valores culturales y actitud a diferentes niveles y luego comparar los valores estadísticos entre los diferentes niveles para obtener conclusiones.

La gran desventaja de este otro método radica en la presencia de “diferencias fortuitas” entre las diferentes muestras o la presencia de variables intervinientes, por ejemplo: un cambio de identidad o en la satisfacción en el trabajo del tianguista aplicado en los dos últimos años, que hace cambiar la actitud en estudio.

Por lo tanto, se distribuye aleatoriamente en parte proporcional las encuestas entre todos los “tianguis” que son 93 según estadísticas del gobierno (2008) y están en: Lomas de Casa Blanca, El Tintero (3 “tianguis”), Satélite, Garambullo, Rocío, El Cerrito, en el centro de la ciudad, San Pablo, Peñuelas, Menchaca, Santa Mónica, en la Alameda Hidalgo, Desarrollo San Pablo (3 “tianguis”), las Américas, Insurgentes, en el estacionamiento del mercado “La Cruz”, Escobedo y las cercanías de los mercados.

Como se vio anteriormente, la cultura organizacional y la satisfacción en el trabajo es esencialmente el conjunto de supuestos básicos observables, sin embargo, en este trabajo se pretende conocer indicadores del “tianguis”. Para ellos se determina la encuesta Likert (1932), la cual se describe a continuación en la tabla 7.2. Las alternativas para esta encuesta.

Tabla. 7.3. Ejemplo de cómo desarrolla la encuesta Likert

Pregunta	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	Puntos 1	Puntos 2	Puntos 3	Puntos 4	Puntos 5

Fuente: Elaboración propia con información de Soria (2007).

Para tener las puntuaciones de la escala Likert, se suman los valores obtenidos respecto de cada frase. Una vez contabilizados los puntos, se determina el promedio para cada uno de los apartados, para después obtener la media, la desviación estándar y la correlación entre variables.

7.11. Operacionalización de las variables identidad y cultura organizacional y satisfacción en el trabajo

Con base en los conceptos del marco teórico como autores en la cultura de Tylor (1873); Geertz (1992); Pariente (2000); Davis y Newstrom (2003); Soria (2003); Soria y Gámez (2006); Pfeffer (2000); Smircich (2007); Soria (2008); que permite distinguir las variables de artefactos, creencias, valores, costumbres entre otros, así como de identidad los autores Hatch y Schultz (2002), Mead (1985); Tylor (1873); Solís (1997); Brown(2001); Strandgaard y Dobbin (2006); Soria (2008); DiMaggio y Powell (1983); Scott, (1999); Giménez (1993); Powell y DiMaggio (2001); Urbiola y Vázquez (2008) la función de la identidad es marcar fronteras entre un “Yo” y los “Mi”, para dar paso a la confianza, autonomía, iniciativa, intimidad integridad.

Y por último analizando la satisfacción en el trabajo las reflexiones de autores como Maslow (1943); Berger y Luckmann (1966); Loche (1976); Muñoz (1990); Hodgetts y Altman (1991); Schwartz (1992); Robbins y Coulter (1996); Ardouin (2000); Stephen (2004); Revich (2006); Rivas (2005); Amorós (2007); Soria (2008), en donde, los indicadores se identifican directamente como necesidades, que son: autoridad, logro, hedonismo, estimulación, auto-dirección, universalismo, benevolencia, tradición, compromiso, aceptación de las costumbres e ideas, conformidad y restricción a las acciones, inclinaciones e impulsos, que pudieran molestar y cumplir reglas sociales o normas, y seguridad (armonía y estabilidad social en las distintas relaciones).

Dando lugar a los conceptos de cultura e identidad y satisfacción en el trabajo estrechamente interrelacionados e indisociables en sociología y antropología, es así que la identidad sólo puede consistir en la apropiación de ciertos repertorios culturales estos elementos forman un modelo que permite al “tianguis” su propia configuración.

De estas variables para dar un sentido de orden en la encuesta se agrupan y selecciona para dar una dimensión e indicador por ejemplo ver la 7.3 tabla y la información completa está en el anexo III. Y al tener esta distribución permitirá encontrar la mayor cantidad de información que permita trabajar tanto cualitativa como cuantitativamente. Aquí es importante recordar que las tres variables se relacionan entre sí, por ejemplo se muestra en la tabla 7.4.

Sin embargo, las entrevistas como los cuestionarios basan su confiabilidad en la validez de la información verbal de percepciones, sentimientos, actitudes o conductas que transmite el encuestado, información que es difícil de contrastar y traducir a un sistema de medida, a una puntuación, excepto una escala Likert, que es la técnica aplicada para la cultura, identidad y satisfacción en el trabajo. De esta manera, el análisis es predominantemente cualitativo y exploratorio, mientras que la validación será a partir de un análisis cuantitativo.

Tabla 7.4. Variables		
Variable independiente	Dimensiones	Pregunta
Identidad	Confianza Autonomía Iniciativa Generalidad Integridad	¿Considera usted que cuenta con autonomía dentro de la organización del tianguis?
Cultura	Artefactos Creencias Valores Costumbres	¿Qué factores permite tener una cultura?
Variable Dependiente		
Satisfacción en el trabajo	Participación Logro Prestigio Estimulación Tradición Seguridad	Ver anexo

Fuente: Elaboración propia con la información de Soria y Pérez (2008).

Tabla 7.5. Ejemplo de dimensión e indicadores	
Dimensión	Indicadores
Participación	Cuando usted tiene un problema concreto, puede discutirlo y resolverlo. Usted negocia decisiones que incumben al grupo de trabajo.
Logro	Usted decide sobre su propio trabajo. En el tianguis se prefiere el trabajo en equipo.
Prestigio	El prestigio de este tianguis se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad. La gente me aprecia porque trabajo en los tianguis.

Fuente: Elaboración propia con la información de Soria y Pérez (2008).

7.12. Cuestionario para su aplicación en el “tianguis”

En el anexo III se encuentra el total de las preguntas y una guía para las entrevistas y encuestas. Esta encuesta tiene como objeto hacer un análisis de la satisfacción en el trabajo, identidad y cultura de los trabajadores del “tianguis”. En el capítulo siguiente se detalla el procedimiento para garantizar la validez y la confidencialidad de la información proporcionada.

Se analiza la identidad cultural que se genera en las organizaciones informales de tianguistas del municipio de Santiago de Querétaro, a partir del comportamiento organizacional que en ellas prevalece. El estudio de caso se realizó

en dieciséis “tianguis” que se encuentran establecidos en sus alrededores y el trabajo de campo se llevó a cabo durante el año de 2010.

Tabla 7.6. Encuestas para el “tianguis”

Satisfacción en el trabajo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Participación en el ámbito de trabajo.					
Usted cuando tiene un problema, puede discutirlo y resolverlo con los demás miembros de tianguis.					
Usted puede participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo.					
Usted considera que el trabajo en el tianguis está bien distribuido.					
Usted creé que la colaboración de los tianguistas, sus funciones y responsabilidades están definidas por la organización.					
Usted tiene los lugares apropiados para realizar sus actividades de venta.					
Usted puede desarrollar con libertad su trabajo.					
Usted ha colaborado en talleres por parte del gobierno o ha recibido invitación para participar en los cursos.					
Usted ha tenido relación de comunicación con los compañeros de trabajo en el tianguis.					

Fuente: Elaboración propia.

Para tal efecto, se utilizó una metodología cualitativa-cuantitativa, que permitió observar, analizar, entender y explicar el objeto de estudio, permitiendo la captación y reconstrucción de significados, utilizando un lenguaje conceptual y metafórico, con un procedimiento inductivo y deductivo a la vez, para poder justificar y responder a la pregunta central de la investigación, seguida de preguntas secundarias, hipótesis y el objetivo de la investigación.

Se implementaron cuestionarios, entrevistas y escalas para la medición de actitudes, entre otras.

PARTE III. ANÁLISIS DE CAMPO EN EL “TIANGUIS”

CAPÍTULO 8

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

8.1. Introducción

En la última década ha ido en aumento la cantidad de trabajadores desempleados para los cuales, la calle, el espacio público, se ha convertido en su lugar de trabajo, donde es posible proveerse de los recursos necesarios para garantizar el sustento de su vida y de su familia.

Algunos autores como Núñez, (2002); Tokman, (1981; 1982; 2001); Huesca y Camberos (2008), han definido esta situación como parte del fenómeno del trabajo informal en América Latina y México, poco a poco se ha ido difundiendo dicha utilización del espacio en el fenómeno llamado “tianguis” o puestos ambulantes, y se ha hecho explícita a los ojos de cualquier observador que transite por nuestras calles.

8.2. Historia de los “tianguis”

El “Tianguis” es una palabra y un concepto que viene de la cultura mexicana antigua. Era el sitio de intercambio comercial de los aztecas que asombró a los españoles a su llegada. Hernán Cortés describe en su narración que llenaron de encanto sus ojos; en el cual se encontraba, senderos de gente llenos de colores, olores y diversas sensaciones, trueque, cacao, oro en polvo, cobre, madera, miel, y cantos que entretejían los artesanos con sus manos de barro entre incienso y formas extrañas.

El concepto del “tianguis” es muy extenso y complejo. En México actualmente está lleno de estos, y el mexicano emigrante se los lleva con ellos también al lugar que vaya. Diferentes todos, cargados de historias, intereses políticos y sociales, de popular encanto para propios y extraños, y todos parte de nuestra cultura.

Dentro del contexto el “Tianguis” (del náhuatl *tianquiztli*), significaba mercado entre los habitantes de los pueblos de Mesoamérica. Era establecido en periodos

determinados, en donde se reunían los vendedores de los pueblos de los alrededores para ofrecer sus productos en una plaza. Este término es utilizado por los mexicanos para designar un mercado público, sea ambulante o sobre ruedas, el cual es instalado en las calles de las colonias de cualquier ciudad en Querétaro. Consta de decenas o centenas de puestos individuales, actualmente 93 “tianguis” existen registrados en el gobierno, en donde se venden frutas, artesanías, ropa, verduras y especias entre otros.

Dentro del mismo “tianguis” se empieza a dividir en dos partes el “tianguis” de productos usados y productos nuevos, dentro de cualquier “tianguis”, normalmente se comercializan productos como comida, vegetales, herramientas, ropa, medicamentos tradicionales o yerbas medicinales y flores como se puede ver el “tianguis” de Lomas de Casa Blanca. También, en los “tianguis” es común la venta de una gran gama de productos importados principalmente de China y, la música tradicional ha sido sustituida por radiograbadoras que tocan a todo volumen toda clase de música.

La venta de productos “piratas” es también uno de los aspectos que ha causado controversia, debido a la economía subterránea, que ocasiona pugnas con los vendedores establecidos en locales fijos, así como, productos medicinales de las tradiciones de los pueblos prehispánicos de Mesoamérica, incluyendo el azteca.

8.3. Estrategias en la organización del trabajo informal llamado “tianguis”

Desde mediados de los ochenta, y en especial en la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI, la reflexión en las ciencias sociales estuvo marcada por la preocupación por el cambio social, explicado desde diferentes enfoques, tanto por la teoría de la modernización como por las distintas vertientes de la teoría de la dependencia o por enfoques de vena marxista. Los trabajos teóricos de éstas últimas corrientes incidieron en los movimientos políticos y sociales de la época que predominaron con los procesos neoliberal que asolaron buena parte de México.

Estas décadas, se caracterizaron por el cuestionamiento en los países capitalistas avanzados al Estado de Bienestar, y por la instauración de modelos de libre mercado en nuestra región y la capacidad de reproducción del capitalismo en sociedades con grandes masas.

En ese contexto, de la preocupación por el cambio social se formula la siguiente pregunta ¿bajo qué condiciones se crea una organización destinada a sobrellevar una estrategia de sobrevivencia y mejora en la calidad de vida en los tianguistas?

Con base en el marco teórico se sostiene que el comportamiento de los tianguistas conforma y satisface alternativas que se les presentan como posibilidades objetivas y operan como restricciones paramétricas en sus acciones. Y es en este punto en que el concepto de estrategias aparece efectivamente como nexo entre elecciones de los trabajadores informales y estructuras sociales, en tanto remite a acciones racionales orientadas por normas y valores interiorizados y a opciones posibles.

Cuando los tianguistas toman su decisión de agruparse en determinada colonia que inicia en la urbanización, se pide permiso para instalarse en una avenida que con el tiempo pasa a ser una avenida principal; por ejemplo el “tianguis” de la colonia las Américas, primeramente estaba sobre la avenida Cerro del Sombrero sin tráfico, sin más colonias alrededor; en el año de 1988 se convierte en una avenida con mucho tráfico y fundamental para todas las demás colonias que han crecido a sus alrededores, es así que, después de varias negociaciones con el gobierno se reubican a un costado de dicha avenida y la otra parte del “tianguis” se ubica unos metros más adelante que después también se pasa a ser una avenida principal y vuelve a negociar con el gobierno y se reubica a un costado. Todo esto lo hace dentro de condiciones sociales y de supervivencia, que determinan objetivamente las consecuencias entre los tianguistas y los representantes del gobierno; por medio de la propia experiencia y de las relaciones sociales; y sobre todo sus condiciones reales de vida para satisfacer las necesidades fundamentales.

Así, la idea de las estrategias como un entramado social complejo de comportamientos no remite sólo al plano de lo económico ni de la reproducción material. Las acciones de los tianguistas se conforman en diversos trabajos. En tanto organizador de la experiencia en hechos acumulados de negociaciones, este concepto enfatiza que las relaciones económicas entre clases y grupos sociales no son independientes de las instancias ideológicas, culturales y políticas constitutivas de lo social.

Con base en la información obtenida de los datos, el concepto parece haber llegado para quedarse. Ya que las condiciones de desarrollo de la región que pasan de la década de los ochenta a la fecha actual, se genera desempleo y con fuerte desigualdad y pobreza da inicio el siglo XXI y comienza el uso más frecuente de estrategias de supervivencia.

Por ejemplo, una de las estrategias de *marketing* de los tianguistas es distribuir las películas del momento en todo los puestos del “tianguis” y que se sincronicen en la exhibición y la pongan en su reproductor para que las personas que pasan por ahí se acerquen a ver, se vayan enterando de la trama, inmediata el tianguistas dice “lo que guste se lo mostramos sin ningún compromiso, tienen garantía y también se puede cambiar por otra después que usted la vea, con un costo extra”.

La estrategia del gobierno del municipio de Santiago de Querétaro es generar varios espacios informales para el trabajo, por ejemplo el “Tianguis de Artesanías” en la Plaza Fundadores. Son artesanías, elaboradas por 54 indígenas. Como también implementan varias semanas de ferias del “tianguis” donde ocupa el jardín Guerrero para la exhibición de productos hechos por ellos para que la gente compre y los conozca y así les permita tener un ingreso a su familia y una supervivencia.

Otro ejemplo, en la entrada al municipio de Tequisquiapan se localiza el “tianguis” de artesanos en donde se pueden encontrar la más variada artesanía elaborada por artesanos mexicanos que de generación en generación han pasado las técnicas de fabricación de esta importante manifestación cultural. Los expendios comerciales han proliferado por doquier. La fama que han adquirido las artesanías de

Tequisquiapan a través del tiempo, ha propiciado el auge de esta industria. Las familias dedicadas a este trabajo informal, tanto las que fabrican como las que expenden, han aumentado considerablemente, por lo que este renglón ha pasado a ocupar uno de los rangos de ingresos económicos más importantes del comercio local, al grado que esta industria ha rebasado la vocación turística que por el agua de sus manantiales tenía Tequisquiapan.

Claro se tiene una gran desventaja ya que no cuenta con un local propio, ni baño para ello se pide permiso en las casas de los colonos así como en los edificios del gobierno y baños públicos, cuando llueve tiene que permanecer bajo lluvia, polvo, contaminación de los autos, así como las horas de mayor calor. Sin olvidar, los pagos del municipio, las cooperaciones del “tianguis” en fin.

Estos son claros ejemplos de estrategias encontrados en el momento de la observación participante.

8.4. Rasgos generales del “tianguis”

En la actualidad este término es utilizado por los mexicanos para designar un mercado público, sea ambulante o sobre ruedas, el cual es instalado en las calles de las colonias de la ciudad de Querétaro, por ejemplo la tabla 8.1 muestra los “tianguis” más importantes. Es así, que un “tianguis” tiene ventajas y desventajas, dando inicio con la primera ventaja de tener cerca un “tianguis” con base en las entrevistas y los comentarios de los vecinos alrededor de este son:

➤ Ventajas

Se tiene varios productos muy cerca de su casa como pescado, comida, artículos de limpieza, plantas, flores, entre otros. Los productos son baratos como los vegetales, ropa, discos, en fin. Se puede comprar hasta dos veces a la semana. Genera una emoción no tener que ir en camión al mercado o al centro comercial que está muy retirado.

Tabla 8.1. Ubicación de los “tianguis” en el Estado de Querétaro

Tianguis	Ubicación
La Cruz	Domingo. En el estacionamiento del mercado Josefa Ortiz de Domínguez, “La Cruz”, inicia actividades a las 7:00 A.M. hasta las 6:00 P.M
Lomas de Casa Blanca	Jueves y domingo a un costado del mercado de Lomas de Casa Blanca, inicia actividades a partir de 8:00 A.M. hasta 7: 00 P.M.
El Tintero:	Viernes, Av. Revolución, inicia actividades de 9:00 A.M a 10:00 P.M.
El Tintero	Lunes, por el Colegio de Policías y la Deportiva de 6:00 P.M a 11:00 P.M.
El Tintero Nocturno	Sábados a un costado de los condominios, inicia actividades a las 5:00 P.M. hasta la 10:00 P.M.
El Garambullo	Martes, enfrente de la iglesia de Av. de la Luz de 6:00 P.M. a 11:00 P.M.
Azucenas	Miércoles y sábado, a una cuadra de la deportiva de Cerrito Colorado, inicia actividades a partir de 6.00 P.M. a 11:00 P.M. lunes y jueves
Sauces	Viernes, ex Hacienda Sta. Ana:
El Rocío:	Lunes y miércoles
Satélite Fovissste	Miércoles y domingo en la mañana
Colonia Desarrollo San Pablo	Martes y sábado en la mañana en Av. Sombrerete
San Pablo	El lunes inicia actividades a las 6:00 A.M. hasta las 6:00 P.M.
Sta. Mónica:	Los días miércoles y domingo inicia actividades a las 7 :00 A.M. hasta la 6:00 PM.
El Tepetate	Sábados a un costado del mercado, inicia actividades a partir de 7:00 A.M. hasta las 6:00 P.M.
Menchaca	Miércoles, sábado desde las 6 P. M. a un costado de la avenida Belen.
Presidentes	Sábados y domingos al Sur de la ciudad, inicia actividades a partir de 8:00 A.M. hasta las 6:00 P.M.
En San Juan del Rio Qro	En las plazas del centro de la ciudad.
El tianguis de artesanías en Tequisquiapan	Los domingos en la entrada de la ciudad, inicia actividad 7:00 A.M. hasta 13:00 P.M. y en la plaza todos los días de la semana.

Fuente: Elaboración propia.

➤ **Desventajas**

Cuando se tiene un enfermo no se puede salir con rapidez. Se complica estacionarse. La basura alrededor de las calles del “tianguis” en donde se instala. Ruidos de música todo el día. Los tianguistas colocan su lazo o cuerda en la pared

de la fachada de la casa sin ningún permiso del dueño de la casa. La entrada a su casa es complicada.

8.5. Análisis de la observación del Comportamiento Organizacional en el “tianguis”

El “tianguis” del Tintero cuenta con 1,000 trabajadores en 250 puestos ambulantes; inicia actividades a las 6:00 hrs. Cuando llegan los tianguistas deben pasar lista, al terminar, da inicio su reunión o asamblea, en donde se exponen (si las hay) sus quejas del espacio y éstas son solucionadas en 15 minutos para dar inicio a la colocación del puesto.

Poco después, localizan sus lugares para la distribución de sus productos; los que tienen mayor antigüedad ya cuentan con lugar disponible y los nuevos deben esperar hasta que todo esté instalado en sus lugares para poder ocupar un espacio, esto ocurre aproximadamente a las 9:00 hrs.

Mientras los líderes van pasando por las calles del “tianguis” supervisando que todos los allí presentes tenga su espacio establecido y que en su zona tengan botes para la basura, cada vendedor coloca sus lonas, actividad que es efectuada en equipo. Revisan también que la conexión de luz este bien instalada (colocada por el gobierno) y sobre todo que las zonas de los puestos no rebase o no moleste a los colonos en su paso de entrada a sus casas.

Poco más tarde, los líderes sortean los lugares que quedaron ya sea por falta, abandono o por retraso, a los nuevos tianguistas; inmediatamente se instalan en los lugares correspondientes, inicia la actividad de ventas es de 9:00 A.M. a 10:00 P. M. Dentro del tiempo establecido para vender hay ciertas actividades de símbolos, lenguaje, actitudes, artefactos, entre otros, establecido por la mayor de ellos por ejemplo:

Es importante ver que cada tianguista en su primera venta de mercancía hace la señal de persignarse, ritual, de la religión católica. Los tianguistas son familias enteras apoyándose para vender y atraer más clientela en el área que a ellos les corresponda, como discos, ropa, joyería, calzado. Se llevan bien con los demás

vendedores vecinos a su espacio, pero no dejan de lado la competencia en las ventas.

Según el ánimo que tenga el tianguista para promocionar su producto, éste se venderá más. Las ventas decaen en lapsos de tiempo durante el día y en la tarde sube su venta por la mayoría de la gente que llega al “tianguis”, y los tianguistas atraen a la clientela ofreciendo de la mejor manera o sea convenciendo que son producto de calidad y con garantía. Se observa que en el transcurso del día la gente va en aumento, ocasionado que las ventas aumenten desde la mañana hasta la noche.

Los puestos van cambiando de giro durante el día o sea los que venden comida pasan a vender video, música, joyería, ropa o simplemente deja el lugar a otro tianguista. La actitud de los tianguistas para ganarle a la competencia es atender mejor a la gente ofreciendo así garantías en las áreas de discos y electrónicos. En las áreas de comida rápida tratan de tener mejor higiene y servicio.

Procuran tener una distribución del espacio de su venta para comodidad de la clientela en las áreas de alimentos. En las áreas de discos es donde se observa mayor competencia, ya que es lo más demandado en este “tianguis” y donde se puede encontrar mayor rivalidad debido a los bajos precios que ofrecen, ya que algunos ofrece un disco más por el mismo precio cuando compran más de 7 DVD.

Los tianguistas con mayor antigüedad en el “tianguis” están en constante competencia con los nuevos vendedores establecidos, debido a la mercancía que posiblemente los pueda desplazar con la calidad que ofrecen y el bajo precio que dan ocasionado un cambio de giro comercial.

Usualmente los nuevos tianguistas siempre están en movimiento, en diferentes “tianguis”, pues no les dan espacio por la saturación o límite que el gobierno le permite. Los elementos negativos por algunas personas de la colonia del Tintero son: contaminar y ensuciar con la basura que generan, para ello colocan botes de basura y barren la calle cuando terminan. Impiden o entorpecen el andar por las aceras próximas al “tianguis”, por el interés de aumentar sus ventas con las personas que transitan por las calles.

Los vendedores de alimentos preparados no aplican normas de higiene elementales. Entorpecen el tránsito de los automóviles en las calles próximas al “tianguis”. No pagan impuestos, solamente un derecho de piso o uso de suelo al municipio y un pago a los colonos del tintero. Son competencia desleal.

Para empezar con el recorrido, se dio inicio en donde se venden accesorios para celulares. A unos metros, se localiza un puesto de música y videos con una película a todo volumen. En primera instancia se puede observar que se encuentran organizados en todas las calles de manera horizontal, donde se localizan puestos semifijos, en donde se aprecia que no se repite ningún giro comercial, a cierta distancia. Su extensión es todo el costado de la colonia que es a próximamente 20 calles y el gobierno ha construido sobre un costado de dichas calles la conexión de electricidad para que no ocasionen un accidente a los colonos. En una época este espacio eran calles muy tranquilas, actualmente ya no. Estos puestos comerciales son construidos con estructura metálica y lonas.

Aparentemente no hay un orden ya que todos los puestos se encuentran mezclados, excepto los de muebles que se encuentran al final del “tianguis”, poco a poco, seguí mi camino, me doy cuenta que es una estrategia para que la gente pueda ver diferentes clase de productos, ya que a cada paso hay una gran variedad puestos que venden productos tales como: ropa (de marca, americana, variedad de tallas, colores y modelos), joyería (oro, plata y fantasía) estéreos y bocinas para autos, cosméticos, perfumes para dama y caballero, cinturones, lentes, zapatos de diferentes estilos van desde sandalias hasta botas vaqueras y tenis, carteras, bolsas de diferentes tamaños, gorras en variedad de colores y modelos, celulares nuevos, mercería (hilos, estambre, agujas, botones, etcétera), planchas para cabello, juguetes, ropa para bebes, calcetines, mochilas de diferentes estilos y colores, dulces y chocolates, ropa interior para dama, cuadros de pinturas y adornos para casa, relojes, accesorios para relajación, plantas, playeras deportivas de los diferentes equipos de fútbol, discos, películas y MP3 (piratas). Y se aprecia música de diferentes estilos para todos los gustos y siempre uno compra algo de cada

puesto, esta mezcla de giros comerciales hace que la gente se vea “forzada” a comprar.

En varias áreas de comida, se pueden apreciar olores muy variados y platillos tales como: tacos con diferentes guisados, gorditas de queso o de migajas, enchiladas, quesadillas, tortas, tacos dorados, mariscos, chiles rellenos, arroz, frijoles, fruta y la gente que pasa se les antoja comer.

Se puede ver que este “tianguis” es muy concurrido por población de distintos niveles socioeconómicos, aunque pude observar que la mayoría de los visitantes son gente de la misma colonia, esto es debido a que la mayoría de las colonias están muy cerca de la ubicación del “tianguis” y ellos van para distraerse, y aprovechan los precios que son muy accesibles y de gran variedad. También este “tianguis” cambia de giro comercial según la temporada. Por ejemplo, en diciembre se especializa en la venta de artículos infantiles, navideños y ropa.

La organización del “tianguis” es por medio de coordinadores que controlan el espacio y la seguridad. La forma en que se ofrecen los productos es muy distinta de cada puesto ya que en algunos gritan palabras como: pase, pregunte sin compromiso, damos precios, güerita, bella dama (piropos); todo tiene garantía; pase, pase, pregunte, le damos precios, pregunte si no lo tengo se lo consigo; algunos otros esperan hasta que se acerca la gente para ofrecer sus productos.

Algo muy notorio en estos espacios, es que la mayoría de los vendedores ya tienen clientes que los están esperando para adquirir sus mercancías. Se puede afirmar que es uno de los “tianguis” donde más transacciones económicas se realizan, ya que es de los más visitados. La gente proviene de varias colonias por la facilidad de que pasan varias rutas de transporte público.

A pesar de todo, los tianguistas da una cooperación al municipio de 10 pesos por turno cada puesto, además, por medio de una coordinación se paga la luz y el servicio de limpieza. Y en particular en este “tianguis” se pide una cooperación para los colonos de 20 pesos también por cada puesto ambulante.

En la tabla 8.2, se hace un resumen de observación en todos los “tianguis” por zonas en Querétaro.

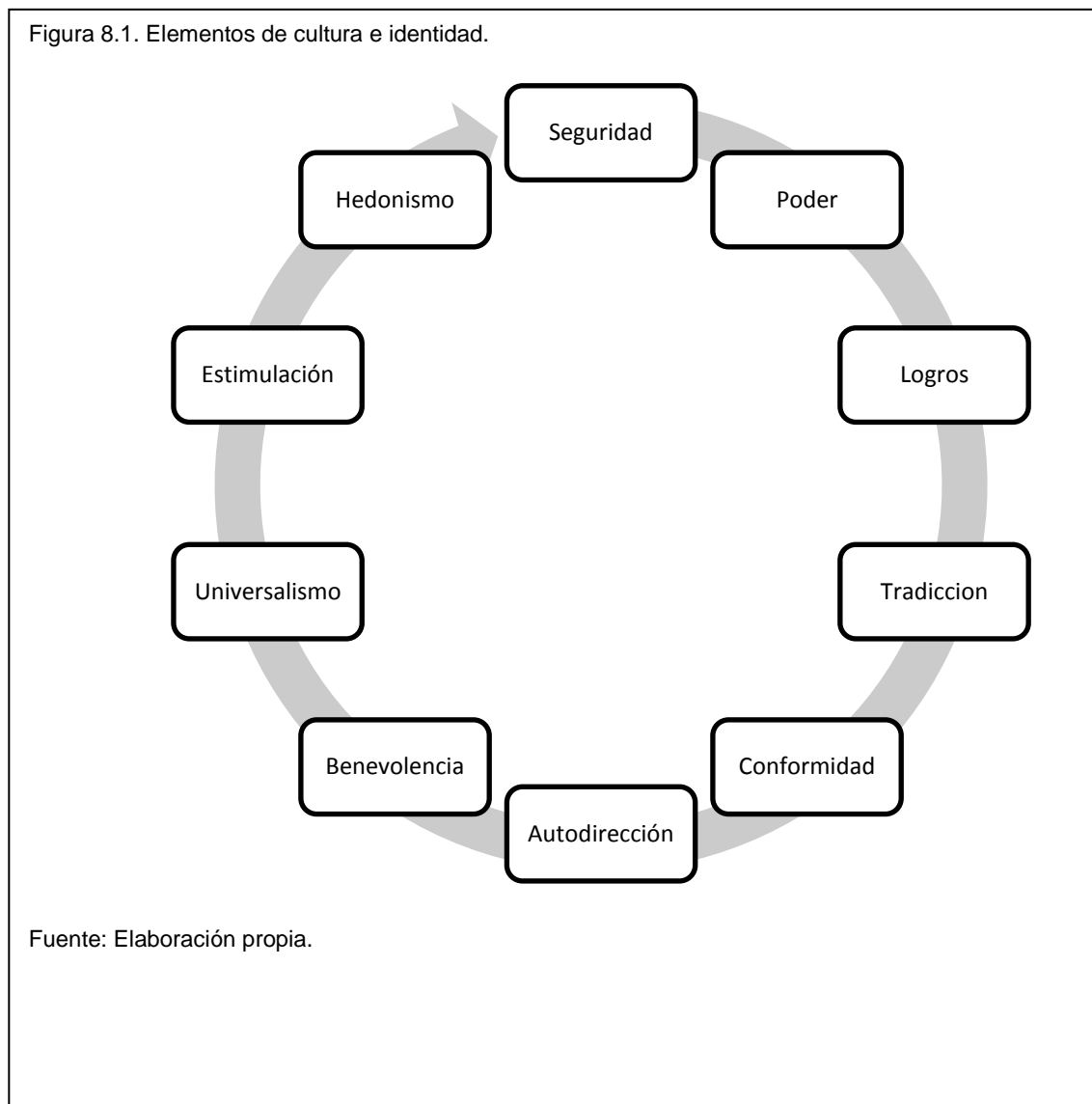
Tabla 8.2. Resumen con base en la observación directa

Inserción al trabajo de tianguista	Espacio disponible para vender:	Tipo de producto:
Estructura:		
<p>Se observa que: Organización, representantes, delegados. Redes sociales o familiares. Normas sobre requisitos de acceso: Pago de cuotas y militancia obligatoria en la organización. Recomendación de alguien que ya pertenezca. Costumbres de los vendedores con respecto a la incorporación de nuevos vendedores.</p>	<p>Se observa que: Normas sobre la delimitación de los lugares de venta ya que marca con pintura la zona del puesto. Formas de distribución espacial. Grado de saturación de los puestos de venta. Límites geográficos.</p>	<p>Se observa que: Hay normas establecidas por el gremio o la organización para la venta de productos. Estructura de proveedores. Dinámica de la oferta y la demanda de los productos</p>
Subjetividades:		
<p>Se observa que: Conocimiento de los requisitos para el acceso al tianguis. Comprensión de las costumbres de los vendedores. Intuición de quien autoriza el acceso. Grado de empatía con la organización o con el personal que permite el acceso al trabajo, como la empatía, molestia, antipatía, agrado.</p>	<p>Se observa que: Conocimiento de las normas y formas para obtener un puesto. Significado sobre el control de los espacios disponibles que puede ser injusto, necesario. Reacción ante el control en la aceptación, rechazo, subordinación, resistencia.</p>	<p>Se observa que: Reflexión de las normas de delimitación de los productos. Conocimiento de la estructura de proveedores. Sensatez sobre el control de los productos si son necesarios. Reacción ante el control: rechazo, aceptación, sumisión, conformismo.</p>
Fuente: Elaboración propia		

También, con base en las entrevistas efectuadas a líderes y a tianguistas, en donde muestran cómo se organizan por ejemplo el Comité Directivo 2008-2011 en coordinadores generales, las comisiones, secretarías generales, además de la gente que los asesora en todo, se puede ver el anexo VII el organigrama total. Todo esto con la finalidad del funcionamiento del “tianguis”, y así genera una alternativa más al tianguista, ya que el estar asociando le permite reubicarse en diferente zonas o sea en 25 “tianguis” dentro de la ciudad. Esto al tianguista le conviene ya que ellos eligen en que “tianguis” se vende más su producto.

Los tianguistas se centran en ciertas funciones del trabajo en donde declaran primeramente una conformidad con la estructuración del tiempo en su libertad de estar en su lugar a través del día y hora según sus necesidades, en segundo el ingreso que para ellos dan seguridad y poder en tener el suficiente dinero más que un trabajo formal, en tercero la seguridad a través de la afiliación del “tianguis” que

se muestran con los contactos sociales con intereses comunes entre líderes y tianguistas, cuarto el servicio a la sociedad que son los productos que venden y llevan hasta las colonias y por último el prestigio y *status*. Como lo muestra la figura 8.1.



En donde la seguridad es la parte del trabajo que proporciona al tianguista información sobre su acción de los resultados de la conducta, sobre su futuro y

normatividad para reducir la incertidumbre en su ambiente, respondiendo a la motivación de autodirección, esta situación dentro del “tianguis” proporciona oportunidades de tener un trabajo digno, contacto interpersonal que es esencial para las necesidades de afiliación del “tianguis” en forma colectiva como individual.

Poder es una función que manifiesta el mismo “tianguis” al estar en esa comunidad ya que se acerca más gente en busca de un producto generando una fuente de riqueza y además una influencia en la organización. Así como logros es una situación de trabajo que proporciona al tianguista oportunidades para demostrar competencia al aplicar destrezas que ya poseen y poco a poco adquieren nuevas habilidades para los beneficios personales y colectivos.

Conformidad y hedonista es la estructuración del tiempo, en el sentido de que el tianguista impone una estructuración temporal tanto externa como interna a la actividad del trabajo informal, o sea interna dentro del “tianguis” y externa en otras áreas de su vida privada como tiempo para juntas de su hijos en la escuela, familiares, vacaciones y por otro lado la motivación hedonista que son factores de agrado y confort que son condiciones de trabajo informal en horarios convenientes y el tiempo ocupado por el tianguista.

Tradición para el tianguista, ya que la herencia y valores de conducta para permanecer dentro del “tianguis” es una costumbre de familia que se repite generación en generación.

Benevolencia es cuando el tianguista a través del trabajo informal alcanza individual y colectivamente sus metas trazadas fáciles y difíciles de lograr, además desarrollando las habilidades interpersonales.

Universalismo, es cuando la experiencia del trabajo informal es vinculando con metas y objetivos tanto individuales como colectivos facilitando el desarrollo del tianguista.

Estimulación, implica la imposición de demandas situacionales, ritmos y desafíos del trabajo para que el tianguista aumente o genere un esquema de conducta de contextos ambientales.

8.6. Elementos de cultura e identidad en la organización del “tianguis”

En todo los “tianguis” se cuenta con cierta libertad de trabajo porque en cada zona el tianguista puede cambiar de giro comercial para seguir creciendo, eso dicen los líderes y tianguistas; sin embargo, el gobierno municipal y estatal ya no deja crecer y la alternativa de las negociaciones es crecer en otra colonia, o sea crece la organización (asociación), generado una “sucursal”, como es tradición en las colonias populares de la ciudad; es como un atractivo turístico; un paseo en una plaza; es fuente de ingresos para cierto número de familias, es una oportunidad para las colonias por la cercanía de los productos; es centro de reunión para los jóvenes estudiantes de todo los niveles educativos y sobre todo de la familia; es esparcimiento; es una oportunidad para ahorrar en las compras de la familia por la cercanía; es una oportunidad para el desahogo del estrés social, el caminar sobre cualquier calle del “tianguis” y así ha sido de generación en generación.

Con base en las entrevista (ver anexo IX) de los comerciantes de varios “tianguis”, afirman lo siguiente: “los comerciantes piden a las autoridades seguridad y más espacios para ejercer su oficio, son parte de nuestra cultura, desgraciadamente es necesario mantener los “tianguis”, porque en las empresas ya no aceptan a gente mayor de 30 años de servicio de edad aunque seamos buenos ingenieros, licenciados, contadores, obreros o gente sin estudios formales con ganas de trabajar”. “Hay que ver a la gente que radica dentro de los colonias. Si tienen la aceptación, establecen un “tianguis” en su colonia, muy bien. Posteriormente, platican con el jefe de colonos y allí le expone el pro y el contra; porque uno a veces como vecino lo ve muy sencillo que se vengán a poner al frente de su casa y luego es una problemática muy fuerte. Mi hija y mi yerno lo están palpando”. De todas las entrevistas, lo que nos lleva a la confirmación de nuestra hipótesis es lo siguiente:

Cada “tianguis” tiene sus normas, por ejemplo a nosotros si nos exige más nuestro dirigente. Primeramente a no dejar basura. Segunda, si somos de discos o de música, apagarla a las 11:00 de la noche 11:15 ó 11:30 hrs. a más tardar. Estoy contento porque estoy en un trabajo que me genera ingresos. Yo nada más trabajo el

fin de semana, para no descuidar mis hijos y mi casa. Los niños van un rato al “tianguis” a veces nomas van a cenar, sobre todo en temporadas de frio o de lluvias. Mi papá me los cuida. Satisfacción dentro del “tianguis”. Sí, pero con mi giro porque lo que invierto lo saco. No tengo que almacenar dinero. En cuestión de trabajo, si yo me hubiera sujetado a un trabajo, no hubiera tenido tanto tiempo para mi familia, en un trabajo no gano lo que gano aquí en dos días.

8.7. Recapitulación

Para concluir este capítulo, se hace mención de que de las seis preguntas que se aplicaron en las encuestas relacionadas con el **Comportamiento Organizacional**, consideran estar de acuerdo con que “Es necesario mejorar mi trabajo para lograr mis objetivos”, consideran estar de acuerdo con la relacionada a “Aceptaría cualquier puesto ambulante a fin de continuar trabajando”; hay una mínima diferencia entre los que manifiestan indiferencia y estar de acuerdo en que “La agrupación vale tanto para mí como mi familia”; hay una marcada preferencia cuando manifiestan “Me siento orgulloso de trabajar para esta agrupación”; están de acuerdo en “Aceptaría otro empleo con mayor pago a fin de permanecer en esta agrupación” y finalmente están de acuerdo en “Estoy de acuerdo a aceptar cambios en el trabajo para ayudar a esta agrupación”.

CAPÍTULO 9

RESULTADOS Y PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

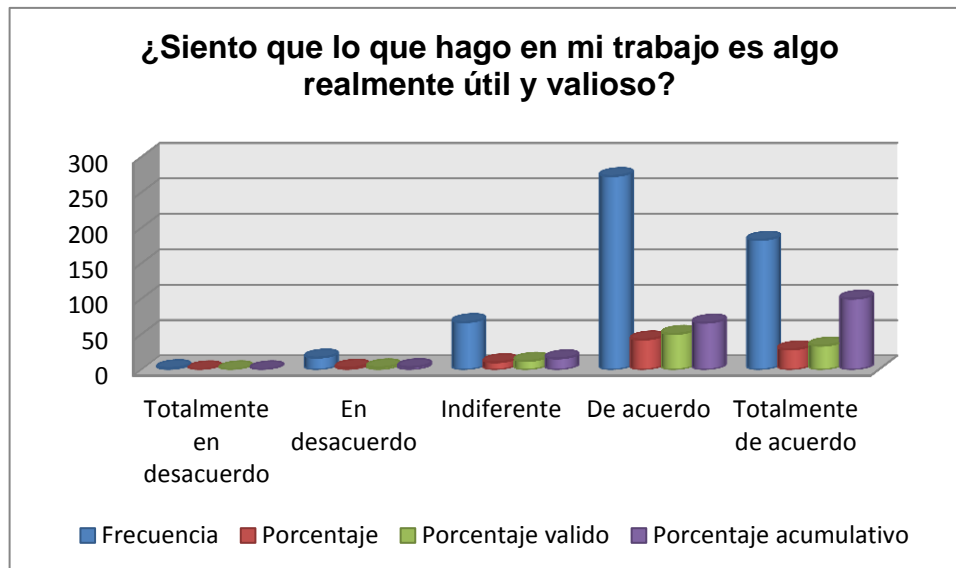
A través de los métodos cualitativos y cuantitativos, nos arroja los siguientes resultados como evidencia. En todos los “tianguis” se cuenta con cierta libertad de trabajo porque en cada zona el tianguista puede cambiar de giro comercial, el tiempo, normas, organización y sobre todo en su económica, para seguir creciendo, eso dicen los líderes y tianguistas; sin embargo, el gobierno municipal y estatal inicia con un registro para darles una alternativa de trabajo en su crecer con la familia, o sea crece la organización, generado una “sucursal”, ya que es tradición en las colonias populares de la ciudad; es como un atractivo turístico; un paseo en una plaza; es fuente de ingresos para cierto número de familias, es una oportunidad para las colonias por la cercanía de los productos; es centro de reunión para los jóvenes de estudiantes de todo los niveles educativos y sobre todo de la familia; es esparcimiento; es una oportunidad para ahorrar en las compras por la cercanía; es una oportunidad para el desahogo del estrés social, el caminar sobre cualquier calle del “tianguis” y así ha servido de generación (padre) en generación (hijo).

Iniciamos con la estimulación, las tres frases más importantes dicen: “En la organización se me trata con dignidad y respeto”, “Siento que lo que hago en mi trabajo es algo realmente útil y valioso” y “Recibo la formación necesaria para desempeñar correctamente mi trabajo”. En las gráficas 9.1, se hace referencias a las preguntas de estimulación, aplicadas a los tianguistas.

Respecto a logro en el “tianguis”, manifiestan estar de acuerdo en seis, pero en una de ellas “Mi responsable demuestra conocimiento en las funciones del “tianguis”, definitivamente presentan indiferencia.

En cuanto a motivación y prestigio, revelan estar de acuerdo en tres de ellas: “El prestigio de este “tianguis” se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad”, “En general usted se encuentra satisfecho dentro del tianguis” y “El “tianguis” me proporciona oportunidades de trabajo”.

Gráfica 9.1. Estimulación



Fuente: Elaboración propia obtenida de las encuestas aplicadas a los tianguistas, anexo X.

Muestra clara de ello, se refleja en este pequeño extracto obtenido de la entrevista aplicada a una familia de tianguistas (padre, hija y nieto), de quienes reservamos sus nombres por motivo de confidencialidad.

“La motivación que tiene uno es el ingreso que uno percibe dentro del “tianguis”, es para estar contentos, ¿Quién no está contento con un trabajo que le genera ingresos? Yo nada más trabajo el fin de semana, para no descuidar mis hijos y mi casa, si no, no hay nadie que cuide a mis niños. Los niños van un rato al “tianguis” a veces van a cenar, sobre todo en temporadas de frio o de lluvias. O mí papá me cuida a mis hijos”.

Como evidencia, la gráfica 9.3, muestra la anterior aseveración.

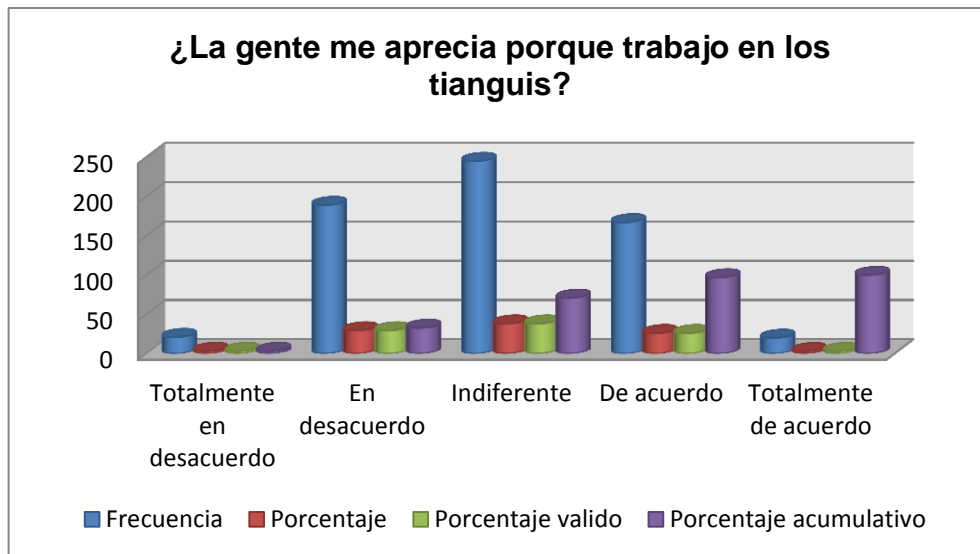
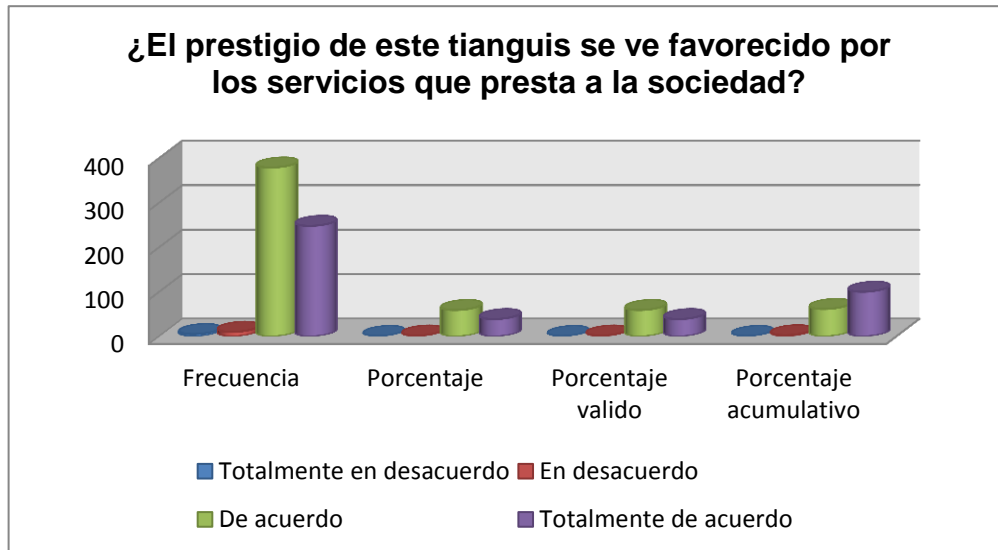
Respecto a **Participación en el Ámbito de Trabajo**, se formularon siete preguntas. Las frases más representativas fue la que dice “Considero que mis compañeros tianguistas nos apoyan en los problemas personales que presentamos”, manifestándose de acuerdo en su mayoría. Ejemplo de ello se refleja en la gráfica 9.4, obtenida de la encuesta aplicada a los tianguistas de Querétaro, en cuanto a participación en el ámbito de trabajo.

En el ambiente es muy importante ya que genera valor social aparece poco a poco va en aumento, y se favorecido sobre todo por una revolución en la comunicación y un incremento de las relaciones sociales entre tianguista,(solidaridad, autorrealización), como la simpatía o comunión con el medio ambiente, parecen trascender lo meramente físico o material, más información obtenida de las encuestas aplicadas a los tianguistas ir a anexo X.

Respecto a la **Percepción sobre la Agrupación**, las frases más representativas, en cuanto a que los encuestados consideran que les resulta indiferente la situación, son: “No quiero que mis hijos desarrollen esta actividad”, “Considero que los líderes son autoritarios e injustos” y “participación en el ámbito de trabajo”; en la que manifestaron desacuerdo fue la que dice “Considero excesivo los accidentes ocurridos en el “tianguis”; en la que manifestaron estar en desacuerdo totalmente fue “Mi área de trabajo es un lugar aceptable”; se manifestaron estar de acuerdo en ocho de las preguntas formuladas, siendo las más significativas: “El

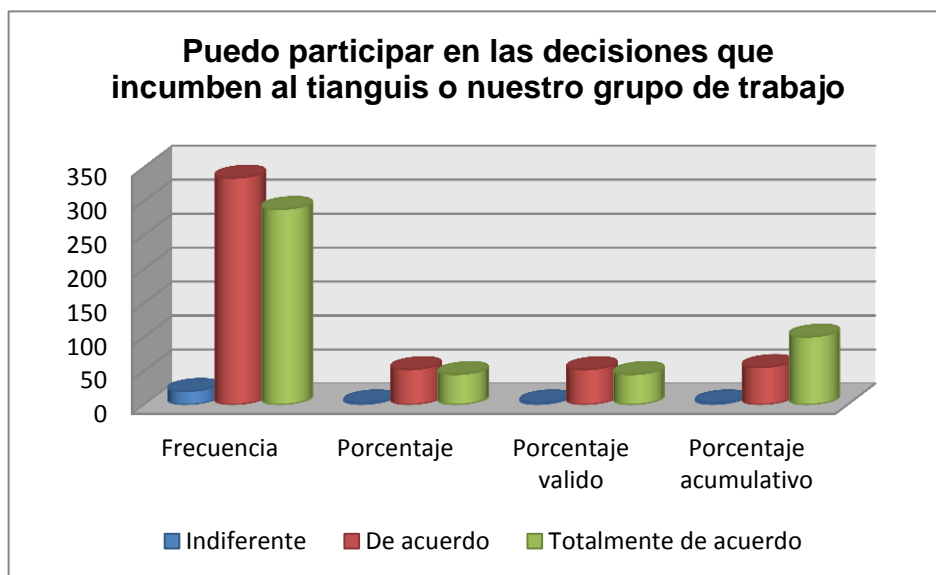
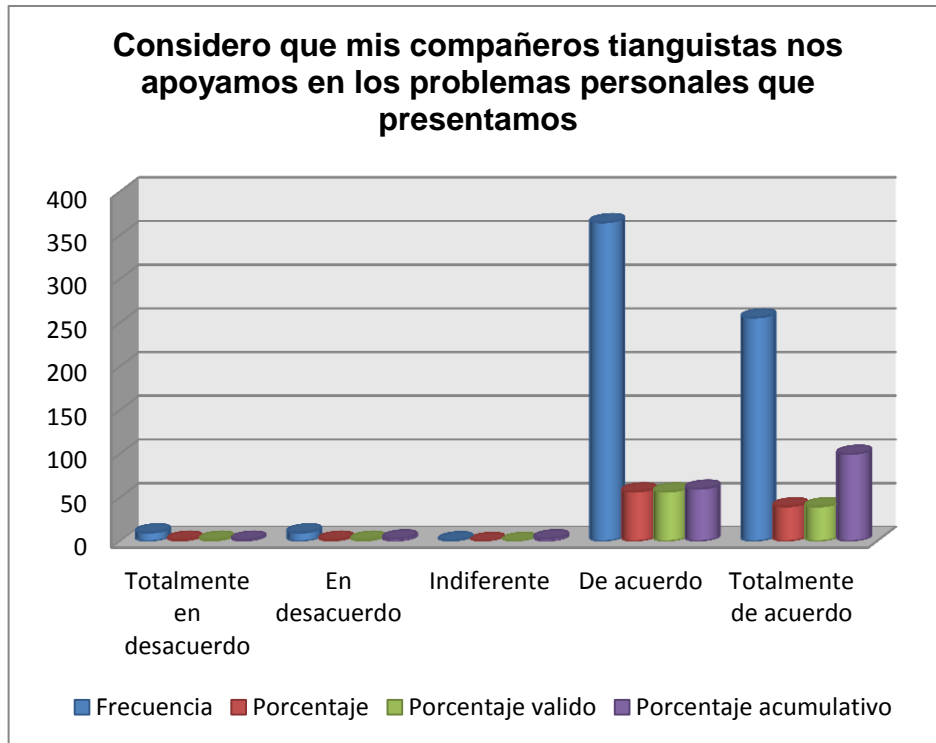
comportamiento de mis líderes es aceptable”, “Hay muchos rencores y odios en la agrupación” y “Siento que mi participación es indispensable”.

Gráfica 9.3. Motivación y prestigio



Fuente: Elaboración propia obtenida de las encuestas aplicadas a los tianguistas, anexo X.

Gráfica 9.4. Participación en el ámbito de trabajo

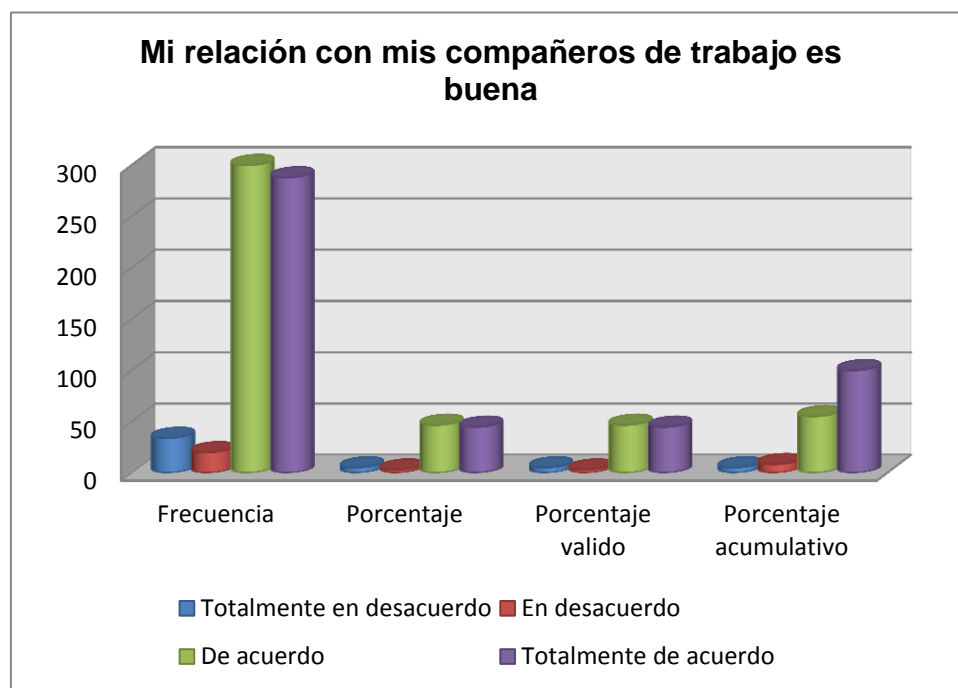


Fuente: Elaboración propia.

Referente a la **Percepción sobre el trabajo**, se formularon cuatro preguntas, que dicen así: “Mi relación con mis compañeros de trabajo es buena”, manifestando estar de acuerdo en su mayoría; “Me agrada el horario de trabajo que tengo”, declarando estar de acuerdo; “Estoy conforme con lo que me pagan”, manifestando estar de acuerdo y “Lo considero un trabajo peligroso” revelando indiferencia ver resultado en la gráfica 9.5.

En cuanto a **Seguridad en el trabajo**, de las veintiuna preguntas que se expresaron, manifiestan indiferencia en la primera de ellas: “El trabajo dentro del “tianguis” y como tianguista, es atractivo e interesante” y en la última “Está satisfecho con las ganancias generadas en el tianguis” manifiestan estar de acuerdo.

Gráfica 9.5. Percepción sobre el trabajo



Fuente: Elaboración propia obtenida de las encuestas aplicadas a los tianguistas, anexo X.

En cuanto a la **Seguridad en el “tianguis”**, manifiestan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en la mayoría, observándose solamente una marcada igualdad en las respuestas en la pregunta “Las herramientas informáticas que utilizo están bien adaptadas a las necesidades de mi trabajo” ver gráfica 9.6.

Por último, las siete preguntas relacionadas con **Tradición en el “tianguis”**, manifiestan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en las siete. La respuesta más significativa de ellas, fue “En la organización se tiene una costumbre con el tianguis”.

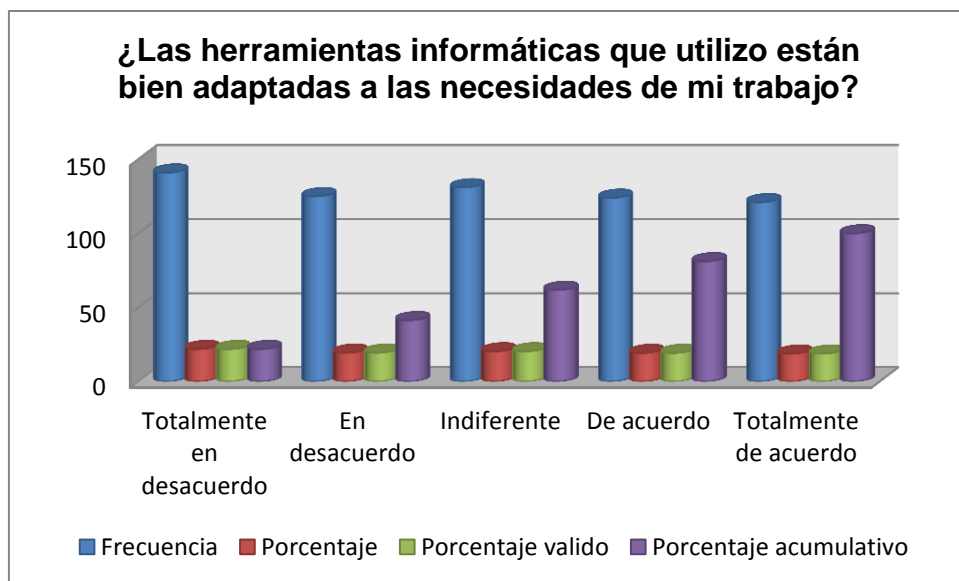
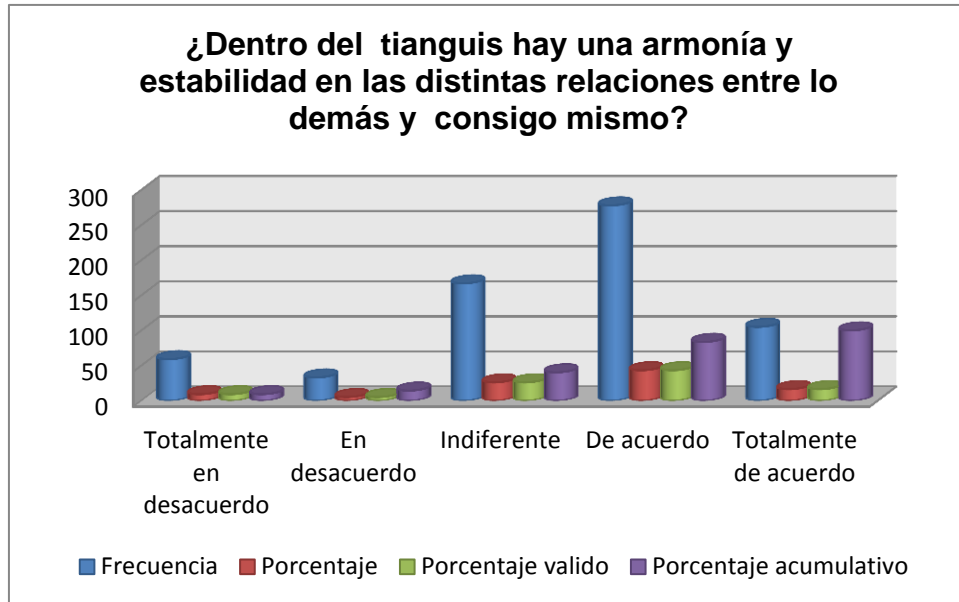
Para tal efecto, dentro de las encuestas que se realizaron se aprecia un alto grado de identidad, en lo que respecta a compromiso organizacional, como a continuación se demuestra en las gráficas 9.7. Muestra clara de ello, se manifiesta en los resultados de las siguientes gráficas obtenidas de las encuestas.

Los elementos que componen la cultura son ubicados por el observador externo en distintos dominios a los efectos de su descripción de la organización, es precisamente que en los hechos muestra en el “tianguis”, se adaptan a una cultura que van a reflejar las distintas formas de acople e interacción comunicativa y que además se obtiene una satisfacción en el trabajo.

Como la conformidad que cada “tianguis” tiene con los demás tianguistas de un grupo social cambien su comportamiento, opiniones y actitudes para encajar con las opiniones del grupo. Así como el lograr sus metas trazadas en cumplimiento de un anhelo, alcanzado mediante el esfuerzo propio.

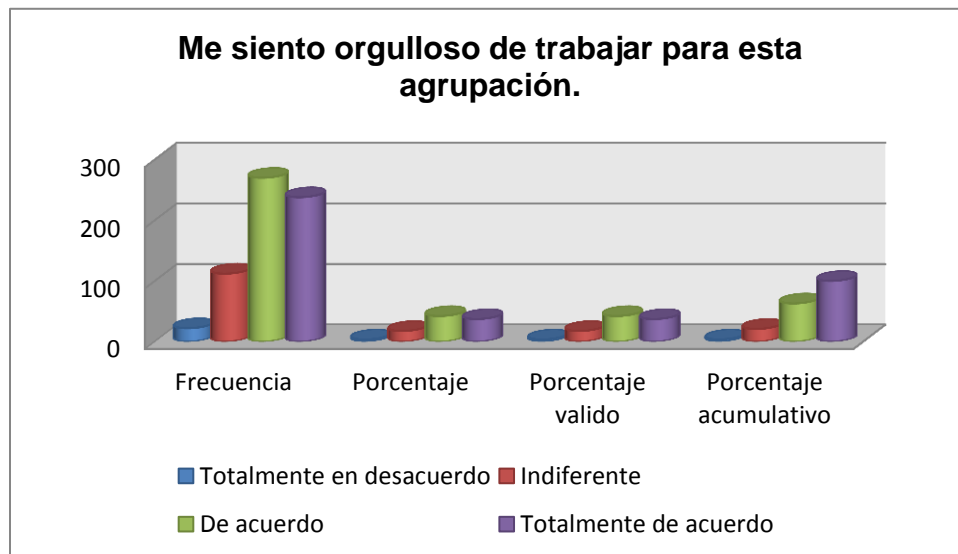
Por otro lado, la Participación ha sido la posibilidad de que todos los tianguistas se involucre hace que la intervención puedan valorar el diseño, la aplicación y los resultados de la política del “tianguis”, o exista un involucrado o recuperar un papel en el “tianguis”, que es el ser escuchado y tener voto para tomar decisiones en general dentro de la organización.

Gráfica 9.6. Seguridad en el trabajo



Fuente: Elaboración propia obtenida de las encuestas aplicadas a los tianguistas, anexo X.

Gráfica 9.7. Tradición en el tianguis



Fuente: Elaboración propia obtenida de las encuestas aplicadas a los tianguistas, anexo X.

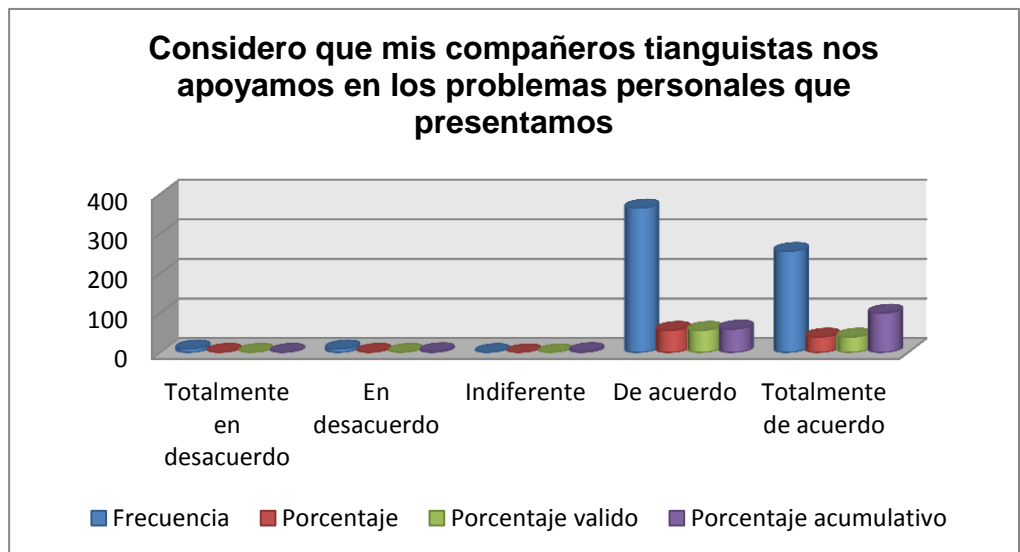
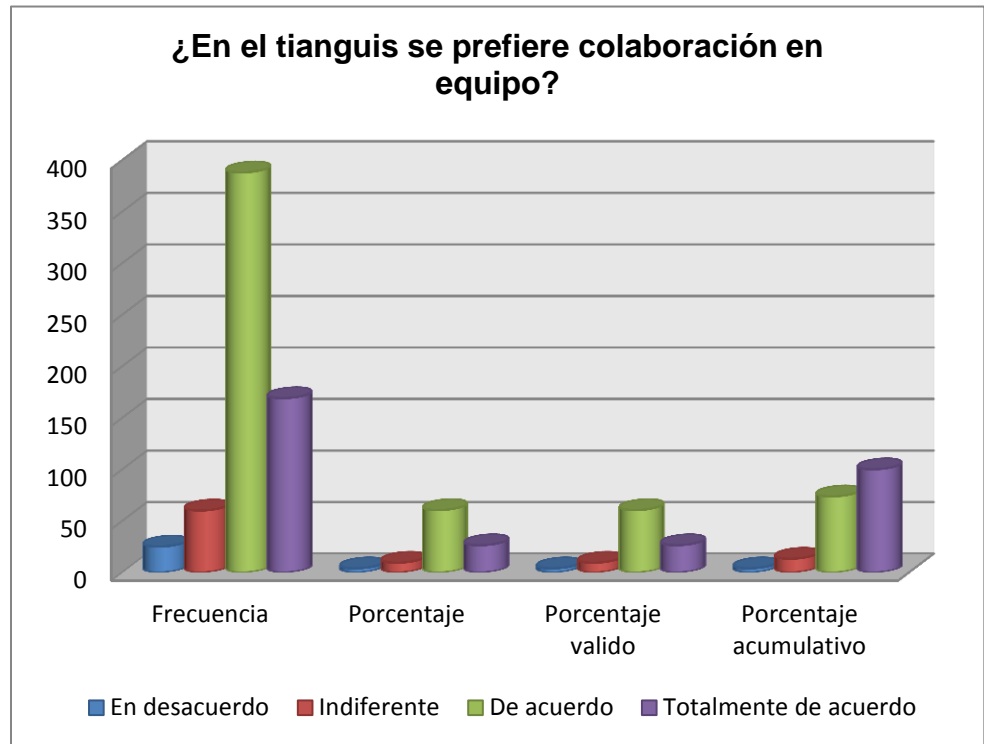
Ahora bien en la parte de la estimulación su actividad que se otorga a los tianguistas para un buen desarrollo es la del trabajo y la razón de la conducta o comportamiento que es la forma de conducirse ante una situación. Tiene planes específicos conscientes, o sea es la forma de actuar adquirida o aprendida del grupo.

Por lo tanto la satisfacción en el trabajo de un tianguista es el resultado de una comparación entre lo que hace y lo que aspira a hacer con base en sus experiencias de trabajo anteriores que determinan su identidad y cultura. Ahora bien, si el tianguista solamente satisface sus “*necesidades higiénicas*”, está satisfecho ya que cumple estas necesidades, ya que le genera dinero para ciertos lujos que ellos consideran.

O sea el tianguista sólo está satisfecho en el puesto de “tianguis” cuando están cubiertas sus “necesidades de motivación”. Si no se cubren éstas, no está satisfecho y busca nuevas alternativas de trabajo que le permitirán lograr sus metas, es así que sus habilidades y destrezas le permiten combinar dos trabajos uno formal y el otro informal, que es el “tianguis”, ya que el “tianguis” se lo admite, generando una ventaja para lograr sus recompensas extrínsecas e intrínsecas obteniendo aspectos positivos del trabajo.

Es así que se puede verificar en la gráfica 9.8 que la satisfacción en el trabajo está estrechamente relacionada con la identidad y la cultura, en este caso del tianguista, la satisfacción tiene que ver con las situaciones específicas de su autonomía, confianza, iniciativa y con las características de sus valores, actitudes y creencias en cuanto que todo ello repercute en su estabilidad emocional creando tensión, estrés, y produciendo malestar o satisfacción, tanto desde una perspectiva subjetiva como en su economía.

Gráfica 9.8. Identidad en el tianguis



Fuente: Elaboración propia obtenida de las encuestas aplicadas a los tianguistas, anexo X.

A continuación se dan a conocer las evidencias del método de fotobiografía para la comprobación de nuestra hipótesis, que deduce que la satisfacción de un tianguista se da en función de la permanencia que se transmite a través de una cultura dando como resultado una acción de su comportamiento organizacional y personal sobre su futuro y normatividad para reducir la incertidumbre en su ambiente, respondiendo a una motivación de autodirección, esta situación proporciona oportunidades de tener un trabajo digno, contacto interpersonal que es esencial para las necesidades básicas ya sea, en forma colectiva como individual, como lo muestra la siguiente foto del tianguista:

Foto 9.1. Tianguista del Tintero.



Fuente: Colección ABM (2009). Tianguis del Tintero a las 18:00 hrs.

La persona en la fotografía de arriba, ha trabajado en todos los “tianguis”. Cuenta con libertad de trabajo en cada zona, dice que el tianguista puede cambiar de giro comercial para seguir creciendo. Sin embargo, el gobierno municipal y estatal, ya

no deja crecer, y la alternativa de las negociaciones es crecer en otra colonia, o sea, crece la organización (asociación). Es como una sucursal, con otro nombre del “tianguis”, apoyándose en la práctica, ya que es una tradición en las colonias populares de la ciudad.

Foto 9.2. Tianguista del Tintero.



Fuente: Colección ABM (2009). Tianguis del Tintero a las 18:00 hrs.

En la foto la comerciante con su hija, de 3 años, es la transición de las actividades desde temprana edad. Ella es profesionista (abogada), sin embargo, complementa esta actividad para generar más ingreso, eso es lo que dice cuando fue entrevistada, en el tiempo de permanecía con ella, se pudo observar que su mamá atiende el negocio toda la mañana y que el registro lo tiene su papá que tiene 30 años trabajando en el “tianguis” lo cual es una herencia familia que pasa de generación en generación ya que ella piensa también dejarlo para su hija.

En cada “tianguis” se encuentra gente que da empleo a toda la familia. Por ejemplo en la foto 9.3.

Foto 9.3. Tianguista de Santa Mónica



Fuente: Colección ABM (2009). Tianguista a las 11:00 hrs.

En la fotografía se observa a la abuela que funge como administradora y cajera del negocio de un puesto ambulante. Ella inició en 1980, cuando su esposo murió, quedando sola con 5 hijos, y sin saber qué hacer, por lo que decide vender carnitas en su casa.

Poco a poco decide entrar a un “tianguis” con cierta incertidumbre y con el tiempo ve que el negocio va creciendo y que además le permite una vida más cómoda con su hijos en la educación y sus gastos familiares, sin embargo sus hijos ven que el negocio puede dar más, deciden en todo sus hijos, hacer crecer el negocio generando una división, quedando en venta de carne cruda, carnitas, gorditas, sopes, tortillas, esto ocasiona que todos sus hijos trabajen en el “tianguis” actualmente son 10 personas de la familia las que trabajan: la abuelita, 3 hijos, 3 cuñadas y tres hermanas de la abuela, ella dice que con esfuerzo, dedicación, autoridad, logro, estimulación, auto-dirección, pensamiento libre con los tianguistas ya que se puede trabajar, benevolencia, tradición en la familia, compromiso de un

mismo, aceptación de las costumbres e ideas con los miembros de la familia, conformidad y restricción a las acciones, inclinaciones e impulsos, que pudieran molestar y cumplir reglas sociales o normas, y seguridad (armonía y estabilidad social en las distintas relaciones); toda esta experiencia ha dejado el trabajo del “tianguis”, es así que bajo este testimonio y muchos más se respaldan los conceptos de cultura y satisfacción en el trabajo.

Foto 9. 4. Familia de tianguistas



Fuente: Colección ABM (2009). Tianguis del Tintero a las 18:00 hrs.

Esta familia (en la foto anterior), ha sido capaz de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo común, y lo transmite a sus descendientes. Por lo tanto, esta motivación es de gran ayuda, ya que con sus hijos inician de la misma manera que ellos, dando origen a una nueva etapa.

Además, sus madres se acoplan al trabajo en los “tianguis” de Santa Mónica y en el mercado la Cruz, con tres locales de ropa, “tianguis” de la Cruz, Tintero, lo que les permite transmitir seguridad, ya que entre ellos mismos están financiando sus inversiones. Por último, se menciona que también estudian para después trabajar por su cuenta.

Foto 9.5. Tianguista de Condominio de FOVISSSTE Tintero



Fuente: Colección ABM (2009). Tianguis del Tintero a las 18:00

Por otra parte, tiene una **frontera identificable** que, tratada en la perspectiva cultural-cognitiva, supone la identificación entre los miembros de la misma de acuerdo a su entorno con responsabilidad y así comparten valores. Como se muestra anteriormente cada tianguista puede identificar por su trayectoria de vida, religión, y sus metas de organización.

Continuando el concepto del tianguista también está el **poder** que manifiesta el “tianguis” al estar en una comunidad ya que se acerca más gente en busca de un producto generando una fuente de riqueza y además una influencia en la organización.

Como resultado del Método Cuantitativo, nos da como final dentro del coeficiente Alfa de Cronbach de 0.963, lo cual nos confirma una factibilidad real y validez con nuestra relación de variables, en un total de la muestra de 642 encuestas aplicadas y las demás resultados de las variables se observa en la tabla 9.1.

Tabla 9.1. Resultados de Cronbach's *Alpha*

ASPECTO	ALPHA de CRONBACH
Estimulación	0.963
Logro en el “tianguis”	0.971
Motivación y prestigio	0.950
Participación en el ámbito de trabajo	0.989
Percepción sobre la agrupación	0.989
Percepción sobre el trabajo	0.886
Satisfacción en el trabajo	0.986
Seguridad en el “tianguis”	0.983
Tradición en el “tianguis”	0.974
Fuente: Elaboración propia	

Como último punto de la investigación es contribuir a que las estrategias en la precariedad y el comportamiento organizacional en los “tianguis” de Querétaro, son de suma importancia en cualquier tipo de organización, ya que analiza los elementos de la cultura e identidad así como la satisfacción en el trabajo.

CAPÍTULO 10

CONCLUSIONES

En esta tesis doctoral se ha revisado, analizado y comprobado, el comportamiento organizacional de los “tianguis” de Querétaro, así como sus estrategias en la precariedad. Se ha mostrado, a través de diversos testimonios, una serie de acciones tales como el compromiso organizacional, la estimulación, el logro en el “tianguis”, la motivación y prestigio, la participación en el ámbito de trabajo, la percepción sobre la agrupación y el trabajo, la satisfacción en el trabajo, la seguridad y la tradición en el “tianguis”.

El trabajo informal en nuestro país ha ido en aumento conformando una problemática que requiere de una particular atención por parte de todos los sectores, tanto el gobierno como la sociedad, es así que representa una salida para obtener mayor ingresos, dando como consecuencia a una formación de organizaciones llamadas “tianguis”.

El “tianguis” es un medio de sustento que pasa a ser un proyecto de vida que se transmite de generación en generación, de padres a hijos a pesar de permanecer en la informalidad, forjando una organización de supervivencia como resultado de los diferentes grupo de personas que pertenecen a una esfera y que interactúan entre sí, con objetivos muy claros y afines entre ellos y que además satisfacen alguna necesidad en común, es así que las estrategias de sobrevivencia lo lleva a un comportamiento en el trabajo, cultura, creencias y valores, ya que se refleja en los artefactos y supuestos que caracterizan y lo identifican de la organización del “tianguis”, que además cubre sus necesidades.

Por lo tanto la sociología y antropología permite a través de la cultura estudiar a la organización “tianguis” y define un sistema normativo que da pautas de comportamiento en la satisfacción en el trabajo generando una identidad dentro de ellas. Con base en autores como Schein (1985; 1992), Soria (2004), Geertz (1992), Smircich (1983), entre otros, que estudia los niveles, artefactos, valores y supuestos

que son elementos que dan orden y estabilidad y que a su vez, permiten encontrar que los tianguistas tiene un proceso de aprendizaje, construcción y atributos que le dan significado y causas, que es una condición que se ve reflejando en sus tradiciones y costumbres, generando una comunicación en todo los tianguistas, dando como resultado un propósito que se puede medir a través de la escala de Likert(1932).

El estudio realizado permite observar las diferentes configuraciones sociales que responden al por qué y el cómo los tianguistas construyen sus estrategias y deciden su aplicación de acuerdo a las circunstancias. Contribuye también a conocer que dentro de estas organizaciones se cuenta con un absoluto poder de decisión que permite su buen funcionamiento y las acciones que deben llevarse a cabo para su implementación y mejora continua. En cuanto a la motivación y satisfacción que se origina del trabajo realizado por los tianguistas, como se demostró en las encuestas y entrevistas aplicadas, se puede decir que el ser miembros de estas organizaciones les brinda una mayor rentabilidad, por consiguiente, las decisiones se toman en función de la permanencia y del mayor beneficio económico, ajustando lo planeado a su situación concreta.

Por otro lado, se constató la formación del tianguista en cada “tianguis”, los cuales cuentan con experiencia, por haber trabajado en procesos organizacionales diferentes. Las decisiones tomadas frente a determinada problemática están esencialmente en función de la oferta y la demanda de su producto que más se ajuste a las necesidades de las disposiciones emanadas dentro de la organización.

Asimismo, el tianguista tiene que ajustarse a normas. Evidentemente, las decisiones están marcadas por la experiencia, el conocimiento, la formación, aspiraciones, intuición y percepciones que cada tianguista tiene de la realidad del entorno y de su propia experiencia de vida, por encima, incluso, de las estrategias que en términos generales provienen de la familia.

La responsabilidad de tener buenas condiciones de trabajo compete no solamente a la organización, sino también a las instituciones gubernamentales y a la sociedad en general. Los escenarios sociales en nuestro país de alguna manera

vienen a explicar por qué los trabajadores mexicanos se adecúan a las nuevas formas organizativas del trabajo con altos índices de flexibilidad del tiempo, espacio y familiar. Las condiciones económicas y educativas marcan significativamente el hecho de que ante la falta de oportunidades para el desarrollo individual de la población trabajadora, los bajos salarios, el pobre poder adquisitivo de la mayor parte del pueblo mexicano y la escasez de los empleos.

El proceso de deterioro en la satisfacción en el trabajo, son condiciones propicias para que el trabajador busque un empleo donde no necesariamente las circunstancias laborales le garanticen su permanencia, y en todo caso, si logra emplearse deberá someterse a las condiciones prevalecientes al interior de la empresa en cambio en el "tianguis" esto no se da tan rígido. Se encuentran frases comunes como: *me cambiaría de trabajo a donde me paguen mejor y el "tianguis" es la mejor solución en mi casa".*

Se observó que la toma de decisiones está determinada por la conjunción de, por lo menos, dos elementos que tienden a conformar un todo unitario y que se manifiesta en la forma de dirigir y exponer esas decisiones.

El liderazgo, el conocimiento, la experiencia, la percepción, la confianza, el sentido ético, son entre, otros factores, los que propician la personalidad del encargado de tomar las decisiones, y estos elementos expresan la forma en cómo son transmitidas las acciones hacia los demás actores y como ellos las entienden y asimilan; el éxito o fracaso de las decisiones es en gran parte resultado de esta forma particular de transmitir la información.

Puede observarse que las decisiones se toman considerando las características particulares del proceso de producción y del modelo organizativo del trabajo. Ambos niveles conforman el aspecto subjetivo y objetivo del trabajo y representan tan solo un ámbito de la realidad de las organizaciones (tianguistas) estudiadas en el estado de Querétaro.

La cultura y la identidad a través de sus valores, desde una perspectiva más humana. La nueva concepción de organizaciones posmodernas, supone la implementación de procesos más flexibles, la consideración del ser humano, no

como objeto de la organización si no como sujeto con sus limitaciones de racionalidad, con necesidades y valores que se complementan dentro de la organización. La evolución de las organizaciones supone entonces también el desarrollo humano al interior y son los elementos inherentes para tener conocimiento de una organización.

Primeramente, como resultado de la investigación empírica, las hipótesis de trabajo fueron evidentemente corroboradas, tomando en cuenta la salvedad de que en la investigación de las ciencias sociales, las situaciones reales corresponden a categorías intermedias matizadas por las particularidades de la realidad estudiada; de esta forma, derivado del análisis de los datos, se puede apreciar que la identidad cultural y la satisfacción en el trabajo de los tianguistas participantes permitió interpretar acciones relacionadas con valores y artefactos así formas de aprender en la organización, como se muestra a continuación:

Dentro del “tianguis”, la cultura organizacional representa un patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes, y conductas compartidas por los tianguistas, específicamente incluye el comportamiento de rutina, las normas, los valores dominantes, las reglas del juego y el sentimiento, para la adaptación externa y la supervivencia en donde determina la forma de lograr las metas y así establecer criterios de medición, también se desarrolla una integración interna estableciendo una relación entre límites de grupo y de estatus para desarrollar sistemas de estímulo en los comportamientos deseables e indeseables.

Uno de los principales objetivos de los tianguistas, es la perpetuidad; el fundador forma y mantiene un puesto ambulante, viéndolo como el patrimonio que heredará a sus descendientes. Para lograrlo, un aspecto significativo es inculcar los valores y la satisfacción en el trabajo que incluyen la cooperación y la confianza entre los participantes; así no sólo se logrará la permanencia del patrimonio financiero, sino de la cultura y familiar.

La perpetuidad de la organización no es en sí un hecho aislado; tampoco significa en realidad la continuidad de la vida del puesto ambulante en su mero

sentido económico; es más bien un afecto que expresa la prolongación de la vida familiar o, en algunos casos, la presencia simbólica del fundador.

Cada imagen, figura, gráfica, tabla, encuesta y entrevista presentada en este trabajo, nos muestra claramente que los tianguistas son comerciantes que cuentan con una organización fuertemente establecida, con reglas, normas y procedimientos, pero que también están inmersos en situaciones que demuestran conformidad, autodirección, benevolencia, universalismo, estimulación, hedonismo, seguridad, poder, logros y tradición en sus organizaciones.

Se cumplió con la hipótesis que postula que en la medida que se forja y fortalece la identidad del tianguista en relación con su organización, la cultura del “tianguis” también se crea, se fortalece y consolida, lo que repercute en una mayor satisfacción en el trabajo. Se identificó la relación que existe entre identidad cultural con la satisfacción en el trabajo realizado por los tianguistas en sus organizaciones, como elementos centrales para determinar el comportamiento organizacional que incide en la estrategia del “tianguis” y la satisfacción de los tianguistas que se fundamenta en la identidad y la cultura organizacional para permanecer en un “tianguis”.

En función de lo anteriormente expuesto, se puede afirmar con certeza que la hipótesis formulada en un inicio queda comprobada en su totalidad, ya que se pudo establecer que la motivación y la satisfacción laboral son ejes rectores en las organizaciones informales llamados “tianguis” en Querétaro. Con los resultados obtenidos se cumple con los objetivos de la investigación, porque en primer término los tianguistas no necesariamente son aquellas personas que se encuentran desempleadas o que perciben un salario bajo, sino que son generaciones que han heredado un oficio y que conlleva toda una gama de costumbres, valores y prácticas que se aprenden, producen y reproducen históricamente desde la época prehispánica hasta la actualidad. En segundo término, con base en los resultados de las encuestas aplicadas, se prueban los resultados, sobre la percepción, la satisfacción, la seguridad y la tradición en los “tianguis” que fueron observados.

En resumen, los estudios organizacionales son la reflexión acerca del fenómeno del trabajo informal en las organizaciones para la investigación el caso “tianguis”, que lleva a percibir los lugares de socialización entre tianguistas que ahí se desempeñan. También se demuestran el peso de la organización del “tianguis” que son las actitudes de los trabajadores; ya que este trabajo permite el aprendizaje de la vida social y la construcción del pensamiento sobre uno mismo, sobre lo que se es y lo que se puede ser, bajo este enfoque, las organizaciones constituyen espacios pedagógicos de construcción de socialización secundaria y de transmisión de saberes.

Por último punto y como todo proceso, este trabajo de investigación es susceptible a ser mejorado, además se han encontrado mucho más vertientes para continuar enriqueciéndolo y que sin lugar a dudas marcará la pauta para futuros trabajos de investigación relacionados con las organizaciones informales, por ejemplo la comunicación organizacional y el lenguaje que su objetivo consiste en interpretar la dinámica de construcción subjetiva simbólica que admite tener consensos diferentes entre personas (Urbiola; 2013), así como el proceso de intercambio y retroalimentación de mensajes generados dentro de un espacio social determinado (Urbiola y Vázquez; 2009; pp 248), en donde, el ritual es el mensaje que se utiliza en los contextos particulares dentro de una organización para desarrollar espacios que permitan crear consensos y fomentar la identidad organizacional (Urbiola y Vázquez;2009).

Por lo tanto, este trabajo destaca la importancia de los estudios de las organizacionales informales como es el caso “Tianguis”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argüello O. (1981). “Estrategias de supervivencia: un concepto en busca de contenido”. *Demografía y Economía*, Vol. V, N° 2 (46), México.
- Aktouf, O. (1992). “Management and Theories of Organizations in the 1990s: Toward a Critical Radical Humanism”. *The Academy of Management Review* 17, pp. 407-431.
- Albert, S. and Whetten D. “Organizational Identity.” *Research in Organizational Behaviour* (1985): 263-295.
- Álvarez-Gayou J. J. L., (2009). *Cómo hacer investigación cualitativa, fundamentos y metodología.*, ediciones Paidós ibérica Educador, México.
- Alvesson, M. (1995); *Cultural Perspectives on Organizations*, London.
- Andrews, K. (1976). *El Concepto de Estrategia de Empresa*. Ed. Universidad de Navarra. España.
- Ansoff, I. (1976). *La Estrategia de la Empresa*. Ed. Universidad de Navarra. España.
- Ansoff, I. (1979). *Strategic Management*. Wiley and Sons. NY.
- Ardouin, J. (2000). *Motivación y satisfacción laboral*. México, CECSA;
- Arellano, D. (1994). *Análisis organizacional: una perspectiva desde la estrategia*. Documento de Trabajo 26. México. CIDE.
- Arenas N. (1999). “Globalización, integración e identidad: América latina en las nuevas perspectivas. Cendes”, UCV. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 1999, Vol. V, No. 1 (ene-jun), pp. 89-108
- Asforth, B. y Mael F. (2004), “Social identity theory and the organization”, en Mary Jo Hatch y Majken Schultz (Eds), *Organizational Identity*, Oxford University Press, pp.134-160.
- Barba A. y Solís P. (1997), *Cultura en las Organizaciones*, Editorial Vertiente, México.
- Bautista Meza Alejandro, (2011), “Las estrategias en la precariedad y el comportamiento organizacional. La organización de los “tianguis” en Querétaro”, *Revista Superación Académica*, revista cuatrimestral, año 20, núm. 42 Noviembre 2011. Querétaro México. Pp. 41- 53.

- Beckhard, R. y Harris, R. T. (1988). *Transiciones organizacionales. Administración del cambio*; Trad. Bertha D.L. de Valverde; México; Sistemas Técnicos de Edición y Addison-Wesley Iberoamericana.
- Bennis, W. G. (1973) *Desarrollo organizacional: su naturaleza, sus orígenes y perspectivas*; Trad. Angel Gaos; México; Fondo Educativo Interamericano.
- Berger P. y Luckmann T. (1997). *La Construcción Social de la Realidad*. Amorrortu editores. Argentina.
- Berger, P. y Luckmann, T, (1993). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Bergh, B. (1989) *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, Allyn and Bacon, Needham Heights, Massachusetts.
- Bernstein R. (1982). *La reestructuración de la teoría social y política*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Blumer, H. (1969), *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, Englewoods Cliffs, Prentice Hall.
- Bormann, G. E. (1983). Symbolic Convergence. *Organizational Communication and Culture*. En *Communication and Organizations*. An interpretive approach. SAGE Publications Fourth Printing. USA.
- Bourdieu, P. (1984). « *La délégation et le fetichisme politique* ». Actes de Recherche en Sciences Sociales, n° 52-53, pp. 49-65.
- Bourdieu, P. (1985). *Dialogue à propos de l'histoire culturelle*. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n° 59, pp. 86-93.
- Bower, J. (1995). *Oficio y Arte de la Gerencia*. Harvard. Ed. Norma. Colombia.
- Bravo, D, 2004. "Evaluación de Impacto Programa Pro-Empleo. Línea
- Buzzell, R. Gale, B. (1987). *The PIMS, Principles Strategy to Performance*. The Free Press, NY.
- Cameron, K. & Quinn, R. (1999). *Diagnosing and changing organizacional culture*. Addison-Wesley
- Campos G. (2008), *La economía informal y sus posibilidades de desarrollo*, revista de eco-crí, Jornadas de Economía Crítica, México.

- Candia J. M. (1996), *Empleo precario y conflicto social ¿nuevas formas de organización popular?*, Revista Nueva Sociedad Núm. 142. Marzo-abril, pp. 55-64.
- Cariola, C. (1992) “La reproducción de los sectores populares urbanos: una propuesta metodológica”. En Cariola (coord.) *Sobrevivir en la pobreza: el fin de una ilusión*. Caracas: CENDES-Nueva Sociedad (pp 23-36)
- Castañeda R. A. G. (2007), *Apuntes de la clase de Epistemología*. Facultad de Administración y Contaduría. Universidad autónoma de Querétaro. Febrero 2007.
- CEPAL, (2006), *Estudio Económico de América Latina y el Caribe*. División de Desarrollo Económico, México.
- Certo, S., Meter, P. (1996). *Dirección Estratégica*. Ed. Irwin, Madrid. Pág. 15.
- Cleary, TH., Sun T. (2003). *El Arte de la Guerra*. Ed. Arca, España. Págs 14.
- Cohen, M. D.; March J. G. y Olsen J. P. (1988). “A Garbage Can Model of Organizational Choice”, en March, James G. edición *Decisions and organizations*, Bachwell, New, York pp. 294-334.
- Collis, D, J. y Montgomery C. (1998). “Creating Corporate Advantage”. *Harvard Business Review*, Págs. 76.
- Collis, D, J. y Montgomery C. (1995). “Competing on Resources Strategy in the 1990s”. *Harvard Business Review*, Págs. 118–123.
- Cooney, R. Sewell, G. (2007) *¿Mitos que vivimos? El sentido de la producción flexible a través de mitos de solidaridad organizacional en competencia*, Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa. México.
- Coraggio, J: L. (2003); (2004) “Sobrevivencia y otras estrategias en América Latina y el Caribe. La perspectiva desde lo local”. En *De la emergencia a la estrategia. Más allá del “alivio de la pobreza”*. Buenos Aires: Espacio. (pp. 309-326)
- Corley, Kervin G; Harquail, C. V.; Pratt M. G; Fiol, C. M; Mary Jo Hartch. (2006) “Guiding Organizational Identity Through Aged Adolescence”. *Journal of Management Inquiry* en <http://jmi.sagepub.com>.
- Cronin, O. (1998), “Psychology and Photographic Theory”, en Jon Prosser (comp.), *Image-based Research: A Sourcebook for Qualitative Researchers*, Londres: Falmer Press.

- Chan K., Mauborgne R. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Ed. Harvard School Press, USA.
- Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure*. Cambridge Mass. M.I.T. Press.
- Choo, C. W. (1999). *La Organización Inteligente. El empleo de la información para dar significado, crear conocimiento y crear decisiones*. Oxford University Press.
- Dávila, A. y Martínez, N. H. (1999). "Un acercamiento crítico al concepto de cultura organizacional: implicaciones para su estudio en organizaciones latina" en Dávila, Anabella y Nora H. Martínez (coordinadoras) *Cultura en organizaciones latinas*, Siglo XXI, México, pp. 17- 43.
- Davis, K. y Newstrom, J. W. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo*. Undécima edición, McGRAW-Hill/INTERAMERICANA Editores, S. A. de C. V. México.
- Day, G., Reibstein, D. (1997). *Dinamic Competitive Strategy*. Wharton.Ed. Wiley & Sons.Inc. USA Pgs 2.
- Deal, E. y Kennedy A. (1982).*Corporate Culture.The rites and rituals of corporate life*.USA. Addison-Wesley
- Deal, T.E. y Kennedy, A. (1999).*The New Corporate Cultures*.Perseus books reading, Massachusetts.
- Denison, D. (1990). *Corporate culture and organizacional effectiveness*. New Cork: Wiley
- Denzin, N. y Lincoln, Y. (1994), *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, California.
- Dess, G .y Lumkin G. 2003. *Dirección Estratégica*. Mc Graw Hill. 237-241.
- Di Pace, M; Suárez, F. y Calello T. (2004) "Procesos de urbanización y desarrollo". En Di Pace (dir.) y Caride Bartrons (ed.) *Ecología de la ciudad*. Buenos Aires: Ed. Prometeo-UNGS, pp. 249-284.
- Di Virgilio, M. M. (2001). "La vida cotidiana de las unidades domésticas. Organización social y participación: estrategias para el acceso de recursos de programas sociales". *Colección de investigación, Serie Documentos de Trabajo* N° 21. Los Polvorines: UNGS.

- Diamond, M. (1993). *La vida inconsciente de las Organizaciones: interpretando la identidad organizacional*, resumen del capítulo 4 de *Identidad Organizacional*
- Díaz, R. (1998). *Archipiélago de rituales. Teorías antropológicas del ritual*. México, D. F. Anthropos. UAM-Iztapalapa.
- Drucker, P. (1980). *Managing in Turbulent Times*. Ed. Harpers, N.Y.
- Drucker, P. (1994). *Theory of the Business*. Harvard Business Review.
- Drucker, P. F. (1993). *The Post-Capitalist Society*. New York, USA; Harper Business.
- Dubrin, A. J. (2002), *Comportamiento Organizacional*. Segunda Edición. Editorial Thomson, México.
- Duncan, J. W. (2000). *Las ideas y la práctica de la administración*. OxfordUniversity Press, México.
- Duque, J. y Pastrana E. (1973) *Las estrategias de supervivencia económica de las unidades familiares del sector popular urbano: una investigación exploratoria*, PROELCE, Programa FLACSO-CELADE, Santiago de Chile.
- Durkheim, (1974), E. *Las reglas del Método Sociológico*, Morata, Madrid.
- Eco, U. (2007). *Como se hace una tesis, técnicas y procedimientos de estudio investigación y escritura*. Editorial gedisa, Barcelona, España.
- Farrell, D. (2006). “Los peligros ocultos de la economía informal”, *Revista Federación de servicios financieros y administrativos*. Mc Kinsey & Company, expansión, Fecha del artículo: 28 jun. Versión impresa.
- Fred. R. D. (2003). *Administración estratégica*. 9a Ed. Pearson. México. Pág. 194.
- Frederick, W., Gluck, Stephen, Kayman, P. (1980). *Strategic Management for Competitive Advantage*. Harvard Business Review, Pág. 154-161.
- Freeman, J. (1982). *Organizational Life Cycles and Natural Selection Processes*, en *Research in Organizational Behavior*, Press Greenwich, Conn. Pp.1-32
- Gamero B. C. (2004). *Satisfacción laboral de los asalariados en España. Especial referencia a las diferencias por género*. Cuadernos de Economía., Universidad de Málaga Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Dpto. de Estadística y Econometría Campus Universitario, Málaga. Vol. 27, 109-146.

- Gamero B. C., (2003), *Análisis por género de la relación entre satisfacción laboral y tipo de contrato en España*. Departamento de Estadística y Econometría. Universidad de Málaga.
- García Canclini, N. (1996), *Políticas culturales e integración norteamericana, en Culturas en globalización*, Nueva Sociedad, Caracas
- Garfinkel, H. (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Gayosso R.J. (2008). *Trabajo e Identidad colectiva en los tianguistas de la Ciudad de México: Una propuesta teórico metodológica*; AMET. Mayo 21-23.
- Geertz, C. (1988), *La Interpretación de las Culturas*. Editorial GEDISA, S.A. Barcelona, España.
- Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Geertz, C. (1992), *Juego profundo: notas sobre la riña de gallos en Bali*, en Geertz, Clifford, *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona, pp.339-372.
- Gergen, K., 1994(1996^a); *Realidades y relaciones: aproximaciones a la construcción social*; Paidós, España.
- Ghemawat, P. (2000). *La Estrategia en el Panorama del Negocio*. Prentice Hall.México.
- Gibson, J. L.; Ivancevich, J. M.; Donnelly, Jr., J. H. (1996). *Las organizaciones. Comportamiento. Estructura. Procesos*. México; McGraw.Hill/Irwin; 8^a. Ed.
- Giménez, G., (1993). "Cambios de identidad y cambios de profesión religiosa". In: Guillermo Bonfil Batalla, coord. *Nuevas identidades culturales en México*: Consejo Nacional para la cultura y las artes, México.
- Goffman, Erving (1981), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu Buenos Aires.
- González C. G. (2004), *La globalización y el mercado de trabajo en México. Problemas del desarrollo* en revista latinoamericana de economía, instituto de investigación económicas, UNAM, vol. 35, núm. 138, México, Julio / septiembre.
- Guns, B. (1996). *Aprendizaje organizacional. Cómo ganar y mantener la competitividad*; México; Prentice Hall Hispanoamericana.

- Hamermesh, D.S. (1977): *Economics Aspects of Job Satisfaction*, en O.C.Ashenfelter. y W.E. Oates (eds.), *Essays in Labor Market and Population Analysis*, John Wiley & Son, New York.
- Hansen, M. T., Nohria, N. y Tierney, T. (1999). "What's your strategy for managing knowledge?" *Harvard Business Review*, March-April.
- Harmon, M. y Mayer R. (2001). *Teoría de la organización para la administración pública*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México.
- Harris, L. (2005), *Teoría Monetaria*, Fondo de Cultura Económica, México, D.F.
- Hart, J. K. (1970). "Small-scale Entrepreneurs in Ghana and Development Planning", *The Journal of Development Studies*, Vol. 6, p.104-120.
- Hatch M. J. and Schultz M. (2002), *The dynamics of organizational identity* SAGE Publications London, Thousand Oaks CA. New Delhi.
- Hawley, A. (1968) *Human Ecology*, en *International Encyclopedia of Social Science*, Macmillan, Nueva York pp.328-337
- Heller A. (1996), *Una revisión de la teoría de las necesidades*. Traducido por Ángel Rivero Rodríguez. Editorial Paidós, Barcelona.
- Hermann, M. (1997), *Investigación económica, su metodología y su técnica*, editorial Fondo de Cultura Económico, México.
- Hermida, R. y Serra, E. (1992). *Administración y Estrategia*. Ed Macchi. B. Aires.
- Hernández L. E. Garro B. N. Llamas H. I. (2000), *Productividad y mercado de trabajo en México*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. México.
- Hernández, S., R, Fernández C., C. y Baptista L. P. (2003). *Metodología de la Investigación*. (3ª ed.). México, D. F. México: Mc Graw Hill.
- Hodgetts, R. y Altman, S. (1991). *Comportamiento en las organizaciones*. México, D.F.: McGraw-Hill
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: the software of the main*. Mc Graw-Hill, New York.
- Hopenhayn, M. (1994), *Ni apocalípticos ni integrados*. Aventuras de la modernidad en América Latina, FCE, Santiago de Chile.

- Hoy, W. K. y Miskel C. G. (1996). *Educational administration: Theory, research and practice*. 5ª edición, San Francisco: Mc Graw Hill.
- Ianni, O. (2006). *Teorías de la Globalización*. Siglo XXI ed. México.
- Ibarra, D. (2006), *Ensayos sobre economía mexicana*, Fondo de Cultura Económico, México.
- Jablin, F. Putnam, L. (1987). *Handbook of Organizational Communication. An interdisciplinary Perspective*. First Edition USA SAGE Publications.
- Jagobides, M. (2005). *Industry Through Vertical, Desintegration: How and Why markets emerged in mortgage banking*. London Business School. Pág 465.
- Keynes, J. M. (2000). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*, editorial fondo de cultura económica, México.
- Kreitner y Kiniciki, A. (1997), *Comportamiento de las organizaciones*. España, Mc Graw Hill.
- Lara G. G., (2004). *Cambio Organizacional: Toma de Decisiones y Estructura Estudio de Caso de una Organización del Sector de Ahorro y Crédito Popular*, México.
- Levitt, Th. (1991). *A imaginacao de marketing*. Atlas, p.43 Sao Paulo, Brasil.
- Lewis, A. (1954). *Economic Development with Unlimited Supplies of Labor*, The Manchester School of Economic and Social Studies, May.
- Locke, E.A. (1976). "The nature and causes of job satisfaction", en M.Dunnette (eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology*. Ed. Rand-McNally, Chicago. Pp. 1297-1349.
- Locke, J. (1994). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lomnitz, L. (1991). *Como sobreviven los marginados*. México: Siglo XXI ed.
- Loza, J. y Perelman M. (2005) *¿Nuevas formas de trabajo? Acción colectiva y acción estatal: reflexiones a partir del caso de los Movimientos de Trabajadores Desocupados argentinos*. En Actas del XXV Congreso de ALAS. Porto Alegre.
- Lucas, R. (2001), *Informalidad laboral e inspección del trabajo en argentina, un enfoque institucional*. Doc. 46. Argentina.

- Maestre Alonso, Juan. (1990). *La Investigación en Antropología Social*, Ariel, Barcelona.
- March, J. G. (1994) *Ambiguity and Interpretation*, en March, James G. **A primer on Decision Making**, The Free Press, New York, págs.175-219
- Martínez, S. P. (2006). *Estudio y proyección de la demanda*, Universidad Nacional de Colombia, en pág. de internet Bieec.epn.edu.ec. capitulo III.
- Mayo, E. (1972). *Problemas humanos de una civilización industrial*, Nueva Visión, Buenos Aires (1946), págs. 65-99 y 155-170.
- Mclaren, P. (1995), *La escuela como una performance ritual*, Siglo XXI. México.
- Merton, R. K. (2002). *Teoría y estructuras sociales*, Fondo de Cultura Económica, México págs. 275-286.
- Meyer, J y Rowan, B. (1977). "Institutionalized Organizations: formal structure as myth and ceremony".En *The American Journal of Sociology*, vol. 23 no. 2 pags.340-363.
- Meyer, J. (1983). "Institutionalization and the rationality of formal organizational structure", en *Organizational Environment: Ritual and Rationality*
- Meyer, J. W. y Rowan B. (2001). "Organizaciones institucionalizadas: la estructura formal como mito y ceremonia".Powell y Dimaggio (2001). *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*, Fondo de Cultura Económica, México. Pág. 79-103.
- Meyer, J. y Hannan M. (1979). *Nacional Development and the World system*, University of Chicago Press.Chicago.
- Mintezberg, H. y Brian, J. (1991). *El Proceso Estratégico*. Quinn Prentice Hall. México, 2a Ed. Pág.58-59.
- Mintzberg H. (1983), *structure in five: designing in fives; designing effective organizations*. Englee chiffs, Prentice-Hall, Nueva Jersey.
- Mintzberg H. (1991). *Diseño de organizaciones eficientes*. Editorial El Ateneo, Buenos Aires.
- Modelski, G. (1987). *Long Cycles in World politics*.University of Washington.Press. Seattle.

- Morris, D. (2005). "El modelo de la Oportunidad. Una nueva herramienta para el análisis de la Estrategia". *Trend Management* V-7, No 6.
- Muñoz, A. (1990), *Satisfacción e insatisfacción en el trabajo*. Tesis doctoral inédita, Facultad de Psicología, Universidad Complutense de Madrid.
- Murdock, G. P.(1994). *Guía para la clasificación de los datos culturales*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2ª edición.
- Nederven, J. (1994), "Globalización as Hybridization", *International Sociology*, No. 9/2, Londres.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*; Trad. Martín Hernández Kocka; México; Oxford University Press.
- North, D. (1984), *Estructura y Cambio en la historia económica*, Alianza Universidad, Madrid.
- Núñez, J. (2002). Empleo Informal y Evasión Fiscal en Colombia, Archivos de Economía, DNP, Documento No 210, Octubre.
- Owen, J. M. (1996). *Studying Organizational symbolism: What, How, Why?*.USA. SAGE Publications.
- Padua J. (2004). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*, Fondo de cultura económica, S.A. de C. V. México.
- Páramo, R.T. (1999), Social Identity, Telenovelas and the Reading Process: Ten Case Studies Among Hispanics in Texas. Ph. D. Dissertation. Austin, TX: The University of Texas at Austin, Mimeógrafo. Cap. V.
- Pariente F. J. L. (2000); *Teoría de las organizaciones. Un enfoque de metáforas*. Cd. Victoria: Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Parson, T. (1953). *Apuntes sobre la teoría en acción*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Pepper, L. G. (1995). *Communicating in Organizations. A Cultural Approach*. 1st Edition Singapore. Mc Graw-Hill
- Pérez S. G. (2008). *Investigación cualitativa métodos y técnicas.*, fundación universidad a distancia "Hernandarias", Buenos Aires.

- Pérez T. R. (1998). *¿Existe el Método Científico?* México, D. F. México: La Ciencia para todos/161. SEP. CONACYT. FCE
- Peteraf, M. (1993). "The Cornerstones of Competitive Advantage. Strategic". *Management Journal*, 14, págs. 179–190.
- Pfeffer, J. (1997), *Nuevos Rumbos en la Teoría de las Organizaciones*, Ed. Oxford, México, 346 pp.
- Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva*. Ed. CECSA. México.
- Porter, M. (1990). *Ventaja Competitiva* Ed. CECSA. México.
- Potter, J. (1998), *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Paidós. Barcelona, España.
- Powell, W. y DiMaggio, P. (2001) *El Nuevo Institucionalismo en el análisis organizacional.*, Fondo de Cultura Económica. México
- Ramírez M. J. (2000), "Teoría de la organización: metáforas y escuelas", en David Arellano, Enrique Cabrero y Arturo del castillo (coords.) *Reformando al gobierno. Una visión organizacional del cambio gubernamental*. México: Miguel Ángel Porrúa/CIDE. Pp. 21-76.
- Reygadas, L. (2000), "De la conciencia de clase a la business anthropology: los estudios sobre cultura y trabajo en México". *Inventario antropológico. Anuario de la Antropología Mexicana*. UAM-I. Vol 6, Pp. 11-42
- Rivas A. M. (2006), "El empleo ó la vida: perder el empleo para conservar la vida o renunciar a la vida para conservar el empleo. ¿De qué conciliación hablamos?" *AIBR. Revista de Antropología Iberoamérica*, agosto-diciembre volumen 1 numero 003.
- Rivera G, J. G. (2005) "Nuevas estrategias familiares de trabajo en sectores medios de la ciudad de México". En *Convergencia* (Septiembre- Diciembre) año/ vol. 12, Num 39. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca (pp. 151-178)
- Robbins, S. P. (1994), *Comportamiento organizacional* traducción de Ingles "Organizational behavior" Editorial Pearson Educación, México.
- Robertson C., and Crittenden, W. (2003) "Mapping Moral Philosophies: Strategic Implications for Multinational Firms". *Strategic Management Journal*, v 24, No 4, págs, 386–391.

- Robinson, S. (1997): *Intercultural Management. The art of resolving and avoiding conflicts between cultures*. Global Theme Conference. Switzerland 97. Disponible en: <http://www.eyec.ch/~gtc97newslett/intercul.htm>
- Rodríguez M. D. (2006), *Diagnóstico organizacional*, México: Ed. Norma,
- Roethlisberger, F.J. y William J. Dickson (1966) *Management and the worker*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, págs, 551-568.
- Roll E., (2003), *Historia de las doctrinas económicas*, México: Fondo de Cultura Económica, México.
- Ruiz, O. J. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*, Editorial Universidad de Deusto, Madrid.
- Ruiz, R. y Ayala F.J. (2000). *El Método en las Ciencias. Epistemología y Darwinismo*. México, D. F. México: FCE.
- Samaniego, N. (2005). *El mundo del trabajo. Una estructura en terrenos movedizos*, ECONOMÍAUNAM, núm. 4, enero-abril, pp.70-83.
- Scott, W. R. (1999). *Organizations: rational, natural, and open systems*. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall
- Schein E. H. (1992). *Organizational culture and leadership*, Jossey-Bass Publishers. San Francisco, California: Jossey-Bass.
- Schein, Edgard H. (1982). *Psicología de la organización*; México, Prentice Hall Hispanoamérica.
- Schelling, T. (1978). *Micromotives and Macrobehavior*, Norton, Nueva York.
- Senge, P. M. (1990). *La quinta disciplina. El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*; Buenos Aires: Cood. Juan Granica y Javier Vergara.
- Sidorova, K. (2000). "Lenguaje ritual. Los usos de la comunicación verbal en los contextos rituales y ceremonias", en *Revista Alteridades*, 10 (20). UAMI, México, pp-93-103
- Simón H. A. (1982); *El comportamiento Administrativo. Estudio de los procesos decisivos en la organización administrativa*. Editorial Economía de la empresa-Aguilar Argentina S. A.

- Singer, P. (1980). *Economía Política del Trabajo*. Siglo Veintiuno Editores, S.A. México D.F.
- Smircich, Linda. (1983) *Studying organizations as cultures*, en *Beyond Method*. Edited by Gareth Morgan. SAGE Publications USA 1983.p: 160-171.
- Somavia, J. (1999). *Memoria del Director General: Trabajo Decente*. Conferencia Internacional del Trabajo. 87ª Reunión, Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra, Junio.
- Soria R. R. (2003), *Perspectivas del poder en las organizaciones*, en Rodríguez Peñuelas, Marco Antonio (coordinador), *Estudios organizacionales en el umbral del milenio*, universidad de Occidente, Culiacán pp. 151-174.
- Soria, R. R. y Gámez G. R. (2008), *Cultura y organización: fuentes, trayectoria y una propuesta conceptual*. Revista de Gestión Pública y Empresarial, CUCEA, Universidad de Guadalajara # 9.
- Strandgaard P. J. y Dobbin F., (2006), "In Search of Identity and Legitimizing", *American Behavioral Scientist*. Volume 49, num, 7 Sage Publications.
- Subramanian, M. and Younot, M. 2005. "The Influence of the Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities". *The Academy of Management Journal*. V 48, No 3, pág.450-498.
- Taylor, J. S. y Bogdan, R. (1998). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. 4ta Edición. Barcelona. Editorial Paidós.
- Thompson, A. y Strickland, A. (2000). *Administración Estratégica III*, 11a Ed. Mc Graw Hill, México.
- Thompson, J. B., (1998), *Ideología y cultura moderna*, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México.
- Tokman V. E. (1986), *Human resources development from an employment perspective*. Oficina Internacional del Trabajo. PREALC, Santiago, Chile.
- Tokman V. E. (1987), *El sector informal*, Oficina Internacional del Trabajo. PREALC, Santiago, Chile.
- Tokman V. E. (2010), *El empleo en la crisis: efectos y políticas revista macroeconomía del desarrollo*; División de Desarrollo No. 100; Económico en Santiago de Chile, enero de 2010.

- Tokman, V. E. (1996), *Crecimiento, empleo y desarrollo social*, Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, Lima, Perú.
- Torrado, S. (1981); (1998) "Sobre los conceptos "Estrategias familiares de vida y Proceso de Reproducción de la Fuerza de Trabajo: Notasteóricas metodológicas". En *Familia y diferenciación social*. Cuestiones de método. Buenos Aires: EUDEBA. Pp.63-90.
- Torrado, S. (1982); (1998)."El enfoque de las estrategias familiares de vida en América Latina. Orientaciones teórico – metodológicas". En *Familia y diferenciación social*. Cuestiones de método. Buenos Aires: EUDEBA. pp.15-32.
- Trenholm, S. (2001). *Thinking through Communication. An Introduction to the Study of Human Communication*. 3rd. Ed. USA Allyn and Bacon
- Turner, V. (1980). *La selva de los símbolos*. Madrid. Siglo XXI.
- Tylor, E. (1871). *Primitive Culture*. Estados Unidos: Meter Smith Reprints.
- Urbiola S. A. E. y Lara G. G. (2007), "Rituales en cooperativas de ahorro y crédito mexicanas". *Red universitaria de las Américas en estudios cooperativos y asociativismo*. Volumen 5, Número 1 - Junio 2007.
- Urbiola S. A. E. y Vázquez G. A. W., (2008). "La comunicación ritual como mecanismo de socialización en las organizaciones: identidad y regulación" en Nuevo Vallarta, Nayarit, Noviembre 12,13 y 14 de 2008.
- Urbiola, A. y Vázquez, W. (2009). Lenguaje, poder y polifonía organizacional. En *Razón y Palabra* no. 68 ISSN 1605-4806 pp. 1-12 Indizada en DOAJ, LATINDEX, Red ALyC, FELAFACS, Infoamérica.
- Urbiola, A. y Vázquez, W. (2010). La comunicación ritual como mecanismo de socialización en las organizaciones: identidad y regulación. *Razón y Palabra* no. 71. ISSN 1605-4806 pp. 1-17. Indizada en DOAJ, LATINDEX, Red ALyC, FELAFACS, Infoamérica.
- Urbiola, A. y Vázquez, W. (2010). La comunicación organizacional y su dimensión simbólica. El ritual como mecanismo de estructuración, control y ambigüedad. En *Denarius* no. 21 ISSN 1665-821 pp. 229-254.
- Vázquez, A. W. (2007), "Patrones de interacción en una organización totalitaria. Relaciones entre personal operativo e internos del Reclusorio Preventivo Varonil", en Marcela Rendón (Coord), Organización y Cultura. Tradición, poder y modernidad en México, UAM Iztapalapa, pp.173-206.

- Volpentesta, J. R. (2000), *Organizaciones, procedimientos y estructuras*. Osmar D. Buyatti. Buenos Aires.
- Waterman, P. (1994), "Global, civil, solidario. La complejidad del nuevo mundo", *Nueva Sociedad*, No. 132, Caracas.
- Weber, Max (1970), *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Weick, K. E., (1985), "Sources of order in underorganized systems: themes in recent organizational theory", en Yvonna S. Lincoln, *Organizational theory and inquiry, the paradigm revolution*, Sage Publications Beverly Hills, pp. 106- 155.
- Weinert, B. (1987), *Manual de Psicología de la Organización*. Barcelona: Herder.
- Wiener Norbert (1968). *Cibernética y Sociedad*. Sudamericana. Sao Paulo.
- Yin, R. (1994), *Case study research: Design and Methods*. London: Sage.
- Zalpa, G, (2002). *La cultura en las organizaciones empresariales*, en Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Época II, Vol. VIII, Núm. 15, Colima, junio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS EN VIRTUALES

- Amorós E. (2007) *Comportamiento organizacional*, Biblioteca Virtual EUMEDNET www.eumed.net/libros/2007a/23/. Fecha de consulta noviembre 2008.
- Andrade, H. (2009). "El papel de la cultura y la comunicación en las crisis organizacionales". En *Razón y palabra*, Numero 4, Año 1, septiembre -noviembre 1996, <http://www.Razonypalabra.org.mx/antecedentes/n4/Andrade>. Consultado el Abril de 2009.
- BEST, JOHN. Como Investigar en Educación. Ed. Aguilar. Madrid. 1974.
- Berger P. L. and Luckmann T.(1993).*The Social Construction of Reality: A Treatise its the Sociology of Knowledge* (Garden City, New York: Anchor Books, 1966), pp. 51-55, 59-61. <http://www.brainwashed>
- Calderón-Madrid y Trejo, 2001, "The Impact of the Mexican Training Program for Unemployed Workers on Re-employment.Dynamics and on Earnings". En: <http://econpapers.hhs.se/paper/cpdpd2002/a2-1.htm>
- De la Garza, T. E; Gayosso R. J.L. Horacio M. S. (2009), "La Querrela de las identidades: ¿pasado sistémico presente fragmentario?" *Asociación Latinoamericana de Sociología del Trabajo debate* 3. <http://www.izt.uam.mx/alast/> fecha de consulta enero 20, 2009.
- Espín D., J. (1999). "Estrategias campesinas de sobrevivencia y de reproducción social de la población negra del Valle de Chota, Ecuador". En *Estrategia de seguridad alimentaria en América Latina y África*. Buenos Aires: CLACSO. Disponible en la World Wide Web: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/africa/diaz.rtf>
- Frith H. and Harcourt D., (2007) "Using Photographs to Capture Women's Experiences of Chemotherapy: Reflecting on the Method". *Qualitative Health Research* Volume 17 Number 10 December 2007 1340-1350 © 2007 Sage Publications http://qhr.sagepub.com/hosted_athttp://online.sagepub.com. Fecha de consulta 28 de Noviembre 2009.
- Gámez G. R. (2007). *Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas*. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros
- Geertz. C. (2008) *El Impacto del concepto de cultura en el concepto del hombre*. <http://inicia.es/de/cgarciam/geertz01.htm>. Consultada julio, 2008.

- Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Obtenido el 2 de octubre de 2009, de <http://www.gimenez.com.mx/>
- Gutiérrez, A. B. (1995). "Estrategia habitacional, familia y organización doméstica". Ponencia presentada en las *Jornadas sobre problemática urbana*, IIGS-UBA, Septiembre de 1995. Disponible en <http://www.faudi.unc.edu.ar/mgdh/descargas.htm>
- Guttman L. L. (1976). "The Basis for Scalogram Analysis". Hebrew University, Israel, Pag 142-172. En *Scaling: A Sourcebook for Behavioral Scientists* edited by Gary Michael Maranell. <http://books.google.com.mx>.
- Habermas, J. (2001), "El cambio de paradigma en Mead y Durkheim: de la actividad teleológica a la acción comunicativa". *Teoría de la acción comunicativa, II*. España: Taurus,. P.P.7-64. En <http://www.lie.upn.mx/docs/Diplomados/> fecha de consultada 6 de octubre 2009.
- Handy, C. (1995). *Managing the Dream*, Portland, Oregon; Productivity Press. <http://home.nycap.rr.com/klarsen/learnorg/handy.html>
- Howard, G. (2004, Agosto 9). "Empleos pocos y malos". *El papel del trabajo: México*. Extraído el 6 de septiembre del 2007, desde <http://.jornada.unam.mx/2004/08/004n1sec.html>.
- Huesca, R. L y Camberos C. M. (2008), *El mercado laboral mexicano 1992-2002, Un análisis contrafactual de los cambios en la informalidad* http://www.economiamexicana.cide.edu/num_anteriores/XVIII1/01_Mercadolabo rafecha de consultada 25 julio, 2009.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Información (2012) Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Sistema para la Consulta de Indicadores Estratégicos. <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/series/Default.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Información. Consultada el 6 de septiembre de 2007. Desde <http://www.inegi.gob.mx/>
- Instituto Nacional Estadísticas e Información. Medición de los Aspectos de Consumo, Gasto, Empleo e Ingreso - ENAHO <http://www.inegi.gob.pe>.
- Lapper, R. (2004), *Prevalecen empleo precario y falta de libertad sindical*, La Jornada <http://www.jornada.unam>. 9 de agosto de 2004.

- Lara G. G. y Urbiola S. A. (2010), *Estrategias de perennidad en una cooperativa de ahorro y préstamo*. <http://asoea.azc.uam.mx/> ; fecha de consulta 4 de julio 2010.
- Likert, R., (1932). *The method of Constructing an Attitude Scale*. University of Michigan pág 233-244. En *Scaling: A Sourcebook for Behavioral Scientists* edited by Gary Michael Maranell.http://books.google.com.mx_
- Martínez, P. J. F. (2005), *El sector informal en México*, La hemeroteca científica en línea en ciencias sociales (www.redalyc.com), Versión impresa Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapotzalco. México, pp. 31- 45.
- Miño W., A. (1999).“Estrategias de supervivencia y reproducción social: el caso del Barrio San Alfonso del Pilar – Paraguay”. Informe final del concurso: *Democracia, derechos sociales y equidad; y Estado, política y conflictos sociales*. Programa Regional de Becas CLACSO. En <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/1999/mino.rtf>
- Organización Internacional del trabajo. <http://www.oit.org>. Fecha de consultado el 24 de octubre del 2007.
- Organización Internacional del Trabajo. *Noticias de OIT* (2004, marzo, 2004) extraído el 6 de Septiembre de 2007. Desde <http://www.oit.org>.
- Pariente F. J. L. (2000); *Cultura y administración intercultural*. <http://academia.uat.edu.mx/pariente>.
- Revich, A. (2005), *TFN Model Advantages*. www.workitout.ca/
- Sánchez, J. C., Tejero B, Yurrebasi A y Lanero A, (2006).“Cultura organizacional: Desentrañando vericuetos”, en *Revista de Antropología Iberoamericana*, Edición electrónica, Vol. 1, Núm. 3, Agosto-Diciembre. www.aibr.org.
- Smircich, L, (1983), “Concepts of culture and organizational analysis”, en *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28, No.3, pp. 339-358. En página de internet: <http://links.jstor.org/>
- Soria R., R. (2008); *Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, México*, Edición electrónica gratuita. En www.eumed.net/libros
- Soria R.R. (2004). *La construcción del Sistema Nacional de Coordinación Fiscal: Poder y toma de decisiones en una esfera institucional*, México D.F. en www.eumed.net/libros.

- Stanfield, T., (1990). *Ritual, Ritualized Behavior and Habit of refinements and extensions of the consumption ritual construct*, en *Consumer Research*, Vol. 17, 31-36. Obtenido el 10 de marzo de 2004 de <http://gentleye.com/research/>
- Tockman, V. E. (2001). "De la Informalidad a la modernidad". *Boletín Cinterfor*. En www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/. Consulta: Abril 2008.
- Universidad de Chile (s/f). *Bonificación a la Contratación y Capacitación Laboral*. Departamento de Economía, Santiago, agosto.
- Urbiola S. A. E y Vázquez G. A. W. (2010). "La comunicación ritual como mecanismo de socialización en las organizaciones: identidad y regulación". *Razón y Palabra*. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, www.razonypalabra.org.mx. Fecha de consulta 3 julio 2010.
- Vasapollo. L. (2004), "Trabajo precario y nuevas pobrezas en la fase de la competencia global", *Revista Laberinto*. <http://laberito.uma.es>. Consultada Noviembre 2004
- Weick, K. E. (1976). "Educational Organizations as Loosely Coupled Systems". *Administrative Science Quarterly*, N° 1, vol.21, págs. 1-19. <http://links.jstor.org/>

Apéndices y/o Anexos

ANEXO I

GUIÓN DE ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

Guión de entrevista para líderes del “tianguis”

Objetivo: Se trata de captar cuáles han sido las principales estrategias de supervivencias que se han implementado en la organización del trabajo con los tianguistas, los rasgos generales del tianguis.

Datos generales del entrevistado

Nombre completo del entrevistado

Número de años que tiene trabajando en el tianguis.

Número de años que tiene con el mismo giro en el puesto ambulante.

RASGOS GENERALES DE LA TIANGUIS

A) Historia del “tianguis”

1. ¿Me podría platicar sobre el inicio de la organización y cuál ha sido su expansión en la colonia?
2. ¿Cuáles son los principales productos que se venden en este tianguis?
3. ¿Cuál es la valoración que usted hace de la agrupación respecto a su posicionamiento en el mercado? (calidad de los productos y preferencia del público)
4. ¿Cree que su agrupación es mejor que sus competidoras en otras colonias?
5. ¿Cómo considera las instalaciones? (limpias, ordenadas, sucias)
6. ¿Se siente identificado con la agrupación? ¿Por qué?
7. ¿Participa en otro tianguis? ¿Cómo compara este tianguis con el otro en que participa?

B) Visión de futuro

8. ¿Cuáles son las perspectivas de desarrollo de la agrupación?
9. ¿Cree usted que los cambios son benéficos para todos los integrantes de la agrupación o benefician solamente a algunos?
10. ¿Está de acuerdo con la forma en que se dirige la agrupación? ¿Por qué?

Factores externos

A) Mercado del producto

11. ¿Qué posibilidades de crecimiento tiene en el corto, mediano y largo plazo?
12. ¿Qué sentimientos le genera el saber la situación actual de competencia?
13. ¿Qué productos vende? ¿Por qué se dedica a este giro? ¿Qué ventajas tiene sobre otros productos?

B) Mercado de trabajo

14. ¿Qué piensa de los trabajadores que existen en el tianguis? (disponibilidad, están preparados, son flojos, tienen disposición al trabajo)
15. ¿Bajo el contexto que usted ha señalado, cuáles serían las posibilidades que el medio ambiente le ofrece para crecer?
16. ¿Qué imagen le produce el saber el contexto del tianguis?

C) Gubernamentales

17. ¿Conoce las políticas actuales que el gobierno instrumenta en los “tianguis”?
¿Las podría mencionar?
18. ¿Usted piensa que con estas políticas se puede crecer?

19. ¿Está de acuerdo con las medidas adoptadas para impulsar el crecimiento del tianguis como la que usted dirige?

CONFIGURACIONES PRODUCTIVAS.

Organización del trabajo y control

A) División del trabajo

20. ¿ha habido cambios en el giro comercial del tianguis? ¿Cuáles fueron los cambios de giro comercial que se realizaron en los puestos ambulantes?

21. ¿Por qué razón se dieron los cambios de giro comercial en la organización?

22. ¿Qué se tomó en cuenta para la aplicación de las nuevos puestos ambulantes? (reglamentos, experiencia, la participación de los trabajadores, las metas personales, trayectoria de vida, las nuevas demandas, el conocimiento de qué otras tianguistas lo aplicaron con éxito, la información de que es lo último para ser competitivos)

23. ¿Al momento de decidir cuáles serían las nuevas funciones de los puestos, qué se tomó en cuenta? (el conocimiento previo, los cambios realizados, otras experiencias, innovar)

B) Formalización del trabajo

24. ¿Existen manuales de puestos ambulantes y de procedimientos?

25. ¿Considera importante su utilización?

26. ¿Quién establece los métodos de trabajo?

27. ¿Considera importante que el trabajador innove en el momento del proceso mercantil y no siga los métodos establecidos?

C) Mantenimiento y supervisión

28. ¿Cómo se decide y quiénes realizan el control del tianguis?

29. ¿Considera importante el conocimiento formal (estudios especializados) para la realización de las tareas del tianguis?

30. ¿Está usted de acuerdo en que se lleven por separado la realización de las funciones de cada puesto? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

D) Comunicación

31. ¿Cuál es el tipo de comunicación formal entre líderes y tianguistas?

32. ¿Está de acuerdo con ellas?

33. ¿Cree que las formas de aplicación son adecuadas y efectivas?

34. ¿Piensa que pueden existir mejores formas de comunicación al interior de la agrupación?

E) Movilidad interna

35. ¿Se estableció como parte de la nueva estrategia cambios de puestos comerciales y de los trabajadores?

36. ¿Qué tan frecuente se dan los cambios de puestos ambulantes de los trabajadores por cuestiones de faltas o renuncias al tianguis?

37. ¿Considera importante que el trabajador cambie de puestos ambulantes? ¿Por qué sí?, ¿por qué no?

F) Involucramiento

38. ¿Cómo se decide la organización de trabajo?

39. ¿Usted está de acuerdo en una mayor participación de los trabajadores en las decisiones que tengan que ver con el proceso del tianguis?

40. ¿Considera que los trabajadores responden favorablemente cuando se les pide que trabajen en grupo?

41. ¿Usted está de acuerdo en que a los trabajadores hay que controlarlos para que tianguis funcionen bien?

G) Nuevas formas de organización del trabajo

42. ¿Se conoce algún libro o teoría al respecto que haya influido en la decisión?

43. ¿Cuáles han sido las principales técnicas de organización implementadas por la organización?

44. ¿En qué se basaron para su instrumentación?

45. ¿Considera importante al momento de decidir los cambios organizacionales tener en cuenta otras experiencias?

46. ¿Considera importante para ser competitivos el trabajo en grupo? ¿Por qué sí, ¿Por qué no?

47. ¿Usted está de acuerdo con los cambios que se implementaron en el tianguis en la cuestión de organización del trabajo? ¿Por qué sí? ¿Por qué no? Si es que hay cambios

H) Flexibilidad numéricas

48. ¿Cuáles son las formas predominantes de participación en el tianguis?

49. ¿Cuál es el tipo de participación que predomina?

50. ¿Han realizado cancelaciones de miembros del tianguis?

I) Flexibilidad funcional

51. ¿Qué estrategias ha adoptado la organización respecto a la movilidad interna de trabajadores? (cambios de espacios y giro de mercancías)

52. ¿Qué piensa de estas estrategias?

53. ¿Está de acuerdo con la instrumentación de este tipo de estrategias?

Perfil del tianguista

A) Aspectos sociodemográficos

54. ¿Cuál es el tipo de persona que necesitan del tianguis? (hombres, mujeres, de cierta edad, estado civil, escolaridad)

55. ¿Usted prefiere que en la agrupación trabajen mujeres? ¿Por qué?

56. ¿Cree que en su agrupación la participación se lleva a cabo sin discriminar?

57. ¿Cómo valora el proceso de participación de tianguista? (bueno, malo, ineficiente)

B) Aspectos del trabajo

58. ¿Conoce las necesidades del tianguis respecto a la satisfacción del trabajo de los tianguistas? (especifique)

59. ¿Qué ventajas y desventajas puede representar la antigüedad en la realización de las actividades?

60. ¿Está de acuerdo en que la antigüedad sea un criterio de permanecer en el tianguis?

SUBJETIVIDAD Y CULTURA

Modernización y planeación estratégica, toma de decisiones

61. ¿En su tianguis se adoptaron estrategias de cambio provenientes de las teorías dominantes?

62. ¿Cuál ha sido la principal estrategia de modernización que ha seguido del tianguis en los últimos años? (especifique)

63. ¿Cuáles fueron las principales causas que llevaron a la agrupación a plantear la reorganización? (especifique)
64. ¿Cuáles son los principales objetivos perseguidos por la agrupación a través de la reorganización del trabajo y cuáles son las características más importantes de ésta? (especifique).
65. ¿En el tianguis se utilizaron los servicios de asesores o especialistas externos en la toma de decisión sobre la organización del trabajo?
66. ¿La disponibilidad del trabajo fue un factor que influyó en el aumento de puestos ambulantes que se hicieron en la organización del trabajo?
67. ¿Quién se encargó de comunicarles la estrategia de cambio en los puestos ambulante a los tianguistas?
68. ¿Los supervisores entendieron cabalmente la idea propuesta? ¿Los desarrollaron de acuerdo a las directrices de la organización?
69. ¿Los tianguistas entendieron los cambios? ¿Los desarrollaron de acuerdo a las directrices de la organización?
70. ¿Hubo momentos en que la estrategia de supervivencia originalmente diseñada sufrió cambios? ¿Cuáles ¿fueron las causas?
71. ¿Qué cambios se produjeron durante la instrumentación de la estrategia de supervivencia?
72. ¿Cuáles resultados se han obtenido?
73. ¿Los resultados obtenidos beneficiaron a todos los integrantes de la organización?

74. ¿Cuál es la valoración personal que hace de la estrategia de cambio impulsada?
75. ¿Si tuviera la opción de hacer cambios a la estrategia de supervivencia diseñada, cuáles haría?
76. ¿Siente que se podría haber hecho algo mejor?
77. ¿Está contento con los resultados?
78. ¿Usted recuerda, alguna frase o imagen de amigos, familiares, empresarios o algún libro que influya en su decisión? ¿Cuál y por qué?
79. ¿Algo más que nos quisiera comentar?

Guión de entrevista para los tianguistas

Intención: Establecer el origen de los contenidos subjetivos. Si éstos están basados en la experiencia, qué determinantes influyen en la selección de la información que recupera de la memoria, si existe una cultura local o regional. La influencia de los sentimientos en la toma de decisiones. Se trataría de establecer o reconstruir con base en las entrevistas la combinación que establece el individuo con lo valorativo, cognitivo y sentimental o estético. En el análisis de las respuestas se utilizarán las mismas categorías de las técnicas argumentativas y retóricas.

Nombre del tianguis.

Nombre del entrevistado.

Antigüedad.

ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA

A) Recepción y retención de la información

1. ¿Conocía de los cambios estratégicos propuestos por el tianguis?
2. ¿Usted participó en las reuniones de trabajo para determinar la estrategia de supervivencia? ¿Quién le informó de esos estrategias?
3. ¿Podría mencionar en que consistieron los estrategias de supervivencia principales? (objetivos trazados, tiempos de ejecución, nuevas funciones a realizar, mecanismos de control)
4. ¿Cuál fue la forma de comunicación en que le transmitieron las nuevas estrategias? (por escrito, en reuniones de trabajo, verbalmente)
5. ¿Logró retener toda la información y el sentido de la propuesta de los líderes? (cumplió puntualmente con lo que se diseñó, o le agregó de su cosecha)

B) Interpretación de la estrategia

6. ¿La información que recibió de los nuevos cambios de estratégica fue la adecuada?
7. ¿La forma de comunicación utilizada para que usted conociera las nuevas disposiciones fue la adecuada o hubiera preferido otra?
8. ¿Considera importantes los cambios estratégicos? (explique)
9. ¿Cuáles fueron las modificaciones más importantes durante la instrumentación de la estrategia?
10. ¿A qué se debieron?
11. ¿Está de acuerdo con los cambios realizados?
12. ¿Los resultados obtenidos están en concordancia con los originalmente planteado? (especifique)

13. ¿Recuerda alguna frase o imagen de amigos, familiares, que influya en su decisión de apoyar o no las medidas dictadas por la gerencia? ¿Cuál y por qué?

14. ¿Qué sugerencias haría usted para mejorar su zona de trabajo?

C) Respuestas que originó la puesta en marcha de la estrategia de supervivencia y comportamiento organizacional

15. ¿Estuvo de acuerdo con la estrategia diseñada?

16. ¿Esta estrategia se parece a alguna otra que usted conozca, instrumentada en otra agrupación de la región?

17. De acuerdo a lo que usted conoce, ¿piensa que la estrategia de la agrupación está en correspondencia con las modas actuales del cambio organizacional o responde verdaderamente a una necesidad de cambiar para mejorar?

18. ¿Los tianguistas entendieron la idea y la cumplieron como debería de ser?

19. ¿Piensa que los tanguistas estuvieron de acuerdo con los cambios instrumentados?

20. ¿Hubo signos de resistencia del tianguista o de otros mandos medios ante las decisiones de la agrupación? (especifique)

21. ¿Qué sentimientos le generó el enfrentarse a una situación diferente a la que venía viviendo dentro de una organización? (indiferencia, entusiasmo)

22. ¿Usted considera que influye el que sea simpática o no?

23. ¿El que un tianguista no luzca presentable puede ser motivo para la venta?

25. ¿Cree que vale la pena trabajar en la agrupación?

26. ¿Cómo describiría el ambiente de trabajo en relación con los líderes, con sus pares y con los tianguistas?

27. ¿Para usted que es más importante: los resultados obtenidos o la calidad de vida que obtiene a través del trabajo? (especifique)

28. ¿Siente que la agrupación lo respeta como persona?

29. ¿Algo más que quisiera agregar?

d) Respuestas que originó la satisfacción en el trabajo.

30. ¿Estuvo de acuerdo con la estrategia diseñada?

31. De acuerdo a lo que usted conoce, ¿piensa que la estrategia de la agrupación está en correspondencia con las modas actuales del cambio organizacional o responde verdaderamente a una necesidad de cambiar para mejorar?

32. ¿Cree que los tianguistas entendieron la idea y la cumplieron como debería de ser?

33. ¿Piensa que los demás tianguistas estuvieron de acuerdo con los cambios instrumentados?

34. ¿Hubo signos de resistencia de los trabajadores ante las decisiones del líder gerencia? (especifique)

35. ¿A usted en que le afectó o beneficio el cambio realizado?

36. ¿Qué sentimientos le generó el enfrentarse a una situación diferente a la que venía viviendo dentro de la planta? (indiferencia, entusiasmo)

37. ¿Cree que vale la pena trabajar en la agrupación?

38. ¿Cómo describiría el ambiente de trabajo en relación con el líder, con sus pares y con los mandos medios?
39. ¿Para usted que es más importante: los resultados obtenidos o la calidad de vida que obtiene a través del trabajo? (especifique)
40. ¿Siente que la agrupación lo respeta como persona?
41. ¿El salario que obtiene va de acuerdo con el trabajo que usted realiza?
42. ¿Su salario es suficiente para cubrir sus necesidades?
43. ¿Algo más que quisiera agregar?

Guión de observación de reuniones líderes de toma de decisiones

Intención: A través de la observación captar los símbolos verbales y visuales que se manifiesten en la reunión y que denoten: argumentos de tipo cognitivo, evaluativo, sentimental, estético y de razonamiento cotidiano, que pueden ser visualizados. Se pondrá énfasis en la observación de los siguientes aspectos:

Lugar donde se realiza la reunión

Hora de la reunión

Motivo de la reunión

Nombre y puesto de los participantes en la reunión (si es posible)

1. Se describe el lugar de la reunión.
2. ¿Inició a tiempo la reunión?
3. Describir el ambiente previo a la reunión:

Cómo se saludan

Qué bromas se hacen

Qué tipo de comentarios intercambian

Aspectos gestuales que indiquen la actitud de los actores

Formación de grupos de interés

Ubicación de los participantes en la mesa (diseñar un pequeño croquis)

4. Destacar la forma de vestir (formal, informal).
5. Describir el inicio de la reunión. Quién toma la palabra al inicio y si existe un orden del día para la discusión del problema a tratar.

6. Establecer y describir el procedimiento en el problema a resolver, detectar por ejemplo si se hace con base en un programa, una evaluación o una investigación.
7. Establecer quién determina el procedimiento a seguir en la presentación del problema.
8. Se distinguirá el tipo de argumentación que utilizan los involucrados en la toma de decisiones, si utilizan algún medio didáctico o solamente es verbal.
9. Argumentos de tipos de conocimientos y tipos de información que pueden utilizar.
 - Reportes financieros
 - Hacen referencia a vivencias propias
 - Hacen referencia a experiencias de la agrupación
 - Se basan en información periodística
 - Se basan en comentarios de lo que ocurrió a otras personas (amigos)
 - Se hace referencia al comportamiento organizacional
 - Se hace referencia a algún libro.
10. Destacar si en su argumentación hacen referencia a las tradiciones, costumbres y mitos.
11. Se hará énfasis en destacar las emociones (envidia, odios, orgullo, miedo, indiferencia) que entren en juego.
12. Se observarán detenidamente los gestos, ademanes, o muestras físicas que denoten emociones.
13. Se identificará el tipo de decoración que existe en la sala de reunión.

14. Se identificará si existe un protocolo que se siga de manera rigurosa (no se come, no se fuma. etc.).
15. Se observará y establecerá cuáles son los puntos que se resuelven de manera rápida y sin contratiempos de aquellos que provoquen discusión.
16. Se establecerá cómo se llega a los acuerdos en las decisiones y quién o quiénes deciden y determinan la solución.
17. Se destacarán los argumentos decisivos que definieron la solución al problema y quiénes los dieron.
18. Se establecerán los problemas que no fueron solucionados y los argumentos para postergar la decisión.
19. Se describirá el ambiente (enojo, tensión satisfacción, etc.) final de la reunión y los acuerdos a que llegaron.

Encuesta sobre estrategias en la organización del trabajo y Percepciones, el trabajo y el compromiso organizacional

Esta encuesta tiene como objeto hacer un análisis de los cambios organizativos y lo que los trabajadores piensan sobre estos cambios. Se garantiza la confidencialidad de la información proporcionada.

Instrucción: Ponga una cruz en la columna que le parezca coincide con su forma de pensar

Percepción sobre la agrupación	Totalmente de desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Los líderes desprecian a los tianguistas					
Los líderes no nos tienen confianza					
Los líderes son autoritarios y arbitrarios					
Los líderes deberían convivir con los trabajadores					
Los líderes no comprenden nuestros problemas personales y familiares					
La coordinación sólo quiere ganar dinero					
El “tianguis” o el gobierno no nos ofrecen suficiente capacitación					
No me interesa el “tianguis” ni el trabajo					
Sólo trabajo porque me pagan o ganar dinero					
Mi familia es más importante que mi trabajo					
Hay muchos rencores y odios en la agrupación					
En cuanto pueda me consigo otro trabajo					
No quiero que mis hijos trabajen en este tianguis					
Mi trabajo en estetianguis es aburrido					
Me canso mucho en mi trabajo					
En mi lugar de trabajo hay mucho ruido, polvo y poca iluminación					
En mi lugar de trabajo hay muchos accidentes					
Mi área de trabajo es un lugar feo					
En esta tianguis no nos dejan opinar					
Como es el comportamiento de los líderes					

Comportamiento organizacional y estrategias en la precariedad:
El caso de los “tianguis” en Querétaro

Percepción sobre el trabajo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Me gusta lo que hago en mi trabajo					
Me llevo bien con mis compañeros de trabajo					
Mi trabajo no es aburrido					
Me conviene el horario de trabajo que tengo					
Me pagan bien					
Mi trabajo no es peligroso					

Compromiso organizacional	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Estoy dispuesto a trabajar aún más duro para seguir adelante en mi meta					
Aceptaría cualquier puesto ambulante a fin de continuar trabajando.					
Aceptaría cambiarme a cualquier giro comercial con tal de seguir trabajando para esta agrupación.					
La agrupación vale tanto para mí como mi familia.					
Estoy orgulloso de trabajar para esta agrupación.					
Rechazaría otro empleo con mayor pago a fin de permanecer en esta agrupación					
Estoy dispuesto a aceptar cambios en las condiciones de trabajo para ayudar a esta agrupación					

Muchas gracias por su colaboración.

Guía de la encuesta para la satisfacción en el trabajo y valores culturales

Esta encuesta tiene como objeto hacer un análisis de la satisfacción en el trabajo y los valores culturales que los trabajadores del tianguis, piensan sobre estos. Se garantiza la confidencialidad de la información proporcionada.

Instrucción: Ponga una cruz en la columna que le parezca coincide con su forma de pensar

Se debe marca solamente una respuesta por filas en base a su experiencia que usted creé conveniente.

Nombre de la agrupación.

Antigüedad.

Nombre del entrevistado.

Puesto ambulante.

Participación en el ámbito de trabajo.	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿Cuando un compañero del tianguis tiene un problema, puede discutirlo y resolverlo con los demás miembros de tianguis?					
¿Se puede participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo?					
¿Consideras que el trabajo en el tianguis está bien distribuido dentro del tianguis?					
¿Usted creé que la colaboración de los tianguistas, sus funciones y responsabilidades están definidas en el tianguis?					
¿En el tianguis se tienen los lugares apropiados para realizar sus funciones?					
¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades?					
¿Ha colaborado en talleres por parte del gobierno o ha recibido invitación para participar en los cursos de formación?					

Logro en el tianguis	Totalmente en desacuerdo	EnDesacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Usted decide sobre mi propio trabajo.					
¿En el tianguis se prefiere colaboración en equipo?					
¿Mí responsable demuestra conocimiento en las funciones del tianguis?					
¿Soy responsable soluciona los problemas de manera eficaz?					
¿Mí responsable en la zona que cuido es eficazmente como lo administró?					
¿La responsable que tomo en las decisiones son con la participación de los tianguista en la					

Comportamiento organizacional y estrategias en la precariedad:
El caso de los “tianguis” en Querétaro

zona.					
¿Colaboró en el informado sobre los asuntos que afectan al tianguis?					

Tradición en el tianguis	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿La relación con los compañeros de trabajo es buena?					
¿En la organización se tiene una costumbre con el tianguis?					
¿Se acepta todo tipo de modas e ideas?					
¿Es habitual la ayuda mutua para sacar adelante los puestos de cada tianguista?					
¿Usted tiene una norma que parte del tianguis?					
¿El trabajo en equipo facilidad expresar las opiniones sobre lugar de trabajo?					
¿El ambiente del tianguista produce seguridad?					

SEGURIDAD EN EL TIANGUIS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿Dentro del tianguis hay una armonía y estabilidad en las distintas relaciones entre lo demás y consigo mismo?					
¿Dentro del tianguis hay estabilidad en las distintas relaciones consigo mismo?					
¿La comunicación interna dentro del tianguis funciona correctamente?					
¿La comunicación es fácil entre los miembros del tianguis?					
¿La información que recibo es necesaria para desarrollar correctamente mi trabajo?					
¿Se tiene una adecuada coordinación con otros tianguis de la zona?					
¿La comunicación entre los trabajadores del tianguis y los compradores es buena?					

¿Las condiciones de trabajo de mi Unidad son seguras (no representan riesgos para la salud)?					
¿Las condiciones ambientales de la Unidad (climatización, iluminación, decoración, ruidos, ventilación...) facilitan mi actividad diaria?					
¿Las instalaciones de la Unidad (superficie, dotación de mobiliario, equipos técnicos) facilitan mi trabajo y					

Comportamiento organizacional y estrategias en la precariedad:
El caso de los "tianguis" en Querétaro

los servicios prestados a los usuarios?					
¿Las herramientas informáticas que utilizo están bien adaptadas a las necesidades de mi trabajo?					

ESTIMULACIÓN	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿En la organización se me trata con dignidad y respeto?					
¿Siento que lo que hago en mi trabajo es algo realmente útil y valioso?					
¿Recibo la formación necesaria para desempeñar correctamente mi trabajo?					
¿Los estudios de formación son útiles en este trabajo?					
¿Mis necesidades con respecto a la formación o experiencia han sido satisfactorias?					
¿Cuándo estudio permite facilitar mi trabajo?					
¿El estudio en la universidad permite implantar una aplicación o nuevos procedimientos?					

MOTIVACIÓN Y PRESTIGIO	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿El prestigio de este tianguis se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad?					
¿La gente me aprecia porque trabajo en los tianguis?					
¿Estoy motivado para realizar mi trabajo?					
¿Se reconocen adecuadamente las tareas que realizo?					
¿Cuándo introduzco una mejora de mi trabajo se me reconoce?					
¿En general, las condiciones del tianguis (salario, horarios, vacaciones, beneficios sociales) son satisfactorias?					
¿El tianguis me proporciona oportunidades de trabajo?					
¿En general, usted se siente satisfecho en el tianguis?					

¡¡Muchas gracias por su colaboración!!

Anexo II

REGLAMENTO DE TIANGUIS NOCTURNO, QUERÉTARO.

El presente reglamento tiene como objetivo hacer funcionar con disciplina y orden, en los lugares que nos han sido autorizados por las autoridades del municipio de Querétaro, por lo que toda aquella persona que pretenda trabajar dentro de esta organización, se obliga a cumplir con lo que se está aquí estipulado, firmando el presente documento en señal de aceptación, para los efectos legales, conducentes

ARTICULO 1º: El tianguis deberá ir creciendo con armonía de acuerdo a la exigencia de la comunidad y en beneficio del socio, siempre y cuando no perjudique a terceros, por lo cual se procederá una lista de giros, así como su clasificación de cada uno de ellos.

ARTICULO 2º: El coordinador presidente y tesorero, serán electos en asamblea general por los integrantes del tianguis nocturno La piedad y tendrán las funciones:

Cumplir y hacer cumplir el siguiente reglamento

Presentar ante asamblea y al presidente de la unión de comerciantes 12 de diciembre, un informe mensual de las actividades realizadas.

Pasar lista de socios que se presentan al trabajar.

Llevar un control de las cuotas recuperadas de los socios.

ARTICULO 3º: Contar con la estructura metálica de las dimensiones establecidas, las medidas son 2.20 m. de altura por 2.00 m. de fondo y el frente que allá sido registrado, así como mantener pintada la estructura por lo menos cada seis meses del color estipulado y la lona del mismo color antes mencionado.

ARTICULO 4º: Es obligatorio utilizar focos ahorradores y extensiones en buen estado en buen estado, en el lugar asignado para trabajar en el tianguis.

ARTICULO 5º el socio se obliga a instalar su áreas de trabajo antes de las 6:00 pm., después de esta hora, no se permitirá el paso a vehículos al interior del

tianguis para descargar, de tal forma que el coordinador podrá asignar aquellos lugares que no han sido ocupados ese día.

ARTICULO 6º: Las camionetas o vehículos pertenecientes a los socios, deben estacionarse fuera del área del tianguis, de tal manera que no se afecten las entradas de las casas, paso peatonal áreas verdes y vehículos.

ARTICULO 7º: No está permitido cargar antes de las 11:00 pm. Dentro del área de trabajo para lo cual se requiere estar listos para subir sus cosas, siempre y cuando el espacio lo permita y no entorpeciendo el flujo peatonal.

ARTICULO 8º. El socio se obliga a respetar el paso de la gente, los pasillos o banquetas, por lo cual, no está permitido colocar fuera de su área de trabajo, sillas, cajas, escaleras, lomas, ropa, etc.

ARTICULO 9º. El socio tiene la obligación de dejar el espacio limpio a la hora de retirarse, para lo cual es necesario traer bote de basura, así como llevarse la basura generada por ellos mismos.

ARTICULO 10º. Los espacios asignados a cada socio son intransferibles a terceras personas.

ARTICULO 11º. El socio que este en la necesidad de faltar a trabajar al tianguis, deberá solicitar el permiso correspondiente con quince días de anticipación e indicando los motivos de su ausencia, sin excederse de más de tres permisos por año.

ARTICULO 12º. En caso de inasistencia no justificado se tomará como una falta, al acumular el socio tres faltas consecutivas en el mismo tianguis, perderá el lugar fijo que ya había sido asignado.

ARTICULO 13º. No se permitirá bajo ninguna circunstancia trabajar más de dos giros por socio.

ARTICULO 14º. No está permitido cambiar el giro con el que ya había sido registrado y aceptado con anterioridad, a menos que lo autorice la mesa directiva y el socio del giro afectado.

ARTICULO 15º. El socio que desee vender artículos de temporada (día de la madre, navidad, muertos, reyes, etc.) deberá hacer su solicitud por escrito al

coordinador, con quince días de anticipación y exclusivamente en las áreas donde se trabaja.

ARTICULO 16º. Los giros de música o que contengan altavoces, deberán moderar el volumen para no afectar al cliente, vecinos o compañeros.

ARTICULO 17º. La venta de alimentos debe ser manejada como lo exige la autoridad correspondiente, por lo que el socio deberá tramitar su licencia de salud para manejar adecuadamente los alimentos.

ARTICULO 18º. Queda bajo la más estricta responsabilidad del socio, la venta de artículos como cassette, ropa, artículos piratas y de segunda mano.

ARTICULO 19º. Acudir puntalmente a reuniones, asambleas o eventos a los cuales fueron convocados por el coordinador, por lo que, persona que no asista, sin justa causa, deberá acatar los acuerdos establecidos en ella.

ARTICULO 20º. Cuando llegue a quedar un lugar fijo vacante, se procederá a recorrerse o a reacomodar los puestos, o en su defecto, podrá ser asignado a otro socio.

ARTICULO 21º. Cualquier violación o falta a este reglamento se procederá a levantar un reporte por escrito, firmando el socio de enterado: en caso de que el socio este renuente a recibir dicho reporte y reincida en la falta, se levantará el acta correspondiente con dos testigo de por medio.

ARTICULO 22º. La acumulación de tres reportes por socio, será sancionada, inhabilitándole a trabajar por dos días, en caso de una reincidencia por parte del socio, después de haber sido sancionado, se someterá a asamblea general para determinar si es excluido del tianguis, perdiendo de tal manera, todos sus derechos que tenía como socio.

Acepto de conformidad

Nombre y firma del socio.

Ccp: Presidencia, Mesa Directiva, Socio.

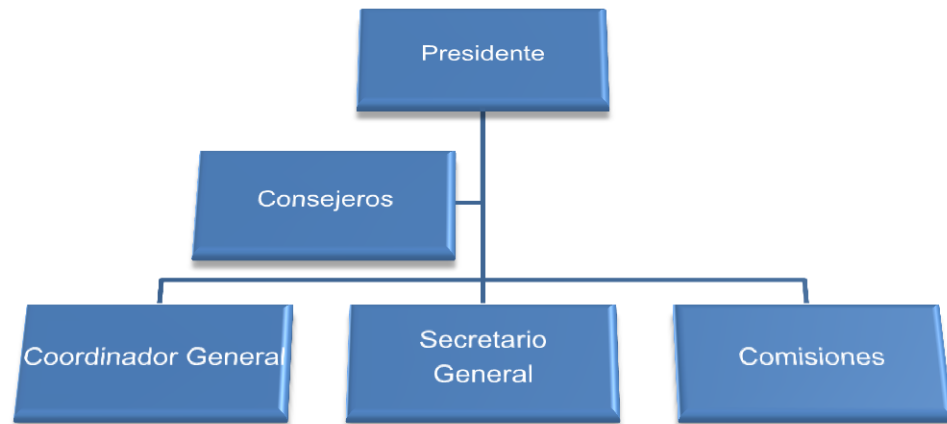
Anexo III

Clasificación de giros
Productos no perecederos
Abarrotes
Accesorios hipie
Accesorios para autos
Aparatos electrónicos
Bisutería (cosméticos, cepillos, etc.)
Calzado casual
Calzado deportivo
Calzado importado
Cuadros y postres
Discos y cassette de música.
Dulce a granel
Dulce tradicional
Electrónica y relojes.
Oro y plata (accesorios)
Películas (dvd y vhs)
Plásticos
Ropa deportiva (pans, short, playeras, calcetas, etc.)
Ropa de mezclilla
Ropa para eventos especiales (bautizos, confirmaciones, primera comunión, etc.)
Ropa casual
Ropa interior
Ropa para niños y bebés
Ropa de segunda mano.
Productos perecederos
Aguas frescas, bolis y gelatinas
Barbacoa

Coctel de fruta
Chicharrones de res
Embutidos
Elotes preparados y fruta de temporada
Esquimos, jugos y licuados
Frituras (chicharrones, churros, cheetos)
Frutas y verduras
Gelatinas y flanes
Gorditas de comida y tacos
Granos y semillas
Hamburguesas y hot dog
Mariscos
Pan
Pambazos y enchiladas
Papas doradas y a la francesa
Pizzas
Postres y pasteles
Quesadillas (huaraches)
Raspados, chamoyadas y jarritos
Tamales y atole.
Costo por giro: \$20 semanales.

Anexo IV
Organigrama de un "tianguis"

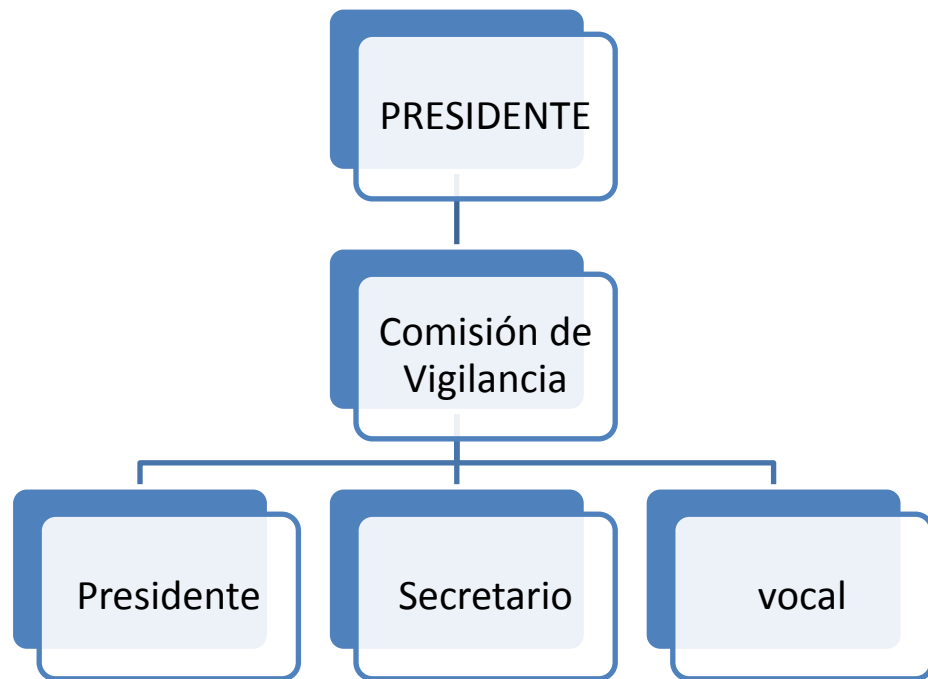
Organización de los líderes de las asociaciones

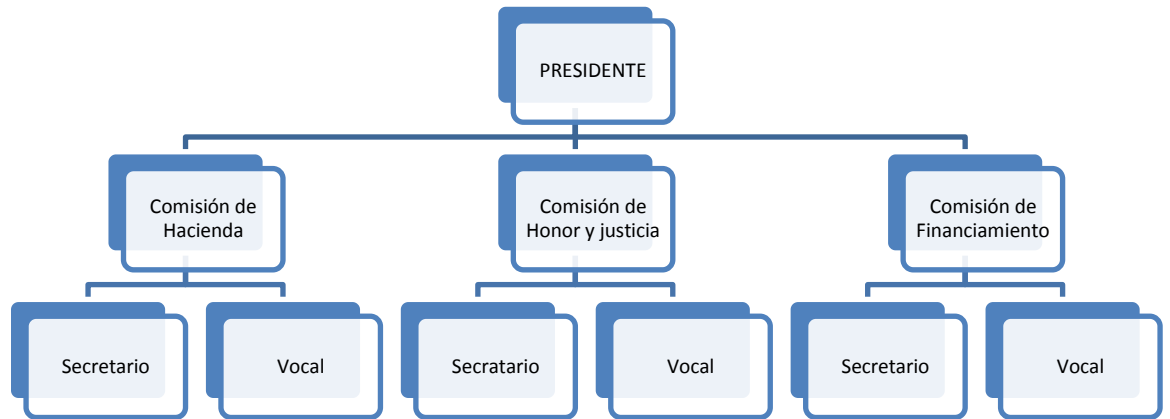


Los coordinadores generales, las comisiones, secretarías generales y, estas divididas como sigue:



Comportamiento organizacional y estrategias en la precariedad:
El caso de los "tianguis" en Querétaro





Todo esto con la finalidad del funcionamiento del “tianguis” X. y así genera una alternativa más al tianguista ya que al estar asociando en este tianguis le permite reubicarse en diferentes zonas o sea en 25 tianguis dentro de la ciudad. Estar al tianguista le conviene ya que ellos eligen en qué “tianguis” se vende más su producto.

Anexo V

Fotobiografía

Foto 1.- Tianguista



Fuente: Bautista, (2009). "Tianguis" Tintero

Foto2: Tianguista



Fuente: Bautista, (2009). "Tianguis" Tintero

Foto 3: Familia Tianguista



Fuente: Bautista, (2009). "Tianguis" Tintero

Foto 4: Familia



Fuente: Bautista, (2009). "Tianguis" Tintero

Foto 5: Familia tianguista



Fuente: Bautista, (2009). "Tianguis" Mónica.

Foto 6: Familia tianguista



Fuente: Bautista, (2009). "Tianguis" Mónica

Anexo VI

Estadísticas en México

Con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) que levanta el INEGI en todo el país, a continuación se presentan los resultados más relevantes sobre la ocupación y el empleo en julio de 2007 en donde, se considera a la población en edad de trabajar como aquella de catorce años en adelante, de acuerdo con la Ley Federal del Trabajo.

Indicadores de ocupación.

Las cifras de la ENOE indican que 59.3% de la población de 14 años y más en el país se encontraba disponible para producir bienes o servicios (económicamente activa); el restante 40.7% correspondió a la población no económicamente activa.

El 96.05% de la Población Económicamente Activa (PEA) estuvo ocupada en el mes de referencia. De ésta, 39.8% se concentró en los servicios, 19.9% en el comercio y laboró 16.2% en la industria manufacturera. Según su posición en la ocupación, el 65.1% se desempeñó como trabajador subordinado y remunerado.

En julio de 2007 la tasa de desocupación (TD) a nivel nacional fue de 3.95% respecto a la PEA.

Para hacer una comparación mensual es necesario analizar los datos, muestran que en el julio 2007, la TD aumentó 0.07 puntos porcentuales con relación a la de julio de 2006.

La población ocupada alcanzó el 96.05% de la PEA en el séptimo mes de 2007, y fue su distribución porcentual por sector de actividad la siguiente: en los servicios se concentró 39.8% del total; 19.9% en el comercio; 16.2% en la industria manufacturera; 14% en las actividades agropecuarias; 8.4% en la construcción; 1% en “otras actividades económicas” (que incluyen la minería, electricidad, agua y suministro de gas), y el 0.7% restante no especificó su actividad.

Según su posición en la ocupación, el 65.1% se ubicó como trabajador subordinado y remunerado; 22.5% como trabajador por cuenta propia; 7.2% como trabajador sin pago, y el 5.2% agrupó a los empleadores.

La información preliminar de la ENOE durante julio del 2007, señala que la población subocupada, esto es, la que declaró tener necesidad y disponibilidad para trabajar más horas representó 7.1% de la PEA y 7.4% de la población ocupada. Estas proporciones son más altas en los hombres que en las mujeres.

A nivel nacional, la tasa de desocupación (TD) fue de 3.95% de la PEA en el mes de referencia, siendo igual a la reportada en julio de 2006. Por sexo, la TD en los hombres aumentó de 3.52% a 3.73%, mientras que la de las mujeres disminuyó de 4.64% a 4.32% entre el séptimo mes del año 2006 e igual mes de 2007.

En particular, al considerar solamente el conjunto de 32 principales áreas urbanas del país, la desocupación en este ámbito significó 5.02% de la PEA durante el mes en consideración, (-) 0.18 puntos por debajo de la tasa observada en el mismo mes de 2006. Con base en cifras desestacionalizadas, la TD se redujo ligeramente en (-) 0.01 puntos porcentuales respecto a la de junio pasado. (www.inegi.gob.mx).

Uno de los aspectos que más llama la atención en nuestro país es la existencia del sector informal ya que van en aumento en el número de personas dedicadas a la venta o prestación de servicios en pequeños negocios. Según la estadísticas del INEGI, junto con el crecimiento de la participación en actividades económicas informales, particularmente de jóvenes y mujeres, se aprecia la aparición del fenómeno estrechamente vinculados con la satisfacción laboral, por un lado, la disminución del empleo asalariado (flexibilización del trabajo, traducido como empleos sin seguridad social, contrato de trabajo, horarios móviles.), y por otro, el aumento del trabajo no asalariado. La importancia del fenómeno de la población económicamente no activa es la necesidad de conocer, la lógica del funcionamiento de este sector de micro negocios.

A continuación Estadísticas de INEGI.

Tabla I.2. Salario mínimo general según área geográfica

Serie anual de 2000 a 2008

(Pesos diarios)

Año	Promedio	Zona A	Zona B	Zona C
2000				
Del 1o. de enero al 31 de diciembre				

Tabla I.3. Trabajadores permanentes y eventuales urbanos afiliados al IMSS

De 2006 a 2008
(Miles)

Entidad federativa	Al 31 de diciembre de 2006	Al 30 de mayo de 2007	Al 31 de diciembre de 2007	Al 30 de marzo de 2008	Al 15 de abril de 2008	Al 30 de abril de 2008	Al 15 de mayo de 2008				
Estados Unidos Mexicanos	13.574,7	13.970,4	14.100,1	14.253,2	14.302,1	14.334,7	14.339,5				
Total de la región	3.040,8	3.133,0	3.165,7	3.214,9	3.125,2	3.230,3	3.234,2				
Aguascalientes	201,8	207,1	205,8	206,1	206,9	207,8	208,3	35,12	37,90	35,10	32,70
Colima	88,9	93,0	94,4	95,6	96,0	96,2	96,4				
Guanajuato	565,2	575,7	581,5	588,5	589,9	589,3	589,1				
Jalisco	1.138,2	1.170,8	1.186,2	1.202,7	1.204,9	1.207,4	1.210,0				
Michoacán de Ocampo	283,2	294,3	298,0	303,3	306,1	305,7	305,9				
Nayarit	97,2	100,2	100,5	104,6	105,7	106,1	106,3				
Querétaro	288,0	302,5	303,3	312,3	213,3	314,9	315,0				
San Luis Potosí	271,6	277,8	281,2	283,1	283,2	283,5	283,7				
Zacatecas	106,7	111,6	114,8	118,7	119,2	119,4	119,5				
Resto de entidades	10.533,9	10.837,4	10.934,4	11.038,3	11.176,9	11.104,4	11.105,3				

Nota: La fuente realizó ajustes a la información, la difunde con las referencias temporales que se presentan y todavía sin desglose conceptual, por lo que ya no es posible incorporar la serie 1995 a 2006.

Los trabajadores permanentes y eventuales son personas que tienen una relación laboral de subordinación con un patrón. Excluye trabajadores eventuales del campo, personas afiliadas que cotizan en el seguro de salud para la familia en el esquema de continuación voluntaria al régimen obligatorio y estudiantes afiliados al seguro facultativo. Las cifras de trabajadores permanentes y eventuales urbanos reflejan los movimientos afiliatorios extemporáneos en las fechas en las que cobran vigencia y no en la fecha en que fueron realizados.

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social. Consulta en internet el 28 de mayo de 2008: www.imss.gob.mx

2001

Del 1o. de enero al 31 de diciembre	37,57	40,35	37,95	35,85
-------------------------------------	-------	-------	-------	-------

Comportamiento organizacional y estrategias en la precariedad:
El caso de los "tianguis" en Querétaro

2002				
Del 1o. de enero al 31 de diciembre	39,74	42,15	40,10	38,30
2003				
Del 1o. de enero al 31 de diciembre	41,53	43,65	41,85	40,30
2004				
Del 1o. de enero al 31 de diciembre	43,30	45,24	43,73	42,11
2005				
Del 1o. de enero al 31 de diciembre	45,24	46,80	45,35	44,05
2006				
Del 1o. de enero al 31 de diciembre	47,05	48,67	47,16	45,81
2007				
Del 1o. de enero al 31 de diciembre	48,88	50,57	49,00	47,60
2008				
A partir del 1o. de enero	50,84	52,59	50,96	49,50

Fuente: INEGI

**Tabla I.4. Tasas complementarias de ocupación y desocupación por entidad federativa según sexo
Segundo trimestre de 2005, 2006 y 2007**

Entidad federativa	Total				Hombres				Mujeres			
	Tasa de desocupación	Tasa de presión general	Tasa de condiciones críticas de ocupación	Tasa de ocupación en el sector informal	Tasa de desocupación	Tasa de presión general	Tasa de condiciones críticas de ocupación	Tasa de ocupación en el sector informal	Tasa de desocupación	Tasa de presión general	Tasa de condiciones críticas de ocupación	Tasa de ocupación en el sector informal
2007												
Estados Unidos Mexicanos	3,4	7,4	10,9	27,2	3,2	7,5	11,2	26,8	3,7	7,1	10,4	27,8
Aguascalientes	3,7	5,7	7,2	22,1	4,0	5,9	6,8	26,9	3,3	5,4	7,8	22,4
Colima	3,1	4,8	6,4	17,0	2,7	4,6	5,0	17,8	3,7	5,2	8,5	19,9
Guanajuato	2,8	6,5	9,5	25,9	2,7	6,9	8,7	27,5	3,0	6,0	10,8	29,1
Jalisco	2,9	5,9	4,2	28,3	3,3	6,5	3,3	28,0	2,4	5,0	5,4	25,8
Michoacán de Ocampo	1,7	4,2	9,6	32,8	1,6	4,8	9,2	31,6	1,9	3,4	10,1	32,9
Nayarit	2,7	7,3	11,4	25,1	2,4	7,4	12,1	22,5	3,1	7,1	10,1	31,8
Querétaro Arteaga	3,3	5,6	6,8	24,1	3,5	6,1	6,4	27,8	2,9	4,8	7,3	21,3
San Luis Potosí	2,5	6,5	14,1	25,3	2,5	7,3	15,9	22,4	2,3	5,0	11,0	25,0
Zacatecas	4,2	9,4	10,9	21,3	4,2	10,0	11,9	23,5	4,2	8,3	9,2	24,2

Comportamiento organizacional y estrategias en la precariedad:
El caso de los "tianguis" en Querétaro

Nota: Para conocer con mayor precisión las mejoras e innovaciones metodológicas incorporadas en la ENOE, se sugiere a los usuarios consultar la sección correspondiente en la página del INEGI en Internet (www.inegi.gob.mx).

Fuente: **INEGI**. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Sistema para la Consulta de Indicadores Estratégicos InfoENOE. www.inegi.gob.mx (27 de febrero de 2008).

Tabla I.5. Tasa de participación económica por entidad federativa según sexo y grupo de edad
Segundo trimestre de 2005, 2006 y 2007

Entidad federativa	Total		14 a 19 años	20 a 29 años	30 a 39 años	40 a 49 años	50 a 59 años	60 y más años	
	Total								
2007									
Estados Unidos Mexicanos		58,6		32,1	66,0	73,1	73,7	64,6	34,0
Aguascalientes		57,5		31,6	66,9	71,7	72,1	62,3	28,0
Colima		61,3		36,3	71,9	75,9	75,4	64,8	36,0
Guanajuato		56,8		38,3	67,4	65,9	70,2	61,0	32,0
Jalisco		62,2		42,3	70,7	75,1	73,1	65,9	34,0
Michoacán de Ocampo		56,3		40,1	60,1	70,6	69,4	64,4	33,0
Nayarit		60,7		35,0	69,2	77,0	76,1	64,2	38,0
Querétaro Arteaga		57,0		29,0	67,4	72,8	70,2	60,7	31,0
San Luis Potosí		57,2		34,7	63,9	70,3	71,5	60,9	41,0
Zacatecas		56,3		41,4	63,9	68,1	67,9	58,2	32,0
Nota: Para conocer con mayor precisión las mejoras e innovaciones metodológicas incorporadas en la ENOE, se sugiere a los usuarios consultar la sección correspondiente en la página del INEGI en Internet www.inegi.gob.mx .									
Fuente: Cálculos realizados con base en INEGI . Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Consulta Multidimensional de Datos www.inegi.gob.mx (27 de febrero de 2008).									

Anexo VII

Entrevista

A continuación una entrevista completa que se efectuó a una familia de comerciantes tianguistas, que por motivos de confidencialidad omitimos sus nombres:

ENTREVISTADO. Hay que ver a la gente que radica dentro de (...). Hablamos con los colonos. Si tienen la aceptación muy bien, tenemos que llevar firmado por los colonos, con número y calle, que aceptan tener ese tipo de trabajo dentro de la colonia. Posteriormente, ya aceptaron, tenemos del municipio, tenemos el de colonos ahora vaya a ver al jefe de colonos, platicar con él y allí les expone el pro y el contra; porque uno a veces como vecino lo ve muy sencillo que se vengan a poner al frente de su casa y luego es una problemática muy fuerte. Mi hija y mi yerno lo están palpando.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿Los dos trabajan en el tianguis?

HIJA DEL ENTREVISTADO. No. Lo que pasa es que el día lunes tenemos tianguis aquí afuera y son bien latosos. A nosotros si nos exige más nuestro dirigente. Primeramente no dejar basura. Segunda, si somos de discos, de música, apagarla a las 11:00 de la noche 11:15 u 11:30 hrs. a más tardar. La basura. A diferencia de los de aquí que hace lo que quieren.

ENTREVISTADO. Y es una situación bien bochornosa, porque por decir algo, cada dirigente de cada tianguis, sin previo aviso, hace lo que se le pega la gana. Recientemente ocurrió algo: una vez estábamos como estamos ahorita y escuché golpes. Estaban abriendo un agujero al ras de la pared de la casa. El dirigente está poniendo postes por todos lados. Duramos doce años trabajando en el tianguis, nosotros fuimos los precursores, nosotros iniciamos del tianguis nocturno aquí en Querétaro; ya están proliferando por todos lados, pero nosotros fuimos los primeros en iniciar. Le digo, mira, es que van a poner tubos, con agarraderas, porque en primer lugar es una escalera, se agarran y se brincan a su casa, y ni se diga de las consecuencias. No roban los de la entidad, sino los de otros estados. Y sin permiso previo.

HIJA DEL ENTREVISTADO. Me levanto a las 5 de la mañana a meter la camioneta o el carro., pero me dicen déjeme terminar. Una vez nos abrieron el carro cuando lo pusimos afuera.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. Ustedes que han tenido la experiencia de trabajar en el tianguis.

HIJA DEL ENTREVISTADO. Yo lo sé. Uno no quiere ser malora ni mucho menos. Debe uno de darle prioridad al vecino para no tener problemas con los vecinos, es lo que nos dice nuestro dirigente. Por un vecino nos pueden levantar. Se puede cerrar el tianguis o reubicarlos. Problemas con el vecino, no.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. Cierran el tianguis

ENTREVISTADO. En ese aspecto yo le digo a mi hija que si no le pidieron permiso, yo no dejo que pongan eso. Eso es una escalera para que se metan a su casa. Dicho y hecho taparon el agujero, en la bajada de la luz (mufa). A algunos les vale, les vale gorro... los protectores de los medidores están caídos. Es una irresponsabilidad tanto del tianguista como del director del tianguis porque hay un dirigente por cada tianguis y según la responsabilidad. Hay unos que si la tienen. El de aquí viene, cobra su cuota y no se le vuelve a ver ¡arréglense como puedan!

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. Y donde ustedes están ustedes ¿cumple bien su dirigente?

HIJA DEL ENTREVISTADO. Se supone que un dirigente debe estar trabajando dentro del tianguis para saber los problemas y prioridades. El de aquí yo siento que solamente se está enriqueciendo porque nada más da lugares, cobra y corre.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA ¿Quién escoge al dirigente?

HIJA DEL ENTREVISTADO. Lo que pasa es que se supone que es a votación, pero como nada más trabajan un día, él abrió el tianguis con 5 personas.

ENTREVISTADO. No, trabajan varios días

HIJA DEL ENTREVISTADO. No, pero el con estas personas es solamente aquí Papá.

ENTREVISTADO. Por eso Hija, pero también el de El Marqués. Es el mismo.

HIJA DEL ENTREVISTADO. Se supone que sí. Cuando no tienen una mesa directiva no pueden convocar a otra persona.

ENTREVISTADO. Yo como dirigente puedo abrir un tianguis con 10 agremiados, previos permisos, etc. Plántense aquí, entonces, la demás gente que tiene la necesidad de un ingreso llega ¿quién es el dirigente?, tengo 10 agremiados, pero se me acercan tres, tienes lugar de sobra porque inicio. Al rato esos tres que llegaron nuevos, me traen otros cinco y así subsecuentemente, agrandando una fuente de trabajo. Al rato ya no son 20, son cuarenta o cincuenta.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿El gobierno no les pone un límite?

ENTREVISTADO. No, porque el gobierno lo que permite es el permiso previo. Yo por decir soy el dirigente. Voy con el municipio, quiero abrir un tianguis, habla con los colonos. En el tiempo en que nosotros abrimos el tianguis así era la situación, ahorita ya se están poniendo más recios en ese aspecto porque ya no quieren puestos libres o mercado libre, por la sencilla razón de que están perjudicando a los establecidos, y ciertamente si es verdad, porque usted pone un negocio de camisas, calzoncillos, calcetines, de equis producto, usted paga impuesto al municipio, paga impuesto sobre lo que vende, paga luz o renta del local de lo cual no lo toman en cuenta los que se vienen a poner enfrente de usted. Si un par de calcetines usted lo da en diez pesos, yo como tianguista llego y lo doy a 8. En lugar de comprarle al negocio establecido, lo compra al tianguista. El gobierno dice que está atacando a la piratería pero no es cierto, por la sencilla razón de que yo le vendo a usted un par de tenis buenos. Nos dice que no compren la piratería pero no se ponen a pensar en el estado económico en que se encuentra cada persona. Mucho nos dicen que no compremos piratería, pero ¿usted me va a completar para compran un buen calzado de marca de lo que mi economía no me alcanza? Si yo le vendo un par de zapatos en 200 pesos y usted va a comprar un par de zapatos en 400 pesos y subsecuentemente va a decir “no me alcanza”, lo que yo pienso es no pisar un chicle, yo me voy por lo más barato. Entonces en ese aspecto el gobierno no hace nada relativamente, y usted lo ve, si usted es asiduo a la música no va a comprar un disco original que le está costando dependiendo el artista de 200 0 400 pesos. Aquí me venden la copia a 10 o 15 pesos.

Es que hay una situación muy drástica como dirían en mi pueblo, por lo siguiente: ustedes están viendo cuánto le aumentaron al salario mínimo, es una bicoca, ¿de dónde va a tener el lujo de comprar un compac original? La gente de clase media o clase baja, si usted tiene un salario mínimo y va por zonas, porque hay la A, B y C. Una persona que tienen 3 miembros de la familia y si paga renta ¿Cuándo va a tener el lujo de comerse una pieza de pan por cada miembro de la familia?

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA ¿Quiere decir que usted comenzó esto como una alternativa de trabajo?

ENTREVISTADO. Trabajamos por iniciativa de mi esposa en este giro. Era muy buena fuente de trabajo aunque era muy riesgoso. Mire, yo trabajé siempre en fábrica, tenía muy buen salario, nomás que mi esposa, por azares del destino, alguien la inició en la venta de ropa usada americana. Empezamos a comprar a segundas personas pero entonces vimos que no era viable; comprar ropa usada es muy riesgoso, se sufre mucho. Algunas veces que acompañé a mi esposa en mis vacaciones al “otro lado”, les comprábamos a segundas personas, pero ellas ya tenían unas terceras personas. La primera gana, la segunda gana y la tercera gana y el costo de la mercancía tenía que elevarse. Si usted recibió una camisa en 20

pesos, el segundo se la va a dar en 25 y el tercero se la va a dar en 30. Nos relacionamos con gente y como mi señora no tiene experiencia en ese aspecto, no canaliza las situaciones, conocimos a una persona que pasaba. En un principio sí nos amoló, porque como no teníamos pasaporte. Nos decía "espérenme, yo les traigo todo", y ya cuando ella traía mercancía de ellas y de nosotros, nos decía que había que darle a la aduana por varios conceptos, sin saber que pagábamos "la mochada" de ambos y como mi señora veía el favor, no veía la economía, porque sí dejaba muchos centavos pero las veces que yo fui empecé a canalizar a esta señora así y asa. Todavía mi esposa le invitaba de comer y refrescos o agua. En Laredo Texas es muy caro todo, un refresco a 18 pesos, una comida normal cuesta 60 o 70 pesos. Empecé a ver la situación. Mi esposa se fue dando cuenta se echaba un viaje cada 8 días si salía el dinero, pero no tenía por qué pagar tanta mordida.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿Qué le llamó la atención para meterse en este ambiente?

ENTREVISTADO. El comercio, la situación económica, no porque estuviéramos faltos de dinero, yo trabajaba en una fábrica y ganaba bien. A mi esposa siempre le ha gustado el comercio y ha sido muy inquieta en ese aspecto, a veces le iba bien a veces le iba mal. Nosotros empezamos a vender en El Tintero antes de que se construyeran los condominios. Allí empezamos a ponernos nocturno porque siempre vendíamos por la tarde. Abrimos el del Garambullo, en Satélite FOVISSTE, posteriormente abrimos uno en la mañana en Loma Bonita que no prosperó. Como yo en ese tiempo trabajaba acompañando a la señora Cecilia Mier, yo la acompañaba y andábamos viendo a los dirigentes de los municipios, como por ejemplo en la Félix Osore y Garambullo nos dieron los permisos; el municipio nos decía que no nos podía dar el sí hasta que habláramos con los vecinos. Cuenta mucho el modo de llegarle a la gente, como estrategia de mercadotecnia. Decirles: a bajo costo, en la puerta de su casa, va a subir su casa por el servicio que tiene aquí enfrente, depende del que vaya a visitar a las personas, es como la encuesta como la que usted está haciendo ahorita

MTRO. ALEJANDRO BAUSTISTA MEZA. ¿Qué beneficios considera usted que son importantes para la gente?

ENTREVISTADO. Hay pros y contras. Cuando los tianguis están establecidos, los primeros días están contentos porque es una novedad y porque hay artículos varios y buenos precios. Pero si usted tiene un carro o un enfermo o quiere meter su auto, no es tan fácil. Hay tianguis que no nada más se ponen un día a la semana. Llega un fulano y le dice que se quite porque allí es su lugar. Una vez estaba yo aquí en casa y me dice una señora de un tianguis que quitara la camioneta para poner su camioneta para descargar. Pero eso es culpa del dirigente. Yo como colono no la quito, porque tengo más derechos.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿Usted cambió de giro de ropa a otro?

ENTREVISTADO. Vendimos bisutería

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿Eso no tiene normas establecidas?

ENTREVISTADO. Cada tianguis, según su dirigente, debe tener sus estatutos. Los estatutos se rigen según los acuerdos de asamblea. Por decir, si yo vendo ropa, mi compañero calcetines, otro playeras, otro comida y así sucesivamente entonces son 3 o 4 giros de este producto. Como está abierto el tianguis a los compañeros que llegan "libres" (aquellos que no están afiliados a la organización) nosotros que ya la formamos somos 40 agremiados cada quien tienen su operandi usted por decir vende churros, la señora vende tripitas, pero qué pasa si vienen un "libre" y me dice que quiere vender churros, entonces no se le da el lugar porque van a perjudicarlos, entonces esas normas hacen mi estatuto, por acuerdo de asamblea el artículo fulano, zutano, mengano, se enumeran todas las consecuencias que prevalecen en el gremio. Yo ya no tengo prioridad en otros giros. Hay que pedir permiso previo a los colonos, si es de esquina a esquina, no puedo rebasar los límites porque entonces estoy violando el permiso del municipio y el de los colonos.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿A la fecha se han sentido a gusto en el tianguis trabajando? ¿Qué les ha motivado?

ENTREVISTADO. La motivación que tiene uno es el ingreso que uno percibe dentro de. De estar contentos, ¿Quién no está contento con un trabajo que le genera ingresos?

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿Mucho más de lo que ganaba antes?

HIJA DEL ENTREVISTADO. Yo nada más trabajo el fin de semana, para no descuidar mis hijos y mi casa.

NIETO DEL ENTREVISTADO. Dos días, vende dos días. Venden dos días viernes y sábados.

HIJA DEL ENTREVISTADO. Yo nada más trabajo el fin de semana, si no, no cuidaría a mis niños. Los niños van un rato al tianguis a veces nomas van a cenar, sobre todo en temporadas de frío o de lluvias. Mi papá me los cuida.

ENTREVISTADO. Yo también me casé, cambian las situaciones. En la época de mi padre o en la escuela que él me dejó, la mujer se dedicaba a su casa, pero ahora por cuestiones económicas trabajan los dos. Anteriormente los padres eran muy rígidos y codos. Mi padre a medias sabía leer y mi madre no sabía leer ni escribir. Cuando inicié la primaria, había gente de 15 o 18 años. Ahorita tengo 72 años. Yo terminé la primaria a los 14 años. La preparatoria se hacía en dos años, la secundaria era de 8 horas. La policía que veía a un joven

vagando, lo metía en la cárcel hasta que llegaban sus papas por él porque no lo metían en la escuela. Los maestros andaban reclutando chamacos en las calles.

MTRO. ALEJANDRO BAUSTISTA MEZA. ¿Cuáles fueron sus necesidades para satisfacer su vida profesional, familiar en este caso comparado con su hija?

ENTREVISTADO. Cuando yo cursaba la primaria, los maestros nos exigían 5 centavos para útiles de limpieza (recogedores, escobas...), y mi papá, en ese tiempo, aunque tenía dinero, era una persona que no tenía estudios y esta situación no le parecía. Mi hermano mayor le decía que no se fijara en eso, pegándole una bofetada por contestarle. Mi papá, a pesar de que tenía dinero, no nos compartía. Él sabía a medias leer. Yo faltaba los lunes porque no llevaba la cooperación y los maestros me regresaban a la casa por el dinero, pero yo ya no regresaba porque mi papá no me los daba. Empecé a trabajar a los 14 años en un taller de hojalatería. Allí dure 13 años trabajando. Me pagaban 5 pesos a la semana. Cuando gané 50 pesos, ya tenía un muchacho que me ayudaba.

Donde hoy es la biblioteca “Manuel Gómez Morín”, era un campo de beisbol, enfrente, donde estaba un negocio llamado “El gigante del azulejo”, era un bordo. Mi pariente, que a la vez era mi jefe me mandó por un carro con la salpicadera abollada. Lloviendo y con frío, fui por el carro. Me invitaros después a almorzar.

MTRO. ALEJANDRO BAUSTISTA MEZA. ¿Cuáles eran sus necesidades a los trece años y cuando estaba con su familia?

ENTREVISTADO. Mi padre tenía billetes, le daba a mi mamá pero nunca se preocupó por la educación de uno. Me da risa ahora, mi primer par de zapatos los estrené hasta los quince años, por eso es mi modo de comportarme con ellos, con mis hijos, porque yo carecí de muchas cosas, aun teniendo mi papá los medios. Pero por su ignorancia, porque mi papá era corredor de bienes inmuebles, compraba y vendía casas. Donde ahora es “Lanas Merino” era propiedad de mi padre, mi papá la compró cuando yo tenía 12 años, la compró en 280 pesos porque era una casa de adobe, tumbaron un cuarto e hicieron otro de tabique cocido, llegó bien contento mi papá en ese entonces a la casa de Felipe Luna. Estaba sembrado todo, ya tenía elotes. Uno de mis hermanos mayores (porque fuimos 16 hermanos) le dijo que por qué no nos dejaba un terreno o casa y mi papá tenía la idea de que no, porque si no nos la quitaría el gobierno. Siempre rentamos. Por azares del destino mi padre y uno de mis hermanos se enfermaron y se gastó mucho dinero, y por las circunstancias tuvo que desembolsar. Mi hermano estuvo a punto de morir. Ya habíamos desocupado la sala para velarlo. Yo me acuerdo, estaba adolescente, tenía 16 años, se enfermó de la fiebre de malta. Mi mamá hacía lo que podía porque no sabía ni leer ni escribir. Les platico a mis hijos que los mejores doctores que había aquí en Querétaro eran: Alcocer, Paulín, Mena y otro que no me acuerdo. Mi mamá los fue a ver y paulatinamente se gastó el dinero, duró como 1 año y medio o 2 años y se gastó

todo el dinero por tantos tratamientos. Mi padre fue político, aunque su oficio era panadero. Tenía como 6 años cuando dejó la panadería, se metió de judicial, luego en las comisiones. Después ya no volvió a trabajar. Después compraba y vendía casas y también vendía chatarras. Mi niñez e infancia la viví en el barrio de La Cruz. Mi abuelita murió a los 95 años, vivía a una cuadra de nosotros, aunque me pegaba, yo la seguía mucho. Como dice el dicho "los golpes engríen".

MTRO. ALEJANDRO BAUSTISTA MEZA. ¿En el tianguis han encontrado ustedes una independencia? ¿En el puesto son totalmente independientes y están agrupados? ¿Cómo es esa relación entre compañeros? ¿Colectivamente se ayudan entre ustedes?

ENTREVISTADO. Hay una ayuda mutua físicamente, aunque a veces da coraje. A mí me pasó una vez. Cuando nos tocaba en el FOVISSTE, los dirigentes son conscientes y saben las necesidades que prevalecen. Nos pusieron bajadas de luz, solo que a veces cuando tengo lo que necesito, no me fijo más allá. Tuvimos una temporada en las que se quemaron las pastillas porque era mucha luz dentro de la que se gastaba. En ese tiempo yo me subí a un poste, llevaba mi extensión y me colgaba de la bajada. Nada más que como usted dice, no todos somos solidarios. De ocho a ocho, porque trabajábamos un día por semana en cada tianguis. El lunes nos tocaba en Sauces, el martes en el Garambullo, los miércoles en FOVISSTE, los jueves no trabajábamos, los viernes en otro lado y así sucesivamente. Como necesitaba el servicio, hice mi extensión, me subí a la finca, colgándome del poste para tener luz. Pero todavía ni me bajaba de la azotea cuando ya tenía como 8 cristianos para ver quien ganaba la entrada de la luz. En ese aspecto no eran solidario "tu jódete y yo aprovecho". Nadie decía yo te ayudo, todos esperaban que se les pusiera la luz, en especial una señora que vendía guajolotes, hasta que me cansé, o todos se metían en mis conexiones múltiples. Una vez nada más deje la mía, puse mi luz, y se puso uno pero se la quité, no es que sea egoísta. Hay de todo, buenos y malos. Hay mucha envidia como en todo. Si usted vende calcetines y yo vendo calcetines nomas lo estoy viendo.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA ¿Cómo jalar a la gente?

ENTREVISTADO. Hay varios factores: carácter, mercancía buena, surtido, amabilidad, entre otros. Mi señora le ponía etiqueta a cada producto y cuando el cliente preguntaba les pedía que vieran el precio. En cambio yo les hacía plástica, hasta chascarrillos sano. Yo les platicaba.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. ¿Se puede decir que tiene usted una satisfacción dentro del "tianguis"?

HIJA DEL ENTREVISTADO. Sí, pero con mi giro porque lo que invierto lo saco. No tengo que almacenar dinero.

MTRO. ALEJANDRO BAUTISTA MEZA. De cierta manera no fue tanto el dinero que estabas ganando, sino la comodidad de estar en familia. ¿Consideras que lo que has estudiado te ha ayudado para tu trabajo en el "tianguis"? Es decir, ¿aprovechas más las ideas y alternativas de buscar los medios para obtener un mejor beneficio?

HIJA DEL ENTREVISTADO. En cuestión de trabajo, si yo me hubiera sujetado a un trabajo, no hubiera tenido tanto tiempo para mi familia, en un trabajo no gano lo que gano aquí en dos días.

ANEXO VIII

Resultados de las encuestas y Alpha de Cronbach

Se anexa disco para los resultados de estadísticas y formatos de método utilizados.

Logro En El Tianguis

Statistics

		Usted decide sobre mi propio trabajo.	¿En el tianguis se prefiere colaboración en equipo?	¿Mí responsable demuestra conocimiento en las funciones del tianguis?	¿Soy responsable solucionado los problemas de manera eficaz?
N	Valid	642	642	642	642
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.99	4.09	3.26	4.05
Std. Error of Mean		.025	.028	.034	.021
Median		4.00	4.00	3.00	4.00
Mode		4	4	3	4
Std. Deviation		.634	.710	.871	.545
Variance		.402	.505	.758	.297
Range		3	3	3	3
Minimum		2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5
Sum		2560	2627	2090	2602

Usted decide sobre mi propio trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valid	En desacuerdo	25	3.9	3.9	3.9
	Indiferente	58	9.0	9.0	12.9
	De acuerdo	459	71.5	71.5	84.4
	Totalmente de acuerdo	100	15.6	15.6	100.0
	Total	642	100.0	100.0	

¿En el tianguis se prefiere colaboración en equipo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valid	En desacuerdo	25	3.9	3.9	3.9
	Indiferente	60	9.3	9.3	13.2
	De acuerdo	388	60.4	60.4	73.7

Totalmente de acuerdo	169	26.3	26.3	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Mí responsable demuestra conocimiento en las funciones del tianguis?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	120	18.7	18.7	18.7
Indiferente	300	46.7	46.7	65.4
De acuerdo	160	24.9	24.9	90.3
Totalmente de acuerdo	62	9.7	9.7	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Soy responsable solucionado los problemas de manera eficaz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	13	2.0	2.0	2.0
Indiferente	40	6.2	6.2	8.3
De acuerdo	489	76.2	76.2	84.4
Totalmente de acuerdo	100	15.6	15.6	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Mí responsable en la zona que cuidó es eficazmente como lo administró?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	50	7.8	7.8	7.8
Indiferente	50	7.8	7.8	15.6
De acuerdo	400	62.3	62.3	77.9
Totalmente de acuerdo	142	22.1	22.1	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿La responsable que tomo en las decisiones son con la participación de los tianguista en la zona.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	30	4.7	4.7	4.7

Indiferente	64	10.0	10.0	14.6
De acuerdo	379	59.0	59.0	73.7
Totalmente de acuerdo	169	26.3	26.3	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Colaboró en el informado sobre los asuntos que afectan al tianguis?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valid	En desacuerdo	20	3.1	3.1	3.1
	Indiferente	18	2.8	2.8	5.9
	De acuerdo	450	70.1	70.1	76.0
	Totalmente de acuerdo	154	24.0	24.0	100.0
	Total	642	100.0	100.0	

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	642	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	642	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	7

Item Statistics

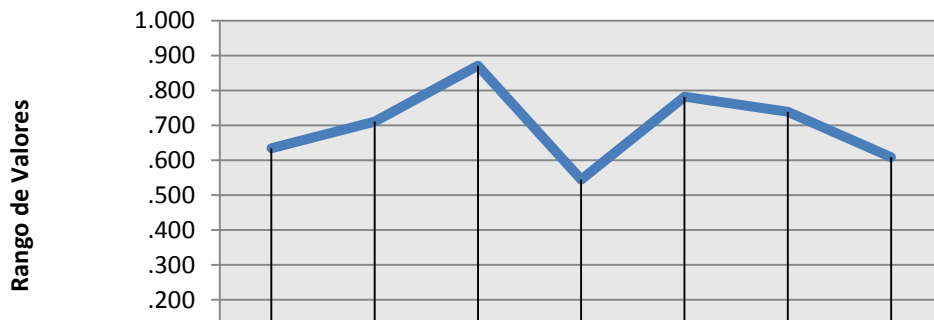
	Mean	Std. Deviation	N
Usted decide sobre mi propio trabajo.	3.99	.634	642
¿En el tianguis se prefiere colaboración en equipo?	4.09	.710	642

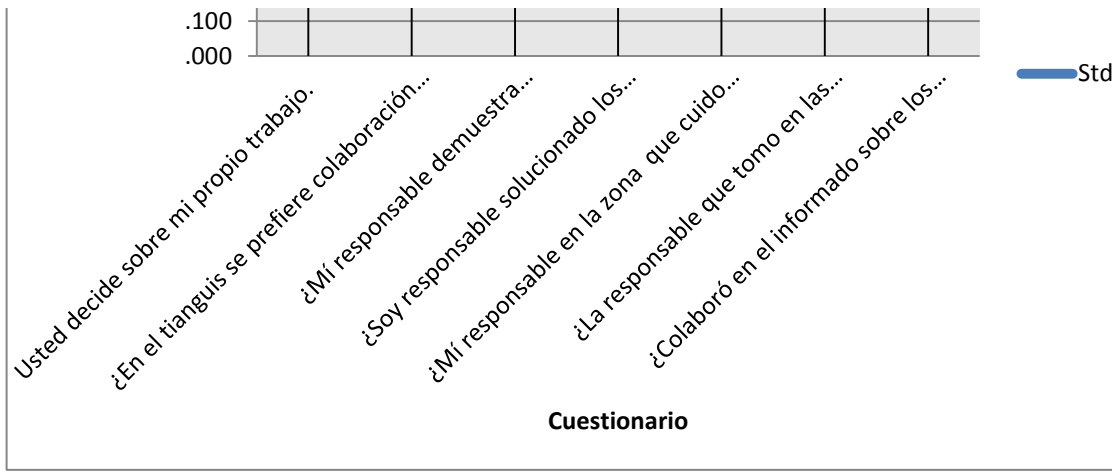
¿Mí responsable demuestra conocimiento en las funciones del tianguis?	3.26	.871	642
¿Soy responsable solucionado los problemas de manera eficaz?	4.05	.545	642
¿Mí responsable en la zona que cuido es eficazmente como lo administró?	3.99	.782	642
¿La responsable que tomo en las decisiones son con la participación de los tianguista en la zona.	4.07	.739	642
¿Colaboró en el informado sobre los asuntos que afectan al tianguis?	4.15	.609	642

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
27.60	20.847	4.566	7

Coeficiente de Cronbach

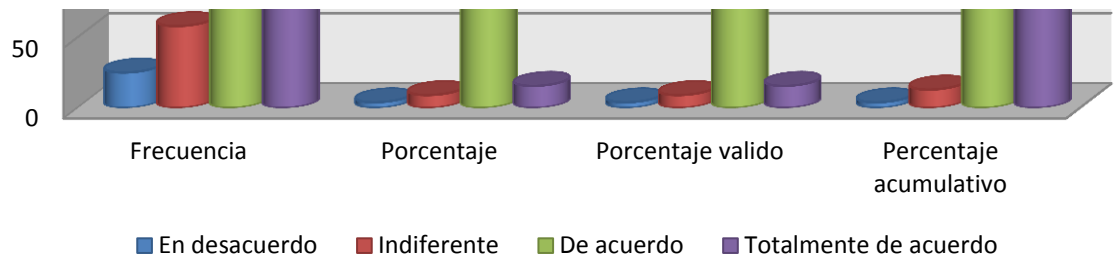




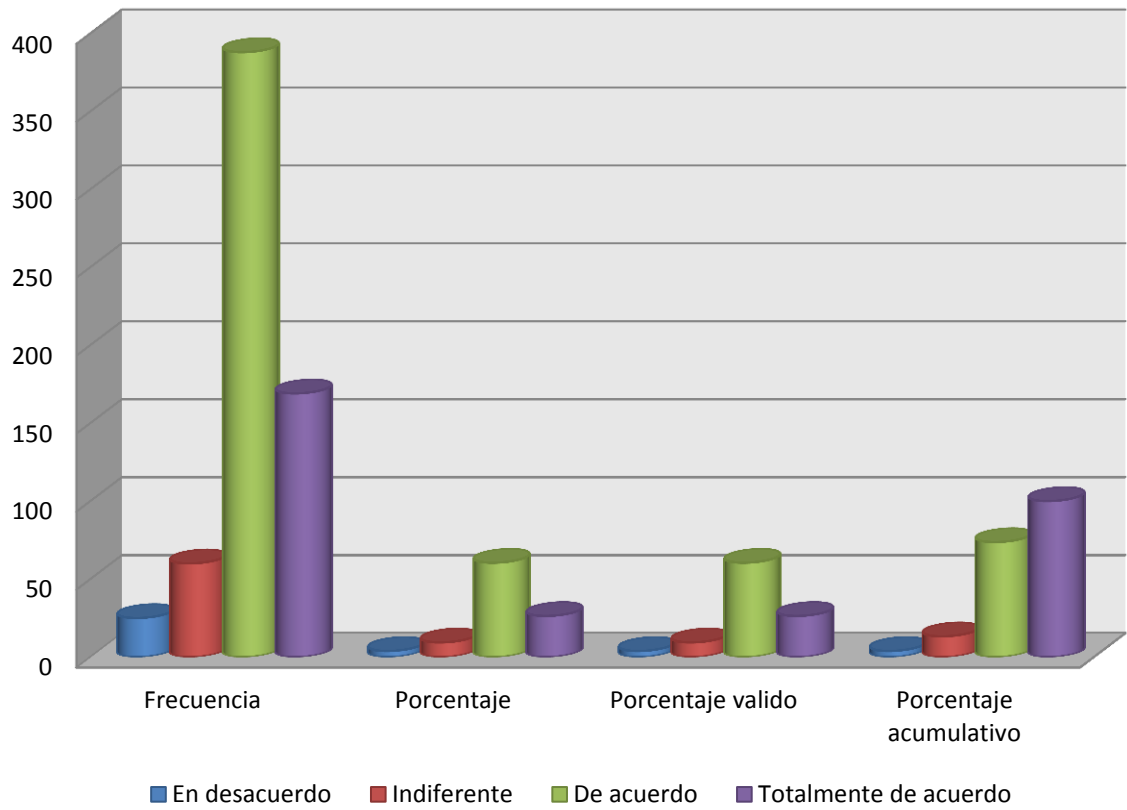


¿Mí responsable en la zona que cuido es eficazmente como lo administró?	¿La responsable que tomo en las decisiones son con la participación de los tianguista en la zona.	¿Colaboró en el informado sobre los asuntos que afectan al tianguis?
642	642	642
0	0	0
↗ 3.99	↗ 4.07	↗ 4.15
↘ .031	↘ .029	↘ .024
↗ 4.00	↗ 4.00	↗ 4.00
↗ 4	↗ 4	↗ 4
↘ .782	↘ .739	↘ .609
↘ .611	↘ .546	↘ .371
→ 3	→ 3	→ 3
↘ 2	↘ 2	↘ 2
↗ 5	↗ 5	↗ 5
2560	2613	2664

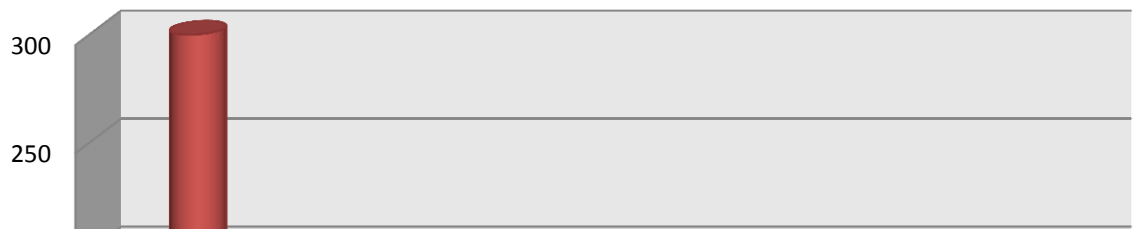


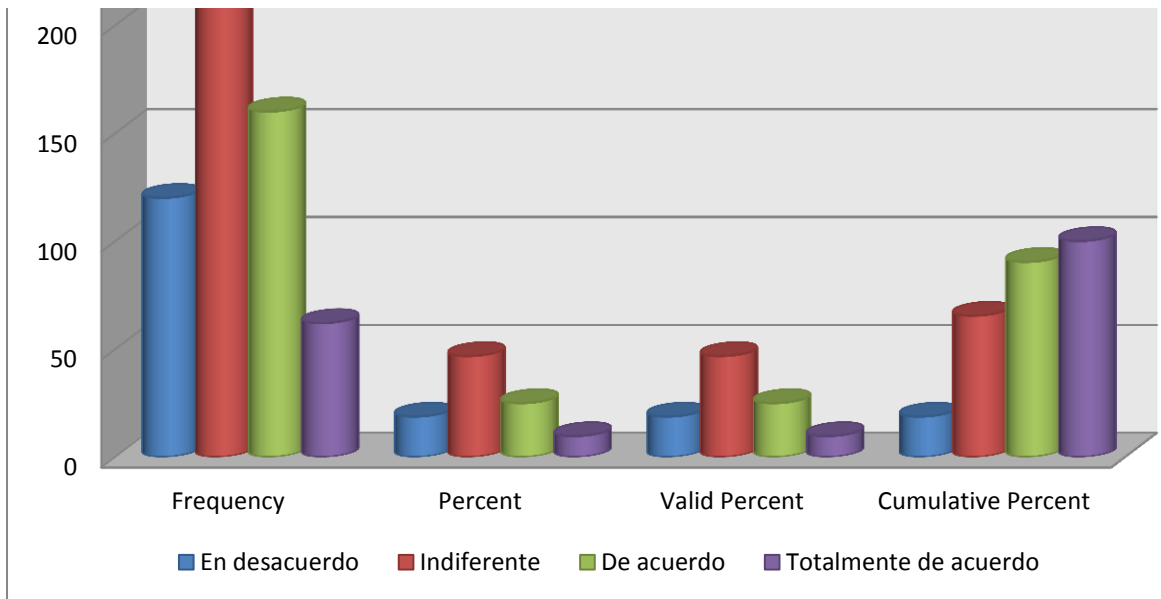


¿En el tianguis se prefiere colaboración en equipo?

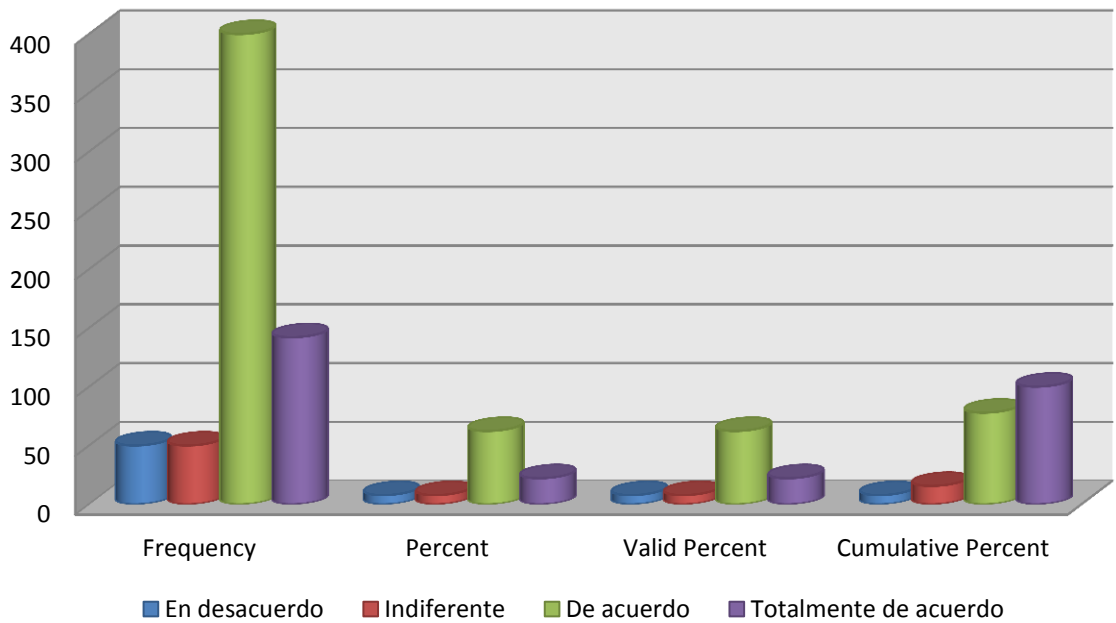


¿Mí responsable demuestra conocimiento en las funciones del tianguis?



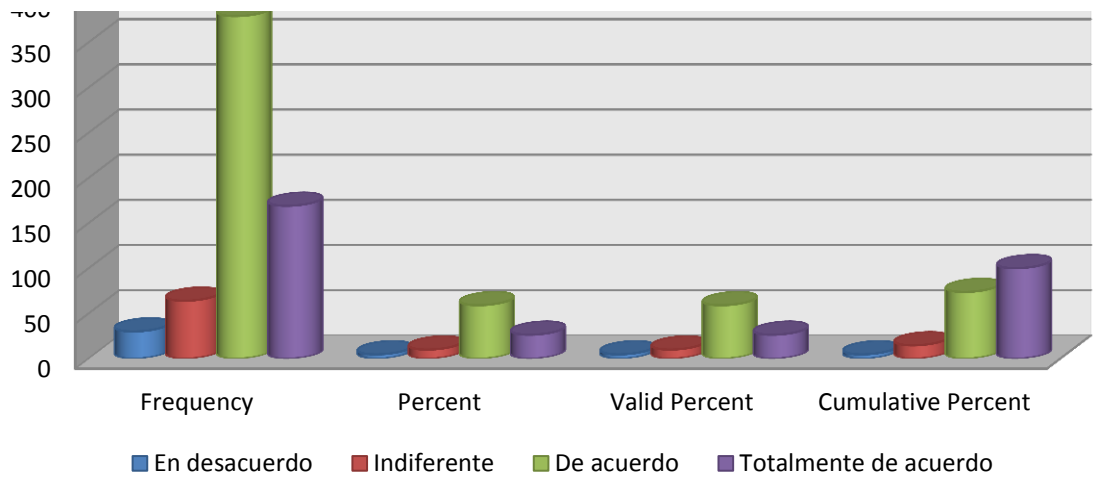


¿Mí responsable en la zona que cuido es eficazmente como lo administró?

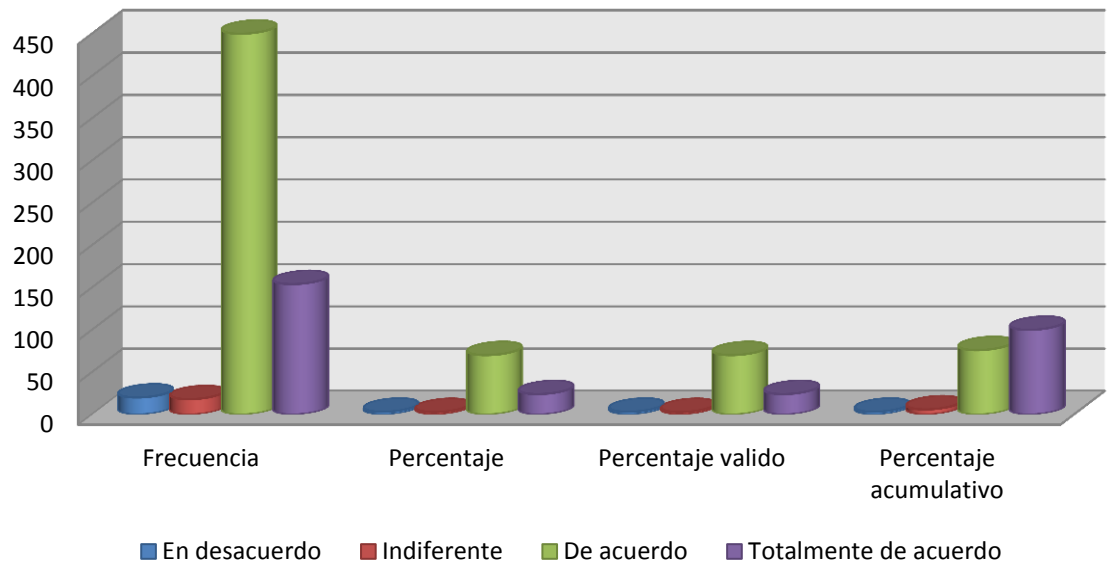


¿La responsable que tomo en las decisiones son con la participación de los tianguista en la zona.






¿Colaboró en el informado sobre los asuntos que afectan al tianguis?



I. Deviation



—

—

—





Motivacion y Prestigio

Statistics

		¿El prestigio de este tianguis se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad?	¿La gente me aprecia porque trabajo en los tianguis?	¿Estoy motivado para realizar mi trabajo?	¿Se reconocen adecuadamente las tareas que realizo?	¿Cuándo introduzco una mejora de mi trabajo se me reconoce?
N	Valid	642	642	642	642	642
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		↑ 4.33 →	2.96 ↑	4.08 →	4.00 →	2.86
Median		↘ 4.00 →	3.00 ↘	4.00 ↘	4.00 ↘	3.00
Mode		↘ 4 →	3 ↘	4 ↘	4 ↘	3
Std. Deviation		↓ .640 ↓	.900 ↓	.834 ↓	.920 ↘	1.308
Variance		↓ .409 ↓	.810 ↓	.695 ↓	.847 ↘	1.712
Range		↘ 4 →	4 ↘	4 ↘	4 ↘	4
Minimum		↓ 1 ↓	1 ↓	1 ↓	1 ↓	1
Maximum		↑ 5 ↑	5 ↑	5 ↑	5 ↑	5
Sum		2781	1902	2622	2567	1836

¿El prestigio de este tianguis se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valid	Totalmente en desacuerdo	5	.8	.8	.8
	En desacuerdo	10	1.6	1.6	2.3
	De acuerdo	379	59.0	59.0	61.4
	Totalmente de acuerdo	248	38.6	38.6	100.0
	Total	642	100.0	100.0	

¿La gente me aprecia porque trabajo en los tianguis?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valid	Totalmente en desacuerdo	21	3.3	3.3	3.3
	En desacuerdo	189	29.4	29.4	32.7

Indiferente	245	38.2	38.2	70.9
De acuerdo	167	26.0	26.0	96.9
Totalmente de acuerdo	20	3.1	3.1	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Estoy motivado para realizar mi trabajo?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Totalmente en desacuerdo	18	2.8	2.8	2.8
En desacuerdo	20	3.1	3.1	5.9
Indiferente	30	4.7	4.7	10.6
De acuerdo	396	61.7	61.7	72.3
Totalmente de acuerdo	178	27.7	27.7	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Se reconocen adecuadamente las tareas que realizo?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Totalmente en desacuerdo	21	3.3	3.3	3.3
En desacuerdo	30	4.7	4.7	7.9
Indiferente	56	8.7	8.7	16.7
De acuerdo	357	55.6	55.6	72.3
Totalmente de acuerdo	178	27.7	27.7	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Cuándo introduzco una mejora de mi trabajo se me reconoce?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Totalmente en desacuerdo	123	19.2	19.2	19.2

En desacuerdo	146	22.7	22.7	41.9
Indiferente	156	24.3	24.3	66.2
De acuerdo	132	20.6	20.6	86.8
Totalmente de acuerdo	85	13.2	13.2	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿En general, las condiciones del tianguis (salario, norarios, vacaciones, beneficios sociales) son satisfactorias?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	13	2.0	2.0	2.0
	En desacuerdo	11	1.7	1.7	3.7
	Indiferente	82	12.8	12.8	16.5
	De acuerdo	301	46.9	46.9	63.4
	Totalmente de acuerdo	235	36.6	36.6	100.0
	Total	642	100.0	100.0	

¿El tianguis me proporciona oportunidades de trabajo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	6	.9	.9	.9
	En desacuerdo	5	.8	.8	1.7
	De acuerdo	489	76.2	76.2	77.9
	Totalmente de acuerdo	142	22.1	22.1	100.0
	Total	642	100.0	100.0	

¿En general, usted se siente satisfecho en el tianguis?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En desacuerdo	3	.5	.5	.5

Indiferente	1	.2	.2	.6
De acuerdo	499	77.7	77.7	78.3
Totalmente de acuerdo	139	21.7	21.7	100.0
Total	642	100.0	100.0	

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	642	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	642	100.0

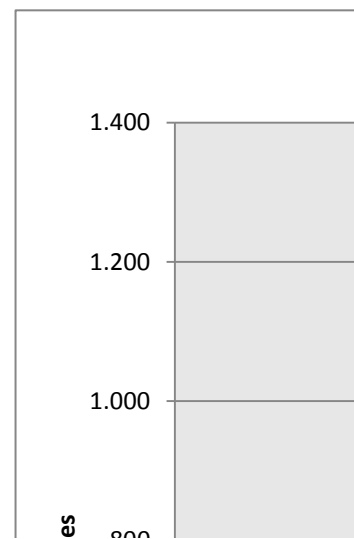
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

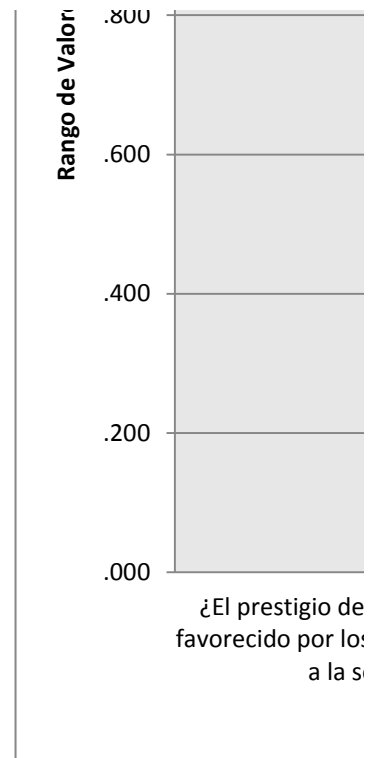
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
¿El prestigio de este tianguis se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad?	4.33	.640	642
¿La gente me aprecia porque trabajo en los tianguis?	2.96	.900	642
¿Estoy motivado para realizar mi trabajo?	4.08	.834	642
¿Se reconocen adecuadamente las tareas que realizo?	4.00	.920	642



¿Cuándo introduzco una mejora de mi trabajo se me reconoce?	2.86	1.308	642
¿En general, las condiciones del tianguis (salario, horarios, vacaciones, beneficios sociales) son satisfactorias?	4.14	.852	642
¿El tianguis me proporciona oportunidades de trabajo?	4.18	.553	642
¿En general, usted se siente satisfecho en el tianguis?	4.21	.441	642



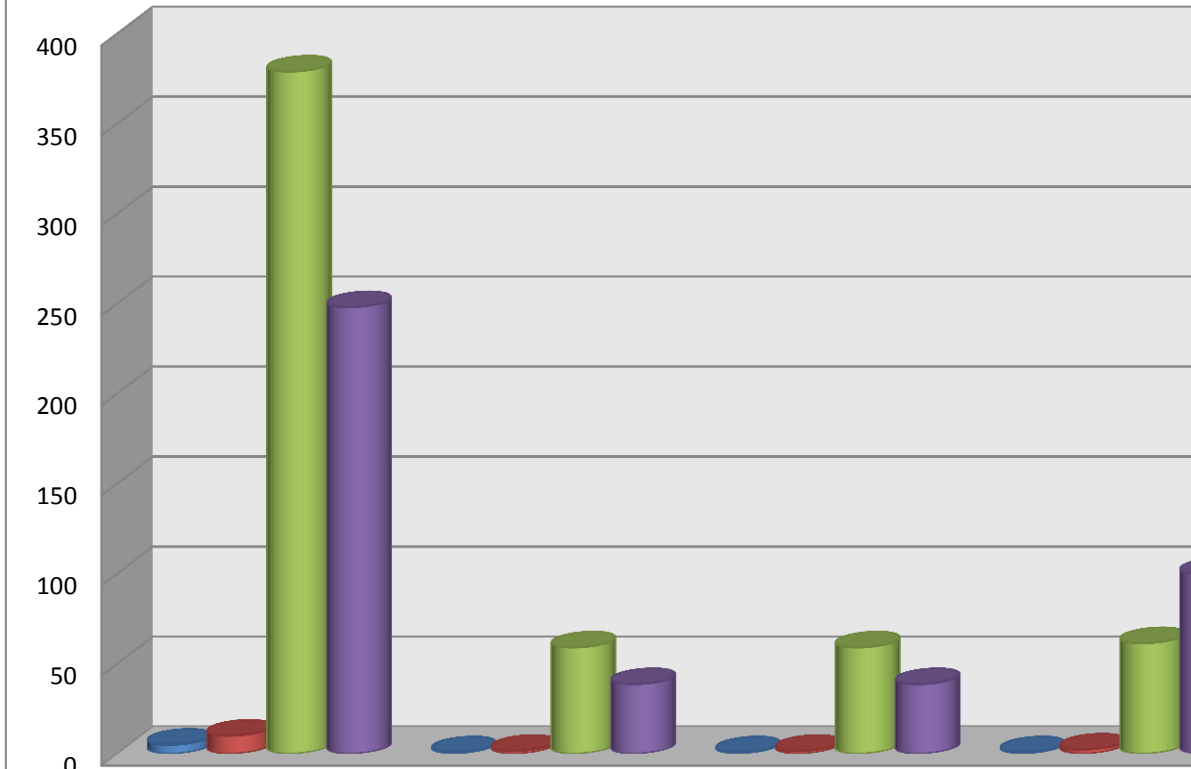
Scale Statistics

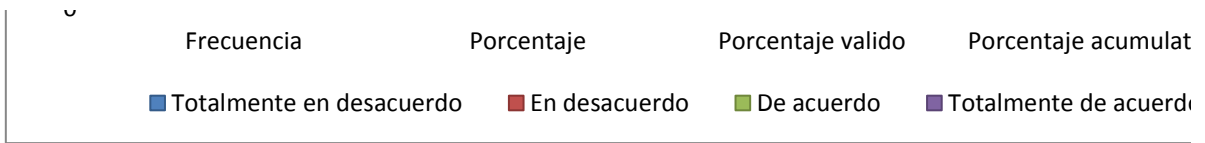
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.76	33.825	5.816	8

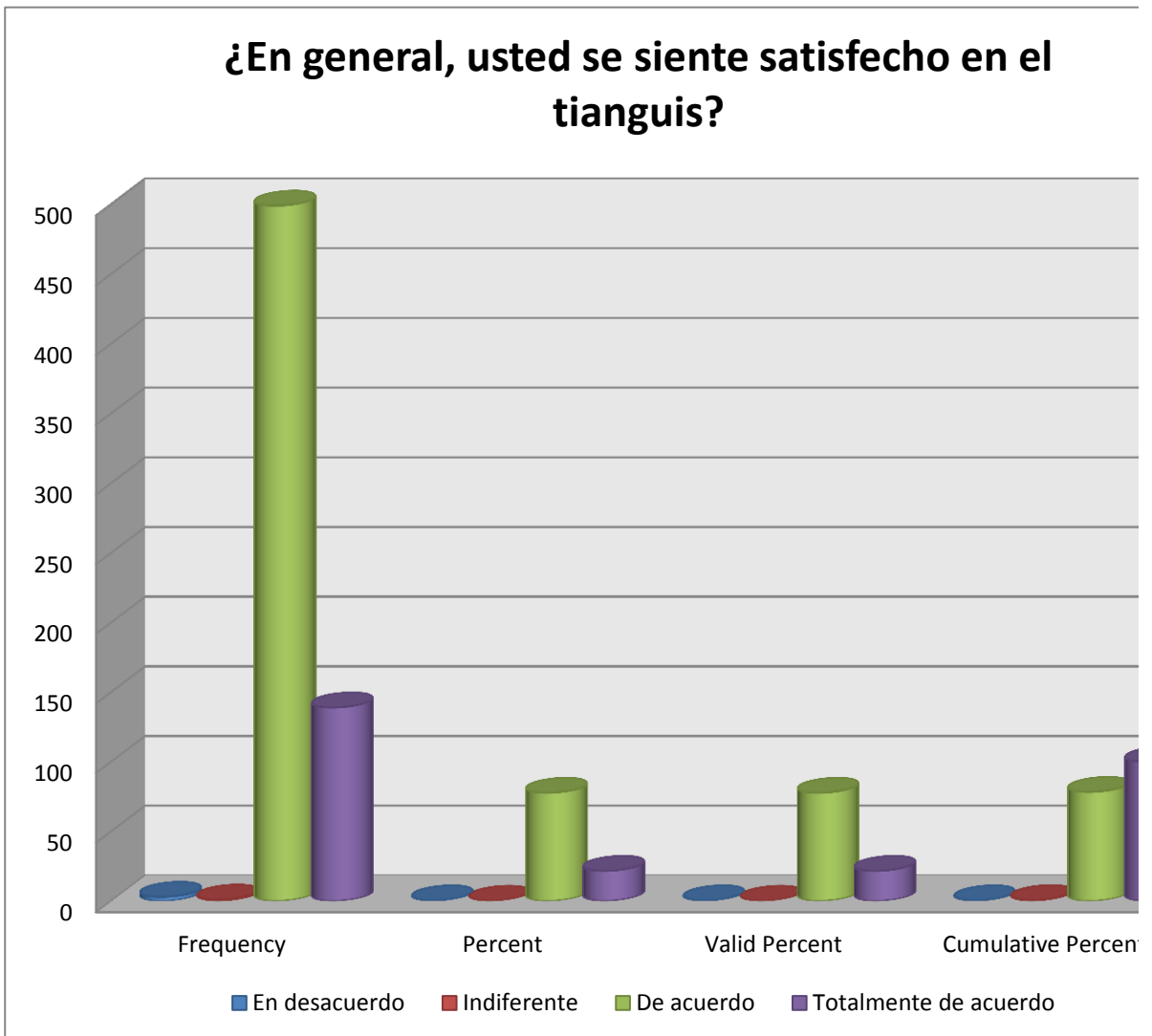
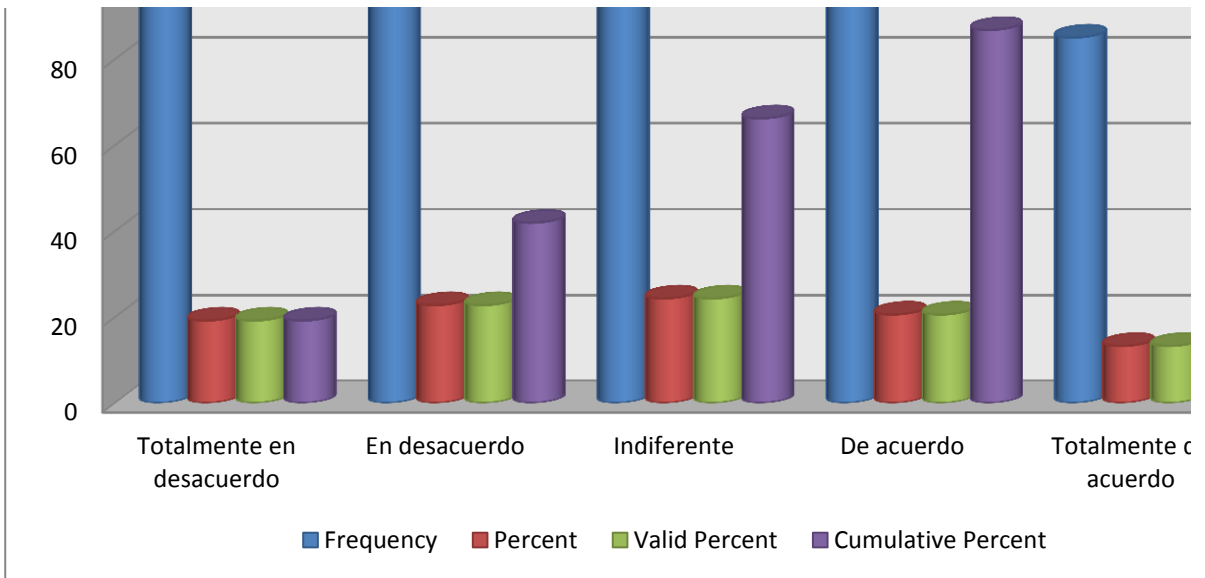


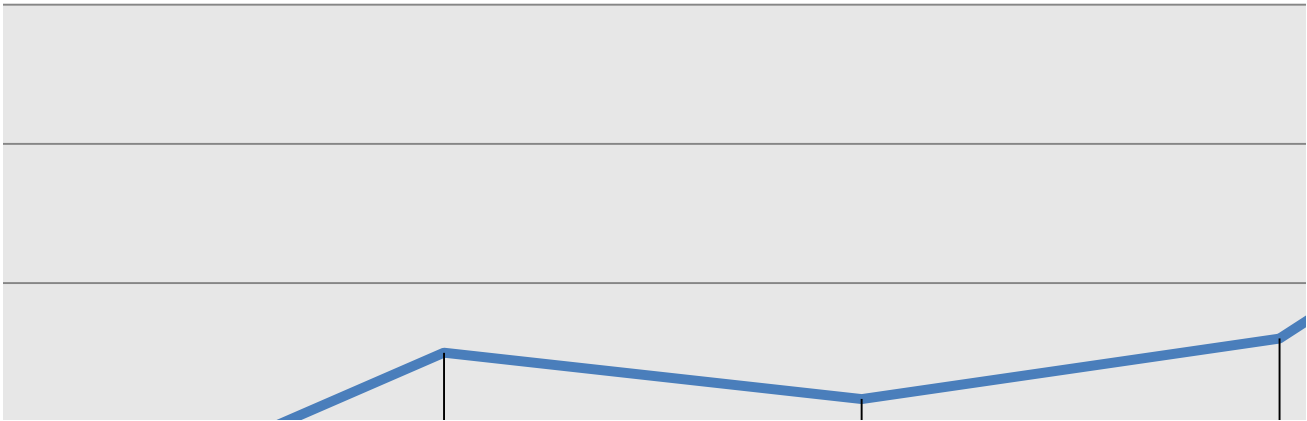
	¿En general, las condiciones del tianguis (salario, horarios, vacaciones, beneficios sociales) son satisfactorias?	¿El tianguis me proporciona oportunidades de trabajo?	¿En general, usted se siente satisfecho en el tianguis?
	642	642	642
	0	0	0
↑	4.14	4.18	4.21
↗	4.00	4.00	4.00
↘	4	4	4
↓	.852	.553	.441
↓	.725	.305	.195
↗	4	4	3
↓	1	1	2
↑	5	5	5
	2660	2682	2700

¿El prestigio de este tianguis se ve favorecido por los servicios que presta a la sociedad?









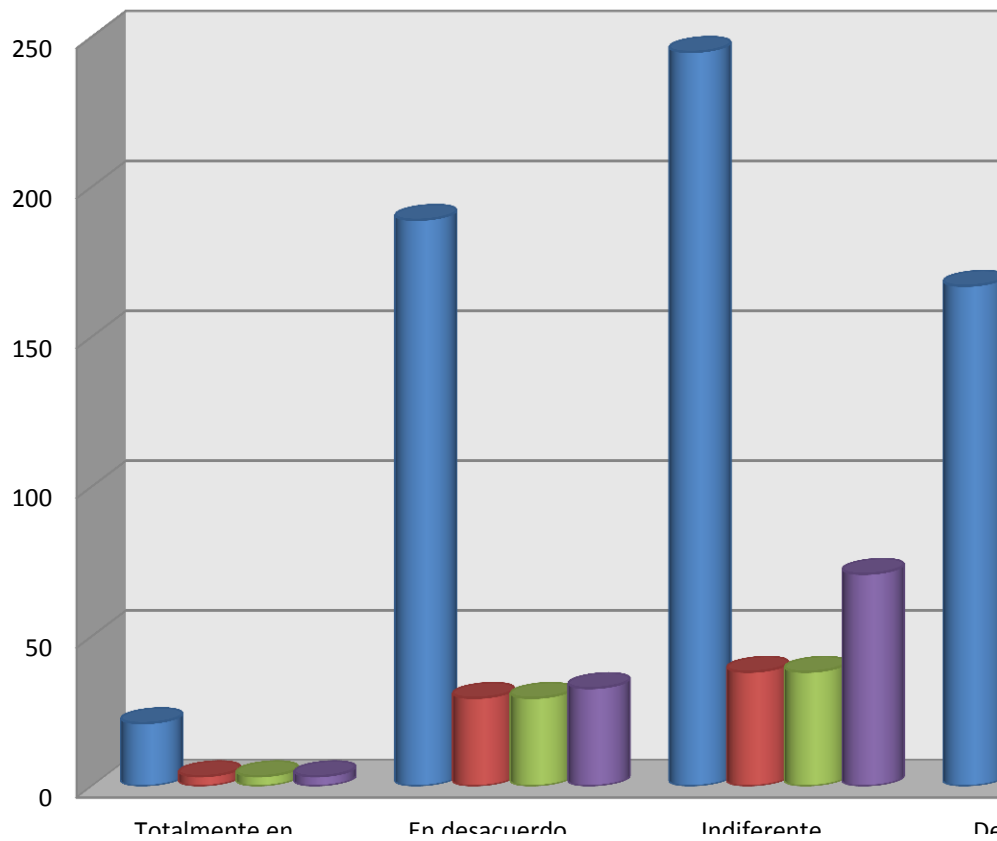
¿Este tianguis se ve como un negocio?
 ¿Se reconocen adecuadamente los servicios que presta a la comunidad?

¿La gente me aprecia por el trabajo que hago en los tianguis?

¿Estoy motivado para realizar mi trabajo?

¿Se reconocen adecuadamente las tareas que realizo?

¿La gente me aprecia porque trabajo en...

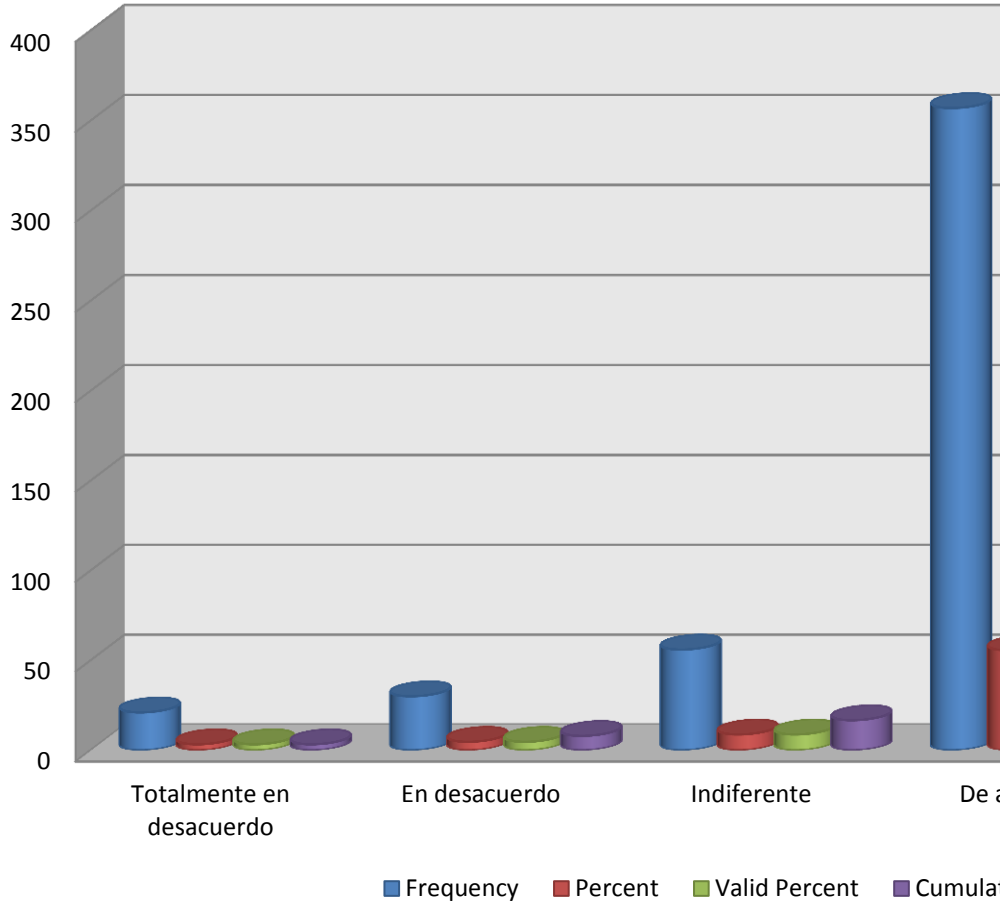


ivo
o

Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indiferente De a

■ Frecuencia ■ Porcentaje ■ Porcentaje valido ■ Porce

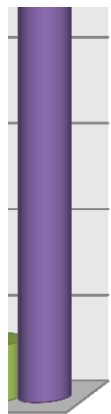
¿Se reconocen adecuadamente las tareas?



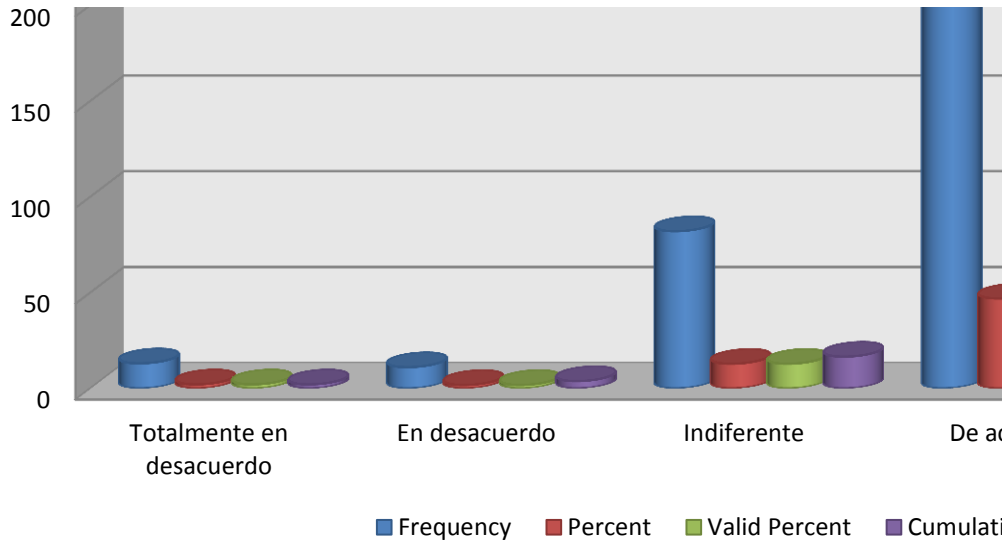
de

¿En general, las condiciones del tianguis (s vacaciones, beneficios sociales) son sa





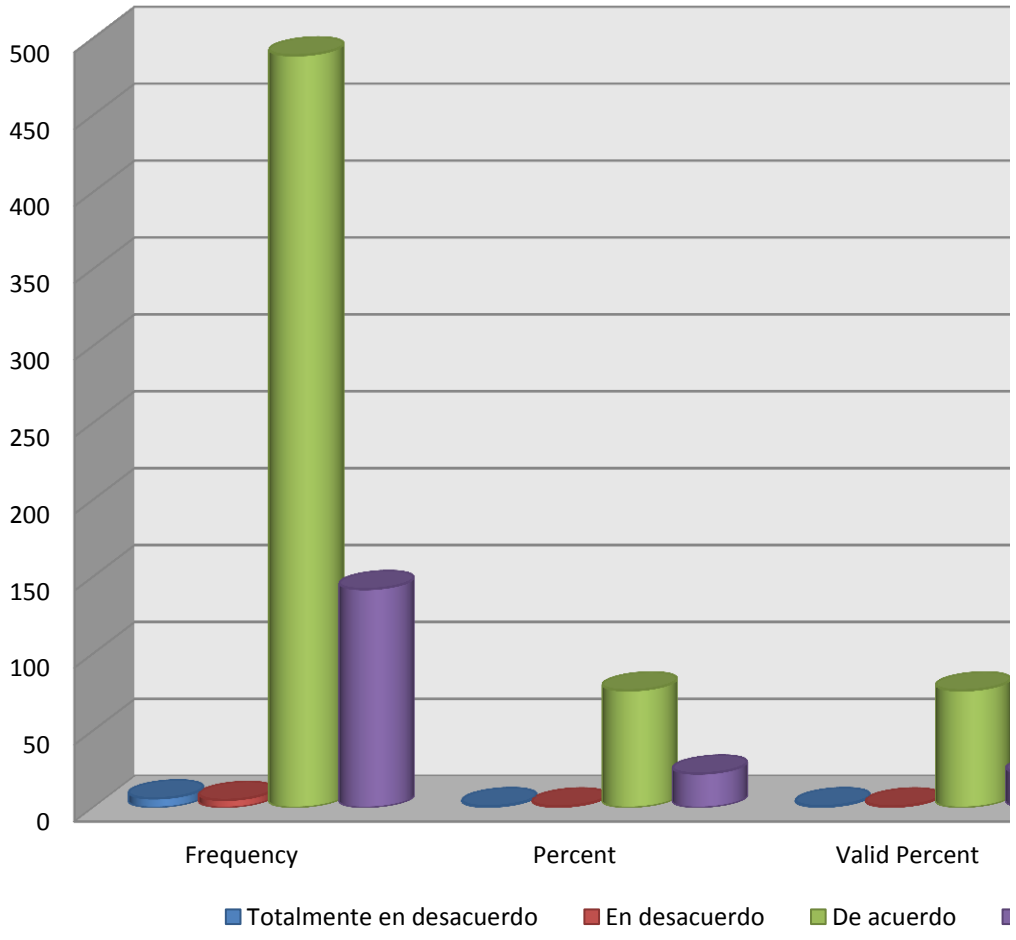
de



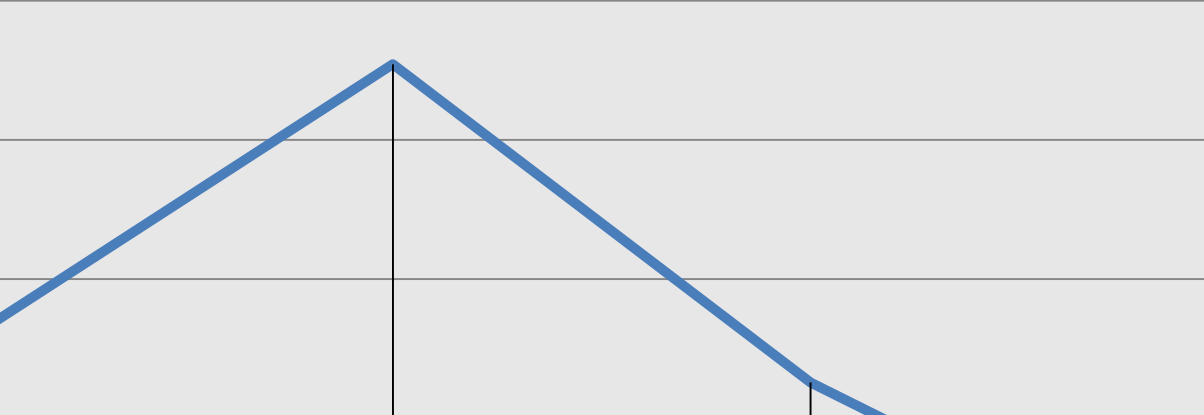
¿El tianguis me proporciona oportunidad



t



Coeficiente de Cronbach



¿Cuánto tiempo le toma realizar las actividades?

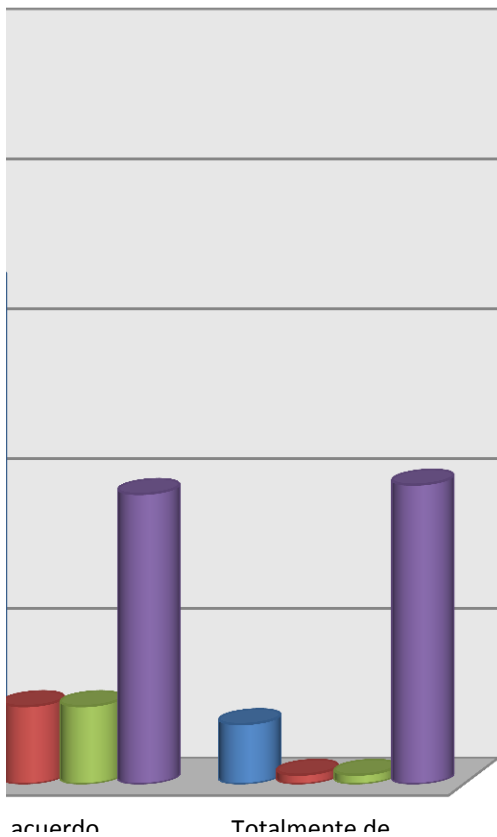
¿Cuándo introduzco una mejora de mi trabajo se me reconoce?

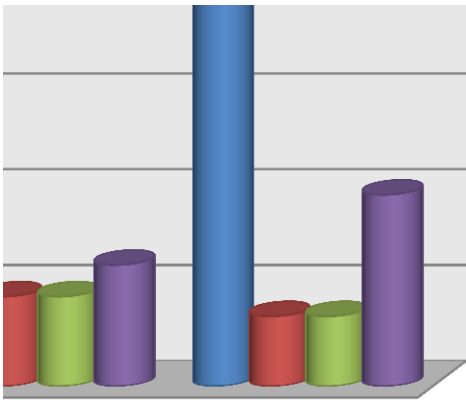
¿En general, las condiciones del trabajo (salario, horarios, vacaciones, beneficios sociales) son satisfactorias?

¿El trabajo ofrece oportunidades de crecimiento profesional?

Cuestionario

n los tianguis?





cuerto Totalmente de acuerdo

ive Percent

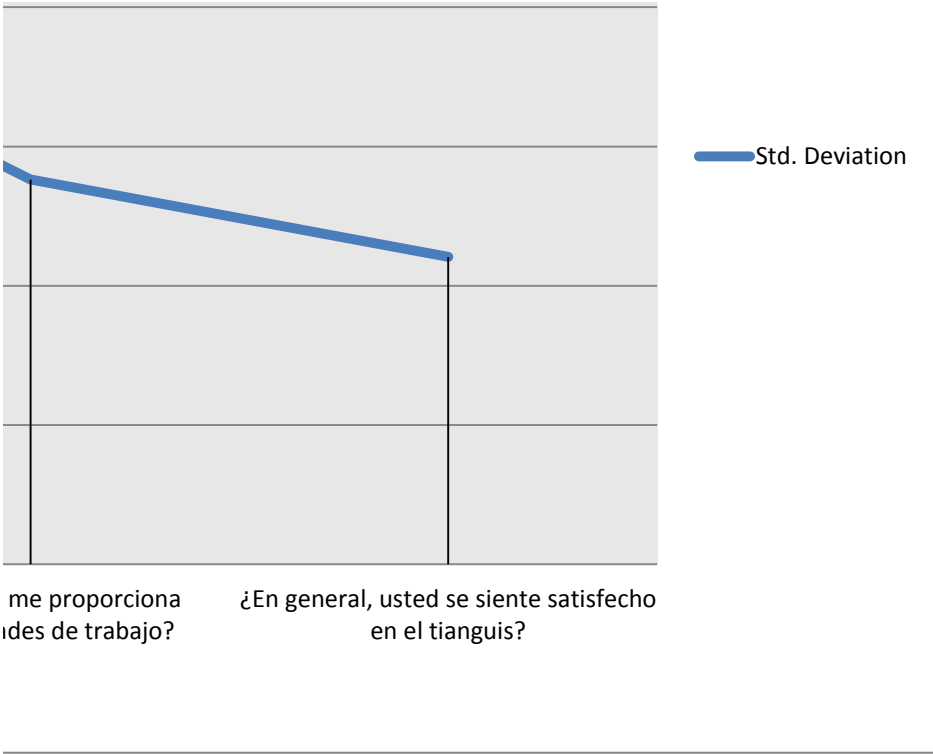
les de trabajo?



Cumulative Percent

■ Totalmente de acuerdo





Participacion En El Ambito de Tr

Statistics

		Considero que mis compañeros tianguistas nos apoyamos en los problemas personales que presentamos	Puedo participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo	Pienso que los tipos de puestos en el tianguis está bien distribuidos	Creo que las actividades necesarias están bien distribuidas y planeadas
N	Valid	642	642	642	642
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.32	4.42	3.83	3.80
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.708	.553	.946	.862
Variance		.502	.306	.895	.743
Range		4	2	3	3
Minimum		1	3	2	2
Maximum		5	5	5	5
Sum		2773	2836	2460	2440

Considero que mis companeros tianguistas nos apoyamos en ios problemas personales que presentamos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valid	Totalmente en desacuerdo	10	1.6	1.6	1.6
	En desacuerdo	10	1.6	1.6	3.1
	Indiferente	1	.2	.2	3.3
	De acuerdo	365	56.9	56.9	60.1
	Totalmente de acuerdo	256	39.9	39.9	100.0
	Total	642	100.0	100.0	

Puedo participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valid	Indiferente	20	3.1	3.1	3.1
	De acuerdo	334	52.0	52.0	55.1

Totalmente de acuerdo	288	44.9	44.9	100.0
Total	642	100.0	100.0	

Pienso que los tipos de puestos en el tianguis está bien distribuidos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	100	15.6	15.6	15.6
Indiferente	50	7.8	7.8	23.4
De acuerdo	350	54.5	54.5	77.9
Totalmente de acuerdo	142	22.1	22.1	100.0
Total	642	100.0	100.0	

Creo que las actividades necesarias están bien distribuidas y planeadas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	80	12.5	12.5	12.5
Indiferente	75	11.7	11.7	24.1
De acuerdo	380	59.2	59.2	83.3
Totalmente de acuerdo	107	16.7	16.7	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿En el tianguis se tienen los lugares apropiados para realizar sus funciones?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	257	40.0	40.0	40.0
Indiferente	350	54.5	54.5	94.5
De acuerdo	35	5.5	5.5	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	120	18.7	18.7	18.7

Indiferente	150	23.4	23.4	42.1
De acuerdo	227	35.4	35.4	77.4
Totalmente de acuerdo	145	22.6	22.6	100.0
Total	642	100.0	100.0	

¿Ha colaborado en talleres por parte del gobierno o ha recibido invitación para participar en los cursos de formación?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En desacuerdo	254	39.6	39.6	39.6
Indiferente	200	31.2	31.2	70.7
De acuerdo	126	19.6	19.6	90.3
Totalmente de acuerdo	62	9.7	9.7	100.0
Total	642	100.0	100.0	

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	642	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	642	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

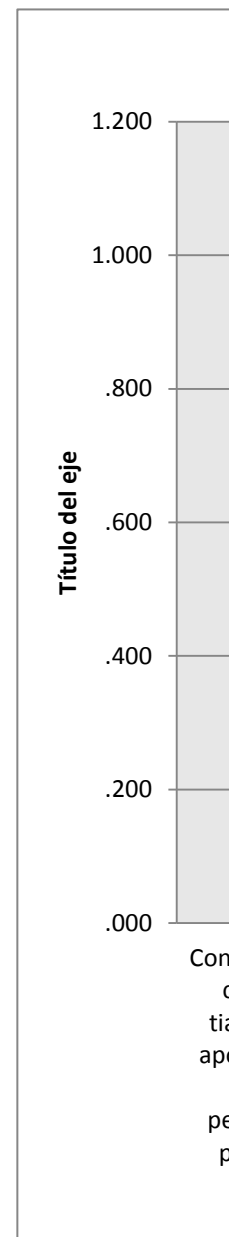
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N

Considero que mis compañeros tianguistas nos apoyamos en los problemas personales que presentamos	4.32	.708	642
Puedo participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo	4.42	.553	642
Pienso que los tipos de puestos en el tianguis está bien distribuidos	3.83	.946	642
Creo que las actividades necesarias están bien distribuidas y planeadas	3.80	.862	642
¿En el tianguis se tienen los lugares apropiados para realizar sus funciones?	2.65	.579	642
¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades?	3.62	1.031	642



¿Ha colaborado en talleres por parte del gobierno o ha recibido invitación para participar en los cursos de formación?	2.99	.990	642
--	------	------	-----

Scale Statistics

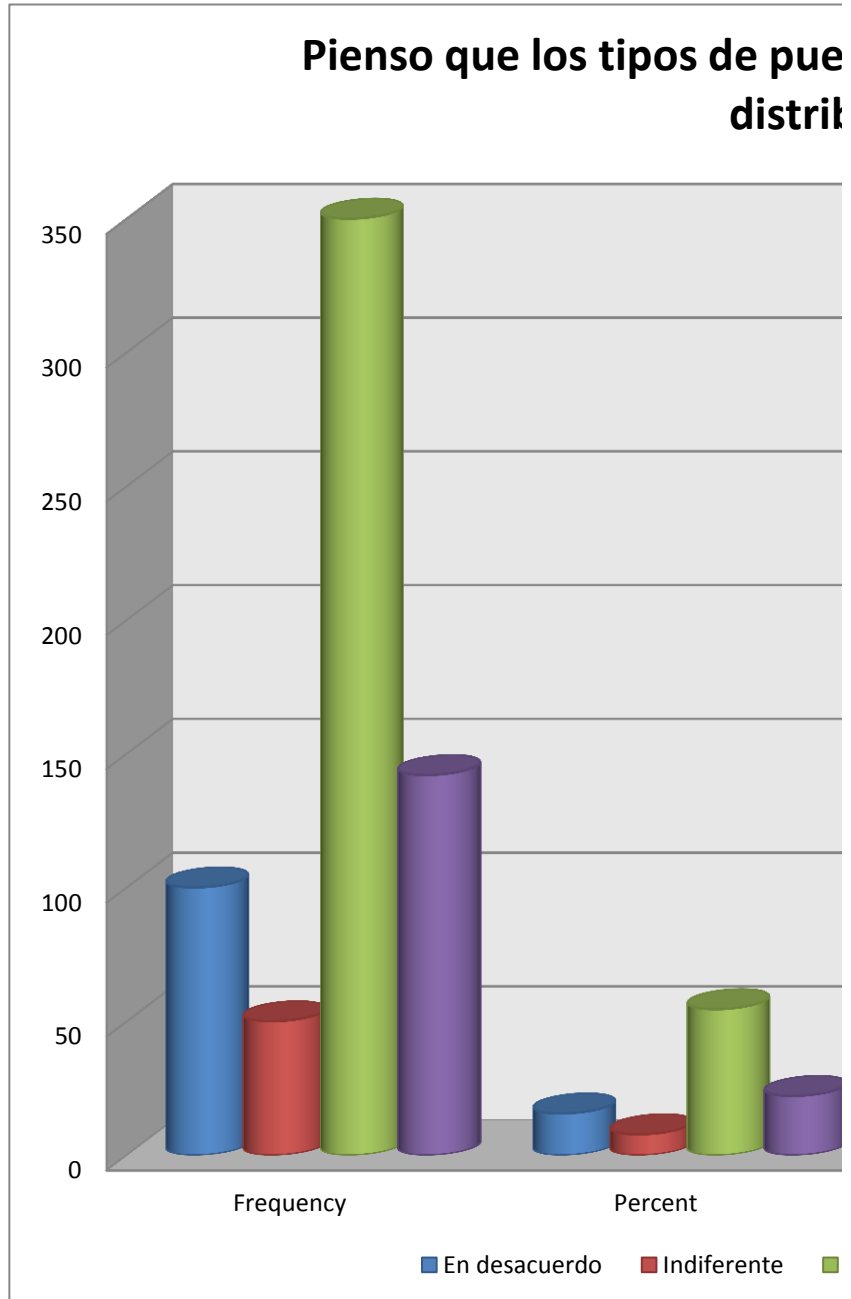
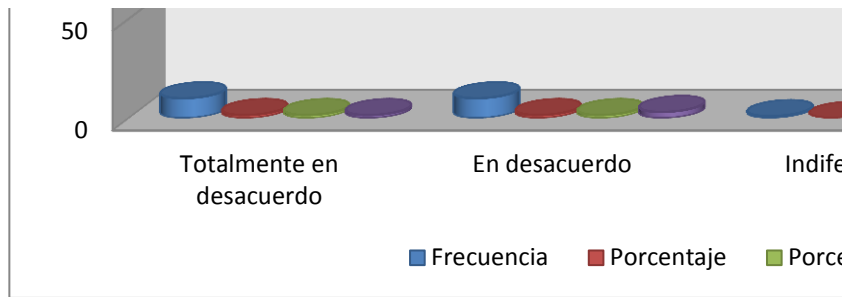
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.64	25.998	5.099	7

Trabajo

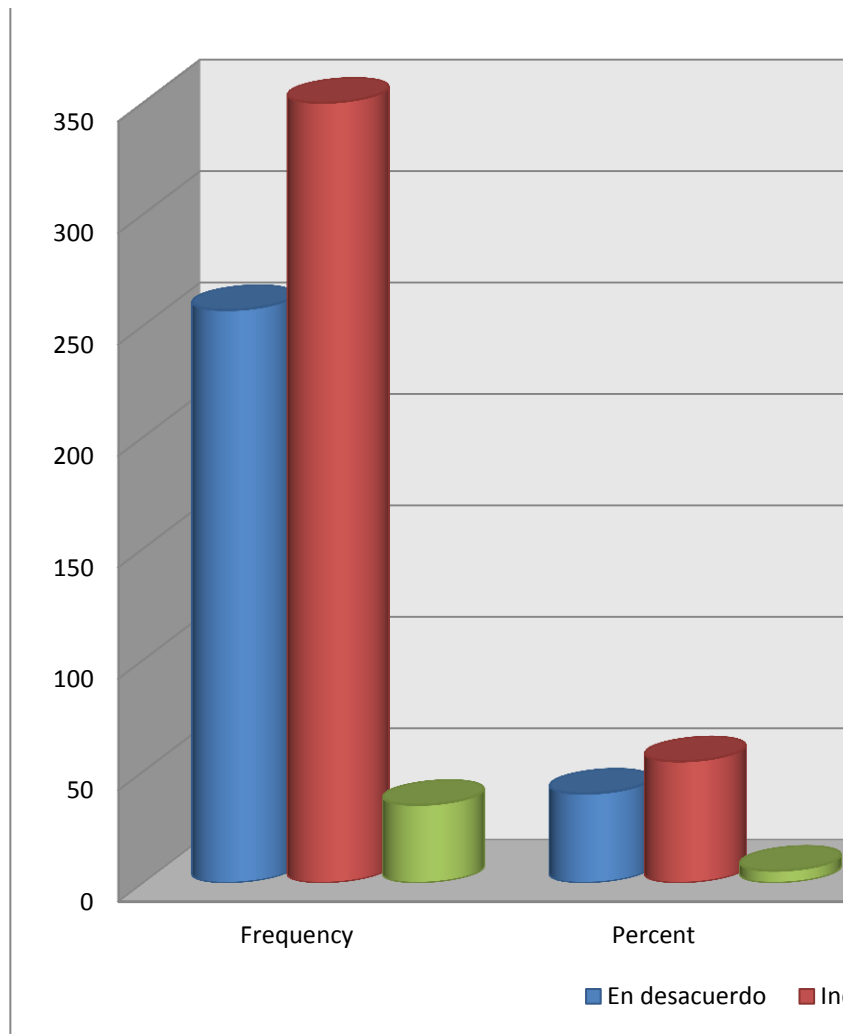
¿En el tianguis se tienen los lugares apropiados para realizar sus funciones?	¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades?	¿Ha colaborado en talleres por parte del gobierno o ha recibido invitación para participar en los cursos de formación?
642	642	642
0	0	0
→ 2.65 →	→ 3.62 →	→ 2.99 →
→ 3.00 →	→ 4.00 →	→ 3.00 →
→ 3 →	→ 4 →	→ 2 →
↓ .579 ↓	↓ 1.031 ↓	↓ .990 ↓
↓ .336 ↓	↓ 1.063 ↓	↓ .980 ↓
↘ 2 ↘	↘ 3 ↘	↘ 3 ↘
↘ 2 ↘	↘ 2 ↘	↘ 2 ↘
↗ 4 ↗	↗ 5 ↗	↗ 5 ↗
1704	2323	1922

Considero que mis compañeros tienen problemas personales

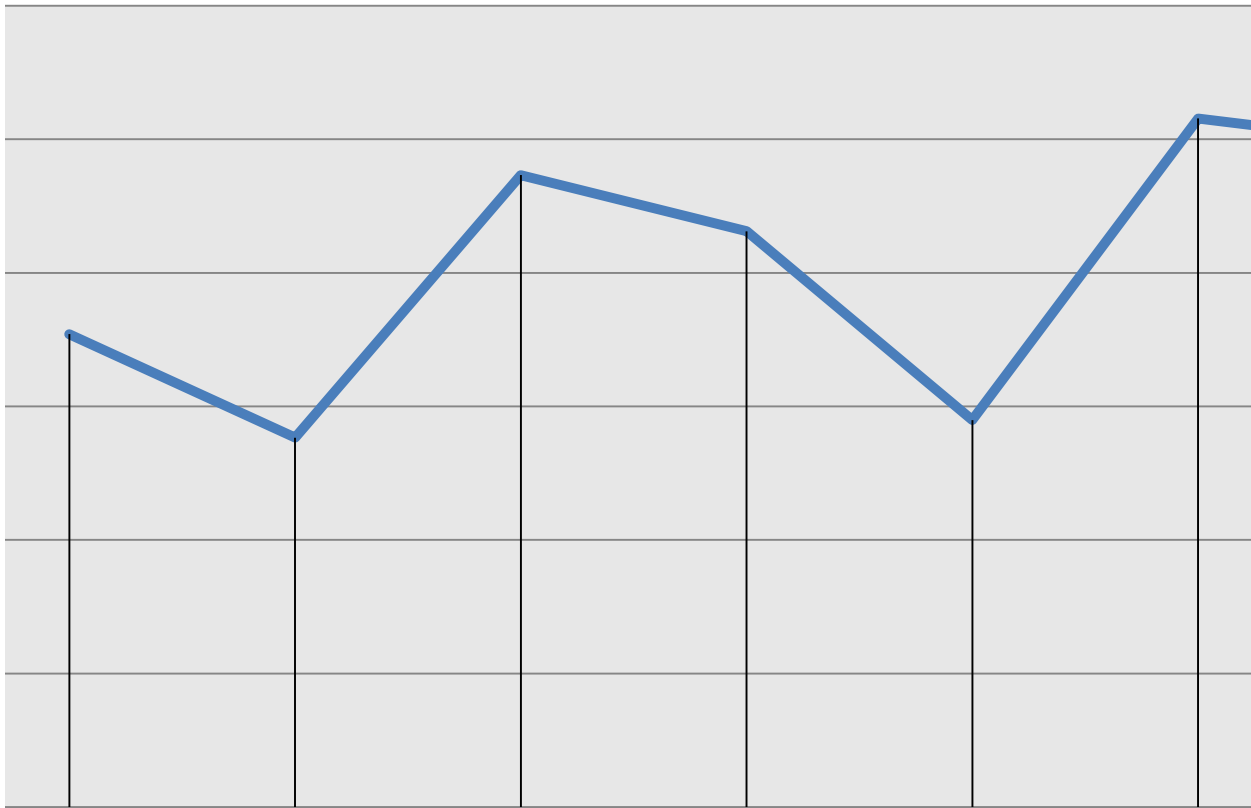




**¿En el tianguis se tienen los lugares
funcion**



Coeficiente de Cronbach



Considero que mis compañeros angustias nos preocupamos en los problemas personales que presentamos

Puedo participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo

Pienso que los tipos de puestos en el tianguis está bien distribuidos

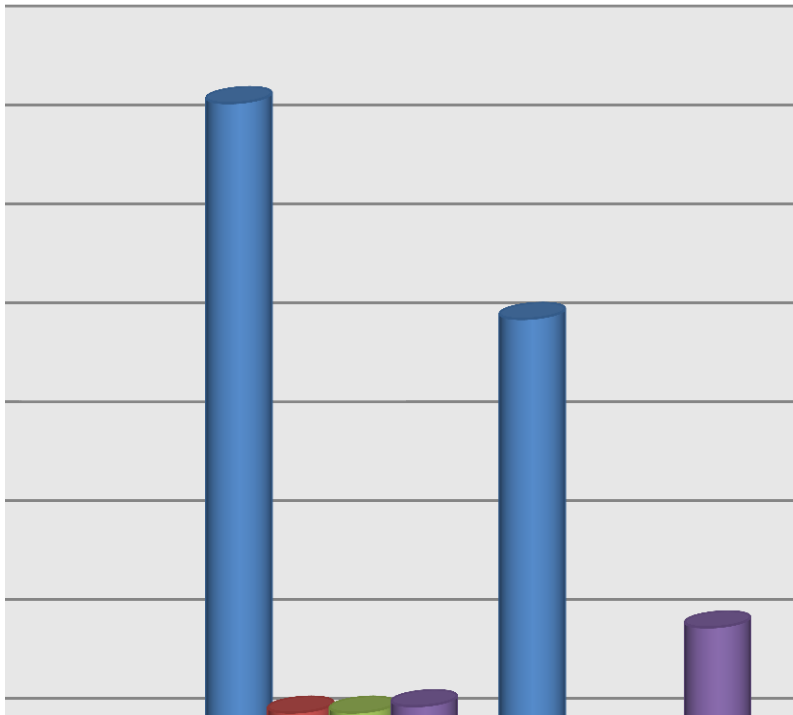
Creo que las actividades necesarias están bien distribuidas y planeadas

¿En el tianguis se tienen los lugares apropiados para realizar sus funciones?

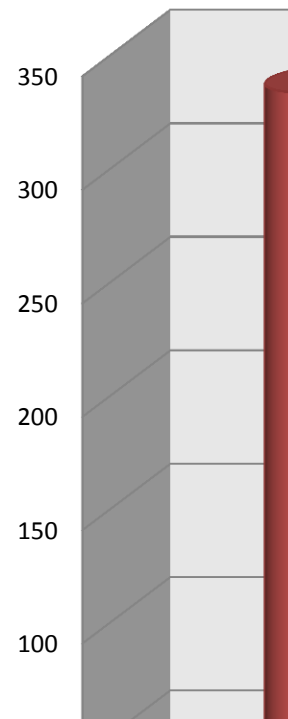
¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades

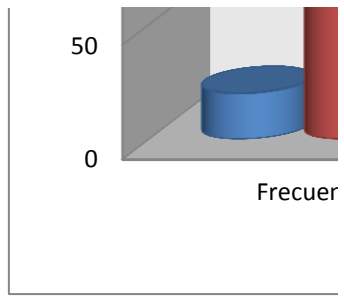
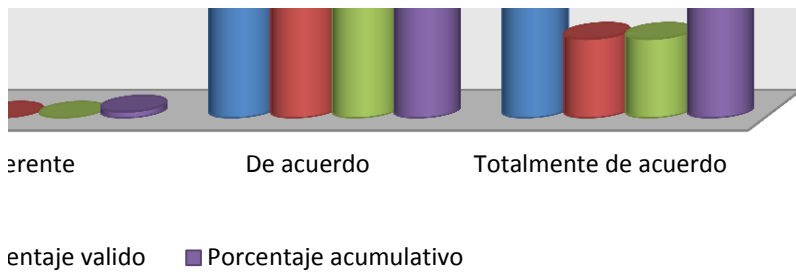
Título del eje

**tianguistas nos apoyamos en los
les que presentamos**

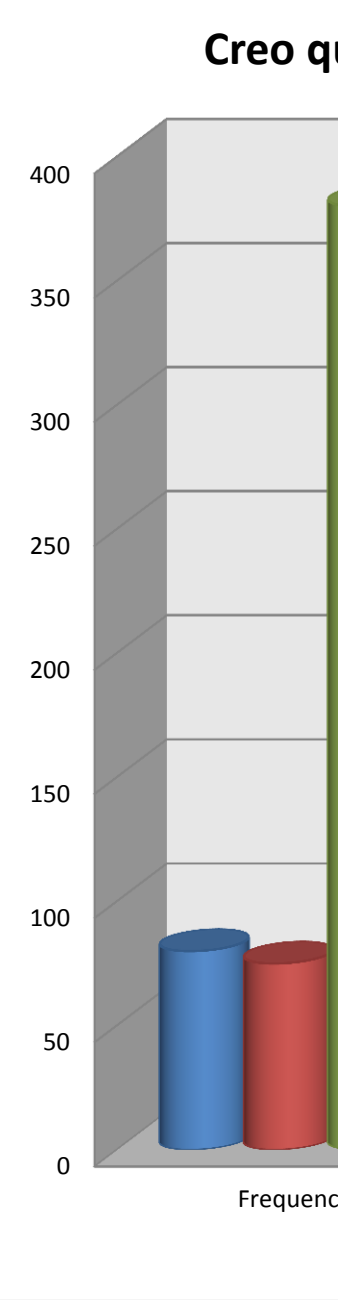
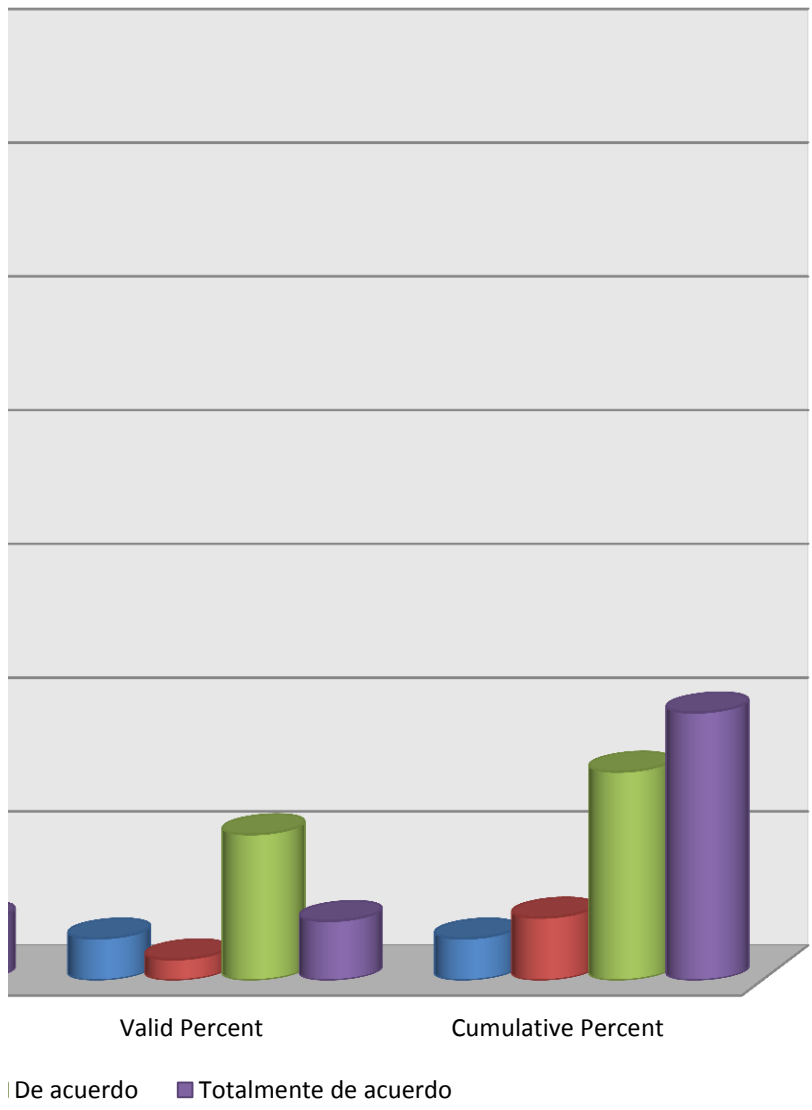


Puedo



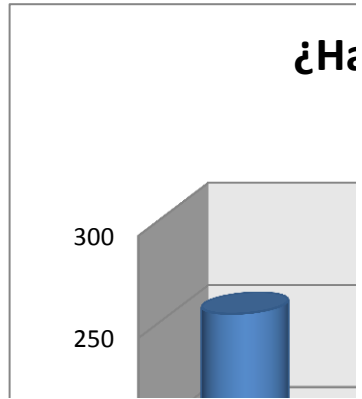
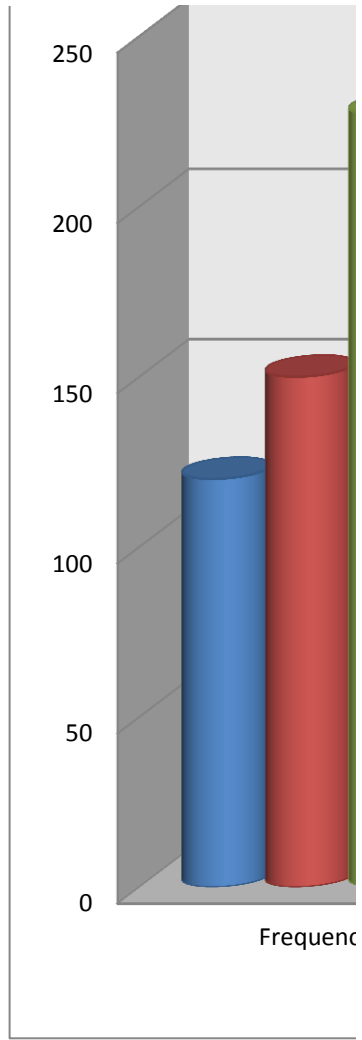
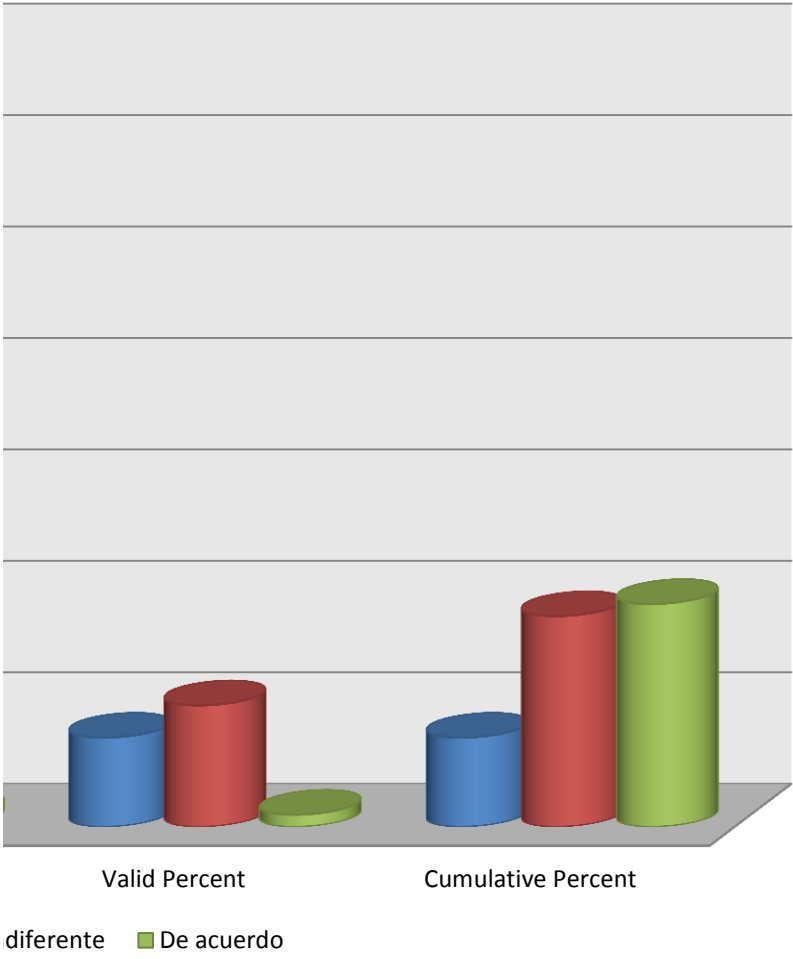


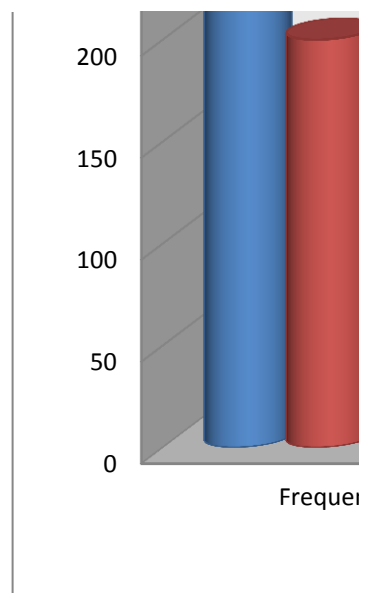
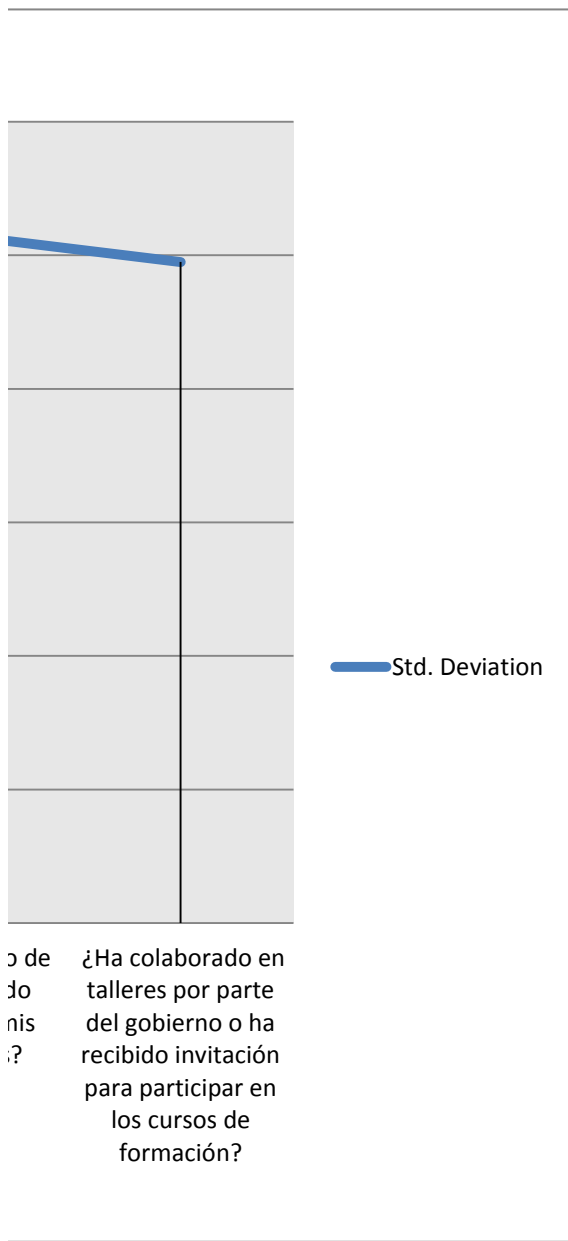
¿Los costos en el tianguis está bien cubiertos?



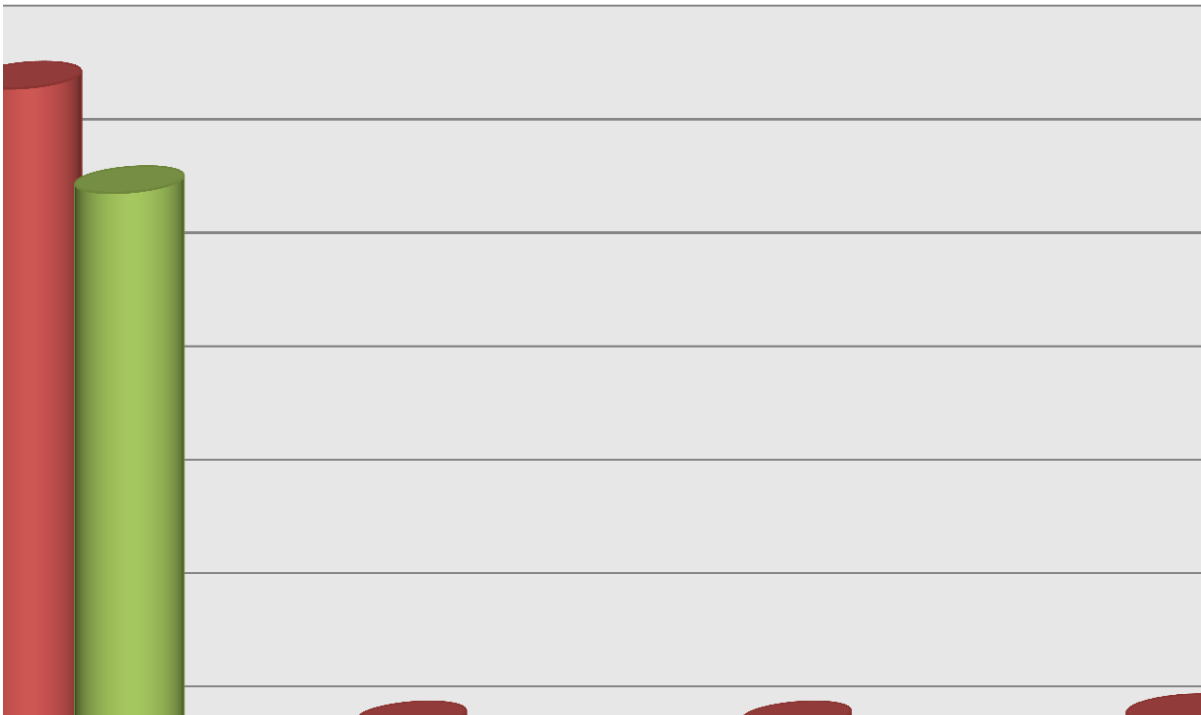
¿Hay recursos apropiados para realizar sus labores?

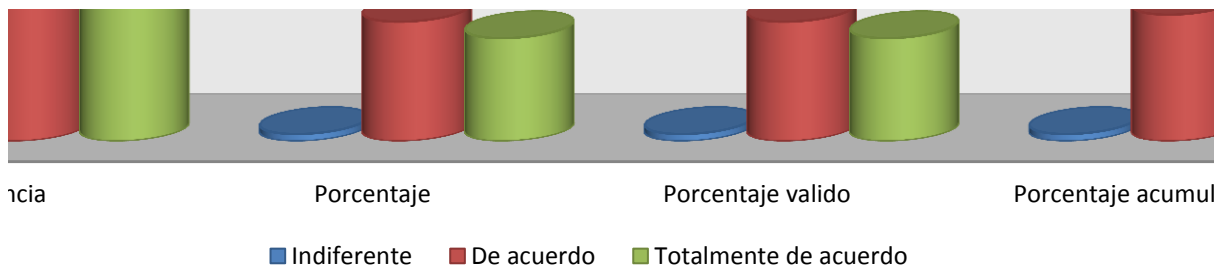




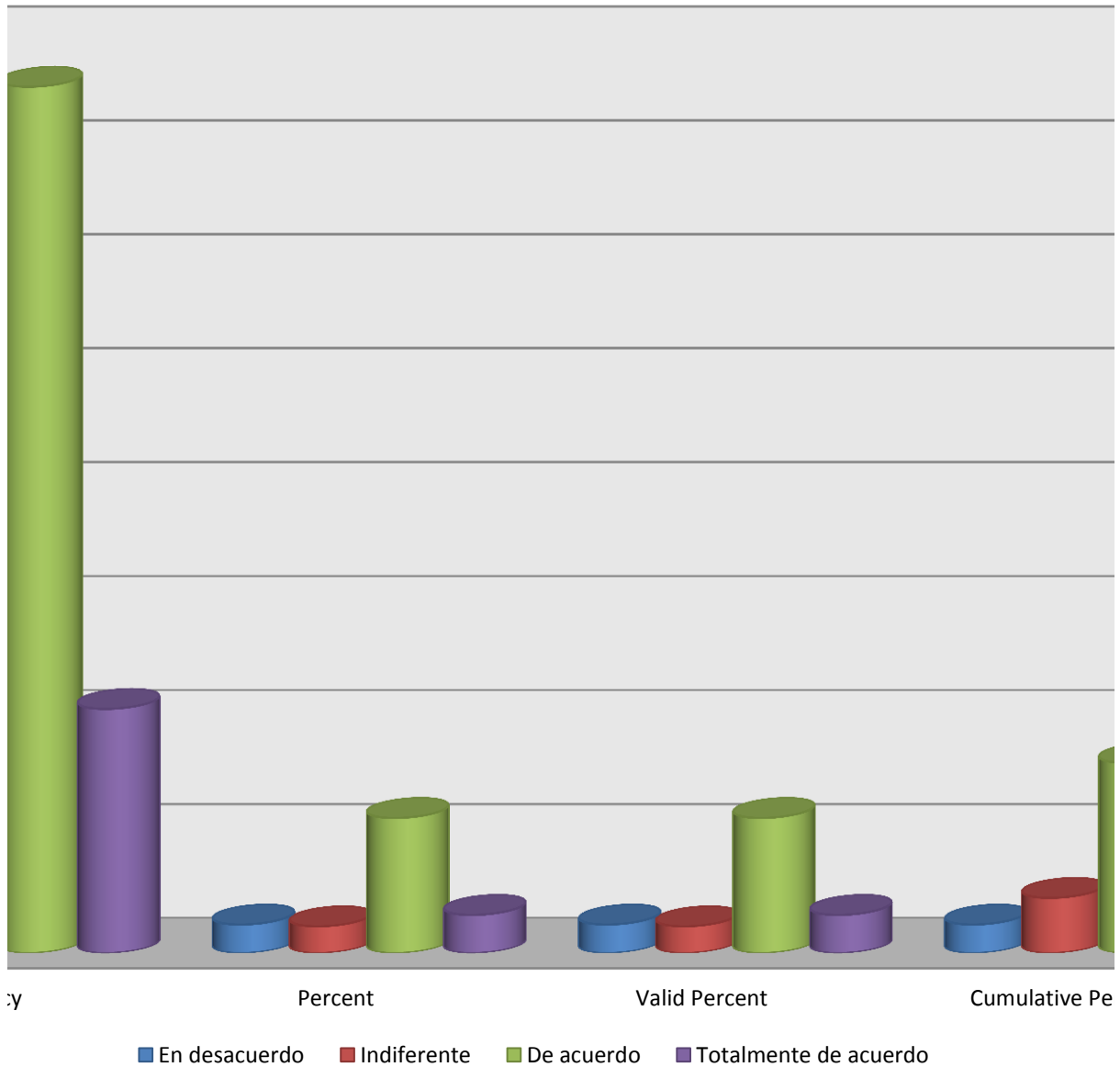


participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo

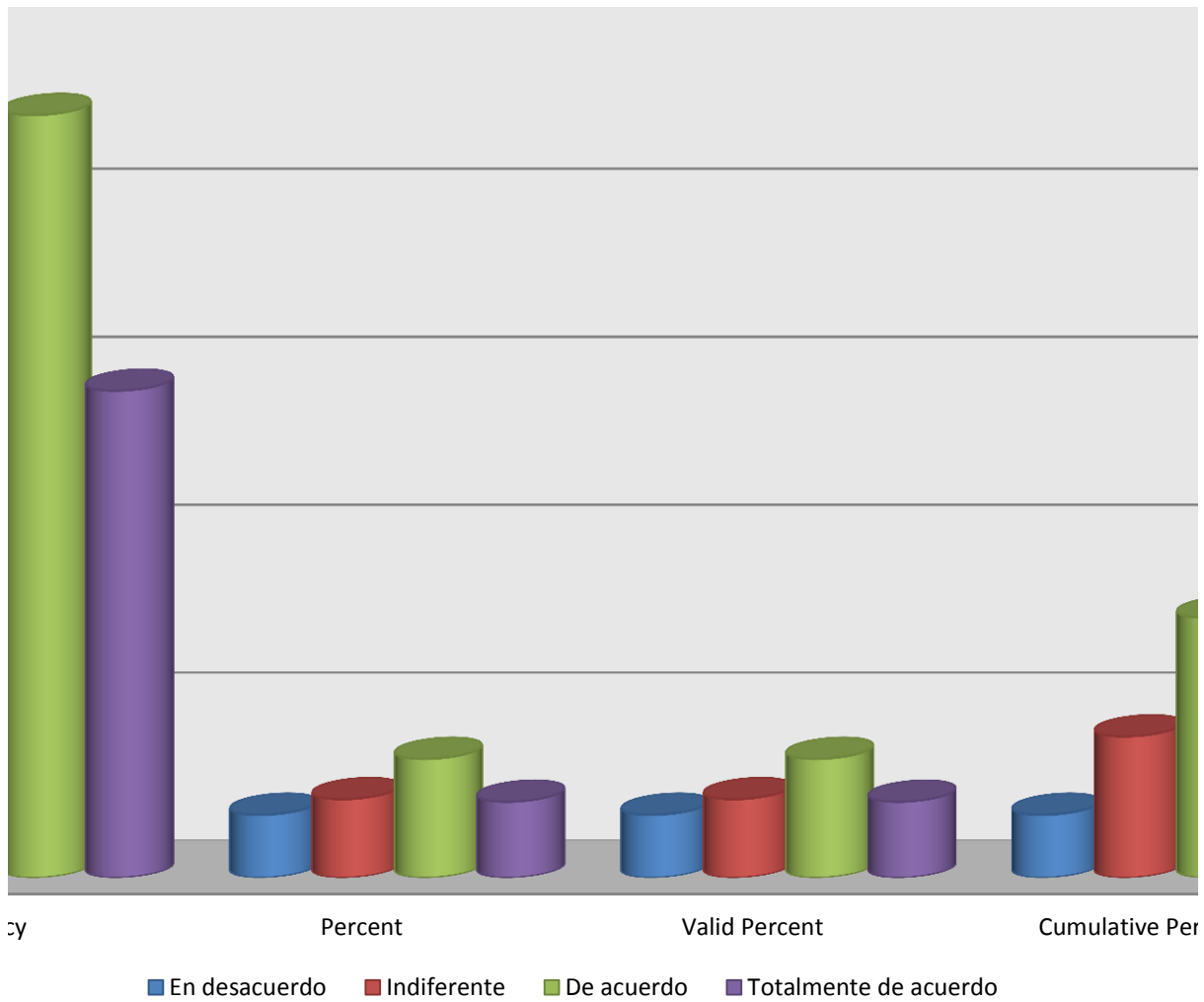




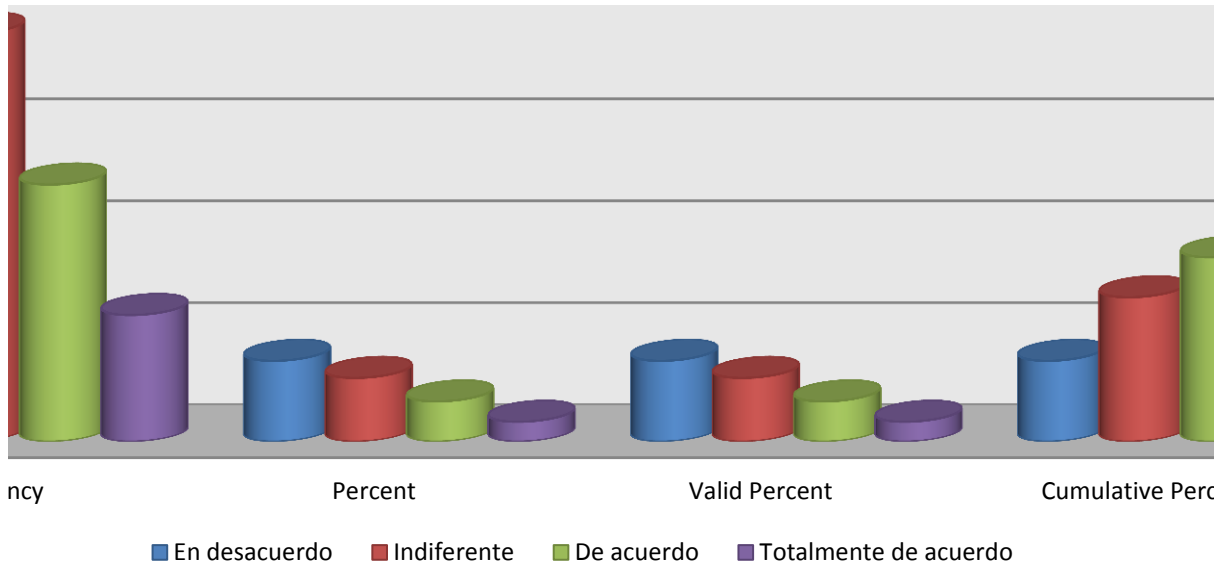
¿Crees que las actividades necesarias están bien distribuidas y planeadas?



¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades?

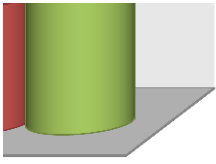


¿ha colaborado en talleres por parte del gobierno o ha recibido invitación para participar en los cursos de formación?



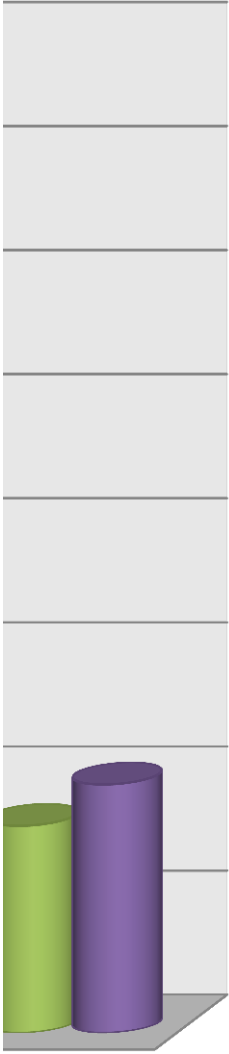
stro





lativo

idas



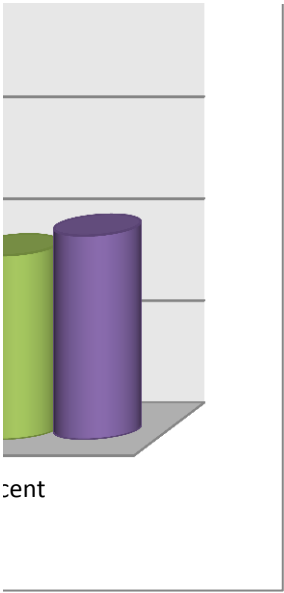
rcent



Percent

)





Percepcion Sobre la Agrupacion

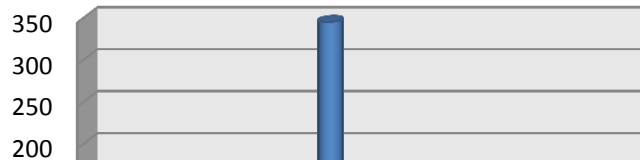
Statistics

		Pienso que mis líderes o representantes nos desprecian	Creo que mis líderes no nos tienen confianza	Considero que mis líderes son autoritarios e injustos	Pienso que mis líderes deberían convivir con los tianguistas	Creo que mis líderes no comprenden sus problemas personales y familiares	Considero que la coordinación sólo quiere ganar dinero	El gobierno apoya al tianguis con planes y mejoras suficientes	Siento que mi participación es indispensable	Sólo trabajo porque gano dinero extra con esta actividad	Mi familia es más importante que mi trabajo	Hay muchos rencores y odios en la agrupación	En cuanto pueda me consigo otro trabajo	No quiero que mis hijos desarrollen esta actividad	Considero que mi trabajo es aburrido	Creo que en el lugar hay mucho ruido, polvo y poca iluminación	Considero excesivos los accidentes ocurridos en el tianguis	Mi área de trabajo es un lugar aceptable	En este tianguis no se toma en cuenta mi opinión	El comportamiento de mis líderes es aceptable
N	Valid	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642
	Missing	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
Mean		→ 3.02	→ 2.99	→ 3.22	→ 3.15	→ 3.28	→ 3.51	→ 3.51	→ 3.40	→ 2.64	→ 3.51	→ 3.93	→ 3.42	→ 3.46	→ 3.85	→ 3.11	→ 3.30	→ 2.25	→ 3.21	→ 4.03
Median		→ 3.00	→ 3.00	→ 3.00	→ 3.00	→ 3.00	→ 4.00	→ 4.00	→ 3.00	→ 3.00	→ 4.00	→ 4.00	→ 4.00	→ 3.00	→ 4.00	→ 3.00	→ 4.00	→ 2.00	→ 3.00	→ 4.00
Mode		→ 3	→ 3	→ 3	→ 3	→ 3	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 3	→ 4	↑ 5	→ 2	↓ 1	2 ^a	→ 4
Std. Deviation		↓ .958	↓ .957	↓ .984	↓ 1.358	↓ 1.037	↓ .691	↓ .691	↓ .895	↓ 1.218	↓ 1.305	↓ ####	↓ 1.274	↓ .869	↓ .788	→ 1.413	↓ 1.342	↓ 1.200	↓ 1.368	↓ .977
Variance		↓ .917	↓ .916	↓ .969	→ 1.845	↓ 1.076	↓ .478	↓ .478	↓ .801	→ 1.484	→ 1.704	↓ ####	→ 1.624	↓ .755	↓ .620	→ 1.996	→ 1.801	→ 1.441	→ 1.871	↓ .954
Range		→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4	→ 4
Minimum		↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1	↓ 1
Maximum		↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5	↑ 5
Sum		1936	1919	2069	2023	2106	2251	2251	2181	1698	2252	2522	2198	2224	2469	1995	2118	1447	2062	2588

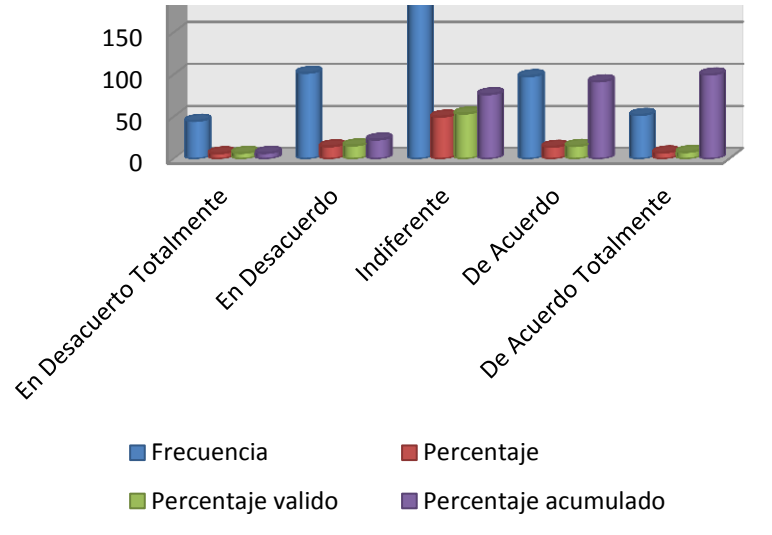
Pienso que mis líderes o representantes nos desprecian

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valid	En Desacuerdo Totalmente	45	6.5	7.0	7.0

Pienso que mis líderes o representantes nos desprecian

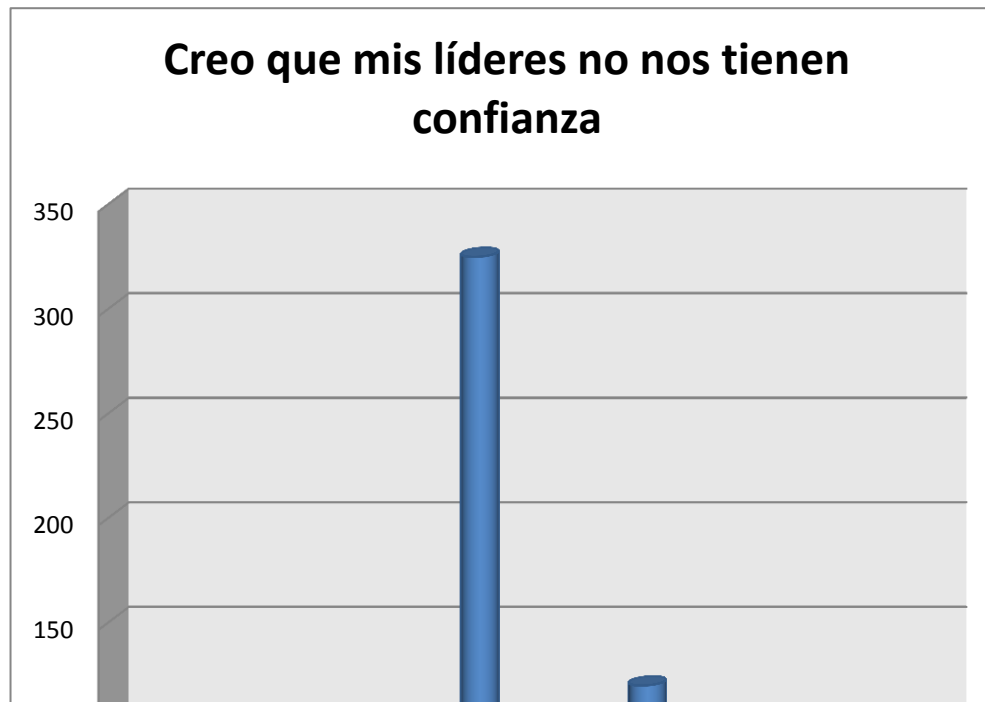


	En Desacuerdo	102	14.8	15.9	22.9
	Indiferente	345	50.1	53.7	76.6
	De Acuerdo	98	14.2	15.3	91.9
	De Acuerdo Totalmente	52	7.5	8.1	100.0
	Total	642	93.2	100.0	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		



Creo que mis líderes no nos tienen confianza

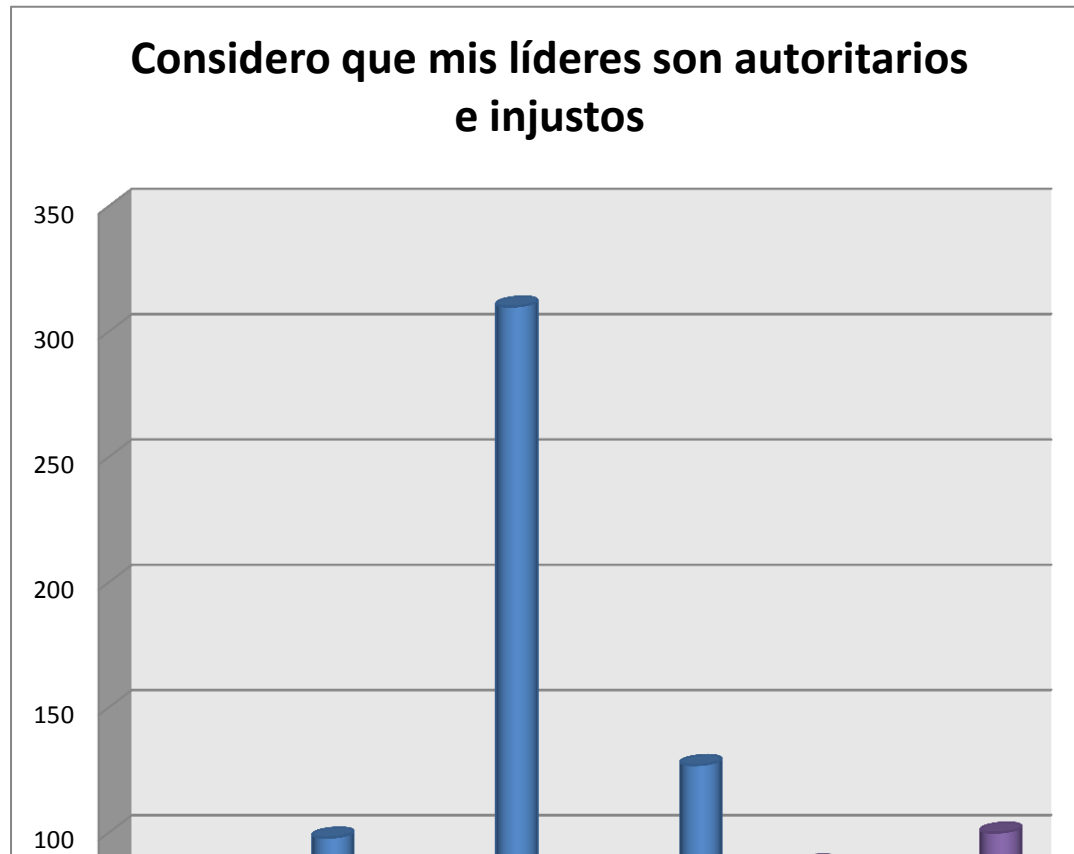
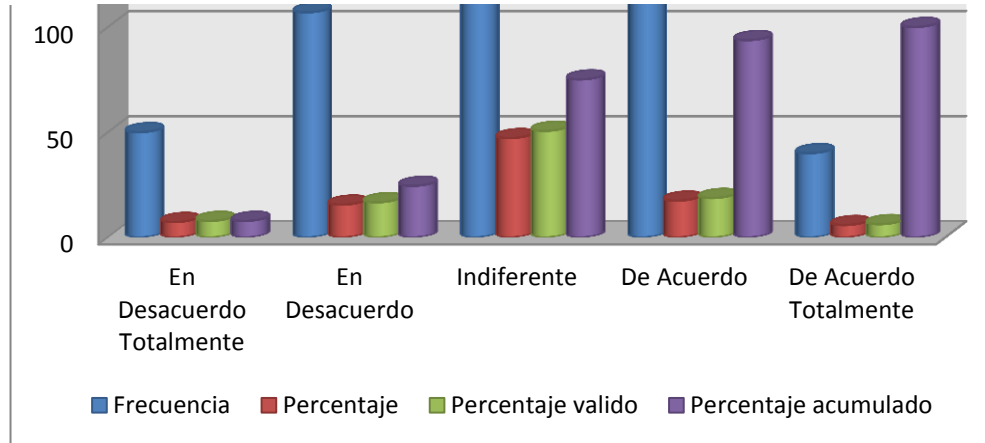
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valid	En Desacuerdo Totalmente	50	7.3	7.8	7.8
	En Desacuerdo	107	15.5	16.7	24.5
	Indiferente	325	47.2	50.6	75.1
	De Acuerdo	120	17.4	18.7	93.8



	De Acuerdo Totalmente	40	5.8	6.2	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

Considero que mis líderes son autoritarios e injustos

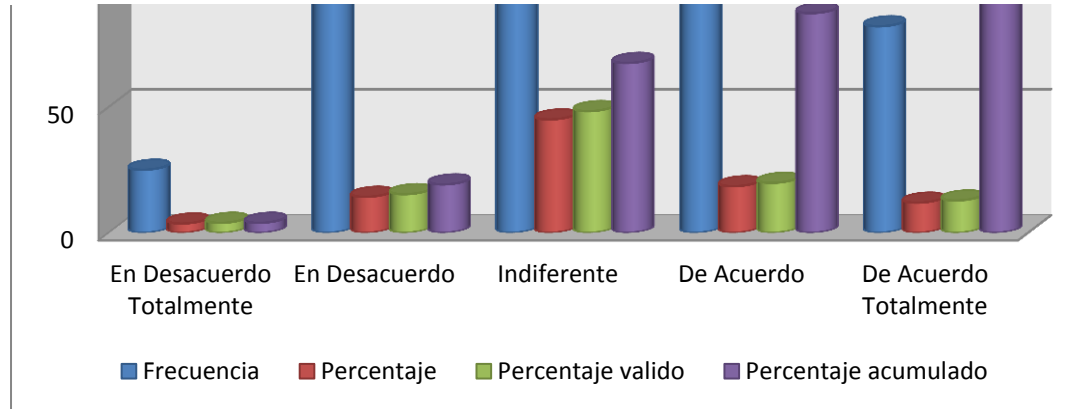
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valid	En Desacuerdo Totalmente	25	3.6	3.9	3.9
	En Desacuerdo	98	14.2	15.3	19.2
	Indiferente	310	45.0	48.3	67.4
	De Acuerdo	127	18.4	19.8	87.2
	De Acuerdo Totalmente	82	11.9	12.8	100.0



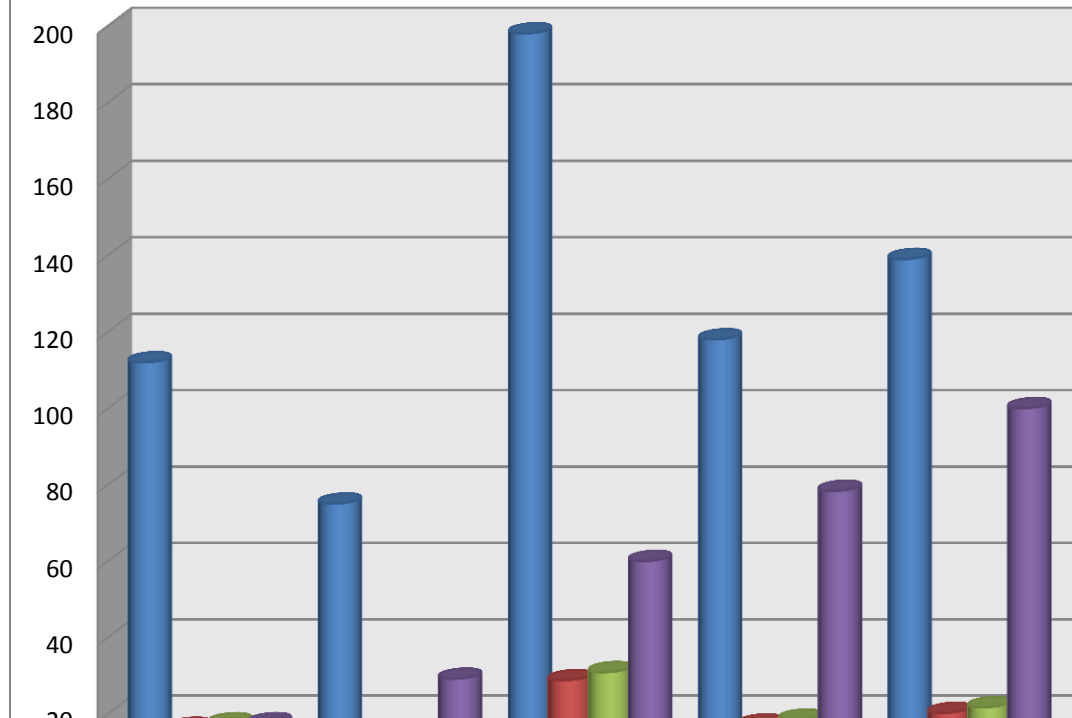
	Total	642	93.2	####
Missing	Syst em	47	6.8	
Total		689	100.0	

Pienso que mis líderes deberían convivir con los tanguistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valid	En Desacuerdo Totalmente	112	16.3	17.4	17.4
	En Desacuerdo	75	10.9	11.7	29.1
	Indiferente	198	28.7	30.8	60.0
	De Acuerdo	118	17.1	18.4	78.3
	De Acuerdo Totalmente	139	20.2	21.7	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	Syst em	47	6.8		
Total		689	100.0		



Pienso que mis líderes deberían convivir con los tanguistas

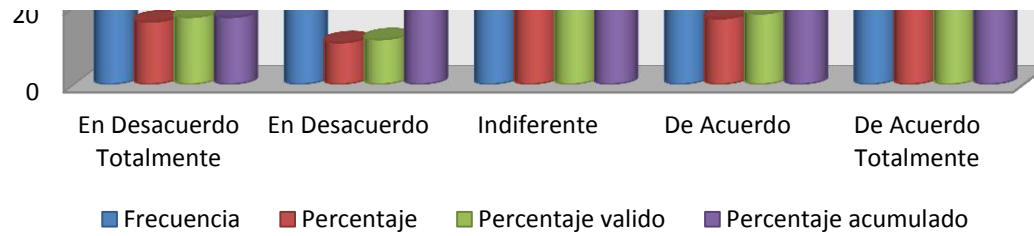


Creo que mis líderes no comprenden sus problemas personales y familiares

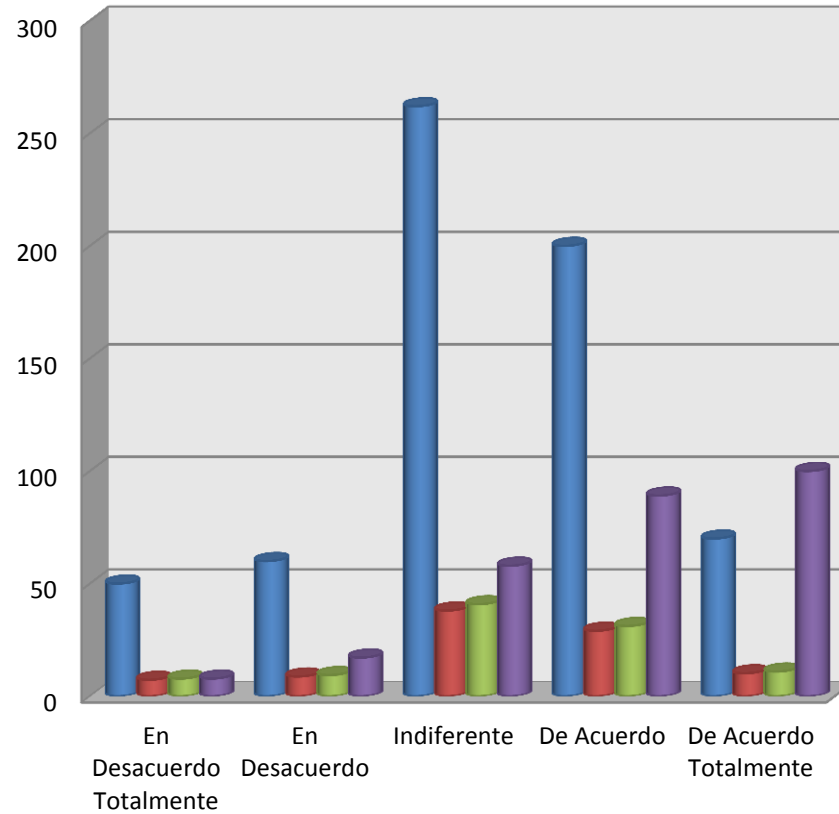
		Frecuency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	50	7.3	7.8	7.8
	En Desacuerdo	60	8.7	9.3	17.1
	Indiferente	262	38.0	40.8	57.9
	De Acuerdo	200	29.0	31.2	89.1
	De Acuerdo Totalmente	70	10.2	10.9	100.0
	Total	642	93.2	###	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

Considero que la coordinacion solo quiere ganar dinero

		Frecuencia	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	En Desacuerdo Totalmente				
	En Desacuerdo				
	Indiferente				
	De Acuerdo				
	De Acuerdo Totalmente				



Creo que mis líderes no comprenden sus problemas personales y familiares

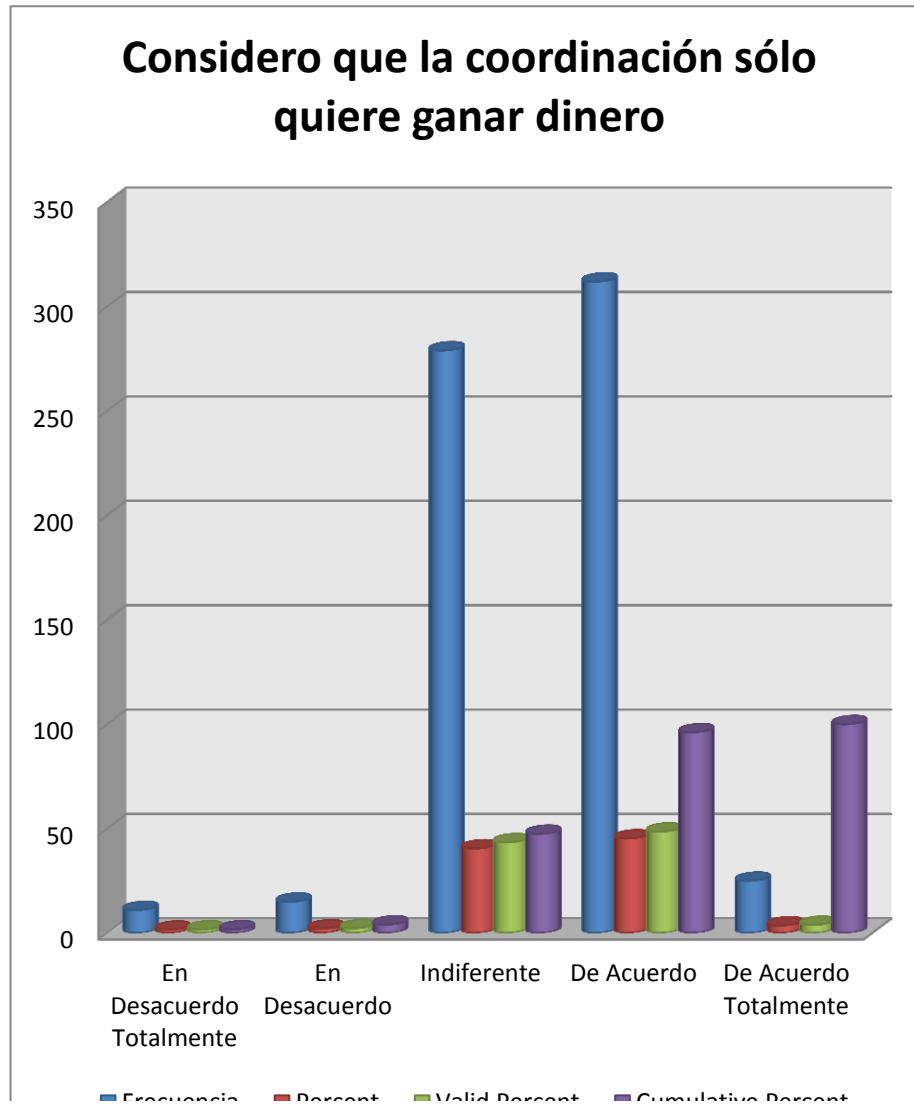


Valid	En Desacuerdo Totalmente	11	1.6	1.7	1.7
	En Desacuerdo	15	2.2	2.3	4.0
	Indiferente	279	40.5	43.5	47.5
	De Acuerdo	312	45.3	48.6	96.1
	De Acuerdo Totalmente	25	3.6	3.9	100.0
	Total	642	93.2	###	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

El gobierno apoya al triangulo con planes y mejoras suficientes

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	11	1.6	1.7	1.7

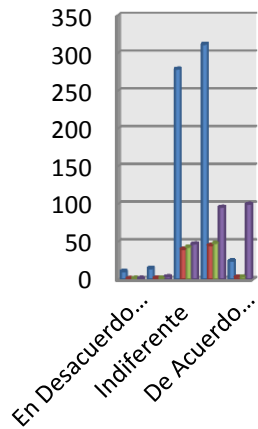
■ Frequency ■ Percent ■ Valid Percent ■ Cumulative Percent



	En Desacuerdo	15	2.2	2.3	4.0
	Indiferente	279	40.5	43.5	47.5
	De Acuerdo	312	45.3	48.6	96.1
	De Acuerdo Totalmente	25	3.6	3.9	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

■ Frecuencia ■ Percent ■ Valid Percent ■ Cumulative Percent

El gobierno apoya al tianguis con planes y mejoras suficientes



■ Frequency
■ Percent
■ Valid Percent
■ Cumulative Percent

Siento que mi participacion es indispensable

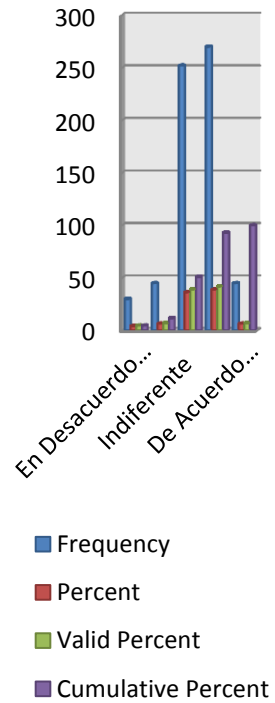
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	30	4.4	4.7	4.7
	En Desacuerdo	45	6.5	7.0	11.7
	Indiferente	252	36.6	39.3	50.9

	De Acuerdo	270	39.2	42.1	93.0
	De Acuerdo Totalmente	45	6.5	7.0	100.0
	Total	642	93.2	###	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

soio trabajo porque gano dinero extra con esta actividad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	150	21.8	23.4	23.4
	En Desacuerdo	150	21.8	23.4	46.7
	Indiferente	150	21.8	23.4	70.1
	De Acuerdo	162	23.5	25.2	95.3

Siento que mi participación es indispensable



	De Acuerdo Totalmente	30	4.4	4.7	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

MI familia es mas importante que mi trabajo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	72	10.4	11.2	11.2
	En Desacuerdo Indiferente	100	14.5	15.6	26.8
	De Acuerdo De Acuerdo Totalmente	270	39.2	42.1	76.6
		150	21.8	23.4	100.0

Sólo trabajo porque gano dinero extra con esta actividad



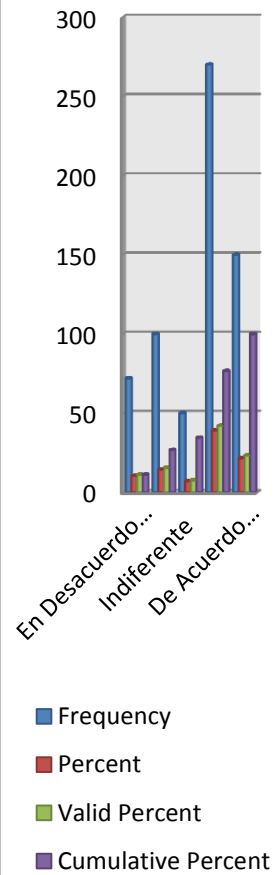
Mi familia es más

	Total	642	93.2	####
Missing	System	47	6.8	
Total		689	100.0	

Hay muchos rencores y odios en la agrupación

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	42	6.1	6.5	6.5
	En Desacuerdo	20	2.9	3.1	9.7
	Indiferente	80	11.6	12.5	22.1
	De Acuerdo	300	43.5	46.7	68.8
	De Acuerdo Totalmente	200	29.0	31.2	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

important
e que mi
trabajo



Hay
muchos
rencores v

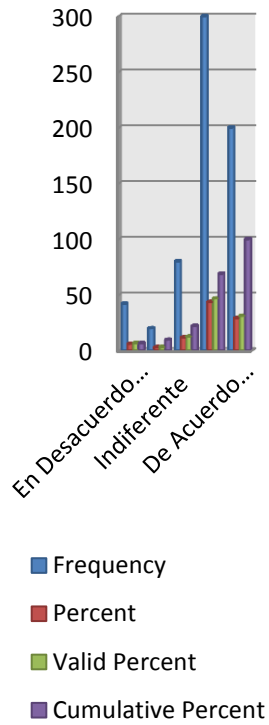
En cuanto pueda me consigo otro trabajo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	70	10.2	10.9	10.9
	En Desacuerdo	84	12.2	13.1	24.0
	Indiferente	140	20.3	21.8	45.8
	De Acuerdo	200	29.0	31.2	76.9
	De Acuerdo Totalmente	148	21.5	23.1	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

no quiero que mis hijos desarrollen esta actividad

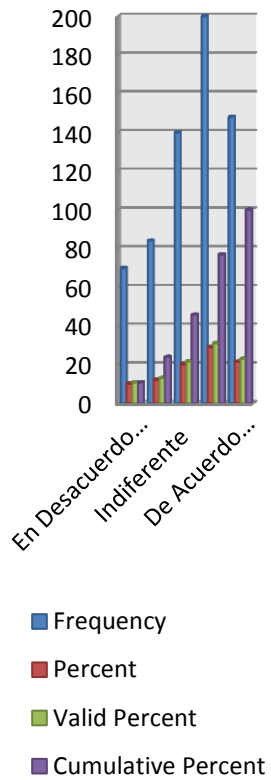
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

odios en la agrupación



En cuanto pueda me consigo otro trabajo

Valid	En Desacuerdo Totalmente	10	1.5	1.6	1.6
	En Desacuerdo	32	4.6	5.0	6.5
	Indiferente	350	50.8	54.5	61.1
	De Acuerdo	150	21.8	23.4	84.4
	De Acuerdo Totalmente	100	14.5	15.6	100.0
	Total	642	93.2	###	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		



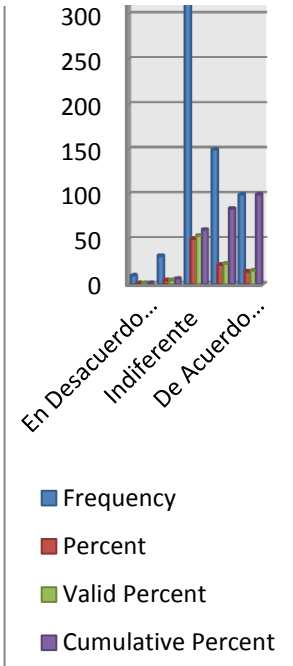
Considero que mi trabajo es aburrido

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	5	.7	.8	.8

No quiero que mis hijos desarrollen esta actividad



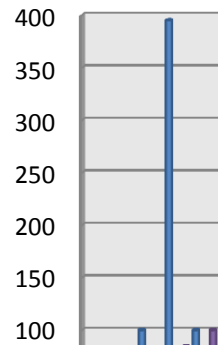
	En Desacuerdo	42	6.1	6.5	7.3
	Indiferente	100	14.5	15.6	22.9
	De Acuerdo	395	57.3	61.5	84.4
	De Acuerdo Totalmente	100	14.5	15.6	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		



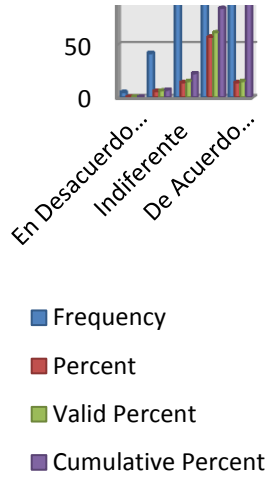
Creo que en el lugar hay mucho ruido, polvo y poca iluminación

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	115	16.7	17.9	17.9
	En Desacuerdo	120	17.4	18.7	36.6
	Indiferente	132	19.2	20.6	57.2

Considero que mi trabajo es aburrido



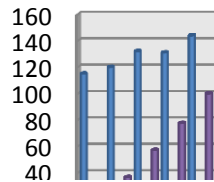
	De Acuerdo	131	19.0	20.4	77.6
	De Acuerdo Totalmente	144	20.9	22.4	100.0
	Total	642	93.2	###	
Missing	Syst em	47	6.8		
Total		689	100.0		



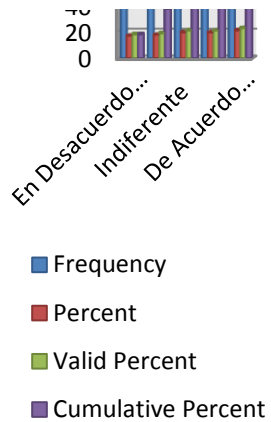
Considero excesivo los accidentes ocurridos en el tianguis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	50	7.3	7.8	7.8
	En Desacuerdo	200	29.0	31.2	38.9
	Indiferente	60	8.7	9.3	48.3
	De Acuerdo	172	25.0	26.8	75.1

Creo que en el lugar hay mucho ruido, polvo y poca iluminación



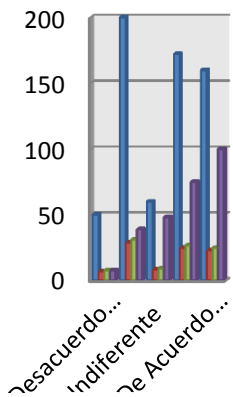
	De Acuerdo Totalmente	160	23.2	24.9	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		



Mi área de trabajo es un lugar aceptable

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	210	30.5	32.7	32.7
	En Desacuerdo	200	29.0	31.2	63.9
	Indiferente	141	20.5	22.0	85.8
	De Acuerdo	41	6.0	6.4	92.2
	De Acuerdo Totalmente	50	7.3	7.8	100.0

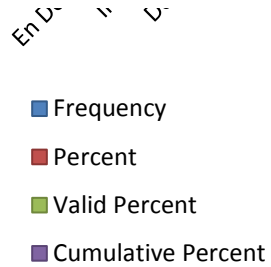
Considero excesivo los accidentes ocurridos en el tianguis



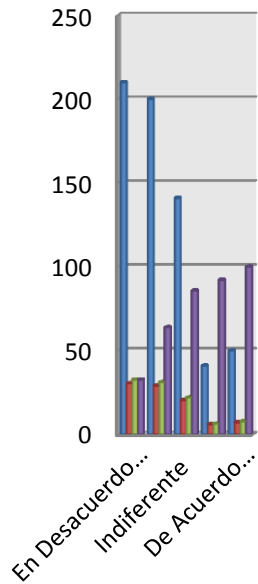
	Total	642	93.2	####
Missing	System	47	6.8	
Total		689	100.0	

En este trianguis no se toma en cuenta mi opinión

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	82	11.9	12.8	12.8
	En Desacuerdo	150	21.8	23.4	36.1
	Indiferente	110	16.0	17.1	53.3
	De Acuerdo	150	21.8	23.4	76.6
	De Acuerdo Totalmente	150	21.8	23.4	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		



Mi área de trabajo es un lugar aceptable

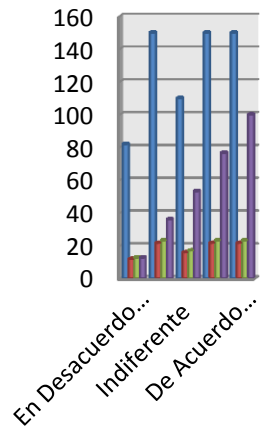


El comportamiento de mis líderes es aceptable

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	12	1.7	1.9	1.9
	En Desacuerdo	58	8.4	9.0	10.9
	Indiferente	50	7.3	7.8	18.7
	De Acuerdo	300	43.5	46.7	65.4
	De Acuerdo Totalmente	222	32.2	34.6	100.0
	Total	642	93.2	####	
Missing	System	47	6.8		
Total		689	100.0		

- Frequency
- Percent
- Valid Percent
- Cumulative Percent

En este tianguis no se toma en cuenta mi opinión



- Frequency
- Percent
- Valid Percent
- Cumulative Percent

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

	N	%

--	--

Cases	Valid	642	93.2
	Excluded ^a	47	6.8
	Total	689	100.0

a. Listwise deletion based on all

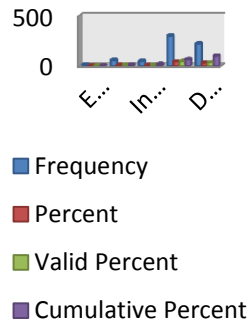
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.989	19

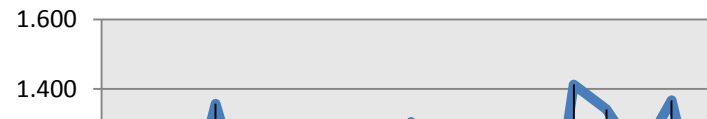
Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pienso que mis líderes o representantes nos desprecian	3.02	.958	642
Creo que mis líderes no nos tienen confianza	2.99	.957	642
Considero que mis líderes son autoritarios e injustos	3.22	.984	642

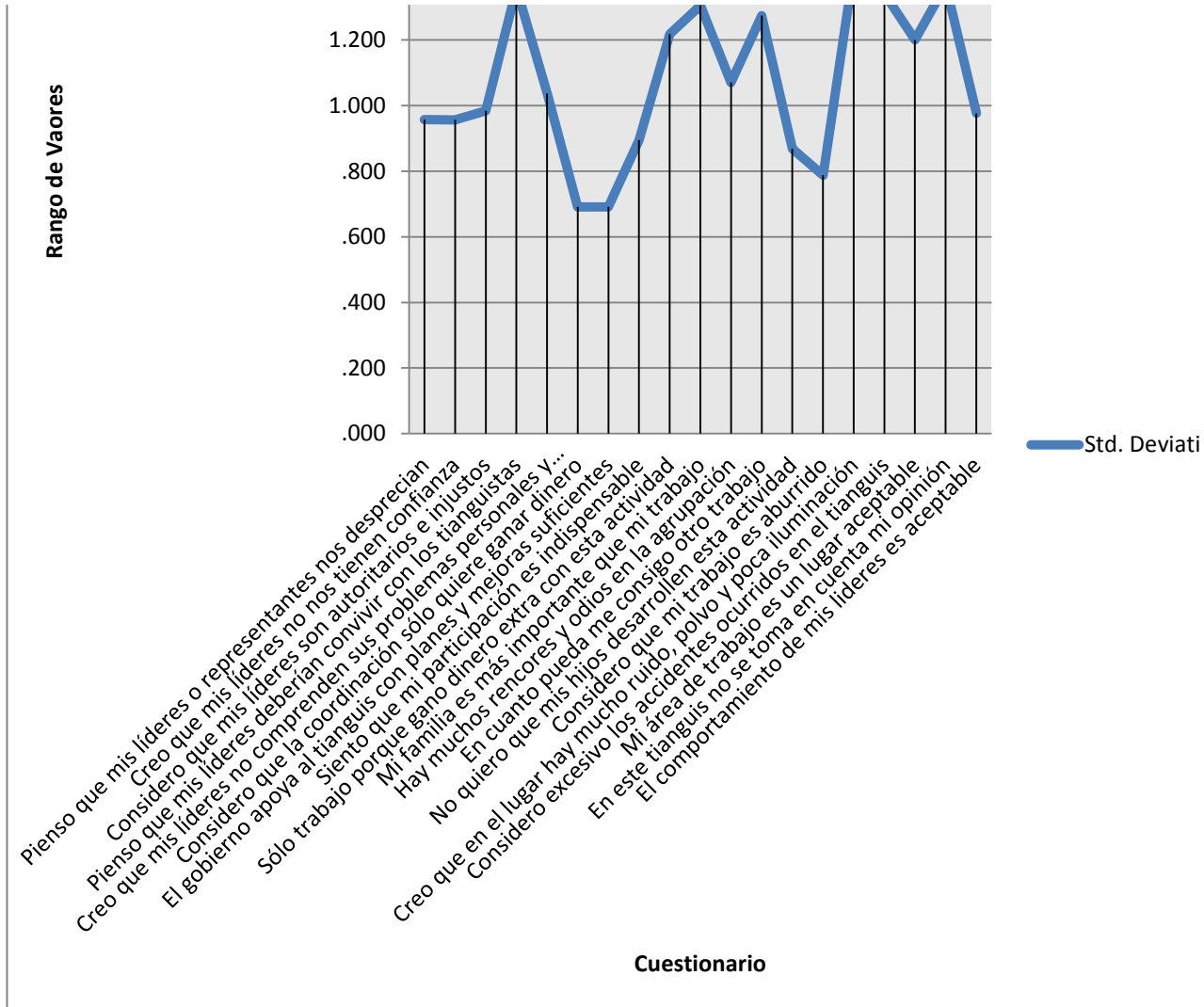
El comportamiento de mis líderes es aceptable



Coeficiente de Cronbach



Pienso que mis líderes deberían convivir con los tianguistas	3.15	1.358	642
Creo que mis líderes no comprenden sus problemas personales y familiares	3.28	1.037	642
Considero que la coordinación sólo quiere ganar dinero	3.51	.691	642
El gobierno apoya al tianguis con planes y mejoras suficientes	3.51	.691	642
Siento que mi participación es indispensable	3.40	.895	642



Sólo trabajo porque gano dinero extra con esta actividad	2.64	1.218	642
Mi familia es más importante que mi trabajo	3.51	1.305	642
Hay muchos rencores y odios en la agrupación	3.93	1.071	642
En cuanto pueda me consigo otro trabajo	3.42	1.274	642
No quiero que mis hijos desarrollen esta actividad	3.46	.869	642
Considero que mi trabajo es aburrido	3.85	.788	642

Creo que en el lugar hay mucho ruido, polvo y poca iluminación	3.11	1.413	642
Considero excesivo los accidentes ocurridos en el tianguis	3.30	1.342	642
Mi área de trabajo es un lugar aceptable	2.25	1.200	642
En este tianguis no se toma en cuenta mi opinión	3.21	1.368	642
El comportamiento de mis líderes es aceptable	4.03	.977	642

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
62.79	#####	#####	19

—

]





ion

Percepcion Sobre El Trabajo

Statistics

		Mi relación con mis compañeros de trabajo es buena	Me agrada el horario de trabajo que tengo	Estoy conforme con lo que me pagan
N	Valid	642	642	642
	Missing	0	0	0
Mean		4.23	4.18	4.31
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4
Std. Deviation		1.000	.684	.463
Variance		1.000	.469	.215
Range		4	3	1
Minimum		1	2	4
Maximum		5	5	5
Sum		2714	2686	2768

Mi relación con mis compañeros de trabajo es buena

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Valid	Totalmente en desacuerdo	34	5.3	5.3
	En desacuerdo	20	3.1	3.1
	De acuerdo	300	46.7	46.7
	Totalmente de acuerdo	288	44.9	44.9
	Total	642	100.0	100.0

Me agrada el horario de trabajo que tengo

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En desacuerdo	20	3.1	3.1
	Indiferente	42	6.5	6.5
	De acuerdo	380	59.2	59.2
	Totalmente de acuerdo	200	31.2	31.2
	Total	642	100.0	100.0

Estoy conforme con lo que me pagan

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	De acuerdo	442	68.8	68.8
	Totalmente de acuerdo	200	31.2	31.2
	Total	642	100.0	100.0

Lo considero un trabajo peligroso

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En desacuerdo	40	6.2	6.2
	Indiferente	452	70.4	70.4
	De acuerdo	150	23.4	23.4
	Total	642	100.0	100.0

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	642	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	642	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Mi relación con mis compañeros de trabajo es buena	4.23	1.000	642
Me agrada el horario de trabajo que tengo	4.18	.684	642
Estoy conforme con lo que me pagan	4.31	.463	642
Lo considero un trabajo peligroso	3.17	.517	642

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.89	5.811	2.411	4

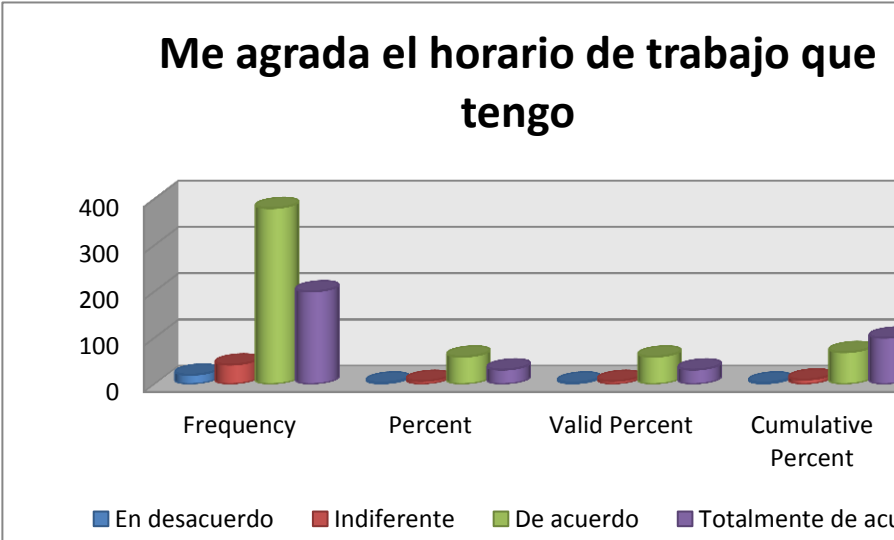
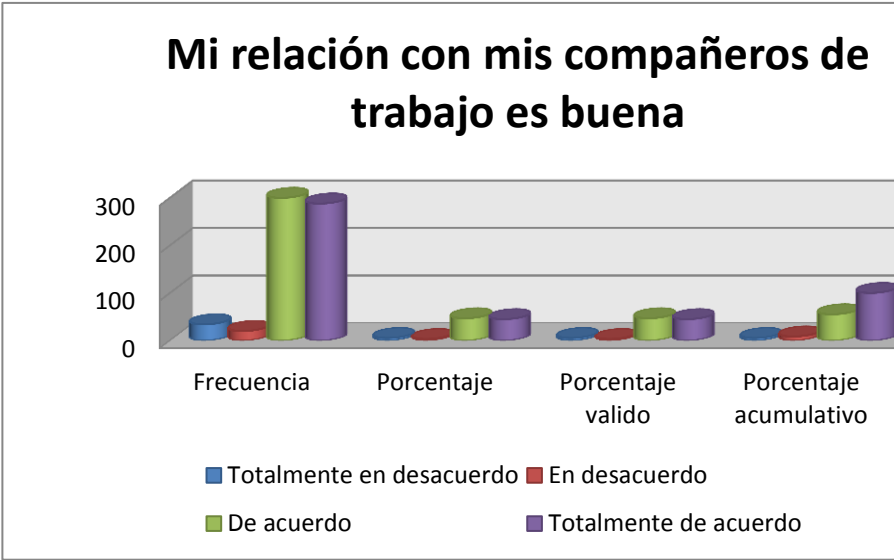


Lo considero un trabajo peligroso	
	642
	0
↘	3.17
→	3.00
→	3
↘	.517
↘	.267
↘	2
↘	2
↘	4
	2036

Porcentaje acumulativo	
	5.3
	8.4
	55.1
	100.0

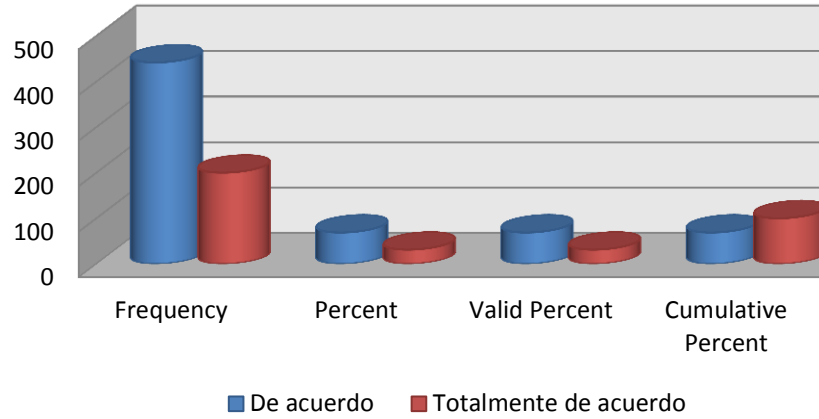
Cumulative Percent	
	3.1
	9.7
	68.8
	100.0

Cumulative Percent	
	68.8
	100.0

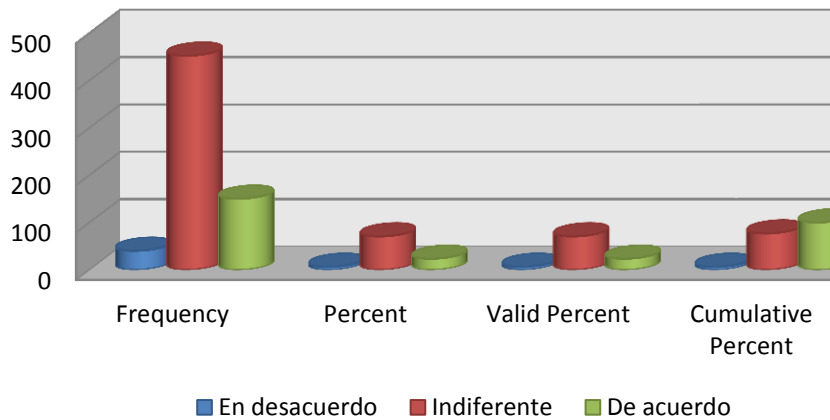


Cumulative Percent
6.2
76.6
100.0

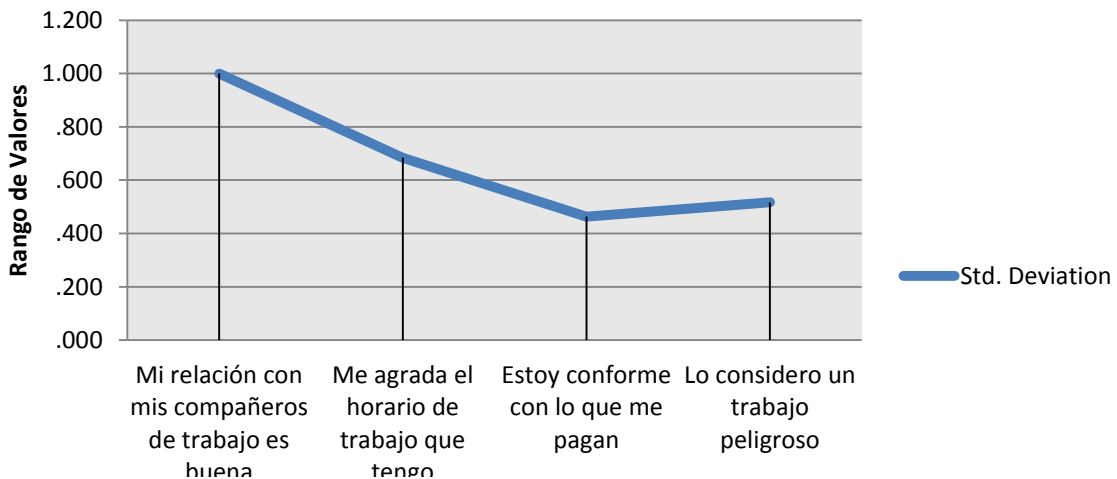
Estoy conforme con lo que me pagan



Lo considero un trabajo peligroso



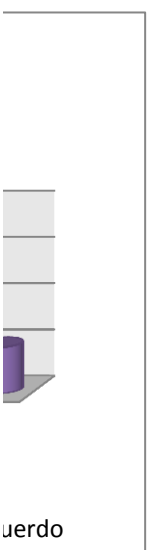
Coeficiente de Cronbach



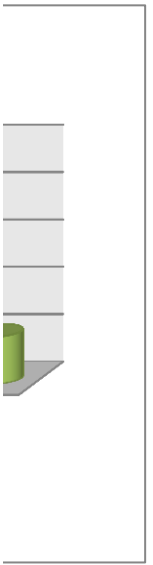
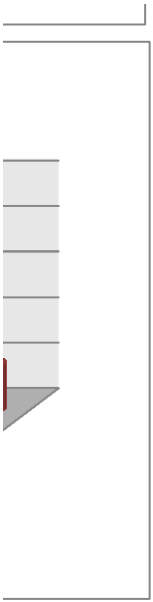
BUENA

LENGUA

Questionario



uerdo



		El trabajo dentro del tianguis y como tianguista, es atractivo e interesante.	Puede trabajar con independencia y poner en práctica sus ideas dentro del tianguis.	Como tianguistas puede ayudar a sus compañeros.
N	Valid	642	642	642
	Missing	0	0	0
Mean		3.08	4.15	3.90
Median		3.00	4.00	4.00
Mode		3	4	4
Std. Deviation		.840	.568	.965
Variance		.706	.323	.932
Range		4	4	4
Minimum		1	1	1
Maximum		5	5	5
Sum		1979	2663	2507

El trabajo dentro del tianguis y como tianguista, es atractivo e interesante.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	7	1.1	1.1
	En Desacuerdo	154	24.0	24.0
	Indiferente	287	44.7	44.7
	De Acuerdo	167	26.0	26.0
	De Acuerdo Totalmente	27	4.2	4.2
	Total	642	100.0	100.0

Puede trabajar con independencia y poner en práctica sus ideas dentro del tianguis

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	4	.6	.6
	En Desacuerdo	10	1.6	1.6
	Indiferente	9	1.4	1.4
	De Acuerdo	483	75.2	75.2
	De Acuerdo Totalmente	136	21.2	21.2
	Total	642	100.0	100.0

Como tianguistas puede ayudar a sus compañeros.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	28	4.4	4.4
	En Desacuerdo Indiferente	37	5.8	5.8
	De Acuerdo	53	8.3	8.3
	De Acuerdo Totalmente	374	58.3	58.3
	Total	150	23.4	23.4
		642	100.0	100.0

Su trabajo como tanguista es útil a la sociedad.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	15	2.3	2.3
	En Desacuerdo Indiferente	34	5.3	5.3
	De Acuerdo	24	3.7	3.7
	De Acuerdo Totalmente	382	59.5	59.5
	Total	187	29.1	29.1
		642	100.0	100.0

El trabajo del tanguis y como tanguistas es estable.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	34	5.3	5.3
	En Desacuerdo Indiferente	162	25.2	25.2
	De Acuerdo	186	29.0	29.0
	De Acuerdo Totalmente	210	32.7	32.7
	Total	50	7.8	7.8
		642	100.0	100.0

El entorno físico del tanguis en el cual lleva a cabo su trabajo es agradable.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	18	2.8	2.8
	En Desacuerdo Indiferente	169	26.3	26.3
	De Acuerdo	56	8.7	8.7
	De Acuerdo Totalmente	210	32.7	32.7
	Total	189	29.4	29.4
		642	100.0	100.0

Siempre participa en las decisiones del tianguis respecto a las tareas a realizar.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	28	4.4	4.4
	En Desacuerdo Indiferente	136	21.2	21.2
	De Acuerdo	127	19.8	19.8
	De Acuerdo Totalmente	273	42.5	42.5
	Total	78	12.1	12.1
	Total	642	100.0	100.0

El tiempo de trabajo en el puesto comercial se le pasa muy rápido.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	38	5.9	5.9
	En Desacuerdo Indiferente	40	6.2	6.2
	De Acuerdo	35	5.5	5.5
	De Acuerdo Totalmente	305	47.5	47.5
	Total	224	34.9	34.9
	Total	642	100.0	100.0

Regresa a casa muy cansado/a después de trabaja en el puesto comercial.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo	27	4.2	4.2
	De Acuerdo	415	64.6	64.6
	De Acuerdo Totalmente	200	31.2	31.2
	Total	642	100.0	100.0

Tiene flexibilidad para decidir cuándo llega y cuándo se marcha.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	10	1.6	1.6
	En Desacuerdo Indiferente	12	1.9	1.9
	De Acuerdo	11	1.7	1.7
	De Acuerdo Totalmente	509	79.3	79.3
	Total	100	15.6	15.6
	Total	642	100.0	100.0

Puede tomar pequeños descansos durante el tiempo que permanece en el tianguis.

		Frequency	Percent	Valid Percent

Valid	En Desacuerdo Totalmente	6	.9	.9
	En Desacuerdo Indiferente	3	.5	.5
	De Acuerdo	5	.8	.8
	De Acuerdo Totalmente	274	42.7	42.7
	Total	354	55.1	55.1
		642	100.0	100.0

El horario que tiene, lo ha determinado usted mismo/a y se lo he hecho saber a los líderes d

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	13	2.0	2.0
	En Desacuerdo Indiferente	215	33.5	33.5
	De Acuerdo	196	30.5	30.5
	De Acuerdo Totalmente	208	32.4	32.4
	Total	10	1.6	1.6
		642	100.0	100.0

Desde el punto de vista de la seguridad, es de su agrado el entorno físico de su lugar de t

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	35	5.5	5.5
	En Desacuerdo Indiferente	73	11.4	11.4
	De Acuerdo	100	15.6	15.6
	De Acuerdo Totalmente	219	34.1	34.1
	Total	215	33.5	33.5
		642	100.0	100.0

Son satisfactorias las condiciones de seguridad e higiene.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	42	6.5	6.5
	En Desacuerdo Indiferente	273	42.5	42.5
	De Acuerdo	103	16.0	16.0
	De Acuerdo Totalmente	194	30.2	30.2
	Total	30	4.7	4.7
		642	100.0	100.0

Su trabajo es estresante.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	214	33.3	33.3
	En Desacuerdo Indiferente	136	21.2	21.2
	De Acuerdo	189	29.4	29.4
	De Acuerdo Totalmente	76	11.8	11.8
	Total	27	4.2	4.2
		642	100.0	100.0

El trabajo como tianguista se da en condiciones peligrosas y con grandes esfuerzos fís

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	273	42.5	42.5
	En Desacuerdo Indiferente	181	28.2	28.2
	De Acuerdo	123	19.2	19.2
	De Acuerdo Totalmente	40	6.2	6.2
	Total	25	3.9	3.9
		642	100.0	100.0

Usted mismo/a es autónomo/a del puesto comercial y le facilita los medios necesarios para trabajar en

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	18	2.8	2.8
	En Desacuerdo Indiferente	50	7.8	7.8
	De Acuerdo	14	2.2	2.2
	De Acuerdo Totalmente	360	56.1	56.1
	Total	200	31.2	31.2
		642	100.0	100.0

Su situación económica en su hogar es satisfactoria.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	187	29.1	29.1
	En Desacuerdo Indiferente	159	24.8	24.8
	De Acuerdo	172	26.8	26.8
	De Acuerdo Totalmente	89	13.9	13.9
	Total	35	5.5	5.5
		642	100.0	100.0

Considera que el tiempo libre que dispone dentro del tianguis es el adecuado.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	33	5.1	5.1
	En Desacuerdo Indiferente	129	20.1	20.1
	De Acuerdo	10	1.6	1.6
	De Acuerdo Totalmente	310	48.3	48.3
	Total	160	24.9	24.9
	Total	642	100.0	100.0

Su vida actual es satisfactoria.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	2	.3	.3
	En Desacuerdo Indiferente	54	8.4	8.4
	De Acuerdo	5	.8	.8
	De Acuerdo Totalmente	402	62.6	62.6
	Total	179	27.9	27.9
	Total	642	100.0	100.0

Está satisfecho con las ganancias generadas en el tianguis.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En Desacuerdo Totalmente	50	7.8	7.8
	En Desacuerdo Indiferente	104	16.2	16.2
	De Acuerdo	34	5.3	5.3
	De Acuerdo Totalmente	255	39.7	39.7
	Total	199	31.0	31.0
	Total	642	100.0	100.0

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	642	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	642	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	21

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
El trabajo dentro del tianguis y como tianguista, es atractivo e interesante.	3.08	.840	642
Puede trabajar con independencia y poner en práctica sus ideas dentro del tianguis.	4.15	.568	642
Como tianguistas puede ayudar a sus compañeros.	3.90	.965	642
Su trabajo como tianguista es útil a la sociedad.	4.08	.864	642
El trabajo del tianguis y como tianguistas es estable.	3.12	1.044	642
El entorno físico del tianguis en el cual lleva a cabo su trabajo es agradable.	3.60	1.236	642
Siempre participa en las decisiones del tianguis respecto a las tareas a realizar.	3.37	1.078	642
El tiempo de trabajo en el puesto comercial se le pasa muy rápido.	3.99	1.090	642

Regresa a casa muy cansado/a después de trabaja en el puesto comercial.	4.23	.655	642
Tiene flexibilidad para decidir cuándo llega y cuándo se marcha.	4.05	.621	642
Puede tomar pequeños descansos durante el tiempo que permanece en el tianguis.	4.51	.637	642
El horario que tiene, lo ha determinado usted mismo/a y se lo he hecho saber a los líderes del tianguis	2.98	.896	642
Desde el punto de vista de la seguridad, es de su agrado el entorno físico de su lugar de trabajo.	3.79	1.180	642
Son satisfactorias las condiciones de seguridad e higiene.	2.84	1.073	642
Su trabajo es estresante.	2.32	1.173	642
El trabajo como tianguista se da en condiciones peligrosas y con grandes esfuerzos físicos.	2.01	1.104	642

Rango de Valores

El trabajo dentro
Puede trabajar
C

Usted mismo/a es autónomo/a del puesto comercial y le facilita los medios necesarios para trabajar en condiciones seguras	4.05	.947	642
Su situación económica en su hogar es satisfactoria.	2.42	1.197	642
Considera que el tiempo libre que dispone dentro del tianguis es el adecuado.	3.68	1.196	642
Su vida actual es satisfactoria.	4.09	.802	642
Está satisfecho con las ganancias generadas en el tianguis.	3.70	1.274	642

Scale Statistics

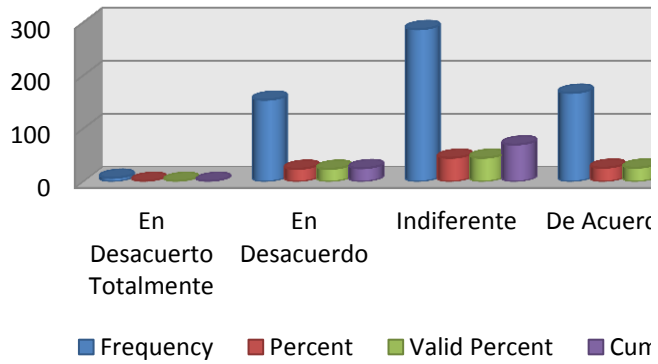
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
73.96	342.914	18.518	21

Su trabajo como tianguista es útil a la sociedad.	El trabajo del tianguis y como tianguistas es estable.	El entorno físico del tianguis en el cual lleva a cabo su trabajo es agradable.	Siempre participa en las decisiones del tianguis respecto a las tareas a realizar.
642	642	642	642
0	0	0	0
4.08 ↑	3.12 →	3.60 →	3.37 →
4.00 →	3.00 →	4.00 →	4.00 →
4 →	4 →	4 →	4 →
.864 ↓	1.044 ↓	1.236 ↓	1.078 ↓
.746 ↓	1.089 →	1.527 ↓	1.163 ↓
4 →	4 →	4 →	4 →
1 ↓	1 ↓	1 ↓	1 ↓
5 ↑	5 ↑	5 ↑	5 ↑
2618	2006	2309	2163

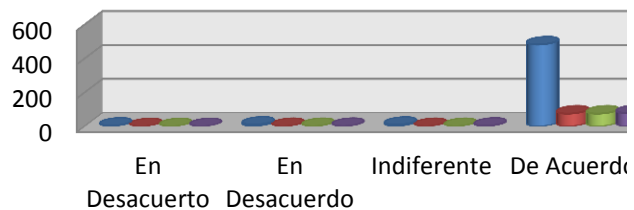
Cumulative Percent
1.1
25.1
69.8
95.8
100.0

Cumulative Percent
.6
2.2
3.6
78.8
100.0

El trabajo dentro del tianguis tianguista, es atractivo e inte



Puede trabajar con independencia poner en práctica sus ideas de tianguis.

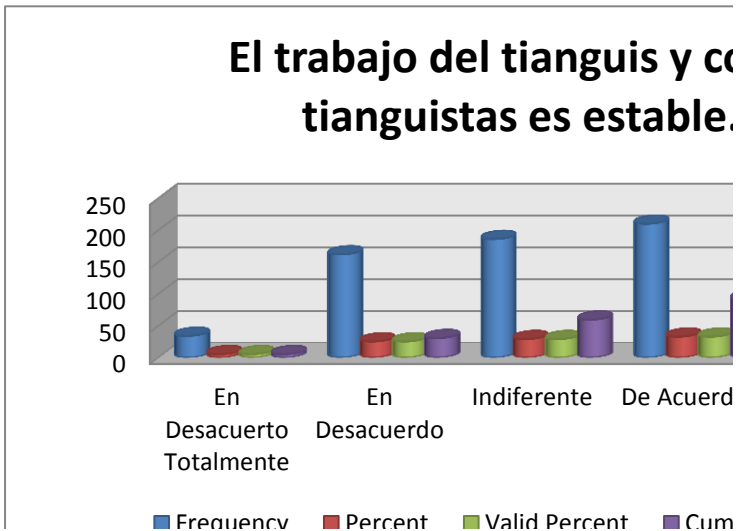
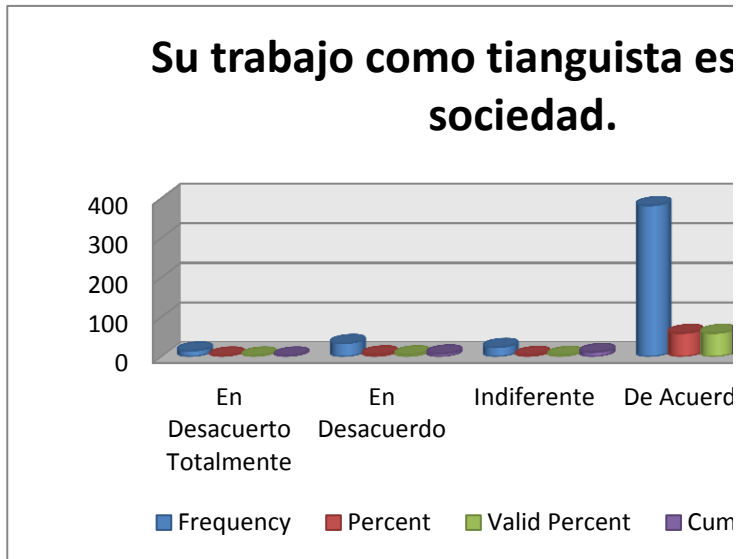
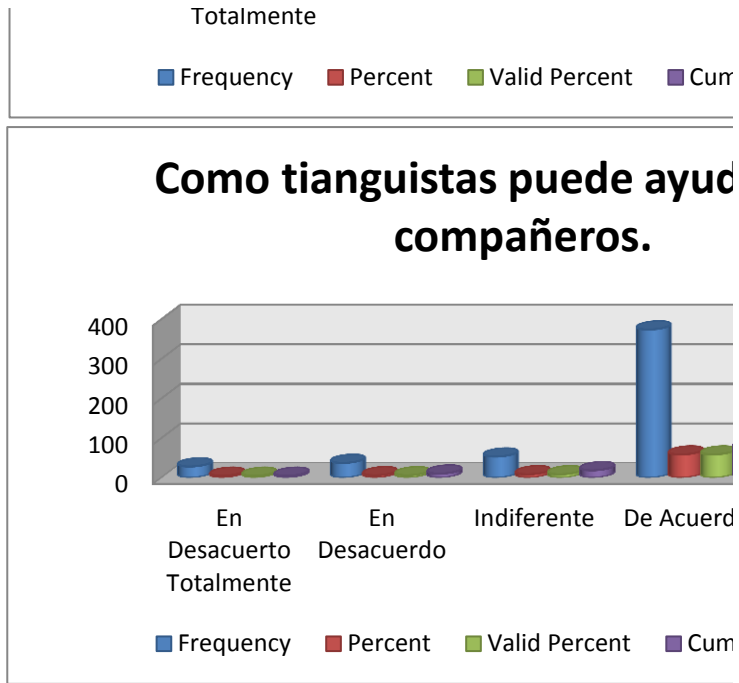


Cumulative Percent	
	4.4
	10.1
	18.4
	76.6
	100.0

Cumulative Percent	
	2.3
	7.6
	11.4
	70.9
	100.0

Cumulative Percent	
	5.3
	30.5
	59.5
	92.2
	100.0

Cumulative Percent	
	2.8
	29.1
	37.9
	70.6
	100.0



Cumulative Percent	
	4.4
	25.5
	45.3
	87.9
	100.0

Cumulative Percent	
	5.9
	12.1
	17.6
	65.1
	100.0

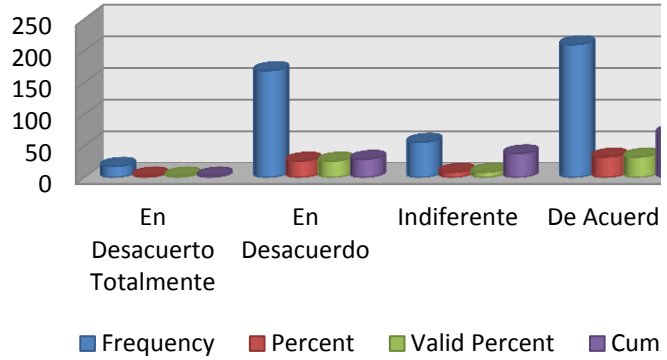
Cumulative Percent	
	4.2
	68.8
	100.0

Cumulative Percent	
	1.6
	3.4
	5.1
	84.4
	100.0

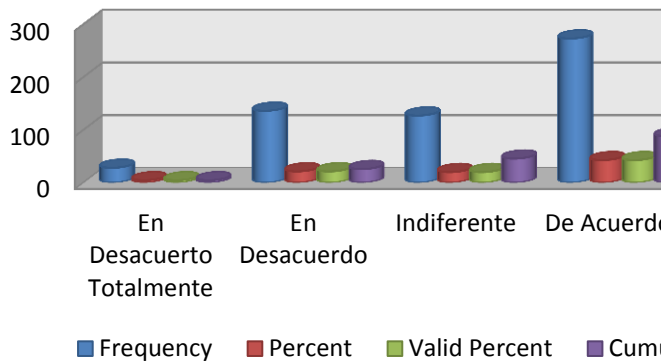
Cumulative Percent	

Frequency Percent Valid Percent Cum

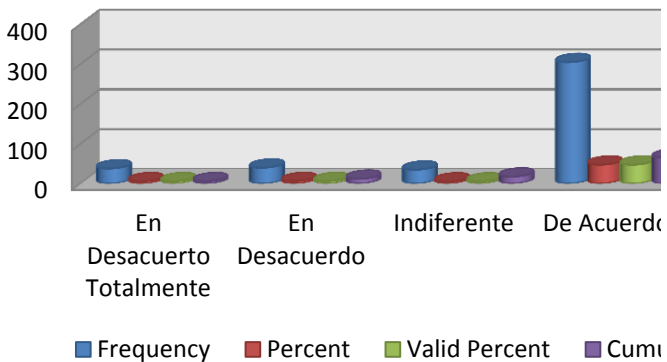
El entorno físico del tianguis e lleva a cabo su trabajo es agr



Siempre participa en las decisi tianguis respecto a las tareas a



El tiempo de trabajo en el p comercial se le pasa muy rá



	.9
	1.4
	2.2
	44.9
	100.0

el tianguis

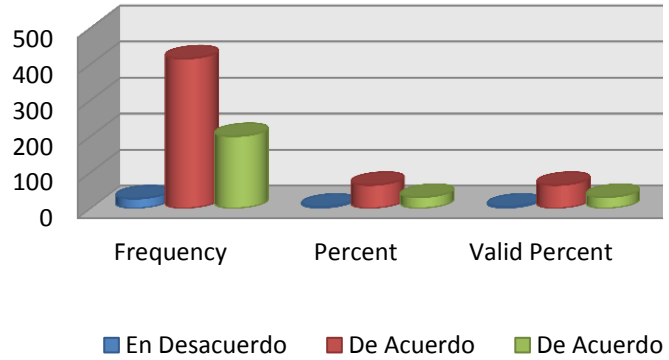
Cumulative Percent	
	2.0
	35.5
	66.0
	98.4
	100.0

rabajo.

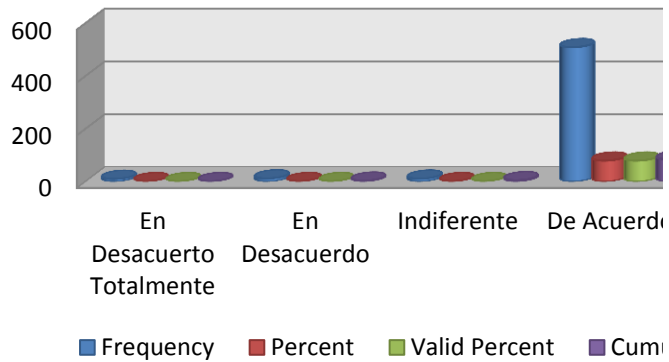
Cumulative Percent	
	5.5
	16.8
	32.4
	66.5
	100.0

Cumulative Percent	
	6.5
	49.1
	65.1
	95.3
	100.0

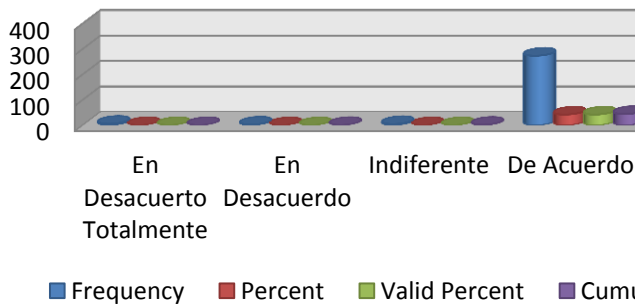
Regresa a casa muy cansado/a de trabajar en el puesto como



Tiene flexibilidad para decidir llega y cuándo se marcha



Puede tomar pequeños descansos durante el tiempo que permanece en el tianguis.



El horario que tiene, lo ha determinado usted mismo/a o se lo ha hecho

Cumulative Percent
33.3
54.5
84.0
95.8
100.0

icos.

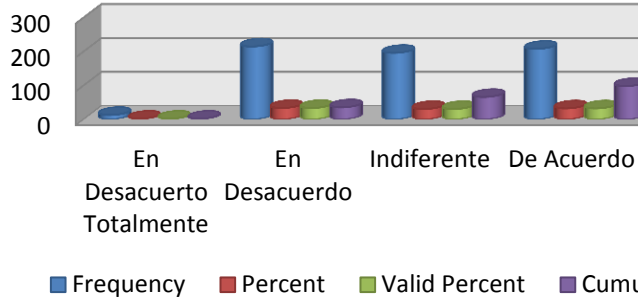
Cumulative Percent
42.5
70.7
89.9
96.1
100.0

condiciones seguras

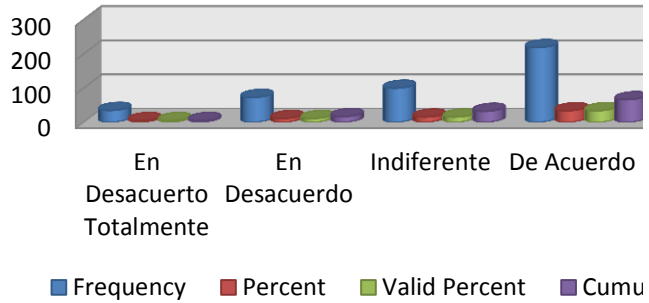
Cumulative Percent
2.8
10.6
12.8
68.8
100.0

Cumulative Percent
29.1
53.9
80.7
94.5
100.0

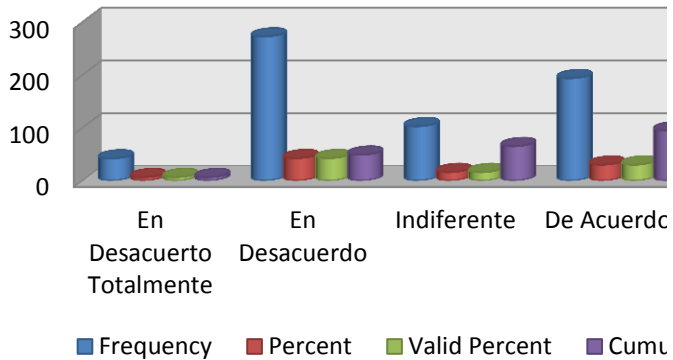
usted mismo/a y se lo le dicen los líderes del tianguis



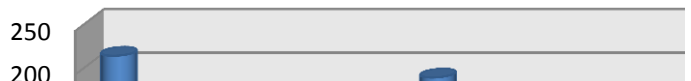
Desde el punto de vista de la seguridad de su agrado el entorno físico del lugar de trabajo.



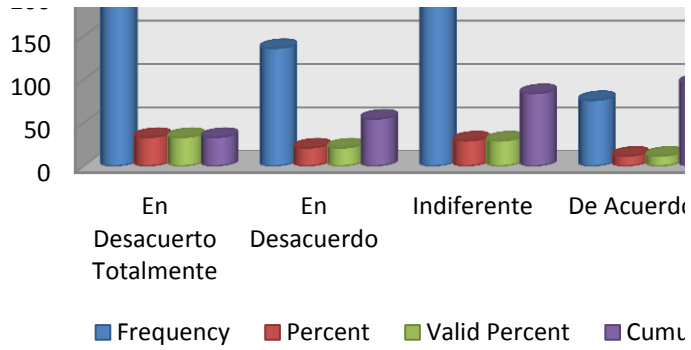
Son satisfactorias las condiciones de seguridad e higiene.



Su trabajo es estresante

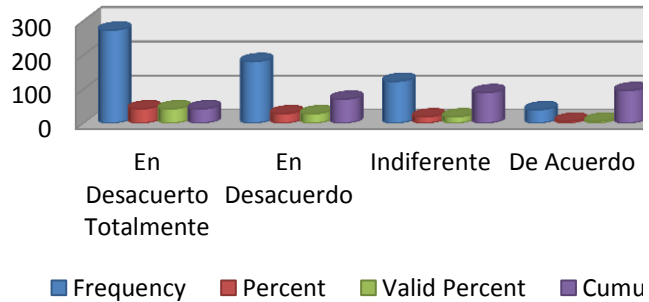


Cumulative Percent	
	5.1
	25.2
	26.8
	75.1
	100.0



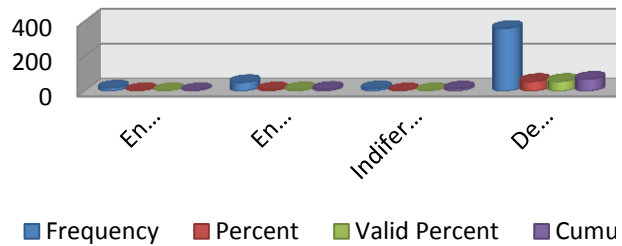
Cumulative Percent	
	0.3
	8.7
	9.5
	72.1
	100.0

El trabajo como tianguista se condiciones peligrosas y con grandes esfuerzos físicos.

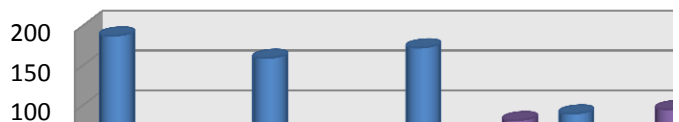


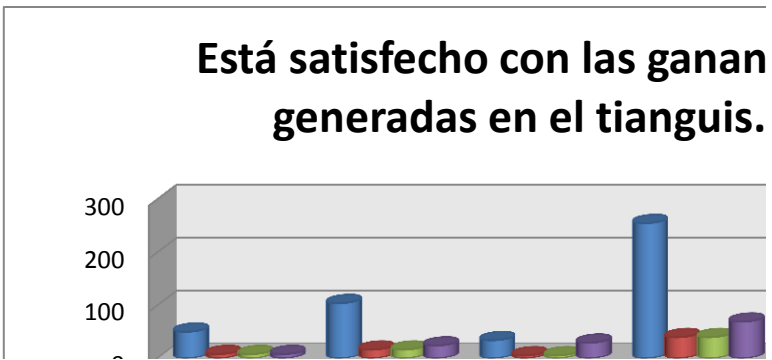
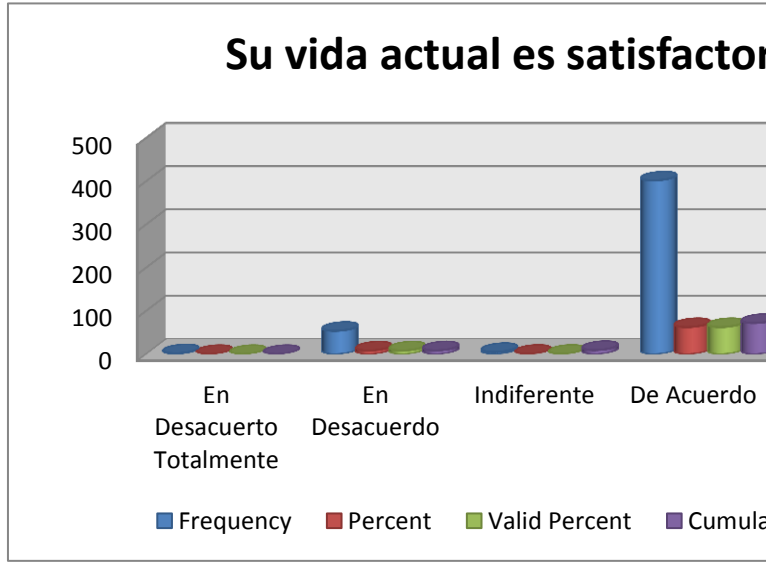
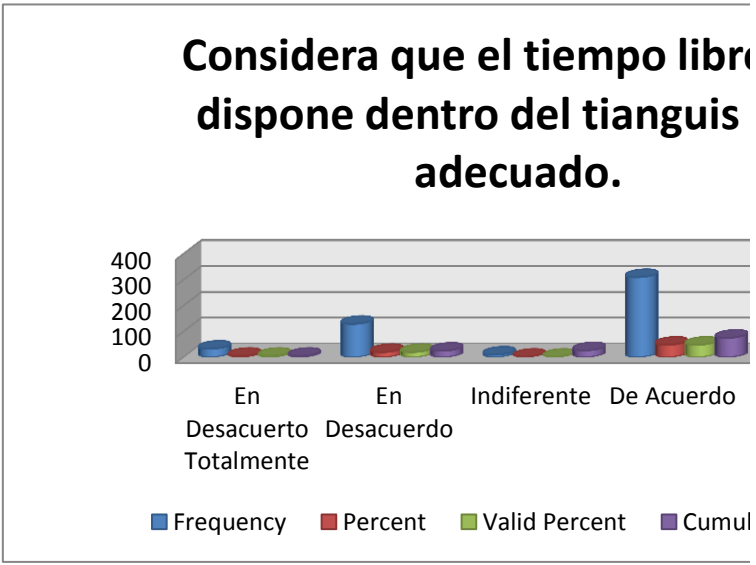
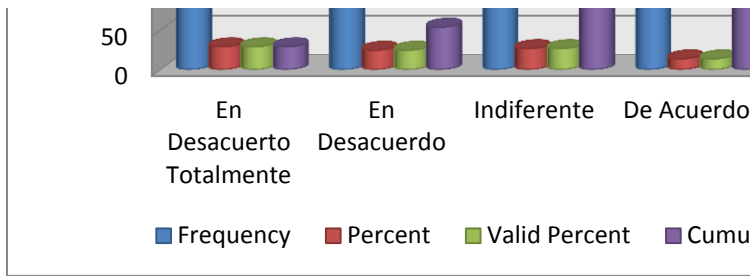
Cumulative Percent	
	7.8
	24.0
	29.3
	69.0
	100.0

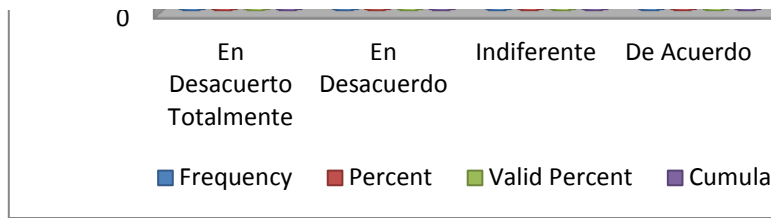
Usted mismo/a es autónomo puesto comercial y le facilita los recursos necesarios para trabajar en condiciones seguras.



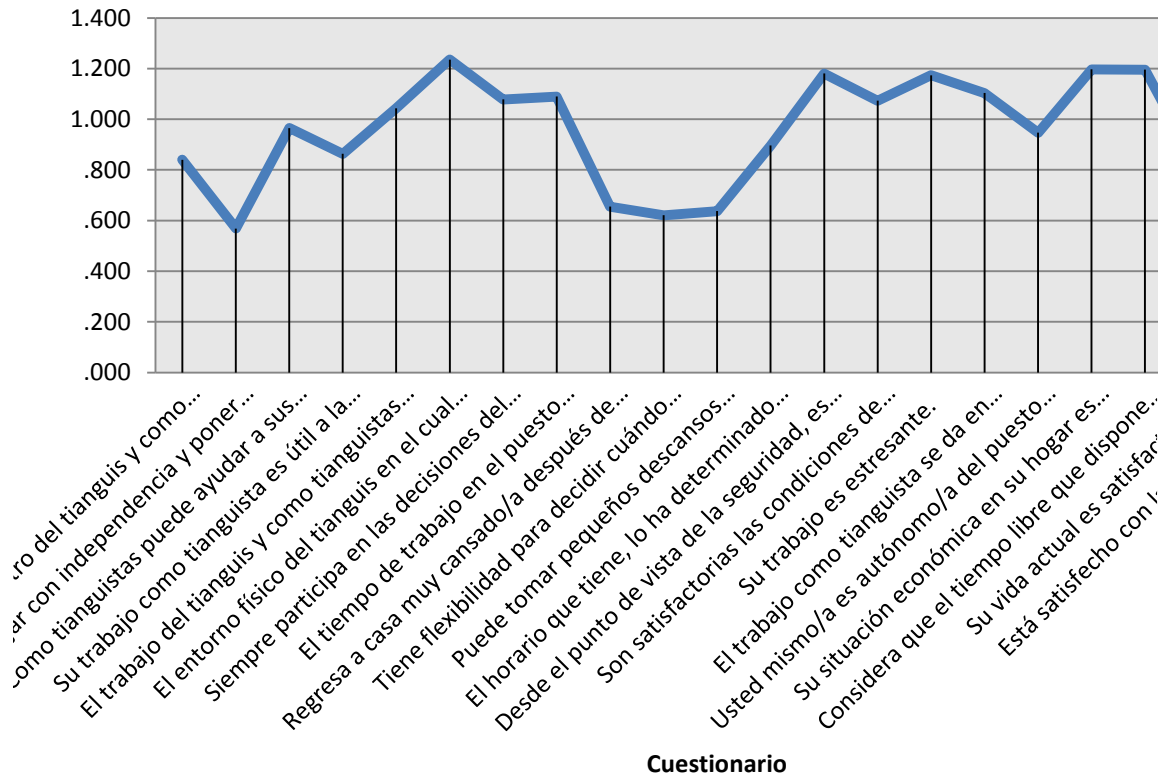
Su situación económica en su hogar es satisfactoria.







Coeficiente de Cronbach

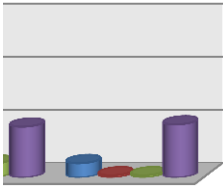


Satisfaccion En El Trabajo

Statistics

El tiempo de trabajo en el puesto comercial se le pasa muy rápido.	Regresa a casa muy cansado/a después de trabaja en el puesto comercial.	Tiene flexibilidad para decidir cuándo llega y cuándo se marcha.	Puede tomar pequeños descansos durante el tiempo que permanece en el tianguis.
642	642	642	642
0	0	0	0
3.99 ↑	4.23 →	4.05 ↑	4.51
4.00 →	4.00 →	4.00 ↑	5.00
4 →	4 →	4 ↑	5
1.090 ↓	.655 ↓	.621 ↓	.637
1.187 ↓	.429 ↓	.385 ↓	.406
4 →	3 →	4 →	4
1 ↓	2 ↓	1 ↓	1
5 ↑	5 ↑	5 ↑	5
2563	2714	2603	2893

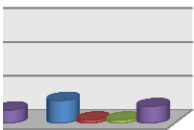
¿y como
interesante.



do De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

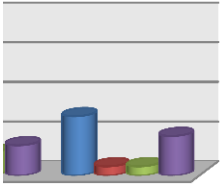
dencia y
entro del



o De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

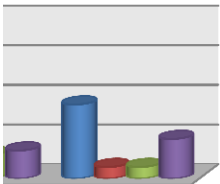
lar a sus



do De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

s útil a la

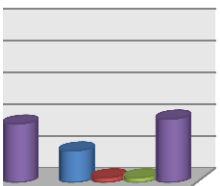


do De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

omo

•

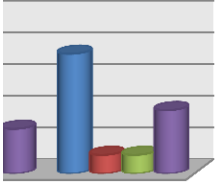


lo De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

Relative Percent

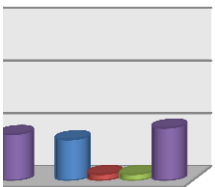
en el cual adable.



o De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

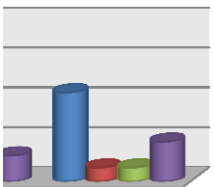
iones del realizar.



o De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

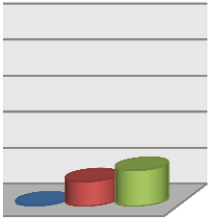
uesto ipido.



o De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

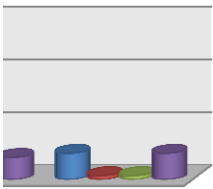
después ercial.



Cumulative
Percent

o Totalmente

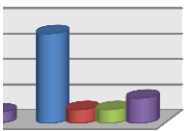
cuándo la.



o De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

cansos ece en el

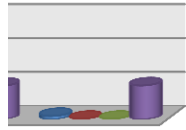


o De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

terminado o saber a

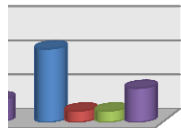
U SABER a



De Acuerdo
Totalmente

Relative Percent

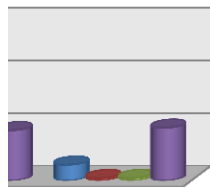
Seguridad, co de su



De Acuerdo
Totalmente

Relative Percent

iones de

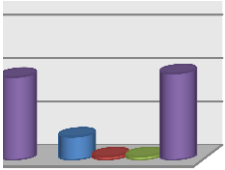


De Acuerdo
Totalmente

Relative Percent

3.

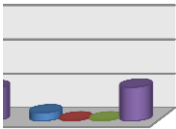




o De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

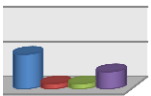
da en grandes



De Acuerdo
Totalmente

ulative Percent

o/a del s medios idiciones



De...

ulative Percent

ogares

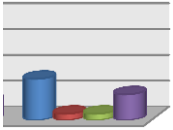




De Acuerdo
Totalmente

Relative Percent

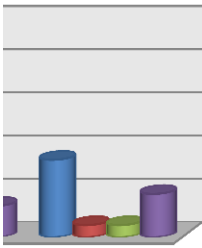
e que
es el



De Acuerdo
Totalmente

Relative Percent

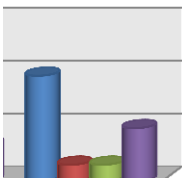
ria.



De Acuerdo
Totalmente

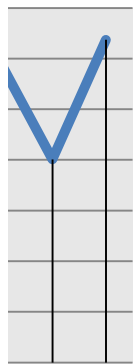
Relative Percent

icias



De Acuerdo
Totalmente

































Relative Percent



Historia.
Las ganancias...

— Std. Deviation

El horario que tiene, lo ha determinado usted mismo/a y se lo he hecho saber a los líderes del tianguis	Desde el punto de vista de la seguridad, es de su agrado el entorno físico de su lugar de trabajo.	Son satisfactorias las condiciones de seguridad e higiene.	Su trabajo es estresante.
642	642	642	642
0	0	0	0
→ 2.98 ↗	→ 3.79 →	→ 2.84 →	→ 2.32
→ 3.00 ↗	→ 4.00 →	→ 3.00 ↘	→ 2.00
↘ 2 ↘	↘ 4 ↘	↘ 2 ↘	↘ 1
↓ .896 ↓	↓ 1.180 ↓	↓ 1.073 ↓	↓ 1.173
↓ .803 ↘	↓ 1.393 ↓	↓ 1.152 ↘	↓ 1.377
↗ 4 ↗	↗ 4 ↗	↗ 4 ↗	↗ 4
↓ 1 ↓	↓ 1 ↓	↓ 1 ↓	↓ 1
↑ 5 ↑	↑ 5 ↑	↑ 5 ↑	↑ 5
1913	2432	1823	1492

El trabajo como tianguista se da en condiciones peligrosas y con grandes esfuerzos físicos.	Usted mismo/a es autónomo/a del puesto comercial y le facilita los medios necesarios para trabajar en condiciones seguras	Su situación económica en su hogar es satisfactoria.	Considera que el tiempo libre que dispone dentro del tianguis es el adecuado.	Su vida actual es satisfactoria.
642	642	642	642	642
0	0	0	0	0
 2.01	 4.05	 2.42	 3.68	4.09
 2.00	 4.00	 2.00	 4.00	4.00
 1	 4	 1	 4	4
 1.104	 .947	 1.197	 1.196	.802
 1.218	 .896	 1.432	 1.429	.643
 4	 4	 4	 4	4
 1	 1	 1	 1	1
 5	 5	 5	 5	5
1289	2600	1552	2361	2628



Está satisfecho con las ganancias generadas en el tianguis.	
	642
	0
↗	3.70
↗	4.00
↗	4
↘	1.274
↘	1.624
↗	4
↓	1
↑	5
	2375

		¿Dentro del tianguis hay una armonía y estabilidad en las distintas relaciones entre lo demás y consigo mismo?	¿Dentro del tianguis hay estabilidad en las distintas relaciones consigo mismo?	¿La comunicación interna dentro del tianguis funciona correctamente?
N	Valid	642	642	642
	Missing	0	0	0
Mean		3.52 ↗	3.73 ↗	4.08 ↗
Median		4.00 ↗	4.00 ↗	4.00 ↗
Mode		4 ↗	4 ↗	4 ↗
Std. Deviation		1.110 ↓	.850 ↓	.820 ↓
Variance		1.233 ↓	.723 ↓	.673 ↓
Range		4 ↗	4 ↗	4 ↗
Minimum		1 ↓	1 ↓	1 ↓
Maximum		5 ↑	5 ↑	5 ↑
Sum		2263	2397	2617

¿Dentro del tianguis hay una armonía y estabilidad en las distintas relaciones entre lo demás y

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Valid	Totalmente en desacuerdo	59	9.2	9.2
	En desacuerdo	33	5.1	5.1
	Indiferente	167	26.0	26.0
	De acuerdo	278	43.3	43.3
	Totalmente de acuerdo	105	16.4	16.4
	Total	642	100.0	100.0

¿Dentro del tianguis hay estabilidad en las distintas relaciones consigo mismo?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	23	3.6	3.6
	En desacuerdo	45	7.0	7.0
	Indiferente	67	10.4	10.4
	De acuerdo	452	70.4	70.4
	Totalmente de acuerdo	55	8.6	8.6
	Total	642	100.0	100.0

¿La comunicación interna dentro del tianguis funciona correctamente?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	10	1.6	1.6
	En desacuerdo	34	5.3	5.3
	Indiferente	31	4.8	4.8
	De acuerdo	389	60.6	60.6
	Totalmente de acuerdo	178	27.7	27.7
	Total	642	100.0	100.0

¿La comunicación es fácil entre los miembros del tianguis?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	45	7.0	7.0
	En desacuerdo	53	8.3	8.3
	Indiferente	96	15.0	15.0
	De acuerdo	279	43.5	43.5
	Totalmente de acuerdo	169	26.3	26.3
	Total	642	100.0	100.0

¿La información que recibo es necesaria para desarrollar correctamente mi trabajo?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	35	5.5	5.5
	En desacuerdo	88	13.7	13.7
	Indiferente	65	10.1	10.1
	De acuerdo	331	51.6	51.6
	Totalmente de acuerdo	123	19.2	19.2
	Total	642	100.0	100.0

¿Se tiene una adecuada coordinación con otros tianguis de la zona?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	51	7.9	7.9
	En desacuerdo	167	26.0	26.0
	Indiferente	109	17.0	17.0
	De acuerdo	159	24.8	24.8
	Totalmente de acuerdo	156	24.3	24.3
	Total	642	100.0	100.0

¿La comunicación entre los trabajadores del tianguis y los compradores es buena?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	20	3.1	3.1
	En desacuerdo	21	3.3	3.3
	Indiferente	23	3.6	3.6
	De acuerdo	100	15.6	15.6
	Totalmente de acuerdo	478	74.5	74.5
	Total	642	100.0	100.0

¿Las condiciones de trabajo de mi Unidad son seguras (no representan riesgos para la salud)?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	65	10.1	10.1
	En desacuerdo	97	15.1	15.1
	Indiferente	101	15.7	15.7
	De acuerdo	234	36.4	36.4
	Totalmente de acuerdo	145	22.6	22.6
	Total	642	100.0	100.0

¿Las condiciones ambientales de la Unidad (climatización, iluminación, decoración, ruidos, ventilación) afectan su actividad diaria?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	100	15.6	15.6
	En desacuerdo	125	19.5	19.5
	Indiferente	136	21.2	21.2
	De acuerdo	157	24.5	24.5
	Totalmente de acuerdo	124	19.3	19.3
	Total	642	100.0	100.0

¿Las instalaciones de la Unidad (superficie, dotación de mobiliario, equipos técnicos) facilitan mi trabajo?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	86	13.4	13.4
	En desacuerdo	95	14.8	14.8
	Indiferente	126	19.6	19.6
	De acuerdo	195	30.4	30.4
	Totalmente de acuerdo	140	21.8	21.8

Total	642	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

¿Las herramientas informáticas que utilizo están bien adaptadas a las necesidades de r

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Valid	Totalmente en desacuerdo	141	22.0	22.0
	En desacuerdo	125	19.5	19.5
	Indiferente	131	20.4	20.4
	De acuerdo	124	19.3	19.3
	Totalmente de acuerdo	121	18.8	18.8
	Total	642	100.0	100.0

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	642	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	642	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.983	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
¿Dentro del tianguis hay una armonía y estabilidad en las distintas relaciones entre lo demás y consigo mismo?	3.52	1.110	642
¿Dentro del tianguis hay estabilidad en las distintas relaciones consigo mismo?	3.73	.850	642

¿La comunicación interna dentro del tianguis funciona correctamente?	4.08	.820	642
¿La comunicación es fácil entre los miembros del tianguis?	3.74	1.143	642
¿La información que recibo es necesaria para desarrollar correctamente mi trabajo?	3.65	1.101	642
¿Se tiene una adecuada coordinación con otros tianguis de la zona?	3.31	1.304	642
¿La comunicación entre los trabajadores del tianguis y los compradores es buena?	4.55	.944	642
¿Las condiciones de trabajo de mi Unidad son seguras (no representan riesgos para la salud)?	3.46	1.270	642

Rango de Valores

¿Dentro del ti:

¿Las condiciones ambientales de la Unidad (climatización, iluminación, decoración, ruidos, ventilación...) facilitan mi actividad diaria?	3.12	1.350	642
¿Las instalaciones de la Unidad (superficie, dotación de mobiliario, equipos técnicos) facilitan mi trabajo y los servicios prestados a los usuarios?	3.32	1.326	642
¿Las herramientas informáticas que utilizo están bien adaptadas a las necesidades de mi trabajo?	2.94	1.421	642

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.44	141.142	11.880	11

Seguridad En El Tianguis

Statistics

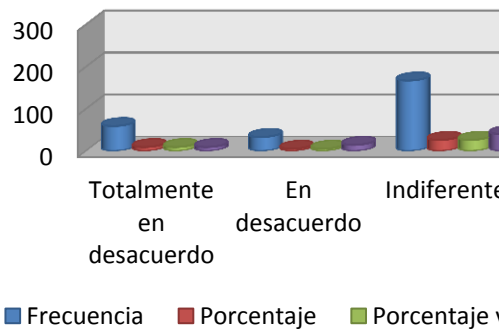
¿La comunicación es fácil entre los miembros del tianguis?	¿La información que recibo es necesaria para desarrollar correctamente mi trabajo?	¿Se tiene una adecuada coordinación con otros tianguis de la zona?	¿La comunicación entre los trabajadores del tianguis y los compradores es buena?
642	642	642	642
0	0	0	0
3.74 ↗	3.65 ↗	3.31 ↗	4.55 ↗
4.00 ↗	4.00 ↗	3.00 ↗	5.00 ↗
4 ↗	4 ↘	2 ↗	5 ↗
1.143 ↘	1.101 ↘	1.304 ↘	.944 ↘
1.307 ↘	1.213 ↘	1.701 ↘	.891 ↘
4 ↗	4 ↗	4 ↗	4 ↗
1 ↘	1 ↘	1 ↘	1 ↘
5 ↗	5 ↗	5 ↗	5 ↗
2400	2345	2128	2921

consigo mismo?

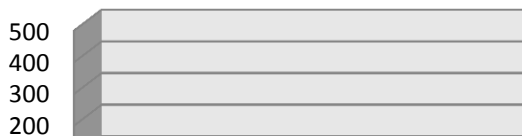
Porcentaje acumulado
9.2
14.3
40.3
83.6
100.0

Cumulative Percent
3.6
10.6
21.0
91.4
100.0

¿Dentro del tianguis ha estabilidad en las disti entre lo demás y co



¿Dentro del tianguis ha las distintas relaciones c



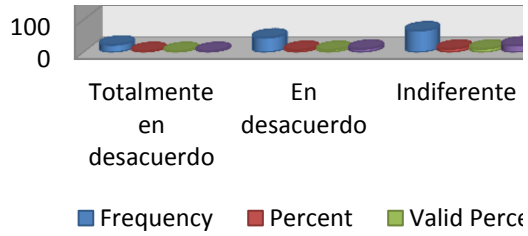
Cumulative Percent	
	1.6
	6.9
	11.7
	72.3
	100.0

Cumulative Percent	
	7.0
	15.3
	30.2
	73.7
	100.0

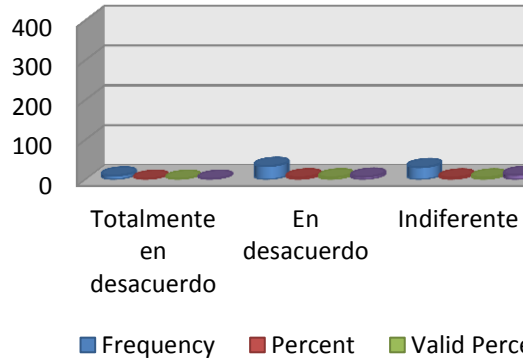
¿Usted?

Cumulative Percent	
	5.5
	19.2
	29.3
	80.8
	100.0

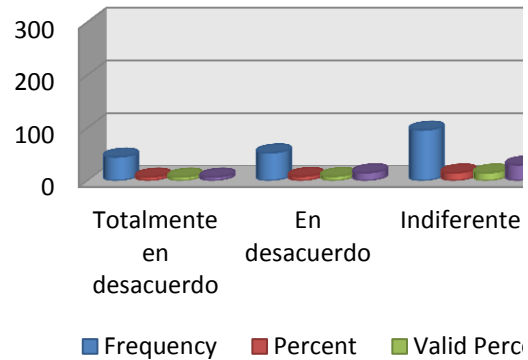
Cumulative Percent	
	7.9
	34.0
	50.9
	75.7
	100.0



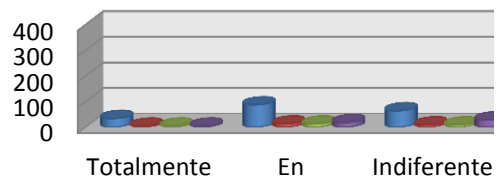
¿La comunicación interempresarial funciona correctamente?



¿La comunicación es efectiva para los miembros del equipo?



¿La información que recibe es suficiente para desarrollar correctamente su trabajo?



ia?

Cumulative Percent
3.1
6.4
10.0
25.5
100.0

¿salud)?

Cumulative Percent
10.1
25.2
41.0
77.4
100.0

acion...) facilitan mi

Cumulative Percent
15.6
35.0
56.2
80.7
100.0

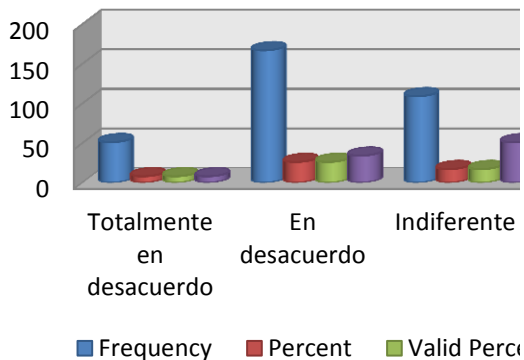
trabajo y los servicios

Cumulative Percent
13.4
28.2
47.8
78.2
100.0

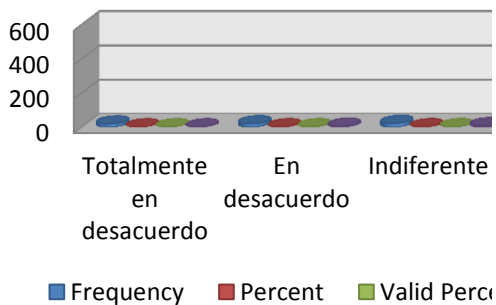
en desacuerdo

■ Frequency ■ Percent ■ Valid Perc

¿Se tiene una adecuada relación con otros tianguis (mercados)?



¿La comunicación entre el tianguis y los comerciantes es buena?



¿Las condiciones de la Unidad son seguras (no existen riesgos para la salud)?



¿mi trabajo?

Porcentaje acumulativo	
	22.0
	41.4
	61.8
	81.2
	100.0

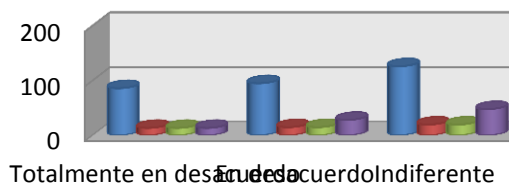
■ Frequency ■ Percent ■ Valid Perc

¿Las condiciones ambientales de la Unidad (climatización, decoración, ruidos, vibraciones) facilitan mi actividad?



■ Frequency ■ Percent ■ Valid Perc

¿Las instalaciones de la Unidad (superficie, dotación de equipos técnicos) facilitan los servicios prestados?



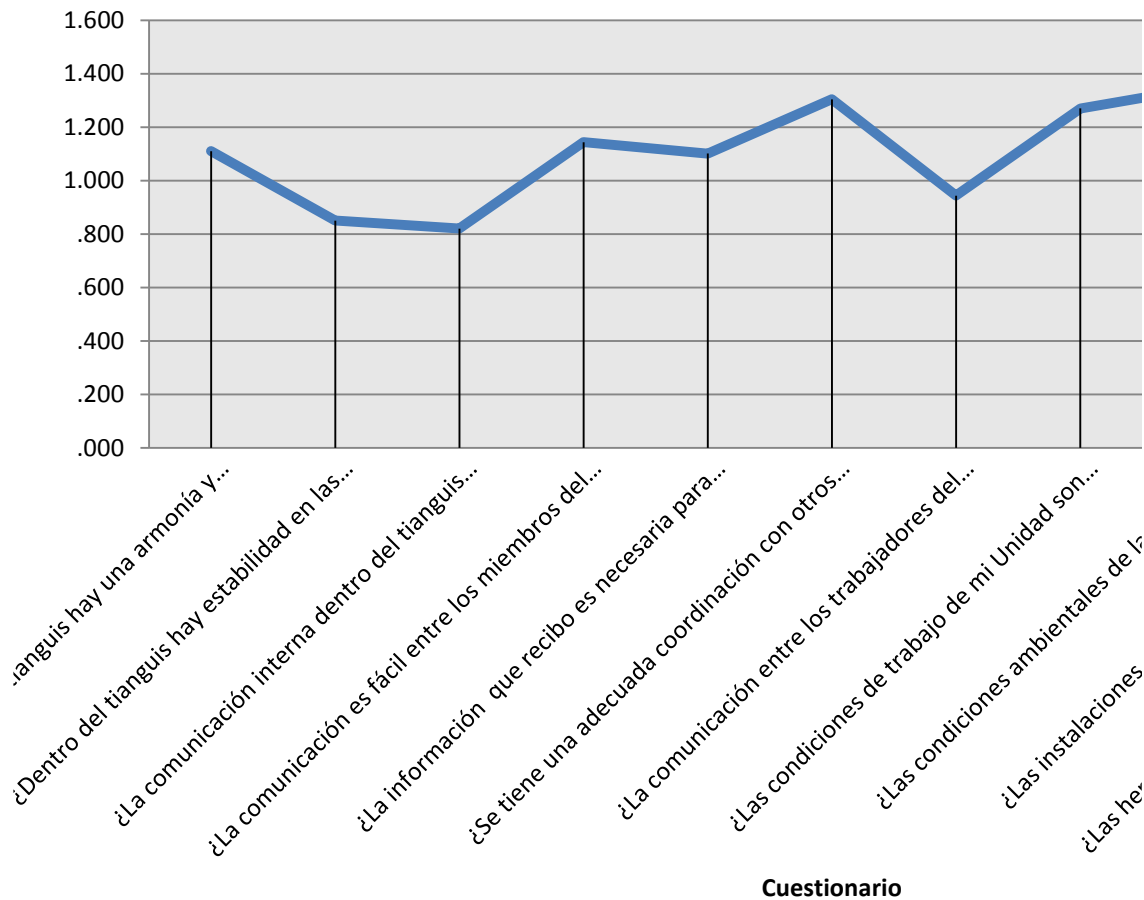
■ Frequency ■ Percent ■ Valid Perc

¿Las herramientas informáticas que utilizo están bien adaptadas a las necesidades de mi trabajo?



■ Frecuencia ■ Porcentaje ■ Porcentaje v

Coeficiente de Cronbach

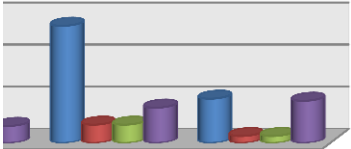


Questionario



¿Las condiciones de trabajo de mi Unidad son seguras (no representan riesgos para la salud)?	¿Las condiciones ambientales de la Unidad (climatización, iluminación, decoración, ruidos, ventilación...) facilitan mi actividad diaria?	¿Las instalaciones de la Unidad (superficie, dotación de mobiliario, equipos técnicos) facilitan mi trabajo y los servicios prestados a los usuarios?	¿Las herramientas informáticas que utilizo están bien adaptadas a las necesidades de mi trabajo?
642	642	642	642
0	0	0	0
↗ 3.46	↗ 3.12	↗ 3.32	↗ 2.94
↗ 4.00	↗ 3.00	↗ 4.00	↗ 3.00
↗ 4	↗ 4	↘ 4	↘ 1
↘ 1.270	↘ 1.350	↘ 1.326	↘ 1.421
↘ 1.612	↘ 1.822	↘ 1.758	↘ 2.019
↗ 4	↗ 4	↗ 4	↗ 4
↘ 1	↘ 1	↘ 1	↘ 1
↗ 5	↗ 5	↗ 5	↗ 5
2223	2006	2134	1885

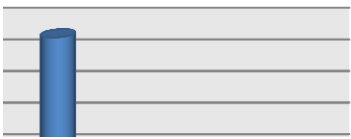
**ay una armonía y
intinas relaciones
n consigo mismo?**



e De acuerdo Totalmente de acuerdo

valido ■ Porcentaje acumulativo

**y estabilidad en
consigo mismo?**

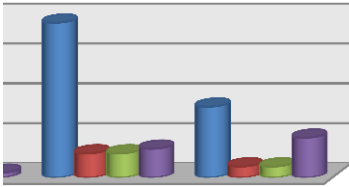




De acuerdo Totalmente de acuerdo

ent Cumulative Percent

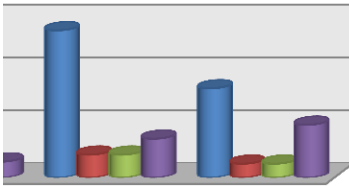
¿... dentro del ... correctamente?



De acuerdo Totalmente de acuerdo

ent Cumulative Percent

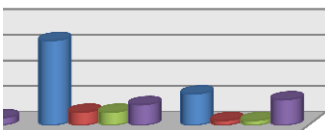
¿... fácil entre los ... bilingües?



De acuerdo Totalmente de acuerdo

ent Cumulative Percent

¿... es necesaria ... correctamente mi ... ?

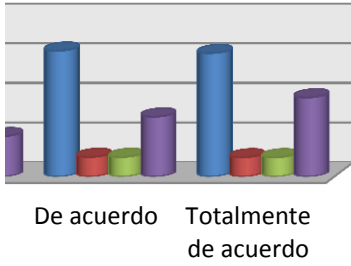


De acuerdo Totalmente

de acuerdo

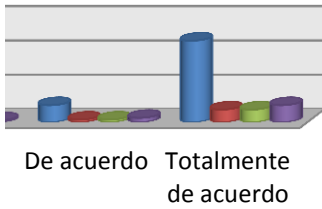
ent Cumulative Percent

la coordinación de la zona?



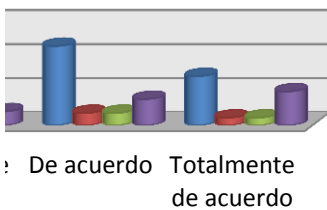
ent Cumulative Percent

los trabajadores npradores es



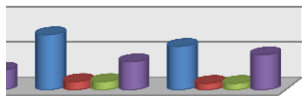
ent Cumulative Percent

trabajo de mi no representan salud)?



ent ■ Cumulative Percent

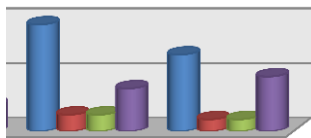
orientales de la , iluminación, (ventilación...) dad diaria?



De acuerdo Totalmente de acuerdo

ent ■ Cumulative Percent

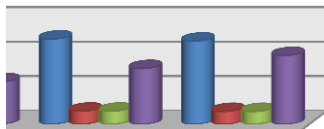
de la Unidad de mobiliario, tan mi trabajo y a los usuarios?



De acuerdo Totalmente de acuerdo

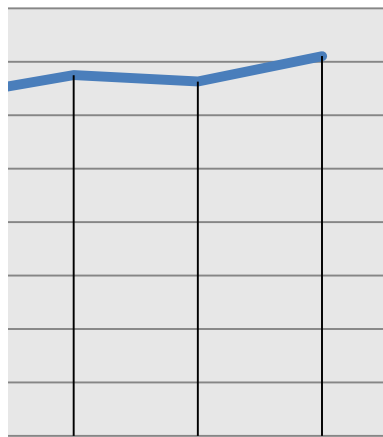
ent ■ Cumulative Percent

ormáticas que aptadas a las mi trabajo?



De acuerdo Totalmente de acuerdo

alido ■ Porcentaje acumulativo



— Std. Deviation

a Unidad...

de la Unidad (superficie, ...

ramientos informáticas que utilizo están...

Tradicion En El Tiang

Statistics

		¿La relación con los compañeros de trabajo es buena?	¿En la organización se tiene una costumbre con el tianguis?	¿Se acepta todo tipo de modas e ideas?
N	Valid	642	642	642
	Missing	0	0	0
Mean		3.79	3.61	3.94
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4
Std. Deviation		.869	1.219	.972
Variance		.756	1.485	.945
Range		3	4	4
Minimum		2	1	1
Maximum		5	5	5
Sum		2430	2320	2528

¿La relación con los compañeros de trabajo es buena?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En desacuerdo	50	7.8	7.8
	Indiferente	176	27.4	27.4
	De acuerdo	278	43.3	43.3
	Totalmente de acuerdo	138	21.5	21.5
	Total	642	100.0	100.0

¿En la organización se tiene una costumbre con el tianguis?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido
Valid	Totalmente en desacuerdo	48	7.5	7.5
	En desacuerdo	76	11.8	11.8
	Indiferente	132	20.6	20.6
	De acuerdo	206	32.1	32.1
	Totalmente de acuerdo	180	28.0	28.0
	Total	642	100.0	100.0

¿Se acepta todo tipo de modas e ideas?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	19	3.0	3.0

	En desacuerdo	30	4.7	4.7
	Indiferente	120	18.7	18.7
	De acuerdo	276	43.0	43.0
	Totalmente de acuerdo	197	30.7	30.7
	Total	642	100.0	100.0

¿Es habitual la ayuda mutua para sacar adelante los puestos de cada tianguista?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En desacuerdo	18	2.8	2.9
	Indiferente	50	7.8	8.0
	De acuerdo	376	58.6	60.3
	Totalmente de acuerdo	180	28.0	28.8
	Total	624	97.2	100.0
Missing	System	18	2.8	
Total		642	100.0	

¿Usted tiene una norma que parte del tianguis?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	En desacuerdo	18	2.8	2.8
	Indiferente	50	7.8	7.8
	De acuerdo	444	69.2	69.2
	Totalmente de acuerdo	130	20.2	20.2
	Total	642	100.0	100.0

¿El trabajo en equipo facilidad expresar las opiniones sobre lugar de trabajo?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	42	6.5	6.5
	En desacuerdo	55	8.6	8.6
	Indiferente	100	15.6	15.6
	De acuerdo	278	43.3	43.3
	Totalmente de acuerdo	167	26.0	26.0
	Total	642	100.0	100.0

¿El ambiente del tianguista produce seguridad?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	8	1.2	1.2
	En desacuerdo	87	13.6	13.6
	Indiferente	137	21.3	21.3

De acuerdo	289	45.0	45.0
Totalmente de acuerdo	121	18.8	18.8
Total	642	100.0	100.0

Scale: Coeficiente de Cronbach

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	624	97.2
	Excluded ^a	18	2.8
	Total	642	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.974	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
¿La relación con los compañeros de trabajo es buena?	3.75	.856	624
¿En la organización se tiene una costumbre con el tianguis?	3.57	1.213	624
¿Se acepta todo tipo de modas e ideas?	3.91	.969	624
¿Es habitual la ayuda mutua para sacar adelante los puestos de cada tianguista?	4.15	.680	624
¿Usted tiene una norma que parte del tianguis?	4.04	.611	624

Rango de Valores

1.400
1.200
1.000
.800
.600
.400
.200
.000

106

¿El trabajo en equipo facilidad expresar las opiniones sobre lugar de trabajo?	3.70	1.127	624
¿El ambiente del tianguista produce seguridad?	3.63	.960	624

¿La relac-
¿En

Scale Statistics

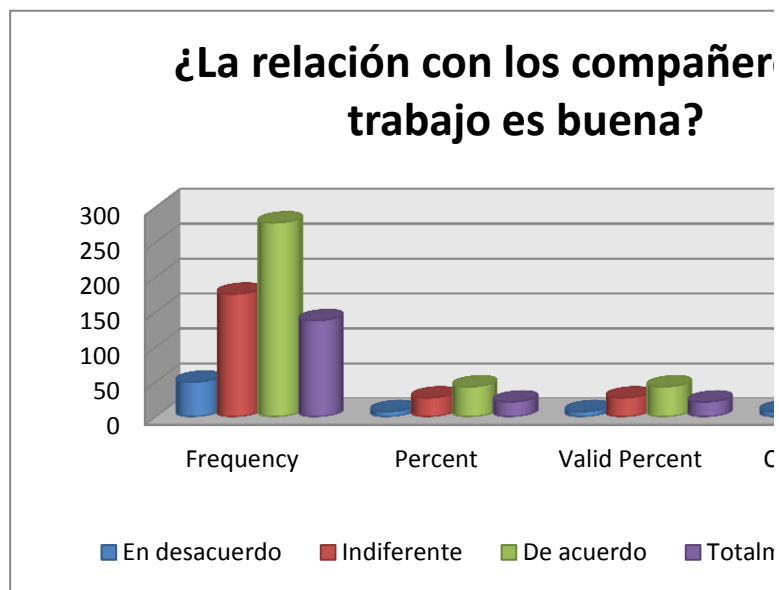
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.75	37.275	6.105	7

	¿Es habitual la ayuda mutua para sacar adelante los puestos de cada tianguista?	¿Usted tiene una norma que parte del tianguis?	¿El trabajo en equipo facilita expresar las opiniones sobre lugar de trabajo?	¿El ambiente del tianguista produce seguridad?
	624	642	642	642
	18	0	0	0
↑	4.15 ↗	4.07 ↗	3.74 ↗	3.67
↗	4.00 ↗	4.00 ↗	4.00 ↗	4.00
↗	4 ↗	4 ↗	4 ↗	4
↓	.680 ↓	.623 ↓	1.131 ↓	.973
↓	.462 ↓	.388 ↓	1.280 ↓	.946
→	3 →	3 ↗	4 ↗	4
↘	2 ↘	2 ↓	1 ↓	1
↑	5 ↑	5 ↑	5 ↑	5
	2590	2612	2399	2354

Cumulative Percent
7.8
35.2
78.5
100.0

Porcentaje acumulativo
7.5
19.3
39.9
72.0
100.0

Cumulative Percent
3.0



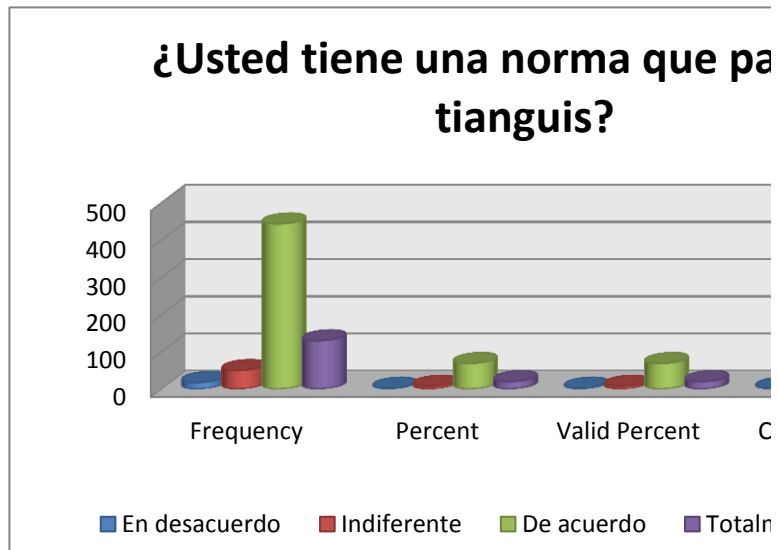
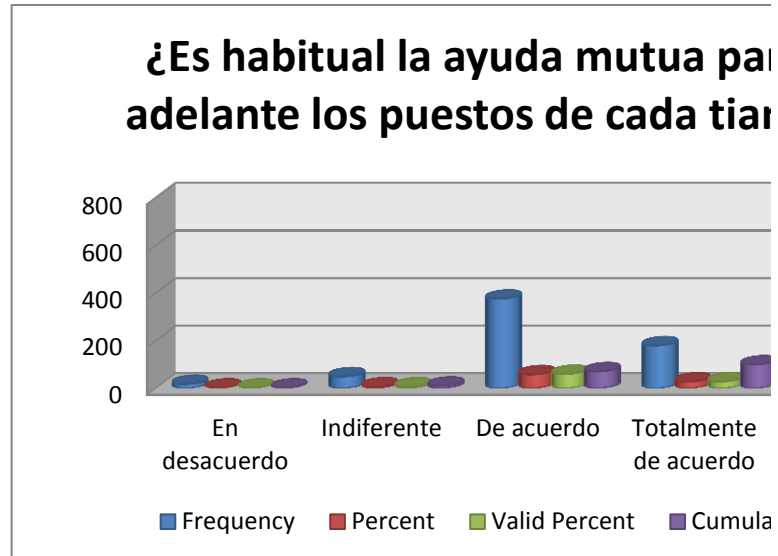
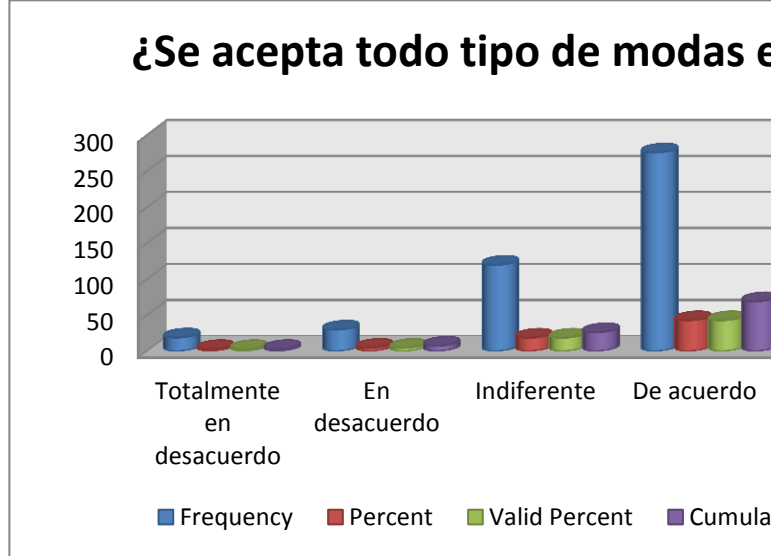
	7.6
	26.3
	69.3
	100.0

Cumulative Percent	
	2.9
	10.9
	71.2
	100.0

Cumulative Percent	
	2.8
	10.6
	79.8
	100.0

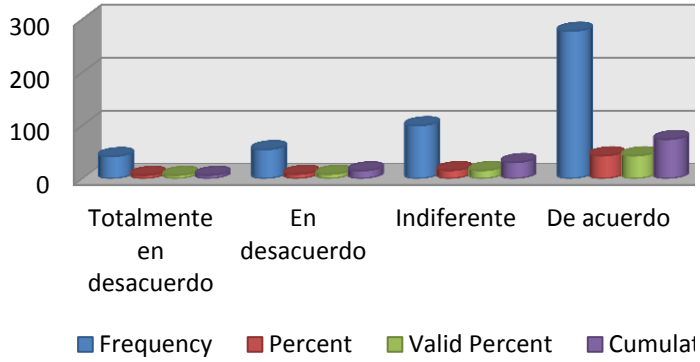
Cumulative Percent	
	6.5
	15.1
	30.7
	74.0
	100.0

Cumulative Percent	
	1.2
	14.8
	36.1

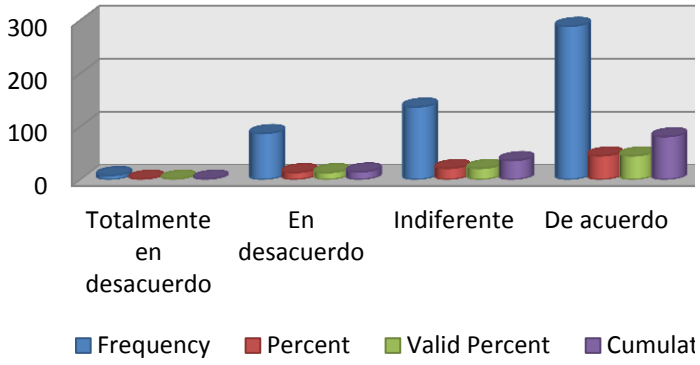




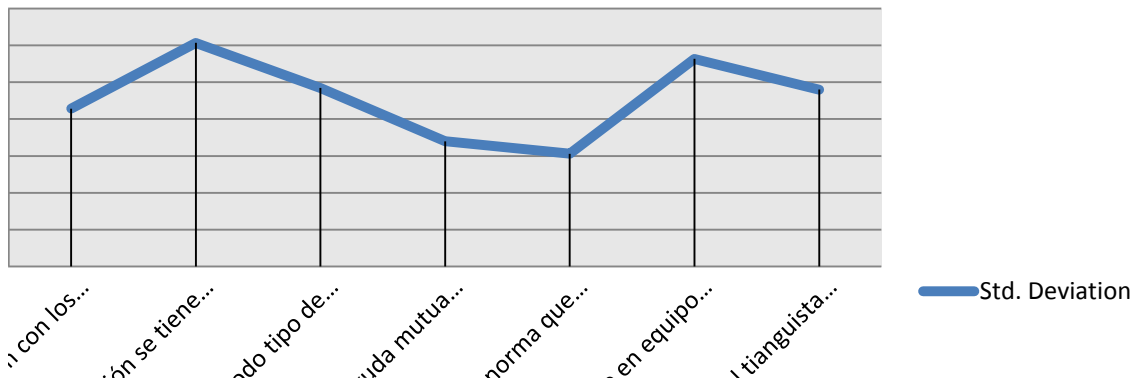
¿El trabajo en equipo facilita e las opiniones sobre lugar de tra



¿El ambiente del tianguista pro seguridad?



Coefficiente de Cronbach



¿La organizaci

¿Se acepta to

¿Es habitual la ayu

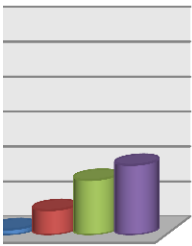
¿Usted tiene una i

¿El trabajo

¿El ambiente del

Cuestionario

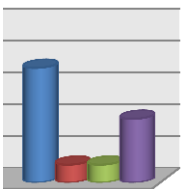
os de



Cumulative
Percent

nente de acuerdo

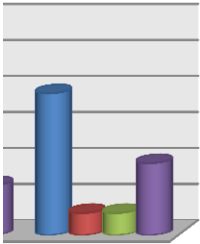
una
?



Totalmente
de acuerdo

ntaje acumulativo

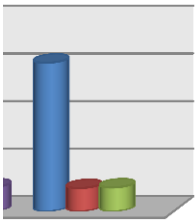
e ideas?



Totalmente
de acuerdo

ative Percent

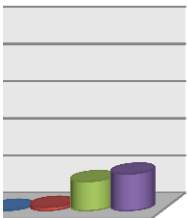
ra sacar nguista?



Total

ative Percent

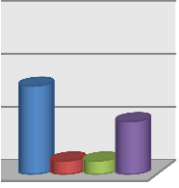
arte del



Cumulative
Percent

mente de acuerdo

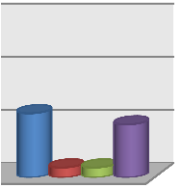
Expresar debajo?



Totalmente
de acuerdo

Relative Percent

Induce



Totalmente
de acuerdo

Relative Percent

SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente en acuerdo	
El trabajo dentro del tianguis y como tianguista, es atractivo e interesante.	8	153	287	167	27	642
Puede trabajar con independencia y poner en práctica sus ideas dentro del tianguis.	4	10	9	483	136	642
Como tianguistas puede ayudar a sus compañeros.	28	37	53	374	150	642
Su trabajo como tianguista es útil a la sociedad.	15	34	24	382	187	642
El trabajo del tianguis y como tianguistas es estable.	34	162	186	210	50	642
El entorno físico del tianguis en el cual lleva a cabo su trabajo es agradable.	18	169	56	210	189	642
Siempre participa en las decisiones del tianguis respecto a las tareas a realizar.	28	136	127	273	78	642
El tiempo de trabajo en el puesto comercial se le pasa muy rápido.	38	40	35	305	224	642
Regresa a casa muy cansado/a después de trabajar en el puesto comercial.	0	27	0	415	200	642
Tiene flexibilidad para decidir cuándo llega y cuándo se marcha.	10	12	11	509	100	642
Puede tomar pequeños descansos durante el tiempo que permanece en el tianguis.	6	3	5	274	354	642
El horario que tiene, lo ha determinado usted mismo/a y se lo he hecho saber a los líderes del tianguis	13	215	196	208	10	642
Desde el punto de vista de la seguridad, es de su agrado el entorno físico de su lugar de trabajo.	35	73	100	219	215	642
Son satisfactorias las condiciones de seguridad e higiene.	42	273	103	194	30	642
Su trabajo es estresante.	214	136	189	76	27	642
El trabajo como tianguista se da en condiciones peligrosas y con grandes esfuerzos físicos.	273	181	123	40	25	642

Usted mismo/a es autónomo/a del puesto comercial y le facilita los medios necesarios para trabajar en condiciones seguras	18	50	14	360	200	642
Su situación económica en su hogar es satisfactoria.	187	159	172	89	35	642
Considera que el tiempo libre que dispone dentro del tianguis es el adecuado.	33	129	10	310	160	642
Su vida actual es satisfactoria.	2	54	5	402	179	642
Está satisfecho con las ganancias generadas en el tianguis.	50	104	34	255	199	642

Participación en el ámbito de trabajo.	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente acuerdo
Considero que mis compañeros tianguistas nos apoyamos en los problemas personales que presentamos	10	10	1	365	256
Puedo participar en las decisiones que incumben al tianguis o nuestro grupo de trabajo			20	434	188
Pienso que los tipos de puestos en el tianguis está bien distribuidos		100	50	350	142
Creo que las actividades necesarias están bien distribuidas y planeadas		80	75	380	107
¿En el tianguis se tienen los lugares apropiados para realizar sus funciones?		257	350	35	
¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades?		120	150	227	145
¿Ha colaborado en talleres por parte del gobierno o ha recibido invitación para participar en los cursos de formación?		254	200	126	62

642

642

642

642

642

642

642

Logro en el tianguis	Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente en acuerdo
Usted decide sobre mi propio trabajo.		25	58	459	100
¿En el tianguis se prefiere colaboración en equipo?		25	60	388	169
¿Mí responsable demuestra conocimiento en las funciones del tianguis?		120	300	160	62
¿Soy responsable solucionado los problemas de manera eficaz?		13	40	489	100
¿Mí responsable en la zona que cuido es eficazmente como lo administró?		50	50	400	142
¿La responsable que tomo en las decisiones son con la participación de los tianguista en la zona.		30	64	379	169
¿Colaboró en el informado sobre los asuntos que afectan al tianguis?		20	18	450	154

642

642

642

642

642

642

642

Tradición en el tianguis	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente acuerdo
¿La relación con los compañeros de trabajo es buena?	0	50	176	278	138

642

¿En la organización se tiene una costumbre con el tianguis?	48	76	132	206	180	642
¿Se acepta todo tipo de modas e ideas?	19	30	120	276	197	642
¿Es habitual la ayuda mutua para sacar adelante los puestos de cada tianguista?	0	18	50	376	180	624
¿Usted tiene una norma que parte del tianguis?	0	18	50	444	130	642
¿El trabajo en equipo facilidad expresar las opiniones sobre lugar de trabajo?	42	55	100	278	167	642
¿El ambiente del tianguista produce seguridad?	8	87	137	289	121	642

SEGURIDAD EN EL TIANGUIS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
¿Dentro del tianguis hay una armonía y estabilidad en las distintas relaciones entre lo demás y consigo mismo?	59	33	167	278	105	642
¿Dentro del tianguis hay estabilidad en las distintas relaciones consigo mismo?	23	45	67	452	55	642
¿La comunicación interna dentro del tianguis funciona correctamente?	10	34	31	389	178	642
¿La comunicación es fácil entre los miembros del tianguis?	45	53	96	279	169	642
¿La información que recibo es necesaria para desarrollar correctamente mi trabajo?	35	88	188	208	123	642
¿Se tiene una adecuada coordinación con otros tianguis de la zona?	51	167	109	159	156	642
¿La comunicación entre los trabajadores del tianguis y los compradores es buena?	20	21	23	100	478	642
¿Las condiciones de trabajo de mi Unidad son seguras (no representan riesgos para la salud)?	65	97	101	234	145	642
¿Las condiciones ambientales de la Unidad (climatización, iluminación, decoración, ruidos, ventilación...) facilitan mi actividad diaria?	100	125	136	157	124	642
¿Las instalaciones de la Unidad (superficie, dotación de mobiliario, equipos técnicos) facilitan mi trabajo y los servicios prestados a los usuarios?	86	95	126	195	140	642

¿Las herramientas informáticas que utilizo están bien adaptadas a las necesidades de mi trabajo?	141	125	131	124	121
--	-----	-----	-----	-----	-----