

La economía informal en los campus universitarios de la UACJ: una alternativa de sobrevivencia académica y familiar para los estudiantes.

Nolberto Acosta Varela.

Cita:

Nolberto Acosta Varela (2019). *La economía informal en los campus universitarios de la UACJ: una alternativa de sobrevivencia académica y familiar para los estudiantes. XXXII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Lima.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-030/1817>

La economía informal en los campus universitarios de la UACJ: una alternativa de sobrevivencia académica y familiar para los estudiantes

Nolberto Acosta Varela

Resumen

El desarrollo de actividades vinculadas con la economía informal por estudiantes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ) como una necesidad para satisfacer necesidades de índole económica se vuelven imprescindibles para muchos de los estudiantes, debido a las condiciones económicas individuales y familiares. El poder ofrecer bienes de consumo y servicios, principalmente dentro de las instalaciones universitarias, pero también fuera de éstas, es una situación que les permite resolver eventualmente un problema de ingreso económico necesario para continuar sus estudios, incluso, para apoyar la economía familiar. Esta investigación es parte de un proyecto más amplio que incluye observación etnográfica, entrevistas y una consulta en redes sociales con grupos sociales de los diferentes campus de la universidad.

Introducción

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) según Chapa, Flores y Valero (2008, 11) plantea términos de manera indistinta tales como “economía subterránea, economía informal, economía oculta o economía paralela”. Estos mismos autores establecen que las actividades se desarrollan bajo empresas o actividades familiares, con operaciones realizadas en efectivo y con la contratación de un máximo de 15 empleados, mismos que no son registrados ante los organismos gubernamentales respectivos.

La economía informal para Portes (1995) no se puede definir de una manera sencilla, para él, presenta varios aspectos que son difíciles de aprender en un concepto teórico, lo plantea más bien de una manera operativa. En la revisión que realiza Portes sobre economía o sector informal desde diferentes estudios, incluidos de organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC), encuentra que las conceptualizaciones al respecto parten de la idea de la marginalidad. De igual manera, al buscar acepciones para referirse al empleo informal que suele limitar a éste con ciertas actividades muy acotadas entre las que se dejan de lado a los administradores y profesionales, centrando la definición operativa en los empleos domésticos, trabajo familiar no remunerado y trabajo en pequeñas empresas (Portes 1995, Raczynski, 1977).



Se plantean dos tipos de economía subterránea,

aquellas que comprenden el conjunto de actividades legales e ilegales, cuya contabilidad o registro escapa a los recolectores de estadísticas oficiales, y por lo tanto no son gravadas o son en menor medida; y segundo, las que consideran exclusivamente a las actividades lícitas y que, igualmente, no son registradas o lo son solo parcialmente en las cuentas nacionales y el sistema fiscal (Centro de Estudios Económicos del Sector Privado A.C. 1987; 15)

Para Portes (1995) el sector informal no es sinónimo de pobreza, sino tiene que ver más con actividades al margen del control estatal, en eso coincide con Castells (1989). “Una consecuencia final del enfoque estructuralista es de que las actividades informales son, de manera general, procíclicas ya que están íntegramente ligadas a las del sector moderno como parte de una misma economía” (Portes, 1995; 126). Los productores de bienes de consumo que se distribuyen en los grandes mercados y tianguis, sobre todo de los países con menos desarrollo son esa otra “dualidad” que tiene que ver con la no declaración a los gobiernos del total de su producción, es el paralelismo del mercado formal e informal

Para definir y determinar el sector informal en México se acude a la información recabada por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y se utilizan los siguientes criterios:

- 1) Por gran división económica se incluyen solamente empresas en las siguientes actividades: a) manufacturas, b) comercio, c) construcción, d) servicios, e) transporte. Excluyéndose, por tanto, la agricultura, la pesca y la silvicultura.
- 2) Por número de trabajadores, se excluye a las personas que trabajan por cuenta propia o empresas con un máximo de cinco personas en el comercio, en la construcción, en los servicios y en el transporte; con un máximo de 15 personas en las manufacturas.
- 3) Se retiran las áreas de actividad que son propias del sector formal, como los ferrocarriles, el gobierno, el servicio internacional, etcétera.
- 4) Se excluyen a partir de 1994 los transportistas de carga y pasajeros (Chapa, Flores y Valero 2008, 15).

Entre los países latinoamericanos México se ubica en el grupo de los que cuentan con una mayor fuerza de trabajadores no remunerados, durante las décadas de la segunda mitad del siglo XX mantuvo cifras muy elevadas, de acuerdo con Charmes (1990, 18) <<1950, 28.1 %; 1960, 21.8%; 1970, 27.8%; 1980, 29.7%>> los porcentajes fueron bastante altos, situación que no mejoró con la llegada del modelo económico neoliberal, acorde con las



cifras del INEGI. Los números de la economía informal entre 2003 y 2016 se han mantenido con fluctuaciones entre 23.6% y 22.6%, lo cual continúa siendo muy elevada, sobre todo, si se considera que este país está entre las 15 economías más grandes del mundo.

En México, grandes consorcios comerciales distribuyen a lo largo y ancho del país sus mercancías mediante la modalidad de la informalidad, tal como lo vemos en los cruceros comercializando “Bon ice”, “Barcel o “vive 100”, por mencionar solo algunos.

La informalidad en culturas como la nuestra es una salida ante la pérdida del empleo formal, la insatisfacción de las necesidades básicas consecuencia de los bajos salarios y la posibilidad de comercializar bienes y servicios entre conocidos sin necesidad de dedicación de tiempo completo, sino en lapsos cortos de tiempo y sin la regularidad que demanda un trabajo formal. Juana¹ es una operadora de producción de una maquiladora en Ciudad Juárez que vende cosméticos y otros productos a sus compañeras de la planta, mismos que adquiere en El Paso Tx., así como ella, hay cientos de trabajadores/as que aprovechan su empleo formal para incrementar sus ingresos con una actividad informal. Juana, asegura que obtiene mayores ingresos de su actividad informal, que, de su empleo formal, de éste, le interesa contar con la seguridad social que le brinda su empleo, tal como el servicio médico a través del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) o el Instituto Nacional del Fondo para la Vivienda (INFONAVIT). Además, la empresa en la que trabaja le permite desarrollar su actividad informal entre sus compañeros, mismos que son potenciales clientes cautivos y de esta manera, logra ingresos extraordinarios a través de la economía informal.

La economía informal ha dejado de ser una actividad convencional para anidar y reproducirse con mayor fuerza en el “mundo virtual”, existen cientos de páginas en redes sociales dedicadas especialmente a la promoción y venta de algún bien o servicio. La sociedad se ha alfabetizado en el manejo de herramientas útiles disponibles en las tecnologías de la información. Lo mismo albañiles, fontaneros, payasos, profesionistas, amas de casa, pasteleros y cualquiera que comercialice o requiera un bien de consumo o servicio se vale de esta modalidad, ha permitido llegar a más allá de amigos y conocidos. Las redes sociales son un espacio propicio para el desarrollo de la economía informal.

La Economía Informal en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ)

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ) es una institución que surgió en 1973, en la actualidad cuenta con aproximadamente 30 mil estudiantes distribuidos en cinco *campus* (cuatro en Ciudad Juárez, uno en Nuevo Casas Grandes y otro en Ciudad

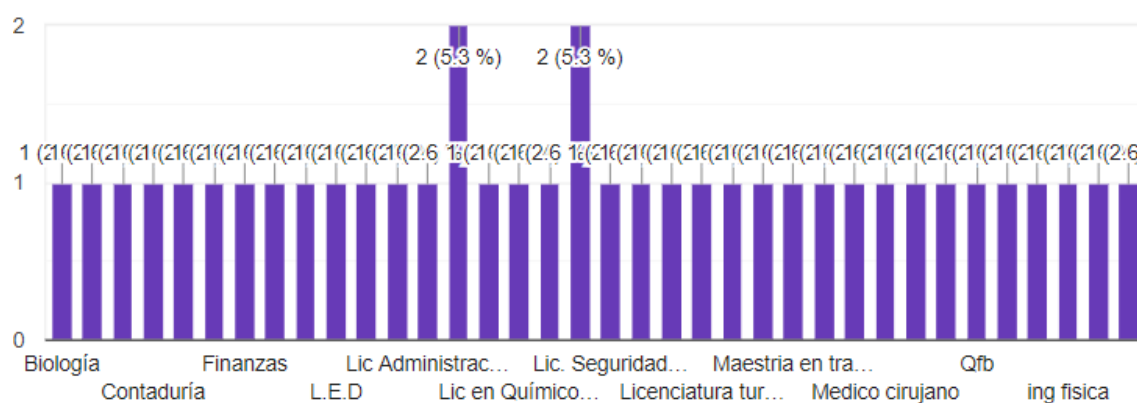


Cuauhtémoc). Su estructura académica se conforma por cuatro Institutos y tres campus multidisciplinares.

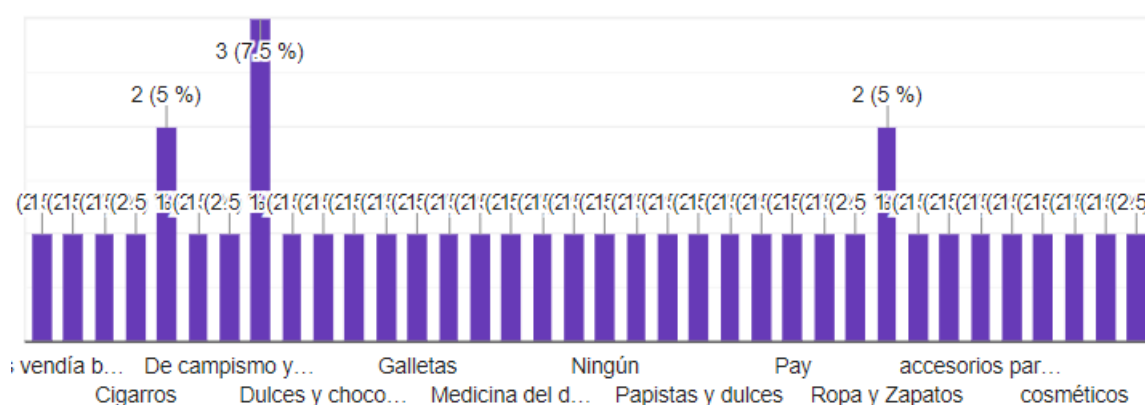
Trabajo de campo

Para esta investigación se aplicó un cuestionario de percepción en línea dirigido a la comunidad estudiantil, dicha batería de preguntas se envió a portales de redes sociales de las comunidades estudiantiles de los cuatro institutos y de los seis *campus* universitarios ubicados en Ciudad Juárez, Nuevo Casas Grandes y Cuauhtémoc. Se recibieron 40 respuestas con lo cual nos permite obtener la siguiente información:

Se recibió respuesta de 19 programas de licenciatura pertenecientes a los cuatro institutos y a dos programas de maestría, uno del Instituto de Ciencias Sociales y otro al de ciencias biológicas, de los programas que más respuestas dieron fue de médico cirujano, derecho, administración, turismo y enfermería. Esta información cruzada con lo observado en los grupos de redes sociales que promocionan sus productos por la vía electrónica evidencia una fuerte actividad de esta modalidad de economía entre los universitarios.



Sobre la comercialización de bienes y servicios existe una gran diversidad resultaría complicado enumerar y describir todas. Los más comunes son venta de dulces, repostería, alimentos (sándwiches, burritos, platillos preparados, pizzas, ensaladas, tamales y una gran diversidad), cosméticos, aretes, artículos para celular, ropa, zapatos, bolsas, servicios de terapia, cigarros, anfetaminas y muchos más.

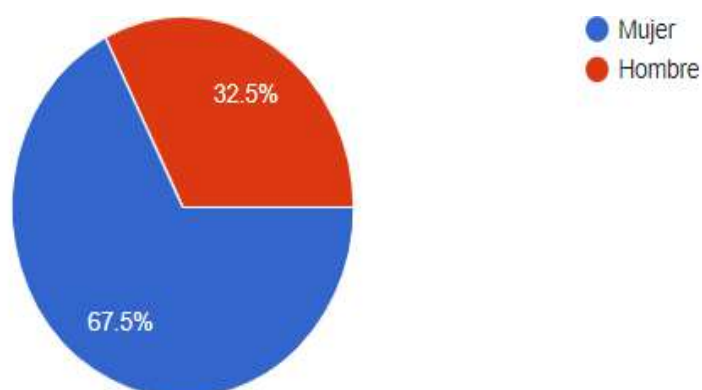


En esta investigación no se busca evidenciar la comercialización de drogas o servicios vinculados con modalidades del crimen organizado más allá de las que tienen que ver con artículos de piratería. Ciudad Juárez por ser frontera, se presta para que algunos productos traídos de contrabando hormiga de El Paso Texas puedan ser comercializados aquí entre las personas que no pueden ir de compras al vecino país, entre estos productos están los que tienen que ver con la industria del vestido, cosméticos y artículos para dama. Así como algunos productos alimenticios.

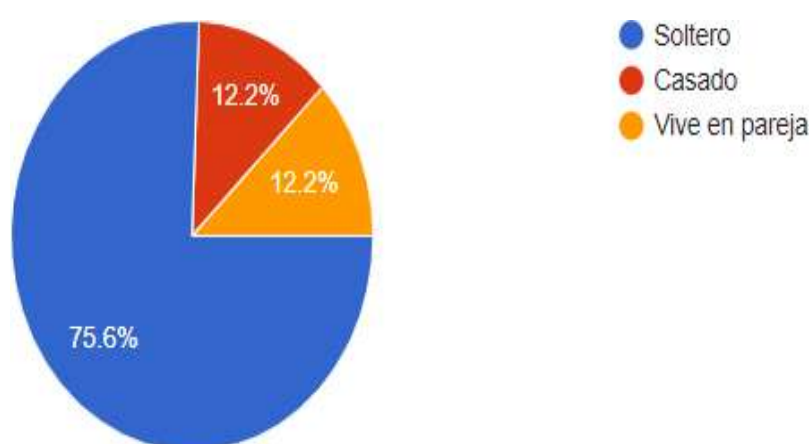
La UACJ no cuenta con cafeterías operadas por la Institución, éstas son concesionadas y los productos no son económicos. No tienen menús adecuados a las necesidades de la comunidad universitaria, la variedad de guisados, frituras y platillos es muy limitada. Tampoco cuenta con un programa institucional de apoyo becario alimenticio para estudiantes con carencias económicas, lo que genera un amplio mercado de producción y distribución de productos comestibles, desde los tradicionales productos chatarra, las denominadas comidas rápidas, alimentos preparados con productos de altos contenidos en grasas y elaborados con productos de regular o mala calidad, así como las chucherías. Obviamente, dominan el mercado los que tienen altos niveles de grasas saturadas y harto colesterol, además de ser los más económicos y los que satisfacen mejor las urgencias de carbohidratos necesarios para mantenerse despiertos y activos en el aula. Asimismo, dentro de las instalaciones se encuentran instaladas estratégicamente máquinas expendedoras de productos denominados “chatarra” operados por COCA COLA, BARCEL, SABRITAS y BIMBO.

La economía subterránea (Roubaud, 1995) se puede entender como parte de una cultura arraigada en la sociedad y es consecuencia de una incapacidad del estado para crear cerca de un millón de empleos formales anuales, esta modalidad económica se reproduce también en otras áreas o espacios como el universitario donde las becas-trabajo son insuficientes.

Sexo y estado civil

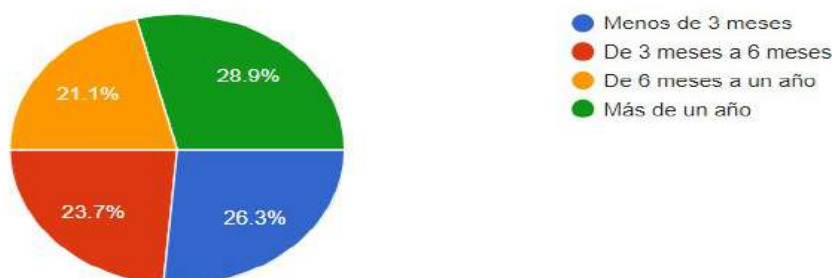


La UACJ es una universidad que únicamente ofrece formación educativa en pregrado y posgrado a diferencia de las grandes instituciones que también tienen cobertura a nivel bachillerato o técnico profesional. La matrícula total es de 30,579 estudiantes inscritos en pregrado y posgrado en sus cinco *campus* y sus cuatro institutos, de los cuales 14,295 son hombres y 16,284 mujeres². Es una universidad que ha pasado de tener una matrícula mayoritariamente masculina en una institución que en los últimos años comienza a delinear una clara diferencia en favor de las mujeres. En la comercialización de bienes y servicios informales, la diferencia de la actividad por género está más marcada en favor de las mujeres, lo que evidencia una mayor feminización de la actividad, misma que tiene que ver con la flexibilidad laboral, por el tipo de bien o servicio comercializado.



Más de dos tercios de la población universitaria equivalente a 21, 066 estudiante tiene menos de 23 años de edad, por lo tanto, son en su gran mayoría solteros, lo cual se acerca al porcentaje de la consulta que aparece en el gráfico de arriba. El porcentaje de los consultados que realizan estas actividades de economía informal no varía entre casados y los que viven en concubinato, entre ambos grupos representan la cuarta parte, porcentaje que no es menor.

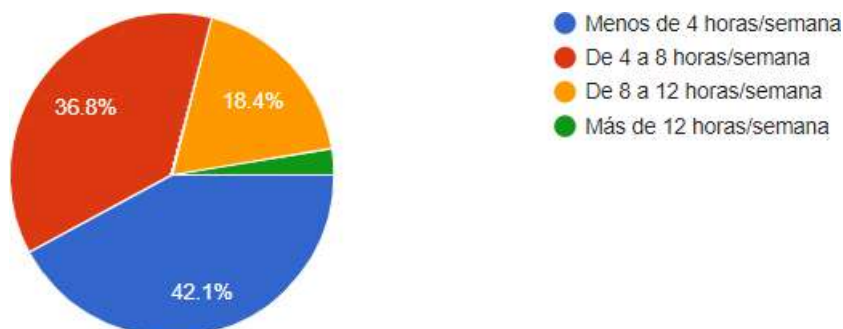
Período realizando estas actividades y tiempo destinado a preparar o adquirir los productos



Se encontró que la mayoría de los universitarios que realizan estas actividades ya cuentan con antecedentes, es decir, ya han realizado alguna actividad de esta naturaleza anteriormente.

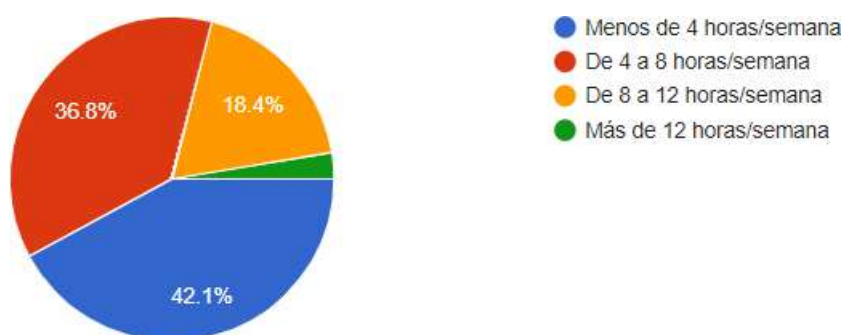
La distribución del tiempo que llevan dedicándose a estas actividades no muestra grandes diferencias, los dos porcentajes más altos son quienes llevan más de un año y de tres a seis meses. Si se toma en cuenta el tiempo del estudiante por su paso en la universidad, debe considerarse que es una actividad temporal y que se puede desarrollar generalmente en los primeros semestres, a partir de la mitad de la carrera el estudiante tiene compromisos académicos tales como el servicio social y las prácticas, éstas últimas se vienen generalizando en esta universidad y ello inhibe la prolongación de la actividad de la informalidad.

Ciudad Juárez es una ciudad con un alto porcentaje de pobreza, sueldos en promedio de 2.2 salarios mínimos como media, de acuerdo a los datos del INEGI. El salario mínimo en México es de \$102.68 pesos moneda nacional, el equivalente a \$5.5 dólares estadounidenses, para el caso de la Frontera Norte, a partir de este 2019 se autorizó un incremento sin precedente, al duplicarse con el salario de 2018 y pasar de \$88.36 a \$176.72, es decir, un incremento del 100%, aun así, este salario equivale solamente a \$9.45 dólares americanos al día. En relación al tiempo que llevan dedicándose a estas actividades, no hay nada que indique una emergencia o apuro económico, sino que regularizan dicha actividad como parte de una necesidad permanente. Lo mismo, ejercen estas actividades estudiantes de nuevo ingreso que, los que ya tienen más tiempo estudiando



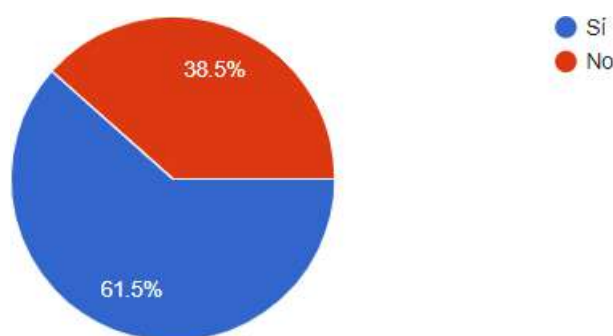
Otro indicador importante, es el tiempo que dedican para adquirir la mercancía o preparar los alimentos. En la mayoría de los casos es poco el tiempo que destinan a ese cometido, eso les permite no distraer su atención de sus clases u otros compromisos, sobre todo quienes viven en pareja o tienen hijos que atender.

Yo los vendo aquí de lunes a jueves, los viernes no los llevo, de lunes a jueves pues me los traigo en mis horas de clase que vengo de 9 a 6 entonces pues si son varias horas aunque en unas clases no los vendo porque no me dejan, en las clases no es como que me guste andarlos ofreciendo así entonces nomas pongo la caja en donde estoy sentada y así si se acerca alguien pues procuro ser discreta y ya cuando salgo de las clases ya voy hasta edificios o cosas así y me quedo sentada un rato (E. Psicología).



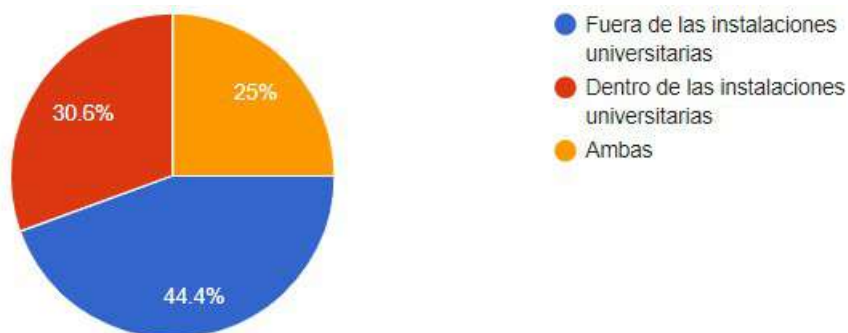
Experiencia previa

El comercializar un bien o servicio en la universidad, no fue su primera experiencia, la mayoría, ya había desarrollado esas actividades con anterioridad, eso representa el 61.5% de la consulta. Roubaud (1995, 119) Dice que “el sector informal es un rasgo característico de primera importancia del mercado de trabajo en México”, en ese sentido, no sorprende que la comunidad universitaria que se dedica a eso, cuente con experiencia previa. Así lo muestran entrevistas, una de las cuales dice lo siguiente “he vendido bisutería, cupcakes, pasteles y repostería en mi casa” (Lic. Trabajo Social), otra estudiante dice que ella ha vendido anteriormente donas aquí mismo en la universidad, ahora vende tostaditas preparadas (Lic. En Contaduría)



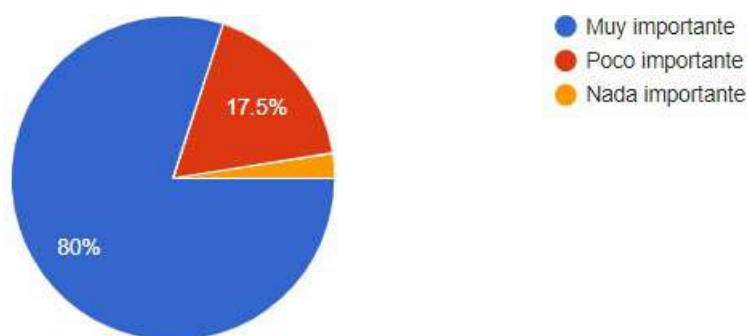
Espacio de comercialización

Si bien, la mayoría de los bienes de consumo y servicios se desarrollan en instalaciones universitarias, un porcentaje minoritario, pero significativo realiza sus actividades extra muros. Empero, la universidad es un espacio que fortalece las relaciones e impacta en la ampliación de las redes de contactos.

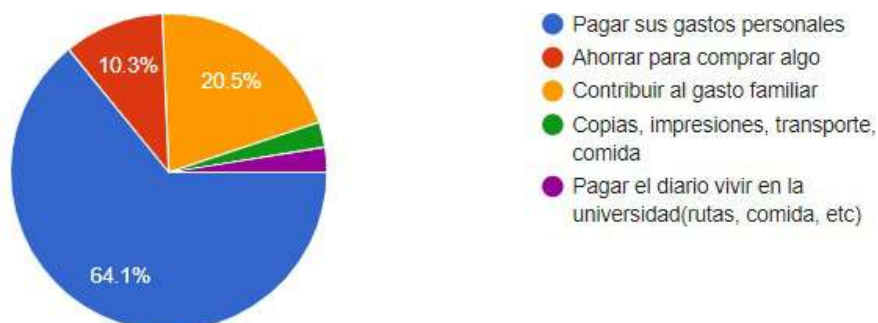


Algunos contactos son de la comunidad universitaria, mientras que otros no guardan ninguna relación.

Razones para desarrollar estas actividades y utilización de los ingresos



“Si, pues principalmente ya tengo así dinero como para salir porque a mí sí me gusta mucho salir, los fines de semana y entre semana ir a cine o ir a un bar o algo y ya, así yo traigo dinero y pues para mí, se siente mucho mejor traer dinero propio dinero, que yo me gane, a dinero que es de mi mamá (Lic.Psicología)”.

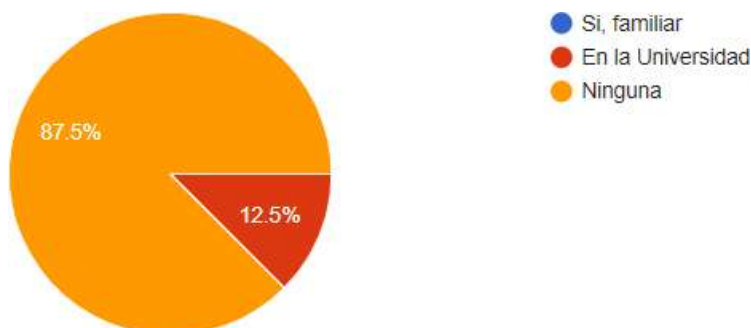


En el junio de 2018 “se otorgó beca socioeconómica a mil 434 alumnos, mismos que quedaron exentos de la totalidad del pago de inscripción; 107 recibieron un descuento del 75% y 11

más, de un 50" (Asociación de Periodistas de Ciudad Juárez. Monitorapcj.com. consulta 18-02-2019). Para ser acceder a dichas becas los estudiantes deben contar con un promedio mínimo de 8.0 y haber llevado 32 créditos el semestre anterior, lo que equivale a cuatro materias, desde esta perspectiva, además de tener necesidad económica, deben contar con un promedio de 8.0, lo que niega la posibilidad de ser becario a quien no demuestre esfuerzo y resultados. Por eso una estudiante dice que el ingreso que obtiene le permite "cubrir los gastos de la universidad y gastos personales" (Lic. Administración)

Dificultades para realizar la comercialización

Algunos lugares de trabajo o de estudio cuentan con una política restrictiva para la comercialización de productos hacia su comunidad. El caso concreto de la UACJ en varias ocasiones los directivos en turno han tomado medidas para impedir el desarrollo de esas actividades, tanto contra personas de alguna etnia u otros vendedores que acuden a las instalaciones de la universidad a ofrecer algún producto, ya sea adentro del *campus* o afuera del mismo. También, lo han intentado con los estudiantes, llegando al extremo de ordenar a los guardias el decomiso de sus productos. La última ocasión que intentaron esta acción fue en 2017, la reacción de apoyo en *redes* de la comunidad no se hizo esperar, presionando para que dieran marcha atrás a sus intenciones de proteger a los concesionarios de las cafeterías.



"Al principio si tuve una dificultad porque creo que estaba más... con lo del rector pasado estaba más prohibido que era cuando empecé apenas que era una dificultad andarlos escondiendo pero ahora en el tiempo libre sin embargo hace unos días si tuve una dificultad con un profesor, no le gustaba que vendiera y si tuvimos así como que unas riñas por eso, no era como que yo quisiera acá...obligarme a venderles ahí pero si le molestaba mucho a tal grado de que si antes era así más cálido conmigo y con los que están ahí en mi mesa y ahora si pues ya como que si le molestaba ,muy feo (Lic. Psicología)". La percepción que predomina entre algunos estudiantes es que la Institución no permite la comercialización de productos bajo esta modalidad y en ese sentido, plantean lo siguiente, "he tenido dificultad para vender en la universidad porque está prohibido vender y nos han restringido la venta, en ocasiones, tenemos que esconder los productos" (Lic. Contaduría).



Conclusión

La actividad económica realizada por los estudiantes en sus respectivos *campus* universitarios, encaja perfectamente es lo que Roubaud (1995) ve en los análisis de la economía informal como una forma de entender las dinámicas del ajuste de trabajo. Por una parte, realizar una actividad con esas características, le permite al estudiante combinar sus estudios y resolver sus necesidades económicas aprovechando sus horas de estancia en la universidad. Por otra parte, se hacen presentes otras dos condiciones favorables, una clientela cautiva que está ahí, y por otra, el uso de grupos en redes sociales del *campus* respectivo que usan para entrar en contacto con sus respectivos clientes.

Si bien es cierto, algunos estudiantes desarrollan la comercialización para cubrir exclusivamente sus necesidades personales y obtener autonomía económica de sus familias obteniendo ingresos para sus gastos personales, incluida la diversión y asistencia a “antros”, otros, requieren de ese ingreso para ayudar a la familia en el gasto. Por otro lado, la programación de los cursos tiende a marcar una diferencia entre la oferta y la demanda, resultando muy superior la segunda, lo que obliga al estudiantado a permanecer muchas horas en los muros, eso favorece que estudiantes que no pueden ir a comer a sus hogares lo hagan en la universidad.

El mercado informal no se reduce a la comercialización de alimentos, abarca una gama amplia de productos y servicios, lo que se ve favorecido con el perfil de estudiante de la UACJ, ya al trabajar más del 60% y pasar prácticamente todo el día entre su trabajo y la universidad, se facilita la adquisición de algún producto o servicio. También, se ve favorecido el mercado informal por estar en frontera con Estados Unidos, lo que beneficia la adquisición de productos más competitivos en precio y variedad del otro lado. Asimismo, que la universidad no cuente con cafeterías acorde a las necesidades de la comunidad, sino con establecimientos concesionados a particulares que expenden productos caros y de mala calidad, propicia que se mantenga el mercado informal más amplio, el relacionado con la venta de productos comestibles de todo tipo.

Notas

¹ No es el nombre real

² <http://www.uacj.mx/ServiciosAcademicos/Paginas/matricula.html>

Bibliografía

Castells, Manuel y Portes, Alejandro (1989). *The informal economy*. Estados Unidos: The Johns Hopkins University Press.



Centro de Estudios Económicos del Sector Privado A.C. (1987). *La economía subterránea en México*. Diana, México.

Charmes, Jacques (1990). *A critical review of concepts, definitions and studies in the informal sector*. En, Turnham, David; Salomé, Bernard; Schwars, Antoine. La informal sector. France, The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

Chapa Cantú, Joana Cecilia; Flores Curiel, Daniel y Valero Gil, Jorge Noel (2008). *La economía Informal. Estimaciones, comportamientos y potencial recaudatorio*. México: Trillas Editorial.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. México. Inegi.org.mx

Portes, A. (1995). *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada*. FLACSO y Editorial Porrúa; México.

Raczynski, D. (1977) *El sector informal: controversias e interpretaciones*. Chile: Estudios Cieplan, 13. www.cieplan.org

Roubaud, Francois (1995). *La economía informal en México. De la esfera doméstica a la dinámica macroeconómica*. México: Fondo de Cultura Económica.

Secretaría de Trabajo y Previsión Social (SCPS). México. Stps.gob.mx

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Dirección General de Planeación y Desarrollo Institucional, 2019.