

---

XIMENA RESÉNDIZ 

DISN

CUCEA

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

JALISCO, MÉXICO

XIMENA.RESENDIZ2224@ALUMNOS.UDG.MX

FABIOLA CORTES-CHAVEZ 

FACULTAD DE INGENIERÍA

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

JALISCO, MÉXICO

FCORTES@UP.EDU.MX

# La importancia del diseño para mujeres en el comercio informal

*The importance of design for women in informal commerce*

**Resumen.** El comercio informal en México representa un componente esencial de la economía, ya que genera empleo e ingresos para sectores vulnerables. Este estudio se centra en las “nenis”, emprendedoras que utilizan plataformas digitales para vender productos que entregan en espacios públicos, como el Parque Rojo en Guadalajara. A través de entrevistas y observación de campo, se identificaron los principales desafíos que estas mujeres enfrentan: problemas de transporte, falta de infraestructura en los espacios de venta, inseguridad y condiciones de salud precarias. Estos obstáculos no solo limitan su capacidad de crecimiento, sino también su estabilidad económica y personal.

Las soluciones de diseño emergen como herramientas clave para mejorar las condiciones de trabajo de las nenis. Las propuestas incluyen el desarrollo de sistemas de transporte ligeros y modulares, optimización de los stands de venta y creación de espacios más seguros y funcionales. La implementación de estas intervenciones tiene el potencial de aumentar la productividad de las nenis, profesionalizar sus negocios y mejorar su calidad de vida. Al integrar un enfoque de diseño centrado en el ser humano, se busca no solo resolver barreras logísticas, sino también empoderar a estas mujeres, transformando sus operaciones diarias en un entorno más eficiente, seguro y próspero.

*Palabras clave:* nenis, emprendimiento, innovación, diseño,

**Abstract.** Informal trade in Mexico represents an essential component of the economy since it generates employment and income for vulnerable sectors. This study focuses on “nenis,” entrepreneurs who use digital platforms to sell products that they deliver in public spaces, such as Parque Rojo in Guadalajara. Through interviews and field observation, these women’s main challenges were identified: transportation problems, lack of infrastructure in sales spaces, insecurity, and precarious health conditions. These obstacles not only limit their ability to grow but also their economic and personal stability.

Design solutions emerge as key tools to improve the working conditions of nenis. The proposals include the development of light and modular transport systems, optimizing sales stands, and creating safer and more functional spaces. The implementation of these interventions has the potential to increase the productivity of nenis, professionalize their businesses, and improve their quality of life. By integrating a human-centered design approach, we seek not only to resolve logistical barriers but also to empower these women, transforming their daily operations into a more efficient, safe, and prosperous environment.

*Keywords:* nenis, entrepreneurship, innovation, design

---

Fecha de recepción: 01/08/2024

Fecha de aceptación: 22/10/2024

Cómo citar: Reséndiz, X., y Cortes-Chavez,

F. (2024). La importancia del diseño para

mujeres en el comercio informal. *RChD:*

*creación y pensamiento*, 9(17), 1-16. [https://doi.](https://doi.org/10.5354/0719-837X.2024.75565)

[org/10.5354/0719-837X.2024.75565](https://doi.org/10.5354/0719-837X.2024.75565)

---

*RChD: creación y pensamiento*

Universidad de Chile

2024, 9(17).

<http://rchd.uchile.cl>

## Introducción

El comercio informal, al operar fuera de las regulaciones gubernamentales, plantea desafíos como la evasión fiscal y la falta de contribuciones a la economía formal. A pesar de las percepciones negativas sobre el impacto del sector informal en el crecimiento económico, se reconoce que este sector contribuye significativamente a los ingresos y al empleo en países en desarrollo como México (Marjit y Mishra, 2021). Además, las actividades informales son más prominentes en estos países debido a la facilidad para operar fuera de la economía formal, las cargas impositivas diferenciales y las barreras para ingresar a la economía formal (Torgler y Schneider, 2009).

Para entender mejor el comercio informal en México, realizamos un estudio de campo en el Parque Revolución, conocido coloquialmente como “Parque Rojo”, ubicado en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. Este parque es uno de los puntos más emblemáticos de la ciudad y se encuentra en el cruce de dos importantes avenidas: Av. Juárez y Av. Federalismo, en el corazón del centro histórico de Guadalajara. El parque, originalmente inaugurado en 1935, ha sido un lugar clave para actividades recreativas, manifestaciones políticas y, más recientemente, para la comercialización informal. Debido a su ubicación estratégica, el Parque Rojo se ha convertido en un punto de encuentro para las nenis, mujeres emprendedoras que utilizan las redes sociales para vender productos y se reúnen en este espacio público para entregar mercancías.

En México, el comercio informal desempeña un papel crucial en la economía. Se estima que en 2022 las actividades informales representaban alrededor del 14.7% del PIB, lo que subraya su relevancia en el panorama económico del país (García et al., 2024). El sector informal en México ha sido estudiado en relación con los ciclos económicos y la productividad. Se ha observado que la alta proporción de empleo informal en la economía mexicana contribuye a la baja ciclicidad y variabilidad del empleo total a lo largo de los ciclos económicos, en comparación con economías desarrolladas como Canadá (Fernández y Meza, 2015). Esta dinámica resalta la importancia del sector informal en la estabilidad del empleo en el país.

El Parque Rojo no solo sirve como punto de encuentro para las nenis, sino también como un microcosmos del comercio informal en Guadalajara. Aquí se observa una dinámica única en la que las vendedoras, muchas de ellas jóvenes madres o mujeres que buscan generar ingresos adicionales, utilizan las redes sociales como principal medio de promoción y venta. Estas comerciantes informalizan el espacio público al emplearlo como un nodo de distribución de productos adquiridos en línea, mostrando así cómo el comercio informal se adapta a las nuevas tecnologías y formas de consumo.

El comercio informal, presente en espacios públicos y semipúblicos, ofrece tanto beneficios como desafíos. Por un lado, permite a los consumidores acceder fácilmente a productos y servicios, y genera oportunidades laborales para personas de bajos recursos (Kamalipour y Peimani, 2019). Sin embargo, esta práctica puede conducir a problemas de congestión y orden público al ocupar espacios no regulados al interferir con su uso legítimo (Kurfürst, 2023). Estas actividades informales en áreas urbanas pueden incluso apoyar

---

1. Término de origen náhuatl alusivo al mercado tradicional mexicano.

la función de los espacios públicos como lugares de interacción social en las ciudades (Widjajanti et al., 2022).

El comercio informal enfrenta numerosos desafíos que limitan su potencial y afectan la calidad de vida de sus trabajadores. Entre estos, la falta de acceso a financiamiento es uno de los más significativos. Muchos comerciantes informales carecen de los recursos necesarios para formalizar sus negocios o para invertir en su crecimiento, lo que perpetúa un ciclo de precariedad económica (Salcedo Muñoz & Campoverde Nivicela, 2021). La burocracia y las barreras administrativas a menudo desincentivan a los emprendedores a buscar la formalización, lo que, a su vez, limita su acceso a créditos y otros servicios financieros (Agudelo-Maldonado et al., 2023). Esta situación se ve agravada por la ausencia de protección social, ya que los trabajadores informales no tienen acceso a beneficios como seguros de salud, pensiones o subsidios por desempleo, lo que los deja vulnerables ante cualquier eventualidad (Teneda-Llerena et al., 2018).

Además, la represión por parte de las autoridades es un problema común que enfrentan los comerciantes informales. En muchas ciudades, las regulaciones pueden ser estrictas y, en ocasiones, arbitrarias, lo que lleva a la confiscación de mercancías o a multas que afectan gravemente la viabilidad de sus negocios (Lara et al., 2023). Esta vulnerabilidad se traduce en una constante incertidumbre, que dificulta la planificación a largo plazo y la inversión en mejoras que podrían elevar la calidad de sus productos y servicios (Luna, 2023).

3

### **Resistencia y subsistencia: El *tianguis* feminista en el Parque Rojo como espacio de comercio informal y refugio para mujeres vulnerables**

Durante la investigación realizada en el Parque Rojo, se identificó un espacio que, los sábados, se transforma en una zona feminista, donde mujeres organizadas bajo protesta ocupan el lugar para vender principalmente ropa usada. Este *tianguis*<sup>1</sup> es tanto una estrategia de subsistencia económica como una declaración política. La apropiación de este espacio les permite desafiar la opresión que han sufrido mientras generan ingresos para mantener a sus familias.

En el intento de realizar entrevistas, se encontró una marcada reticencia por parte de las organizadoras a permitir la recolección de información detallada, dado que este grupo conforma una comunidad cerrada, integrada por mujeres que han pasado por experiencias traumáticas. Algunas son víctimas de violencia por parte de sus parejas, otras enfrentan disputas legales y algunas, incluso, son menores de edad. La desconfianza hacia el exterior se explica, en parte, por el maltrato físico y emocional que han sufrido, lo que dificulta el acceso a información directa. Las organizadoras priorizan la protección de la privacidad y seguridad de las participantes, prohibiendo entrevistas y la recolección de datos, en un esfuerzo por salvaguardar a las mujeres vulnerables dentro de la comunidad.

El rol de estas mujeres en el comercio informal es crucial no solo para su propia supervivencia económica, sino también para la de sus familias.

Muchas de ellas, en edades productivas que oscilan entre los 25 y los 55 años, son las principales proveedoras de sus hogares, lo que les permite dinamizar la economía doméstica y satisfacer las necesidades de una población vulnerable (García et al., 2019). En este espacio, la venta de ropa usada es la principal actividad, lo que coincide con estudios que señalan que una gran parte de las mujeres en el comercio informal se dedica a la venta de ropa, alimentos y calzado (Cervantes et al., 2021).

Sin embargo, estas mujeres enfrentan obstáculos importantes, como el acceso limitado a recursos económicos y la discriminación en el mercado laboral formal, lo que las empuja hacia el comercio informal. En este ámbito, encuentran la flexibilidad necesaria para equilibrar sus responsabilidades familiares y comerciales (Joseph et al., 2020). Esta flexibilidad es particularmente valiosa para aquellas que enfrentan situaciones legales o personales complejas, como las participantes de este *tianguis*, quienes permanecen dentro de una red cerrada que las protege de un entorno violento.

El fenómeno de las *nenis* en México, mujeres que utilizan plataformas digitales para vender productos y entregarlos en puntos de encuentro públicos, guarda muchas similitudes con la actividad de estas mujeres en el Parque Rojo. Al igual que las *nenis*, estas mujeres han recurrido al comercio informal para mantenerse económicamente activas en un contexto donde tienen pocas alternativas en el mercado formal (Martínez y Gutiérrez, 2023). Sin embargo, enfrentan desafíos estructurales similares, como la falta de acceso a financiamiento y la ausencia de protección social, que limitan su crecimiento y estabilidad económica (Lara et al., 2023).

4

El *tianguis* del Parque Rojo es un ejemplo claro de cómo las mujeres en el comercio informal buscan no solo generar ingresos, sino también recuperar espacios y construir comunidades de apoyo mutuo en medio de circunstancias difíciles.

### **Desafíos y necesidades urgentes en el espacio feminista: Una perspectiva desde las vendedoras**

En el espacio feminista, donde hay un total de 53 lugares disponibles para las vendedoras, se entrevistó a 22 de estas con un instrumento de preguntas abiertas. Dado que estas entrevistas fueron muy rápidas, nos enfocamos en realizar preguntas generales sobre las necesidades más urgentes para que sus puntos de venta pudieran operar eficientemente, así como sobre las personas o situaciones que dificultan la venta de sus productos.

A partir de las entrevistas realizadas a las vendedoras del espacio feminista, surgieron varias frases contundentes que reflejan la complejidad de su día a día y las dificultades que enfrentan para mantener sus negocios. Estas declaraciones subrayan no solo los problemas logísticos, sino también los retos personales y emocionales que conlleva trabajar en un ambiente informal.

Algunas frases clave incluyen:

- “Después de las 4:00 p. m. no me siento segura”.
- “El clima es una preocupación constante, especialmente con niños pequeños”.
- “Me cuesta mucho trabajo atender a los clientes u organizar mi puesto y cuidar o amamantar a mi bebé”.
- “Es un poco pesado por la carreola y todos los artículos que debo transportar”.
- “Mi maleta está en mal estado y me causa dolores de cadera”.
- “Rento una bodega por \$100 a la semana, pero el transporte desde la bodega hasta el parque se me hace muy pesado”.
- “Tengo que seguir trabajando para cubrir mis gastos médicos”.
- “La instalación del puesto toma mucho tiempo”.
- “Tengo que luchar todos los días para sostener a mi familia, incluso cuando me enfermo”.
- “No puedo tener un trabajo formal, por problemas de salud mental”.
- “Tengo que transportar muchas cosas, y a veces no caben en el transporte público”.
- “Traer más variedad de productos me limita, porque no tengo dónde ponerlos”.
- “No siempre tengo ganancias”.
- “Invertir en más mobiliario y mejorar el *stand* es una prioridad para hacer crecer el negocio”.
- “Definir mi marca y estilo mejoró significativamente mis ventas”.
- “Necesito aprender de redes sociales para mejorar el negocio”.
- “El Uber se enojó porque traía muchas cosas”.
- “Tengo que ganar un buen lugar en el Parque Rojo para mejorar mis ventas”.

5

Estas frases reflejan una combinación de inseguridad, dificultades físicas, falta de recursos y la necesidad de más apoyo para poder mejorar su situación comercial y personal. Las entrevistas evidenciaron que las vendedoras no solo enfrentan desafíos relacionados con sus productos, sino también con la gestión del espacio, la movilidad, y las dificultades emocionales y de salud.

Se identificaron cuatro perfiles predominantes de nenis, todas ellas mujeres de entre 20 y 35 años. Aunque estos perfiles comparten características sociodemográficas similares —en su mayoría son solteras, aunque con hijos, y oriundas de la zona metropolitana de Guadalajara—, cada grupo presenta particularidades que resaltan en su actividad dentro del *tianguis*. Estas mujeres participan activamente en este mercado informal con el objetivo de generar ingresos que les permitan subsistir y mantener a sus familias.

#### *Perfil 1: Neni que vende comida*

Este perfil incluye a las mujeres que venden comida preparada, quienes aprovechan sus habilidades culinarias para generar ingresos diarios. Estas nenis enfrentan desafíos relacionados con la logística y la preparación de alimentos, como el transporte de ingredientes y utensilios de cocina, y el cumplimiento de condiciones higiénicas en un espacio al aire libre. Además,

deben competir con otros vendedores de alimentos en un entorno donde la clientela busca opciones accesibles y variadas.

*Perfil 2: Neni que vende ropa de segundo uso*

El segundo perfil abarca a las nenis que comercializan ropa de segunda mano. Este grupo ha encontrado una oportunidad en la creciente tendencia hacia la moda sustentable y la reutilización de prendas. Sin embargo, también enfrenta retos relacionados con la presentación de los productos, ya que hay carencia de recursos para contar con *racks* o mesas adecuadas, lo que obliga a exponer la ropa en el suelo o en condiciones improvisadas. A pesar de estas limitaciones, estas nenis han logrado crear una base de clientes leales, en su mayoría mujeres jóvenes, que buscan opciones económicas y estilos únicos.

*Perfil 3: Neni con hijos*

Este perfil es uno de los más vulnerables. Está compuesto por mujeres que, además de gestionar su negocio, deben cuidar de sus hijos pequeños mientras trabajan en el *tianguis*. Muchas de ellas llevan a sus hijos al parque, lo que añade una carga adicional a sus responsabilidades. Deben encontrar un equilibrio entre atender a sus clientes y cuidar de sus hijos, por lo que enfrentan dificultades relacionadas con la falta de apoyo para el cuidado infantil. En las entrevistas, expresaron que la situación se vuelve aún más compleja cuando el clima no es favorable o cuando las ventas son bajas, lo que aumenta la presión económica sobre ellas.

6

*Perfil 4: Neni que viaja en transporte público*

El último perfil identificado es el de las nenis que dependen del transporte público para llegar al *tianguis*. Estas mujeres suelen enfrentar limitaciones significativas a la hora de transportar su mercancía, especialmente aquellas que venden productos voluminosos o pesados. En las entrevistas, mencionaron que el uso de transporte público complica la logística diaria, ya que deben cargar con múltiples bolsas o maletas, lo que les genera dolores físicos y dificultades para moverse entre los distintos puntos de la ciudad. Este perfil, a menudo, busca soluciones más eficientes para poder llevar más productos sin comprometer su comodidad o seguridad.

*Segmentación de mercado*

Estos cuatro perfiles representan una segmentación clara del mercado dentro del *tianguis* en el Parque Rojo. Aunque todas las nenis comparten el objetivo de generar ingresos a través del comercio informal, sus circunstancias personales y los productos que venden influyen en las necesidades y desafíos que enfrentan. Este análisis de perfiles permite entender las dinámicas y problemáticas específicas de cada grupo, lo que facilita el diseño de intervenciones que se adapten a sus necesidades particulares, desde la mejora en las condiciones de transporte hasta la creación de espacios más seguros y cómodos para las madres que trabajan en el *tianguis*.

A partir de estas entrevistas, recopilamos información que refleja diversos problemas cotidianos. La Tabla 1, Agrupación de problemáticas y desafíos identificados en el comercio informal del Parque Rojo, muestra una lista de necesidades, tales como la falta de un lugar asignado para colocar sus artículos o la seguridad para sus hijos. Asimismo, expone los desafíos que afrontan, como compartir un toldo con otra vendedora o no contar con un ingreso fijo. Esta información nos brinda una visión más profunda de las barreras que las mujeres enfrentan en su trabajo informal, resaltando la precariedad e inseguridad que deben superar para poder generar ingresos en estos espacios.

La Tabla 1 agrupa de manera clara y estructurada las problemáticas y desafíos que enfrentan las vendedoras del parque en su día a día. El orden en el que se encuentran los grupos de información no es arbitrario; está basado en la frecuencia y relevancia de las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas. Este enfoque nos permite identificar con precisión las áreas más críticas que requieren atención inmediata, además de proporcionarnos una visión global de las dificultades que estas personas enfrentan en su entorno laboral.

En este artículo nos enfocaremos en el tema del **transporte y logística**, dado que esta categoría encapsula no solo las barreras físicas, sino también la complejidad organizativa a la que se enfrentan las vendedoras. Además, el transporte es un eje transversal que afecta otros aspectos de su labor, como las ventas, la organización y el tiempo dedicado al negocio. Desarrollaremos en detalle cómo este obstáculo afecta el día a día de las vendedoras y qué soluciones podrían implementarse para mitigar este problema.

Tabla 1

*Agrupación de problemáticas y desafíos identificados en el comercio informal del Parque Rojo*  
 Nota: Elaboración propia.

Nombre de la agrupación	Problemáticas y desafíos
1. Transporte y logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultad para transportar mercancías, productos y materiales pesados.</li> <li>- Necesidad de contar con medios de transporte confiables.</li> <li>- Problemas con la movilidad en Uber o transporte público por la cantidad de artículos que deben cargar.</li> </ul>
2. Condiciones del espacio de venta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obstáculos para transportar de la bodega hasta el lugar de venta.</li> <li>- No tienen un lugar asignado.</li> <li>- Necesidad de toldos, mesas y orden en el espacio de venta.</li> </ul>
3. Seguridad y ambiente en el parque	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espacio reducido o limitado para almacenar productos.</li> <li>- Inseguridad después de ciertas horas del día.</li> <li>- Problemas con el clima, que afecta la instalación del puesto y el bienestar de los hijos pequeños presentes.</li> </ul>
4. Ingresos y rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de apoyo para cuidar a los niños mientras trabajan.</li> <li>- Ingreso extra que no siempre es constante.</li> <li>- Necesidad de aumentar las ventas para sostenerse.</li> </ul>
5. Salud y bienestar físico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultad para mantener ganancias consistentes en el día a día.</li> <li>- Problemas físicos debido a la carga de mercancía.</li> </ul>
6. Organización y gestión del negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dolores corporales relacionados con el trabajo, especialmente espalda y cadera.</li> <li>- Problemas con la administración del inventario y una mejor organización del puesto.</li> <li>- Falta de un estilo definido en el negocio.</li> </ul>
7. Basura y condiciones higiénicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de personal para ayudar con la instalación y operación del puesto.</li> <li>- Acumulación de basura en el espacio de venta.</li> <li>- Problemas con la disposición de basura cuando hay exceso de residuos.</li> <li>- Falta de un mecanismo para almacenar basura de manera higiénica.</li> </ul>

Posteriormente, pasaremos a explicar el segundo grupo de desafíos: las **condiciones del espacio de venta**. Las entrevistadas expresaron la necesidad de contar con espacios asignados y organizados en los que puedan acomodarse adecuadamente. La falta de un lugar fijo o de equipamiento adecuado, como mesas y toldos, complica no solo la instalación de sus puestos, sino también la presentación de sus productos, lo que puede influir directamente en sus ventas. Este grupo es importante, porque la falta de un espacio definido no solo es una cuestión de logística, sino también de visibilidad y profesionalización de su negocio.

Además de los hallazgos cualitativos obtenidos a través de entrevistas, también se realizaron fotografías que complementan el análisis de las problemáticas más apremiantes que afectan a las vendedoras en el Parque Rojo. Las imágenes captan claramente dos de los temas más recurrentes: el transporte y la logística, así como las condiciones del espacio de venta (Tabla 2).

Tema principal	Descripción
Transporte y logística	<p>Las imágenes muestran a las vendedoras transportando grandes cantidades de productos en maletas y bolsas pesadas, lo que genera incomodidades y dolor físico. Además, algunas imágenes reflejan cómo el exceso de artículos dificulta su movilidad. Esto resuena con el contenido de las entrevistas en las que mencionan problemas de transporte y dificultades para cargar mercancía.</p> <p>En el caso de la Imagen 1, podemos observar cómo las nenis llevan múltiples maletas, bolsas y <i>racks</i>.</p> <p>En la Imagen 2 podemos observar que hacen uso de múltiples ganchos de ropa. También se observó que la gran cantidad de ropa que ponen en los <i>racks</i> hace que la visibilidad de la misma disminuya, y exista mucho ruido visual y confusión por parte de las compradoras.</p> <p>La mayoría de las nenis llevan varias maletas y bolsas, lo que dificulta que tengan control sobre los múltiples bultos. Además, se les observó arrastrando maletas, lo que conlleva a un desgaste mucho más rápido de estas.</p>
Condiciones del espacio de venta	<p>Las imágenes evidencian la falta de infraestructura adecuada. Varios puestos improvisados muestran artículos esparcidos en el suelo, falta de mesas y <i>racks</i>, y dificultades para organizar los productos.</p> <p>Estos problemas coinciden con las preocupaciones de las entrevistadas sobre la necesidad de más mobiliario y del tiempo que requieren para montar y desmontar sus puestos.</p> <p>En la Imagen 5 podemos observar cómo la ropa está apilada y que es muy difícil de reconocer o de examinar por parte de las compradoras.</p> <p>En la Imagen 6 podemos observar cómo es que la compradora debe agacharse, de manera que puede llegar a lastimarse debido a la falta de ergonomía del punto de venta. Además, podemos observar cómo su pie pisa la ropa, lo que conlleva a que la “neni” tenga que retirar ciertas prendas para lavarlas y poder venderlas.</p> <p>La Imagen 7 nos muestra un panorama parecido a las demás imágenes: objetos en el piso y letreros con letras pequeñas y poco entendibles.</p> <p>En la Imagen 8 nos podemos percatar de cómo exhiben la ropa sobre una manta que está sobre la tierra igual que múltiples contenedores y bolsas para llevar toda su mercancía.</p>

Tabla 2

Condiciones de trabajo de las nenis

Nota: Elaboración propia.

Imágenes

Registro en terreno, Parque Rojo

Nota: Elaboración propia.



Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



Imagen 4



Imagen 5



Imagen 6



Imagen 7



Imagen 8

## Intervención del diseño para potencializar el comercio informal de las nenis

El comercio informal de las nenis, un fenómeno característico de ciudades como Guadalajara, Jalisco, conlleva numerosos desafíos que dificultan el crecimiento y estabilidad de sus negocios. Entre estos se destacan problemas relacionados con el transporte y la logística, la organización del espacio de venta, la seguridad y la rentabilidad. En este contexto, la intervención del diseño se presenta como una herramienta clave para mejorar sus condiciones de trabajo y aumentar sus ingresos.

De acuerdo con la información recopilada a través de las 22 entrevistas con las vendedoras, algunas de ellas expresaron dificultades para transportar mercancías, debido a la cantidad y el peso de los artículos. Afirmaciones como “Es un poco pesado por la carreola y todos los artículos que debo transportar” y “El Uber se enojó porque traía muchas cosas” subrayan la necesidad de soluciones logísticas más eficientes. El diseño puede intervenir en este aspecto desarrollando sistemas de transporte modulares y ligeros que permitan a las nenis llevar su mercancía de forma más cómoda y segura, lo cual repercutirá directamente en su productividad y, en consecuencia, en sus ingresos.

Otra área de intervención significativa está relacionada con las condiciones del espacio de venta. Un número significativo de nenis no cuenta con un lugar fijo o adecuado para exponer sus productos, como se refleja en frases como “No tienen un lugar asignado” y “Necesidad de toldos, mesas y orden en el espacio de venta”. La falta de infraestructura adecuada limita su capacidad para atraer clientes y, por ende, para generar más ventas. Aquí, el diseño puede ofrecer soluciones a través de la creación de *stands* portátiles, versátiles y estéticamente atractivos que no solo mejoren la presentación de los productos, sino que también optimicen el uso del espacio.

10

Además, la seguridad y el ambiente en el parque son una preocupación constante para estas vendedoras, como indican comentarios tales como “Después de las 4:00 p. m. no me siento segura” y “El clima es una preocupación constante, especialmente con niños pequeños”. La intervención del diseño podría abarcar el desarrollo de espacios que proporcionen seguridad, iluminación adecuada, y áreas de resguardo frente a las inclemencias del tiempo, mejorando así la experiencia tanto de las nenis como de la clientela.

Por otra parte, la rentabilidad es una cuestión fundamental. La mayoría de las nenis mencionó que sus ingresos no siempre son consistentes, lo que se aprecia en afirmaciones como “No siempre tengo ganancias” y “Traer más variedad de productos me limita porque no tengo dónde ponerlos”. Una intervención de diseño enfocada en la gestión eficiente del inventario y la organización del espacio de almacenamiento podría ayudar a optimizar sus operaciones diarias, lo que facilitaría la inclusión de más productos sin sacrificar el espacio y, por lo tanto, aumentaría las oportunidades de venta.

El diseño no solo debe ser visto como una herramienta estética, sino como un catalizador para la innovación social y económica. Las nenis necesitan un apoyo integral que les permita trascender las barreras del

comercio informal. La implementación de soluciones de diseño que aborden problemas como la logística, el espacio de venta, la seguridad y la gestión del negocio contribuiría directamente a mejorar sus condiciones laborales, y a potencializar sus ingresos. Es imperativo que estas intervenciones se realicen de manera participativa, incorporando las voces y experiencias de las propias nenis, para que las soluciones no solo sean funcionales, sino también contextualizadas y adaptadas a sus necesidades específicas.

La creación de un ecosistema que fomente la innovación dentro de este grupo de emprendedoras, como lo sugieren autores como Calanchez Urribarri et al. (2022) y Saavedra García (2023), puede generar un impacto significativo en el desarrollo social y económico de sus comunidades. El diseño, cuando se aplica con un enfoque centrado en el ser humano, tiene el poder de transformar no solo los productos y servicios que ofrecen las nenis, sino también sus propias dinámicas de trabajo al ayudarlas a superar los obstáculos que enfrentan y a prosperar en el mercado informal.

Tabla 3

*Diseño estratégico para optimizar el comercio informal: soluciones adaptadas a las necesidades de las nenis*

Nota: Elaboración propia.

A continuación se presenta la Tabla 3, con el propósito de sistematizar la información obtenida en las entrevistas y establecer los requisitos indispensables para el diseño de espacios enfocados en este segmento de mercado.

Perfil de neni	Requisitos	Soluciones de diseño propuestas	Comentarios específicos
Perfil 1: Neni que vende comida	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espacio para almacenamiento de alimentos.</li> <li>- Protección contra el clima (techo o toldo).</li> <li>- Acceso a agua o sistemas portátiles de limpieza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de <i>stands</i> modulares con áreas de almacenamiento para comida.</li> <li>- Toldos desmontables y resistentes al clima.</li> </ul>	Debido a las necesidades sanitarias, este perfil requiere soluciones más específicas para mantener la higiene de los alimentos.
Perfil 2: Neni que vende ropa de segundo uso	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistema de transporte eficiente para llevar la ropa.</li> <li>- <i>Display</i> atractivo y funcional para ropa.</li> <li>- Optimización del espacio para mostrar más prendas en menos espacio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Racks</i> modulares o plegables que maximicen el espacio.</li> <li>- Sistemas de transporte ligero con ruedas resistentes.</li> </ul>	La prioridad para este perfil es la facilidad para transportar y mostrar la mayor cantidad de productos en un espacio reducido.
Perfil 3: Neni con hijos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espacio para lactancia o cuidado de niños.</li> <li>- Entretenimiento para los pequeños.</li> <li>- Espacio seguro para que los niños estén cerca mientras la madre trabaja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de área de lactancia y cambiadores plegables.</li> <li>- Incorporación de juguetes o áreas de juego cercanas.</li> </ul>	Las madres con niños necesitan soluciones que les permitan trabajar sin descuidar a sus hijos, con énfasis en la seguridad y privacidad.
Perfil 4: Neni que viaja en transporte público	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistema de transporte compacto y fácil de manejar.</li> <li>- Optimización de peso y tamaño de los productos por cargar.</li> <li>- Sistemas que soporten largas distancias o trayectos difíciles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de sistemas de transporte ligero con ruedas que soporten baches y tramos difíciles.</li> </ul>	Este perfil necesita soluciones extremadamente compactas y ligeras, con sistemas de transporte fáciles de manejar.

Otros aspectos relevantes para todos los perfiles son los siguientes:

- **Seguridad:** crear un espacio seguro en el *tianguis* es fundamental, en especial para quienes llevan niños.
- **Eficiencia:** optimizar los tiempos de armado y transporte ayudará a mejorar la experiencia laboral diaria.
- **Privacidad:** especialmente para el perfil de madres, contar con un espacio de privacidad es crucial.

El análisis de las problemáticas y desafíos enfrentados por las vendedoras del Parque Rojo, especialmente por las nenis, destaca una serie de obstáculos logísticos, organizativos y personales que limitan el crecimiento y sostenibilidad de sus actividades comerciales. La Tabla 2 basada en entrevistas directas identifica las áreas más críticas, como el transporte y la logística, las condiciones del espacio de venta, la seguridad y el bienestar personal. Estos aspectos son cruciales para comprender las formas en que estas mujeres pueden mejorar sus operaciones diarias y aumentar su productividad.

Entre los temas clave, el transporte y la logística destacan por su impacto transversal, ya que afectan no solo la capacidad de llevar productos al espacio de venta, sino también la eficiencia en el uso del tiempo y los recursos. Soluciones de diseño enfocadas en facilitar el transporte de mercancías y mejorar la organización del espacio son esenciales para superar estas barreras. Además, la falta de infraestructura adecuada y las condiciones inseguras del espacio de venta exigen intervenciones que puedan ofrecer tanto estabilidad como protección para las vendedoras y sus productos.

12

El perfil de cada neni, revela necesidades únicas que requieren soluciones de diseño personalizadas. Por ejemplo, las nenis que venden ropa necesitan sistemas de transporte eficientes y *displays* optimizados, mientras que aquellas que viajan en transporte público requieren diseños compactos y ligeros. Las madres, por su parte, necesitan espacios que les permitan trabajar sin descuidar a sus hijos, con áreas seguras y adaptadas para la lactancia o el entretenimiento infantil.

El diseño juega un papel fundamental como herramienta de innovación para transformar los desafíos en oportunidades dentro del comercio informal. Las nenis han mostrado gran creatividad al utilizar redes sociales para promocionar sus ventas y crear puntos de encuentro para la entrega de productos (Jamali, 2009). A pesar de las limitaciones de recursos financieros y capacitación, estas mujeres han demostrado una notable capacidad para adaptarse y prosperar en un entorno económico desafiante. Abordar las barreras que enfrentan es crucial para empoderar y mejorar sus condiciones laborales y económicas, promoviendo así un desarrollo más inclusivo y equitativo.

Las mujeres emprendedoras en el sector informal enfrentan múltiples desafíos, como la falta de acceso a financiamiento, la discriminación de género y los recursos limitados (Chinomona y Maziriri, 2015). Sin embargo, a pesar de estas dificultades, estas mujeres son proveedoras de empleo, creadoras de oportunidades laborales e innovadoras en sus estrategias para adaptarse al entorno económico. Fortalecer sus capacidades a través

del diseño puede mejorar significativamente sus condiciones laborales y contribuir al desarrollo económico y social.

El empoderamiento de estas mujeres requiere no solo intervenciones de diseño que mejoren la eficiencia del transporte y la organización de sus puestos, sino también medidas que fortalezcan sus lazos sociales y fomenten su participación en la toma de decisiones (Hassan, 2024; Bastian et al., 2023). Las soluciones de diseño deben enfocarse en mejorar tanto la funcionalidad de sus herramientas de trabajo como su seguridad y bienestar general, de modo que no solo aumenten sus ingresos, sino que también profesionalicen su negocio informal y mejoren su estabilidad económica y social.

### **Conclusión**

El análisis de las nenis que participan en el comercio informal del Parque Rojo revela la existencia de diversos desafíos que limitan su desarrollo económico y social. Estos desafíos están relacionados principalmente con el transporte, las condiciones del espacio de venta, la seguridad y la gestión del negocio. Las entrevistas revelaron necesidades específicas, como optimizar el transporte y crear espacios seguros para sus hijos.

La intervención del diseño emerge como una herramienta clave para abordar estos desafíos, ya que permite ofrecer soluciones prácticas y adaptadas a sus necesidades particulares. Por ejemplo, la creación de sistemas de transporte ligeros y modulares, *stands* funcionales y estéticamente atractivos, así como espacios seguros y privados, mejoraría significativamente las condiciones de trabajo de estas mujeres. Al optimizar sus operaciones diarias, no solo se facilitaría la movilidad y la organización de los productos, sino que también se fomentaría la profesionalización de sus negocios.

13

Es crucial empoderar a las nenis a través de soluciones de diseño centradas en el ser humano, que no solo aborden los aspectos logísticos, sino que también potencien su capacidad para generar ingresos estables y mejorar su calidad de vida. El diseño, en este contexto, se posiciona como un motor de innovación social que puede transformar tanto sus condiciones laborales como su papel dentro del ecosistema económico informal.

Al cierre de este artículo, el equipo de investigación continúa trabajando en el diseño y desarrollo de puntos de venta que se adapten a las necesidades específicas de los cuatro perfiles de nenis identificados. Estos puntos de venta están siendo concebidos con el objetivo de facilitar, mejorar e incrementar las ventas de cada uno de estos perfiles, al ofrecer soluciones que optimicen la presentación de productos, la gestión del espacio y la accesibilidad.

La fase actual del proyecto se enfoca en perfeccionar los diseños modulares y ligeros que no solo hagan más eficiente el transporte de mercancías, sino que también contribuyan a una experiencia de venta más profesional. Se espera que estos puntos de venta permitan a las nenis mejorar la organización de su espacio de venta, atraer más clientes y, en última instancia, aumentar sus ingresos.

Además, en etapas futuras se planea emplear metodologías adicionales para realizar estudios comparativos que permitan medir el impacto de estas intervenciones. Estas metodologías incluirán evaluaciones cuantitativas y cualitativas para medir el grado de diferenciación de los productos, el incremento en las ventas y la optimización del uso del espacio y del transporte. De esta manera, se podrá evaluar de forma precisa cómo estas soluciones de diseño contribuyen a mejorar tanto la accesibilidad como la eficiencia en las operaciones diarias de las nenis.

### **Agradecimientos**

A los alumnos y al profesor de la Universidad Panamericana, campus Guadalajara, México, de la carrera de Ingeniería en Innovación y Diseño, en la materia de Diseño para la Producción, quienes desarrollaron el diseño de mobiliario para las nenis basándose en las problemáticas actuales que enfrentan.

### **Conflicto de interés**

Las autoras no tienen conflictos de interés que declarar.

### **Declaración de autoría**

Ximena Reséndiz: conceptualización, investigación, metodología, administración del proyecto, redacción – borrador original.

Fabiola Cortes-Chavez: conceptualización, análisis formal, investigación, administración del proyecto, validación, redacción – revisión y edición.

14

### **ORCID iD**

Ximena Reséndiz  <https://orcid.org/0009-0004-0230-9746>

Fabiola Cortes-Chavez  <https://orcid.org/0000-0002-5701-1347>

## Referencias

- Agudelo-Maldonado, D. V., Bayona-Torrado, Y., Pérez-Castro, K. A. & Sánchez-Perozo, M. A. (2023). ¿Qué actores hacen parte de la consolidación de la informalidad laboral en Cúcuta? *Reflexiones Contables*, 6(1), 55-62. <https://doi.org/10.22463/26655543.4469>
- Bastian, B. L., Wood, B. P. & Ng, P. Y. (2023). The role of strong ties in empowering women entrepreneurs in collectivist contexts. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 15(1), 122-146. <https://doi.org/10.1108/IJGE-10-2021-0171>
- Calanchez Urribarri, Á., Ríos Cubas, M. A., Zevallos Aquino, R. L. & Silva Peralta, F. J. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(1), 275-287. <https://doi.org/10.31876/rsc.v28i1.37691>
- Cervantes Molina, X., Murillo Campuzano, G. & Liberio Roca, F. (2021). Strategies for the strengthening of informal enterprises. *Revista Tecnológica Ciencia y Educación Edwards Deming*, 5(2), 117-130. <https://revista-edwardsdeming.com/index.php/es/article/view/84>
- Chinomona, E. & Maziriri, E. T. (2015). Women in action: challenges facing women entrepreneurs in the Gauteng province of South Africa. *International Business & Economic Research Journal (IBER)*, 14(6), 835-850. <https://core.ac.uk/reader/268108004>
- Cuberos, M., Vivas-García, M., Mazuera-Arias, R., Albornoz-Arias, N. & Carreño-Paredes, M. (2021). Youtube y emprendimiento en América de habla hispana. *Cuadernos.info*, (50), 323-350. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.50.27871>
- Fernández, A. & Meza, F. (2015). Informal employment and business cycles in emerging economies: The case of Mexico. *Review of Economic Dynamics*, 18(2), 381-405. <https://doi.org/10.1016/j.red.2014.07.001>
- García, M., Cruz-Cárdenas, G., Lina Manjarrez, P., Ordaz-Zubia, V., Silva García, J. T. & Ávila-Meléndez, L. A. (2024). The perception of the biocentric tourist landscape in "pueblos mágicos" according to inhabitants. *Sustainability*, 16(5), 1-25. <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/5/2191>
- García, R. E., Sabando, B. J. B. & Cevallos, M. G. O. (2019). El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí. *ECA Sinergia*, 10(3), 7-13. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1487>
- Hassan, Z. (2024). Effect of learning organisation on organisational performance mediated by innovation. *International Journal of Business Excellence*, 33(2), 210-237. <https://doi.org/10.1504/IJBEX.2024.139919>
- Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries. *Gender in Management: An International Journal*, 24(4), 232-251. <https://doi.org/10.1108/17542410910961532>
- Joseph, T., Nevo, C. & Nwolisa, C. (2022). Informal Economy and Gender Inequality in Africa. *African Economic and Management Review*, 2(1), 1-12. <https://doi.org/10.53790/aemr.v2i1.25>
- Kamalipour, H. & Peimani, N. (2019). Negotiating space and visibility: Forms of informality in public space. *Sustainability*, 11(17), 1-19. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/17/4807>
- Kurfürst. (2023) Shared Streets: Choreographed Disorder in the Late Socialist City. *Politics and Governance*, 11(2), 305-314. <https://doi.org/10.17645/pag.v11i2.6466>
- Lara, M. G. C., Tachong Alencastro, L. E., Vite Manzo, L. A. & Bravo Verduga, J. E. (2023). Estudio de factores que influyen en el comercio informal y su impacto en la preferencia del consumidor. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(3), 1295-1314. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i3.1151>
- Luna, H. (2023). Migración transnacional e incursión al comercio informal en Santiago de Chile. *Arxius de Ciències Socials*, (47), 1-15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9158207>
- Marjit, S. & Mishra, S. P. (2021). Optimum size of the informal credit market - A political economy perspective. *SSRN Electronic Journal*, CESifo Working Paper No. 9252, 1-15. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3907736](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3907736)
- Martínez, A. B. & Gutiérrez, P. I. R. (2023). Entrepreneur women and informal commerce activities in virtual organizations. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 15(4), 1-16. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4635>
- Saavedra García, M. L. (2023). Female empowerment through entrepreneurship in the digital age. *Multidisciplinary Business Review*, 16(2), 37-52. <https://doi.org/10.35692/07183992.16.2.4>
- Salcedo Muñoz, R. E. & Campoverde Nivicela, L. J. (2021). El Comercio Informal en la ciudad de Machala en Situación Post-Pandemia en el año 2020; regulación en el Ordenamiento Jurídico y Propuesto de Ordenanza. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 9(SPE1), 1-25. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/18330>
- Teneda-Llerena, W. F., Santamaría-Freire, E. & Guamán-Guevara, M. D. (2018). El comercio informal como factor predominante en la economía local. *Uda Akadem*, (2), 8-21. <https://udaakadem.uazuay.edu.ec/article/view/172>

Torgler, B. & Schneider, F. (2009). The impact of tax morale and institutional quality on the shadow economy. *Journal Of Economic Psychology*, 30(2), 228-245. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2008.08.004>

Widjajanti, R., Setyowati, E., Kurniawati, W., Damayanti, N. G., & Delareza, G. (2022). Sustainable activities for the informal sector traders in the post-COVID-19 in the public space around the Manahan Sport Stadium area Surakarta City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1082(1), 1-10. [https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/15376/1/MANUSKRIP\\_SUSTAINABLE\\_ACTIVITIES.pdf](https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/15376/1/MANUSKRIP_SUSTAINABLE_ACTIVITIES.pdf)