

# Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero, en Bogotá, Colombia

William Umar Rincón-Báez\*, Andrea Johanna Soler-Hurtado\*\*

## Resumen

**Introducción:** las ventas informales en Bogotá han aumentado, debido a la grave situación de desempleo que presenta el país. **Metodología:** la investigación es de tipo descriptivo, y buscó caracterizar sociodemográficamente la muestra, además de determinar los factores económicos del negocio y los productos financieros utilizados por los vendedores informales en la localidad de Chapinero, en Bogotá, Colombia. Se utilizó como técnica el muestreo aleatorio simple, con una encuesta avalada por tres jueces. **Resultados:** se encontró que las políticas han sido ineficientes, generando diferentes problemáticas. **Conclusiones:** el desempleo, así como la falta de recursos y acceso a préstamos como capital semilla, crean factores que, ligados al problema social, encuentran en la informalidad una forma de subsistencia. En forma general, en Bogotá se ve esta misma problemática y aún más en Chapinero, por ser un sector financiero y comercial, lo cual hace que se creen las condiciones propicias para que la informalidad se propicie y multiplique. Se evidencia cómo las políticas de reubicación de los vendedores informales, realizadas por las diferentes administraciones distritales, han sido infructuosas.

**Palabras clave:** espacio público, informalidad, préstamos informales, programas de reubicación, ventas callejeras.

\* Licenciado en Física. Docente investigador, Corporación Universitaria Iberoamericana, Bogotá, Colombia.

**Correo electrónico:**  
williamumar@hotmail.com

\*\* Economista. Docente investigador, Corporación Universitaria Iberoamericana, Bogotá, Colombia.

**Correo electrónico:**  
andrea.soler@iberoamericana.edu.c

**Recibido:** 12 de septiembre del 2015

**Aceptado:** 6 de noviembre del 2015

**Cómo citar este artículo:** Rincón-Báez, W. U. y Soler-Hurtado, A. J. (2015). Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero, en Bogotá, Colombia. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107), xx-xx. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1255>

## Socio-economic perspective of informal vendors in Chapinero, Bogota, Colombia

### Abstract

*Introduction:* Informal sales in Bogota have increased due to the serious unemployment situation the country is going through. *Methodology:* This research is descriptive and sought to socio-demographically characterize the sample and determine the economic factors of the business and the financial products used by street vendors in the locality of Chapinero in Bogota, Colombia. As a technique, simple random sampling was used with a survey endorsed by three judges. *Results:* It was found that policies have been inefficient, thus creating different problems. *Conclusions:* Unemployment, as well as lack of resources and access to loans as seed capital, give rise to factors that, linked to the social problem, find in informal work a form of subsistence. Generally, the same problem is detected in Bogota, especially in Chapinero for being a financial and commercial sector, which provides favorable conditions to promote and multiply informal work. It is shown how informal vendor relocation policies implemented by different district administrations have been unfruitful.

**Keywords:** public space, informal work, informal loans, relocation programs, street sales.

## Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero, en Bogotá, Colombia

### Resumen

*Introducción:* las ventas informales en Bogotá han aumentado, debido a la grave situación de desempleo que presenta el país. *Metodología:* la investigación es de tipo descriptivo, y buscó caracterizar sociodemográficamente la muestra, además de determinar los factores económicos del negocio y los productos financieros utilizados por los vendedores informales en la localidad de Chapinero, en Bogotá, Colombia. Se utilizó como técnica el muestreo aleatorio simple, con una encuesta avalada por tres jueces. *Resultados:* se encontró que las políticas han sido ineficientes, generando diferentes problemáticas. *Conclusiones:* el desempleo, así como la falta de recursos y acceso a préstamos como capital semilla, crean factores que, ligados al problema social, encuentran en la informalidad una forma de subsistencia. En forma general, en Bogotá se ve esta misma problemática y aún más en Chapinero, por ser un sector financiero y comercial, lo cual hace que se creen las condiciones propicias para que la informalidad se propicie y multiplique. Se evidencia cómo las políticas de reubicación de los vendedores informales, realizadas por las diferentes administraciones distritales, han sido infructuosas.

**Palabras clave:** espacio público, informalidad, préstamos informales, programas de reubicación, ventas callejeras.

## Introducción

El objetivo de todos los países es alcanzar un alto y sostenido crecimiento económico que genere una reducción de la pobreza y de la desigualdad, es decir, fomentar el bienestar de los ciudadanos.

La última década del siglo xx generó grandes cambios, a consecuencia de las políticas macro-económicas implementadas por el Gobierno Nacional. Estas dieron inicio a la apertura económica, para la cual ni el país, ni la sociedad en general, estaban preparados. Esto llevo a una gran crisis económica que golpeó a la mayor parte de los sectores sociales, y tuvo como resultado un cambio de modelo de un Estado proteccionista a un Estado de libre competencia, lo cual implicó la exportación con bajos aranceles y otras políticas, de manera que aumentaran las tasas de desempleo y el crecimiento exagerado de la informalidad (Arango, García y Posada, 2011, p. 3). La informalidad laboral entendida como el porcentaje de trabajadores con empleos al margen de las regulaciones laborales, y los cuales no tienen acceso a un salario legal o a los beneficios de la seguridad social.

Este fenómeno fue creciendo en gran medida desde 1990, cuando la tasa de informalidad rondaba el 45 %, hasta llegar a un tope máximo de 68,4 % en el 2006. Ahora, si bien ha bajado a un 62 %, se ha mantenido en este nivel por los últimos tres años (Galvis, 2012, p. 13). De igual forma, durante esa misma época se presentaron procesos de migración a las ciudades como consecuencia de la crisis agrícola y el recrudecimiento de la guerra interna, lo cual generó un desplazamiento de estas actividades por otras de carácter comercial, en su mayoría informales (García, 2008, p. 104). La población desplazada, desempleada o en el subempleo, así como personas mayores o sin estudios, decidieron buscar otras formas de sustento, tales como el trabajo en las calles o las ventas ambulantes (Castañeda y García, 2007, p. 75).

Entre 1998 y el 2003, el Gobierno distrital implementó una estrategia de recuperación del espacio público ejerciendo un control y relocalización de ventas callejeras, mediante diferentes sentencias de la Corte Constitucional en relación con los derechos primarios al trabajo y al espacio público, instaurados en la Constitución Política de Colombia de 1991. El cumplimiento de las sentencias anteriormente mencionadas es ineficiente, porque crean problemáticas e inconformidades con los vendedores informales, en razón a las fuertes represiones policiales y la alta percepción de inseguridad por parte de la población.

El presente documento busca generar una perspectiva socio-económica de los vendedores informales del sector de Chapinero Central, por medio de una investigación de tipo descriptivo. Se buscó caracterizar socio- demográficamente la muestra, además de determinar los factores económicos del negocio y los productos financieros utilizados por los vendedores informales en Chapinero, usando como herramienta de análisis la estadística descriptiva.

## Un poco de historia de la informalidad en la ciudad

Durante el proceso de colonización en América, las ciudades que pertenecían a la colonia Española poseían un centro de desarrollo y comercio. Para el caso de la Santafé colonial (Bogotá actual), fue la Plaza Mayor, que corresponde en la actualidad a la Plaza de Bolívar, ubicada en las inmediaciones del centro histórico de la ciudad.

La Plaza Mayor era la principal zona de intercambios comerciales. Las tiendas seguían funcionando como fuerte alternativa de abasto en el transcurso de la semana y el comercio de venta ambulante aumentaba su actividad (Ortiz, 2009). En este lugar se realizaban todo tipo de actividades comerciales, tales como la venta de productos alimentarios, telas, lozas y artículos religiosos. Este proceso se llevó a cabo entre 1560 y 1861. De esta forma, la Plaza Mayor se consolidó como el escenario de toda la vida social y política de la ciudad desde sus inicios. Para 1861 el mercado público fue trasladado a las plazas de San Francisco, San Agustín y San Victorino. Sin embargo, luego de tres años, se construyó una edificación cerrada, en la cual se formalizó el sitio de mercado, en la denominada Plaza de la Concepción (Ortega, 1990, p. 268).

Las primeras disposiciones halladas en relación con los vendedores ambulantes datan de 1932, cuando el Concejo de Bogotá tomó algunas medidas sobre el gremio y sobre expendios de mercancía en la ciudad. Mediante esta norma, a los vendedores ambulantes se les definió como “aquellos individuos que venden mercancías, ya ofreciéndolas en las vías públicas, ya en los domicilios y locales particulares, ya en los salones de espectáculos, sea por medio de muestrarios, facturas u otros sistemas” (Simanca, 2008, p. 17). En la norma se estipuló como requisito para ejercer la profesión dentro de la ciudad, la presentación de un certificado de sanidad de la Dirección Municipal de Higiene, y a su vez realizar un pago que

confería el derecho de matrícula, con lo cual se le extendía una patente de licencia de vendedor ambulante. Para tal fin, contaban con 40 días después de sancionado el acuerdo para su inscripción (Concejo de Bogotá, 1932). De modo que para dicha época se crea la Oficina de Industria y Comercio de la ciudad, así como la Sección de Vendedores Ambulantes.

A mediados del siglo xx, las migraciones desde las zonas rurales hacia la ciudad, producto de la industrialización y la modernización urbana, desencadenaron un crecimiento demográfico acelerado. Estas circunstancias ocasionaron el aumento de la población dedicada a las ventas ambulantes, lo cual generó problemas de circulación, seguridad y aseo en las calles de Bogotá. Esto llevó al gobierno de la ciudad a reglamentar la actividad. No obstante, cada administración trataba el asunto de forma diferente, expidiendo decretos, como el que exigía el uso de carnét, hasta el establecimiento de uniformes de acuerdo con las agremiaciones en las que estaban organizados (Simanca, 2008). En el año 1970, con la expedición del Código de Policía, en su artículo 80, se determinó que correspondía a las autoridades de policía proteger la integridad del espacio público físico.

El Concejo de Bogotá aprobó la creación del Fondo de Ventas Populares el 27 de diciembre de 1972, mediante el Acuerdo 25, con el propósito de obtener recursos financieros para la atención de programas relacionados con los vendedores ambulantes y estacionarios, teniendo en cuenta las normas legales al respecto.

Entre 1998 y el 2003, el gobierno distrital implementó una estrategia de recuperación del espacio público, con lo cual se proponía un plan de renovación urbana desde el control y relocalización de ventas callejeras. Esto enmarcado en las sentencias proferidas por la Corte Constitucional en lo concerniente a los derechos primarios del trabajo y el espacio público, instaurados en la Constitución Política de Colombia de 1991, en virtud del artículo 82: “Le corresponde al Estado velar por la protección de la integridad del espacio público, y su destinación al uso común”. La preocupación en ese entonces de la administración distrital, y la nacional, era buscar la recuperación del espacio público, sin pensar en los vendedores informales; en otras palabras, reconocer al vendedor informal y desarrollar políticas que llevaran a su reacomodación o salida del espacio público.

En el 2003, a partir de una acción de tutela instaurada por el ciudadano Félix Arturo Palacios Arenas en contra del Grupo de Espacio Público de la Policía

Metropolitana de Bogotá, la Corte Constitucional, en la Sentencia T-772 del 2003, ordenó que los representantes de los vendedores informales tienen la oportunidad de participar activamente en los procesos de evaluación y seguimiento de las políticas de recuperación del espacio público que diseña y adelanta el establecimiento público responsable de la formulación e implementación de la norma.

La sentencia de la Corte Constitucional representa un cambio en los procesos que se desarrollan frente a la ocupación del espacio público por parte de vendedores informales, al determinar:

Las autoridades distritales competentes están en el deber constitucional de incorporar, como parte integrante de dichas políticas, programas o medidas de recuperación del espacio público, un componente obligatorio de provisión de alternativas económicas para quienes dependen del comercio informal para su sustento vital, el cual se debe haber formulado con base en una evaluación y un seguimiento previos y detallados de las condiciones sociales y económicas reales y cambiantes de la capital (Corte Constitucional, Sentencia T-772 del 2003).

Dicha sentencia argumenta, además, que el Estado colombiano deberá realizar:

La corrección de las visibles desigualdades sociales de nuestro país, para así facilitar la inclusión y participación de los débiles, marginados y vulnerables en la vida económica y social de la nación, y estimular un mejoramiento progresivo de las condiciones materiales de existencia de los sectores más deprimidos de la sociedad (Sentencia T-772 del 2003).

Señala también la obligatoriedad para las administraciones de adelantar programas en los cuales se incluyan alternativas económicas dirigidas a quienes dependen del comercio informal para su subsistencia, basadas en el estudio previo de las condiciones sociales y económicas reales de las ciudades (Galeano, 2008, p. 284).

Aunque ya en Bogotá existía el Fondo de Ventas Populares, creado en 1972 mediante Acuerdo N.º 25 del Concejo de Bogotá, y adscrito a la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía Mayor, su misión, tal como la definió su último gerente José Aristóbulo Cortés para la preparación de la sentencia de la Corte Constitucional, era la de “generar y apoyar alternativas de organización, capacitación, formalización

y/o reubicación de vendedores ambulantes y estacionarios”; su visión es la de “promover, con criterio empresarial y contenido social, la incorporación de vendedores ambulantes y estacionarios a la economía formal, procurando mejorar su calidad de vida” (Sentencia T-772 del 2003).

En el 2006, a través del acuerdo 257 del Concejo Distrital, se transforma el Fondo de Ventas Populares, y se da paso al Instituto para la Economía Social (IPES) cuya misión era:

Crear, promover y ejecutar estrategias de apoyo a la economía popular y de fortalecimiento económico de las personas, unidades domésticas y productivas, y grupos poblacionales que la integran, para contribuir a transformar el modelo de ciudad vigente, superar las diferentes formas vigentes de segregación urbana, adaptar la ciudad al cambio climático, mejorar la calidad de vida de la población y construir la paz (Instituto Para la economía Social, 2014).

Para el 2005, con la adopción del decreto 215 por parte de la Alcaldía Mayor de Bogotá, se estructuran nuevas políticas, en las que se formula el Plan Maestro de Espacio Público (PMEP), el cual establece una relación directa entre el comercio informal como actividad económica, y el sistema de espacio público. En él se aborda el “Documento Técnico de Soporte”:

El espacio público como patrimonio de la ciudad afirma que las ventas callejeras son un fenómeno propio de las ciudades y su tamaño e impacto en cada ciudad contemporánea depende de la capacidad de la economía urbana para brindar alternativas al desempleo y el subempleo. (Decreto 215 de 2005).

El Plan Maestro del Espacio Público (PMEP) establece, a partir de la Sentencia T-722 del 2003 de la Corte Constitucional, una diferenciación en las distintas ocupaciones del espacio público por parte del comercio informal, teniendo en cuenta la clase de espacio que se ocupa y los tiempos de ocupación. También se clasifica a los vendedores informales como estacionarios, semi estacionarios y ambulantes. Estos dos últimos tienen en común que,

Se ubican en las calles de mayor aglomeración y de flujo recurrente, no poseen un espacio fijo de trabajo; además cuentan con un mínimo de capital y, finalmente, la demanda que enfrentan es pasiva. Esto significa que no es una demanda fija y presente sino que

debe crearse a partir de la insistencia del vendedor (Cámara de Comercio de Bogotá, 2009).

Las políticas de cada administración distrital desde el instante en que se instaura el PMEP han sido variables y cambiantes. No obstante, se encaminaron hacia un mismo fin. Al llegar Luis Eduardo Garzón a la Alcaldía de Bogotá en el 2004, encuentra que la situación de los vendedores informales en la ciudad no tenía una solución concreta debido, principalmente, a errores cometidos en el pasado. Es decir, no se tiene una plena identificación de la problemática: “la proliferación de instituciones, la duplicidad y confusión de competencias exigía una nueva estructura institucional para el sistema de gestión distrital del espacio público” (Castañeda y García, 2007, p. 178).

Durante la administración de Garzón, se identificó que el problema de las ventas informales estaba ligado a la carencia en la cuantificación y caracterización de los individuos que hacían parte de esta actividad económica. Por tanto, el gobierno distrital se centró en la determinación de las ventas ambulantes en el espacio público de la ciudad, con el fin de consolidar información completa y confiable desde la cual fuera posible construir una política pública eficaz (García, 2011, p. 80). A su vez, se ordena desarrollar el plan maestro de espacio público, cuya meta es generar políticas públicas inclusivas, tanto a nivel social, como económico.

Todos estos esfuerzos dieron como resultado un estudio de caracterización de la problemática de los vendedores informales, el cual propuso como la mejor manera para intervenir a esta población lo siguiente:

Se diseñó y desarrolló un conjunto de políticas selectivas y diferenciales orientadas a mejorar las condiciones de acceso y participación de los vendedores informales en el espacio público físico, en los espacios públicos económicos, sociales, culturales, estéticos, ambientales y políticos, a través del desarrollo de políticas concretas de empleabilidad por terceros, proyectos productivos propios y relocalización comercial. (Castañeda y García, 2007, p. 183).

A su vez, se crearon programas de inclusión social, entre ellos el de “Misión Bogotá”, dirigido a población joven y en condición de desplazamiento. Además, se fomentaron programas de capacitación orientados a la inserción laboral, con los cuales se incentivaban competencias laborales, ciudadanas (sociales) y específicas (desarrollo de conocimientos

técnicos específicos), en los vendedores informales. Asimismo, se diseñan programas de formación y reinsertión laboral para aquellos vendedores que alguna vez tuvieron un empleo formal (Castañeda y García, 2007, pp. 185-187). Igualmente, se plantearon programas enfocados al emprendimiento empresarial, a fin de que los beneficiarios iniciaran sus propios negocios, tanto a nivel individual como colectivo.

Otro programa creado en esta administración fue el de relocalización de los vendedores. Se desarrolla la Red de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP), sistema de kioscos instalados en ciertos puntos de la ciudad, y la delimitación de espacios denominados por la administración como espacios análogos para la utilización del espacio público, con el fin de organizar centros comerciales a cielo abierto (García, 2011, p. 81).

### **Chapinero en contexto: sector comercial y financiero de la ciudad**

El nombre del sector (“Chapinero”) se debe a que, en los inicios del siglo XIX, en la naciente Bogotá vivía un gaditano, Antón Hero Cepeda, que era un fabricante de chapines (calzado mezcla de alpargatas y suecos, dado que tenían suela de madera y se ataban al tobillo con correas). Chapinero así derivó su nombre de la hechura de los “chapines”, profesión del español que, en 1812, se radicó con su esposa nativa en la región (Cuellar, 2008). El sector que hoy se denomina Chapinero se desarrolló en la segunda mitad del siglo XIX como un lugar de esparcimiento para los bogotanos. Para comienzos del siglo XX, con la llegada del tranvía se inauguró la Avenida Chile en 1920, alrededor de la cual acaudaladas familias construyen sus viviendas, generando así la cimentación de colegios de gran prestigio como el Gimnasio Moderno.

Con el Bogotazo, en 1948, se produce una explosión demográfica que llevó a las familias prestantes a establecerse en esta zona, la cual para entonces se caracterizaba por ser un lugar tranquilo. De esta manera, Chapinero se consolidó como un eje comercial de vital importancia para la ciudad, y la Carrera 13 (el Gran Chapinero), el lugar donde se negociaba ropa, calzado, libros y telas (García, 2011).

En la década de los ochenta, se inició la construcción de centros empresariales ubicados entre la calle 72 y la calle 100, incluyendo de esta manera sectores financieros, educativos (universidades), médicos y recreativos, entre otros. Sin embargo, hoy en día no existe una identidad local como tal. En este lugar, es

posible encontrar vendedores ambulantes, estudiantes, artistas callejeros, lustrabotas, fotógrafos, ejecutivos o simples transeúntes.

En relación con los indicadores laborales globales, el sector de Chapinero presenta las siguientes cifras: la tasa de ocupación es la más alta de la ciudad y corresponde a el 2 % de los ocupados de la ciudad (61 112 ocupados). En cuanto a la tasa de desempleo, se ubica en un 3,67 %, la más baja en la ciudad, concentrando un total de 2328 desocupados que representan el 1 % de los desocupados de Bogotá.

La distribución de las personas empleadas, entre los tipos de empresas, es mucho menos equilibrada que la distribución de las compañías. De aquí que las micro y pequeñas empresas concentran el 35 % de la fuerza de trabajo; las medianas empresas contratan alrededor del 16,7 % (entre 11 y 50 empleados); y las grandes empresas contratan el 48,2 % restante. Sin embargo, solo se reporta la situación del empleo formal; el empleo informal —el cual abunda en el sector, ligado en especial al comercio—, no está cuantificado (Secretaría Distrital de Planeación, 2011).

El gran dinamismo del sector se atribuye a su localización (centro-oriente de Bogotá) representa el 5 % del área total de la ciudad y, a su vez, es la sexta localidad con menor número de habitantes (131 mil habitantes, esto es, 1,8 % del total de la ciudad; DANE, 2009).

### **Concepto de informalidad**

La decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), definió en 1993 el “empleo informal” desde un enfoque empresarial, es decir, a partir de la caracterización de las unidades de producción/empresas, en lugar de realizarlo como una aproximación al estudio de las personas ocupadas o de los empleos (enfoque laboral). Esto con el fin de permitir la inclusión del empleo informal en el sistema de cuentas nacionales, y medir así su contribución al producto interno bruto (PIB) de cada país (DANE, 2009).

La informalidad se basa en un tipo de empleo ocasional, el cual puede generarse a partir de relaciones de parentesco, personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales. De acuerdo con lo anterior, en Colombia, el DANE clasifica como trabajador informal a quien satisface alguna de las siguientes características: asalariado o patrón de microempresa (menos de 10 trabajadores); trabajador por cuenta propia no profesional, ni

técnico; trabajador que presta servicio doméstico o ayudante de familiar sin remuneración.

La economía informal está compuesta por las unidades productivas en forma de empresas de hogares no constituidas en sociedad, las cuales funcionan en pequeña escala y con una organización rudimentaria en la que es difícil distinguir entre capital y trabajo.

Aparece así la actividad por cuenta propia, un mecanismo de subsistencia al cual recurren personas con pocos conocimientos especializados, emigrantes rurales, mujeres y jóvenes que ingresan por primera vez al mercado laboral. No obstante, con bastante frecuencia, la economía informal se convierte en una actividad subsidiaria para personas ocupadas en el sector formal. Tal es el caso de los asalariados mal remunerados o los pensionados, quienes buscan a través de las actividades informales una manera de incrementar sus ingresos. A fin de establecer el tamaño de las unidades de la economía informal, se tiene en cuenta el número de personas ocupadas (Torres, 2007, p. 35).

No existen datos de la informalidad en la localidad de Chapinero, pero se puede hablar desde los valores de la ciudad y compararlos con respecto a las cifras del país. Colombia presentó una tasa de informalidad laboral del 49,4 % para el último trimestre del 2014, mientras Bogotá presentó una tasa del 43,8 % en el mismo trimestre (DANE, 2015).

## Vendedores informales

Los vendedores informales ambulantes, según la Sentencia T-772 del 2003 de la Corte Constitucional:

Son aquellos vendedores callejeros que portan físicamente sobre su persona los bienes y mercancías que aplican a su labor. Estos individuos no obstruyen el tránsito de personas y vehículos más allá de su presencia física personal; por ejemplo, el vendedor de dulces, cigarrillos, chicles que carga la mercancía sobre su cuerpo. (Sentencia T-772, 2003).

En la misma se estableció:

Una distinción entre los distintos tipos de vendedores informales que pueden sufrir una limitación de sus derechos fundamentales en virtud de las políticas, programas o medidas de recuperación del espacio público, de conformidad con el grado de afectación de dicho espacio público que representa su actividad (Sentencia T-772, 2003).

En el mismo contexto, se dividió a los informales de la siguiente manera:

- *Vendedores informales ambulantes.* Aquellos vendedores callejeros que portan físicamente sobre su persona los bienes y las mercancías correspondientes a su labor. Por ejemplo, el vendedor de dulces, cigarrillos o chicles, es decir, aquel que carga la mercancía sobre su cuerpo.
- *Vendedores informales estacionarios.* Aquellos vendedores callejeros que se instalan con los bienes, implementos y mercancías correspondientes a su labor en forma fija, en un determinado segmento del espacio público, excluyendo el uso y disfrute del mismo a las demás personas de manera permanente, de modo que la ocupación del espacio subsiste aun en las horas en que el vendedor se ausenta del lugar (por ejemplo, mediante una caseta o un toldo).
- *Vendedores informales semiestacionarios.* Aquellos vendedores callejeros que no ocupan de manera permanente un área determinada del espacio público, pero, no obstante, dadas las características de los bienes que utilizan en su labor y las mercancías que comercializan, necesariamente deben ocupar en forma transitoria un determinado segmento del espacio público. Por ejemplo, el vendedor de perros calientes y hamburguesas, o quienes empujan carros de fruta o de comestibles por las calles.

Otro criterio útil para la clasificación de los vendedores informales es el dado por la Cámara de Comercio de Bogotá (2009), según el cual las ventas callejeras se categorizan de la siguiente manera: (a) *permanentes*: realizan su actividad todos los días de la semana a lo largo del día; (b) *periódicas*: realizan sus actividades en días específicos o en determinadas horas del día; y (c) *ocasionales o de temporada*: realizan su actividad en temporadas o períodos específicos del año, ligadas a festividades o eventos.

Las ventas callejeras también varían según la clase de espacios que ocupan, lo cual marca una diferencia importante en relación con la problemática que generan. Es muy diferente el análisis de los efectos de la ocupación de un parque, al de los de otros escenarios urbanos tales como las plazoletas y los andenes. Por ejemplo, en el caso de los parques, la ocupación por las ventas callejeras suele ser complementaria con actividades de recreación y descanso. Mientras que en las plazoletas y plazas existes varios tipos de ocupación: unas complementarias con la recreación y el descanso; otras que afectan directa y negativamente

la movilidad y el aseo; algunas que no tienen ningún efecto externo sobre actividades económicas y culturales. Sin embargo, dichas actividades también pueden generar efectos positivos, en la medida en que incrementan la afluencia de visitantes asociada y, a su vez, la oferta recreativa y de servicios (por ejemplo, las actividades de cuentearía).

## El gran problema: “la reubicación”

Frente a estos problemas, el distrito ha creado políticas de reubicación de los vendedores en diferentes sectores de la ciudad, principalmente en plazas. También ha proporcionado dotaciones comerciales tales como casetas y kioscos. De estos últimos, estudios han determinado que el 40 % de ellos están cerrados, pues la mayoría de vendedores informales reportan poca afluencia de personas, altos costos (costos de arrendamiento cercanos a los \$114 000), y presiones por parte del distrito, ya que están siendo perseguidos, lo que los obliga a abandonar el sitio ofrecido. Esto muestra que las políticas del distrito no surten efecto o han fracasado en su contexto y en el manejo del problema.<sup>1</sup>

La anterior problemática se debe en parte a que el IPES no solo atiende a los vendedores informales de la ciudad, sino que además tiene que tener en cuenta programas sociales y económicos para las personas desplazadas, pequeños vendedores formales y algunos programas adicionales del distrito. En este caso los esfuerzos del IPES se dan en diferentes frentes.

En el estudio realizado por Fenalco en asociación con la Universidad de la Sabana (Blanco, 2012, p. 32), desarrollado para la zona norte de Bogotá, se concluyó que:

El problema de los vendedores ambulantes es un conflicto que nos involucra a todos como ciudadanos (...) a generar ideas y propuestas de desarrollo para crear un mejoramiento (...). El conflicto de los vendedores ambulantes es muy complejo, ya que existen grupos que no están interesados en encontrar soluciones al problema (...), por lo tanto se requiere de un gran esfuerzo, de unas propuestas muy sólidas y claras para que estos vendedores tengan en cuenta la posibilidad de abandonar las calles voluntariamente para acogerse a las diferentes soluciones.

Desde el plan de desarrollo “Por la Bogotá que queremos” implementado en el gobierno de Enrique Peñalosa, se enfatizó en la recuperación del espacio público y se generó una reforma urbanística contundente en la ciudad. Las estrategias de política pública en esta administración obtuvieron un gran impacto en la recuperación y renovación del espacio público. La infraestructura de la ciudad cambió en sus años de gobierno, sobre todo, con la llegada del sistema masivo de transporte público Transmilenio y la construcción de megacolegios y bibliotecas.

También se realizaron intervenciones para la recuperación de lugares que históricamente han tenido presencia de ventas informales, en especial la recuperación del sector de San Victorino y la Plaza España. Al mismo tiempo, se desarrollaron programas de reubicación permanente y temporal de los vendedores y se buscaron estrategias nuevas como la asignación de créditos, capacitación y, en algunos casos, indemnización por retiro voluntario, así como se proyectó la construcción de casetas, ferias populares y centros comerciales. En fin, durante esta administración se otorgaron 2222 soluciones de reubicación permanente. Sin embargo, según el estudio de Castañeda y García, solo 811 personas ocuparon estas alternativas (2007).

En la segunda administración de Antanas Mockus, se incentiva la generación de una cultura ciudadana. Se formula el plan de desarrollo “Bogotá: para vivir todos del mismo lado”, en el cual se vinculan elementos para la revisión de la problemática de las ventas informales. Se establece la necesidad de preservar el espacio público que ya había sido recuperado, involucrando a la ciudadanía en esta problemática, persuadiéndola de la necesidad de generar corresponsabilidad para el mantenimiento del mismo. Finalmente, por primera vez, dentro de las propuestas de capacitación que se realizan para los vendedores ambulantes, se habla de realizar estrategias específicas enfocadas en las necesidades que tenga cada grupo poblacional (García, 2011, p. 74). En los tres años de administración de esta alcaldía se invirtieron, a precios del 2007, en promedio 15 563 millones de pesos. En relación con la estrategia de reubicación permanente, la administración de Mockus otorgó 585 soluciones, y fueron ocupadas 325, es decir, existió un porcentaje de ocupación de un 56 % (Castañeda y García, 2007, p. 177).

El Plan de Desarrollo “Bogotá sin indiferencia, un compromiso social contra la pobreza y la exclusión”, de Luis Eduardo Garzón, representó una

1 Acta sucinta 044 del 2003 [Comisión Segunda Permanente de Gobierno, Concejo de Bogotá D. C., Octubre 23 del 2013.



ruptura fundamental frente al enfoque de política pública que se venía manejando en las pasadas alcaldías. En este plan de gobierno se propone una perspectiva basada en derechos, la cual buscaba reducir por esta vía las desigualdades e inequidades que se presentaban. Como ya se mencionó en párrafos anteriores, este gobierno tuvo que enfrentarse a la situación de identificar y cuantificar los vendedores informales de la ciudad. Para esto, se desarrolla el Decreto 98 del 2004: “establecerán las disposiciones que se deben realizar en la ciudad para la preservación del espacio público y su armonización con los derechos de los vendedores informales que lo ocupan” (Decreto 98 del 2004). Con este decreto, se definen instancias de coordinación y concertación, medidas de preservación y recuperación del espacio público, se definen zonas especiales, espacios públicos recuperados y/o reservados, el establecimiento de la intervención de la policía metropolitana y sus procedimientos, así como en la ya mencionada reestructuración del FVP y el nacimiento del IPES.

La administración realiza entonces el plan maestro de espacio público, organizado sobre la meta de generar políticas públicas inclusivas, tanto a nivel social como económico. A raíz del trabajo de caracterización de la problemática:

Se diseñó y desarrolló un conjunto de políticas selectivas y diferenciales orientadas a mejorar las condiciones de acceso y participación de los vendedores informales en el espacio público físico, en los espacios públicos económicos, sociales, culturales, estéticos, ambientales y políticos, a través del desarrollo de políticas concretas de empleabilidad por terceros, proyectos productivos propios y relocalización comercial (Castañeda y García, 2007, p. 183).

Además, se crean programas de relocalización de los vendedores como la Red de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP) y el sistema de kioscos instalados en ciertos puntos de la ciudad. Se puede afirmar que la administración Garzón invirtió 63 538 millones de pesos en el tema de los vendedores informales de la ciudad. Los resultados más importantes de esta administración fueron las mesas de concertación de las políticas; los pactos convenidos en diversas localidades del centro (Santa Fe y La Candelaria), los cuales estipularon acuerdos de auto-regulación; programas de empleo temporal (Misión Bogotá, Secretaría de Tránsito y tiendas escolares); programas de formación de grupos asociativos;

programas de relocalización; y ferias temporales, entre otros (Castañeda y García, 2007, p. 201).

En la administración de Moreno, se intenta dar continuidad al proceso, con el Plan de Desarrollo “Bogotá positiva: para vivir mejor”. A fin de cumplir con la recuperación del espacio público, la Alcaldía Mayor se traza una meta de atender 21 000 personas con alternativas de aprovechamiento comercial, en el “Plan Maestro de Espacio Público”. En palabras de la ex secretaria de Gobierno, Clara López: “No se ha expulsado a los vendedores ambulantes sino que se ha generado confianza, participación y diálogo con este sector de la población en la búsqueda de la optimización en el uso del espacio público (Secretaría de Gobierno, 2009).

En el gobierno de Gustavo Petro y su plan de desarrollo “Bogotá Humana”, se busca apoyar iniciativas de emprendimiento, la potencialización de zonas de concentración de economía popular y el desarrollo de estrategias para el fortalecimiento de la misma. A su vez, propone: “Prestar servicios integrales que propendan por la generación de ingresos sostenibles para poblaciones vulnerables, víctimas del conflicto armado interno, vendedores informales en el espacio público y población en pobreza extrema” (Secretaría de Gobierno, 2012).

Entre el 2012 y el 2013, en normativa común con sus antecesores, y con el apoyo de los alcaldes menores, se han desarrollado mesas de trabajo con el fin de abordar temas tales como la normatividad institucional, la regulación del espacio público, las experiencias de vendedores reubicados, los proyectos productivos, el fortalecimiento y la representatividad de organizaciones de vendedores, la política pública y los programas para los artesanos.

Entre los aspectos más relevantes, se encuentra la entrega de créditos subsidiados para aquellos vendedores que voluntariamente quieran salir de la calle presentando proyectos productivos. Para que los comerciantes puedan pagar los créditos y progresar, los proyectos productivos (comerciales, artesanales, de industria doméstica, servicios, etc.) deben ser rentables. Por ello, el Instituto para la Economía Social (IPES) ha suscrito un convenio de capacitación con el SENA a fin de impartir formación a la medida del proyecto productivo, así como educación técnica a 1480 vendedores o hijos de vendedores asociados al proyecto (El Tiempo, 2013).

Uno de los procesos más conocidos es el del Alcalde Local de Chapinero, Mauricio Jaramillo Cabrera, que ha realizado desde octubre del 2012 una

lucha por la recuperación del espacio público. Para esto, creó el programa de fortalecimiento social y empresarial, utilizando los censos elaborados en el 2004, 2006, 2009 y 2010 como fuente de información, arrojando una cifra total de 2400 vendedores informales. Según el registro adelantado por la Alcaldía Local de Chapinero, con base en el listado de personas que se inscribieron al programa entre el 1 de octubre y 3 de noviembre del 2012, y en la ficha HEMI del IPES, se encontraron los siguientes resultados (Portal Bogotá.gov.co):

- El 47 % de los inscritos (361 personas) son personas mayores (entre 50 y 80 años).
- Dentro de los vendedores, se encuentran tres personas de origen indígena, tres gitanos, raizales y palenqueros, además de cinco negros, mulatos o afros.
- El 7 % de los registrados no ha tenido nunca acceso a la educación, el 46 % realizó estudios de primaria (45 % de estos nunca terminó), el 34 % realizó completa o parcialmente la secundaria, y el 4 % tiene estudios superiores.
- El 6 % de los vendedores inscritos no sabe leer ni escribir.
- El 14 % (118 personas) tiene algún grado de discapacidad (principalmente por movilidad y problemas de visión).
- El 43 % no está afiliado a salud o nivel de SISBEN.
- El 43 % se dedica al negocio de confitería; el 36 %, a bisutería, y el 21 %, a vender comestibles.
- El 29 % tiene un bien inmueble.
- Del programa fueron retirados el 9 % de los vendedores inscritos (70 personas), debido a que se comprobó que poseen entre dos y cinco bienes inmuebles.
- También se encontró que 10 personas inscritas en el programa tenían orden de captura vigente (hurto agravado y calificado, porte ilegal de armas, acceso carnal violento y falsificación de moneda, entre otros) y, por lo tanto, fueron retirados. Esta información fue puesta en conocimiento de la Policía Metropolitana de Bogotá.
- Se encontró que 39 de los inscritos tienen de dos a cinco automotores y 95 personas solo tiene un automotor. En este mismo ítem, se constató que 11 personas tienen vehículo de servicio público (taxi, bus, buseta o colectivo) e, incluso, se detectó que tres vendedores registran camionetas de alta gama.

La segunda etapa apunta a brindar oportunidades laborales más dignas, las cuales se articularán con programas del IPES. Dicha etapa se desarrollará

mediante “apoyo para identificar los proyectos productivos. Se brindan asistencia técnica, capacitación y financiamiento con microcréditos y acompañamiento pos-crédito” (El Tiempo, 2 de noviembre del 2012).

### **El otro gran problema de la economía informal: “Gota A Gota”**

El sistema financiero colombiano se reconoce como restringido, así lo indica el documento CONPES 3484. Esto en gran parte debido a la dificultad que se tiene para satisfacer los requisitos de documentación y garantías impuestas por el mercado, y porque las condiciones de los créditos no se ajustan a sus necesidades (Montoya, 2011). En Colombia, la tasa de usura antepone un precio máximo para los créditos, pero genera a la vez barreras que los bancos imponen. Esto hace que los créditos bancarios queden segmentados a quienes se les facilita llenar los requisitos solicitados y la entrega de garantías. La tasa de usura es determinada por la Superintendencia Financiera y se corrige trimestralmente, según el promedio de las tasas comerciales de los últimos tres meses, todo esto para las modalidades de consumo (31,25 % para abril-junio del 2013) y microcrédito (53,45 % para abril-junio del 2013).

Las microfinanzas tienen un gran impacto en la calidad de vida de la sociedad. Han cobrado especial relevancia en los últimos años en países con economías emergentes como la nuestra. En la informalidad, aparecen situaciones que explican el limitado nivel de aceptación del microcrédito y del crédito formal, entre las que se encuentran una población de escasos recursos, bajo nivel de cultura financiera y altos costos del crédito, entre otros, las cuales no permitan que exista una cultura crediticia. Uno de los mayores problemas consiste en los requisitos que solicitan las entidades financieras, lo cual genera que la mayor parte de personas pierda el interés por ellos.

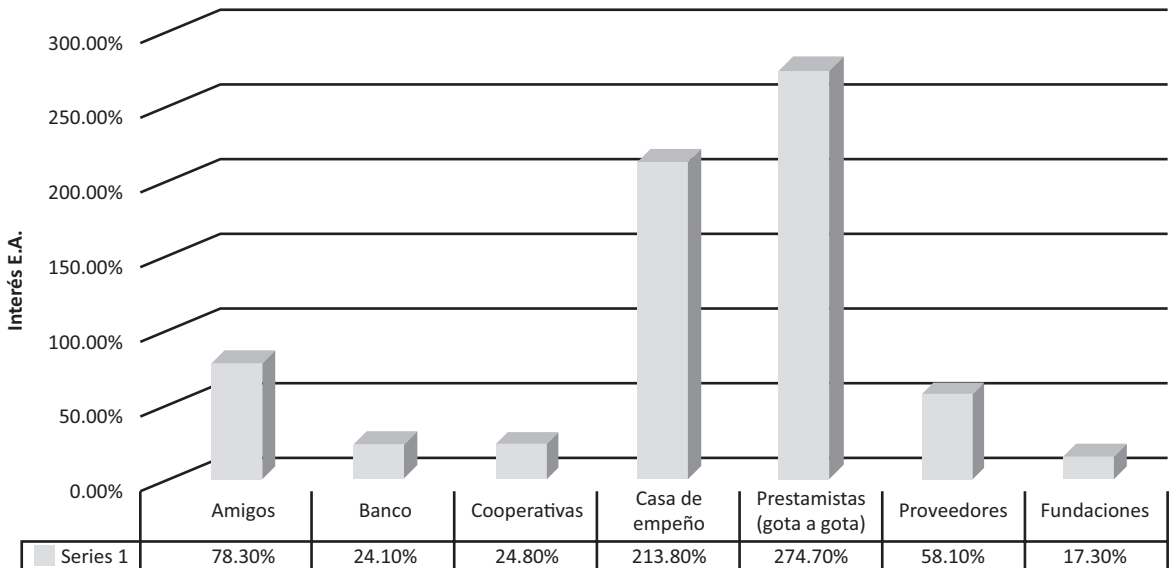
Pero las opciones de crédito en Colombia se amplían periódicamente. Así encontramos alternativas de préstamos con requisitos flexibles, orientados a personas que no están en condiciones de cumplir con las exigencias determinadas por el sistema bancario. En este contexto, surgen los créditos gota a gota, una modalidad de préstamo informal que se apoya en el sistema extrabancario, brindando un servicio para aquellas personas o empresas que por alguna razón no pueden obtener financiamiento en el mercado formal.

De acuerdo con la Encuesta de Carga Financiera y Educación de los Hogares (IEFIC), para el periodo 2010-2011, se encontró que los créditos informales, como porcentaje del total de créditos, pasaron de 19 % en el 2010, a 15 % para el 2011, por lo que el residuo, es decir, los créditos formales, pasaron de 81 % a 85 % en el mismo periodo. Los hombres usan más los créditos informales que las mujeres, y dentro de esta categoría parece que acuden más a las casas comerciales y al gota a gota, mientras las mujeres recurren más a familiares y amigos (Gómez y Zamudio, 2012).

También se encontró en la misma encuesta que el rango de edad más común en el que se usan créditos informales es entre 30 y 39 años. Sin embargo, las casas comerciales y los gota a gota son más comunes entre los jóvenes y adultos mayores (i. e., mayores de 60 años), adicional al hecho de que estos grupos recurren menos a familiares y amigos. El porcentaje de créditos informales es mayor en las personas que presentan menores niveles de escolaridad, aunque el pico de uso de estos se encuentra para aquellas personas que han alcanzado como máximo la secundaria. Al interior de los informales, no se identificó un patrón

claro sobre el uso de casas comerciales y gota a gota que lo relacione con el nivel de escolaridad.

Los créditos gota a gota tienen algunas características que los diferencian de otros préstamos disponibles, sobre todo, de entidades financieras. La principal consiste en la tasa de interés, la cual suele ser por lo general más alta en relación con los préstamos realizados por bancos y entidades financieras. En consecuencia, los créditos gota a gota resultan más costosos que los préstamos del mercado formal. Los sobrecostos asociados a la falta de regulación se evidencian en las tasas cobradas por entes como los “gota a gota” y las casas de empeño. Un préstamo gota a gota puede llegar a intereses que oscilan entre el 200 % y 300 %, como evidencia el estudio desarrollado en el 2011 por Montoya (2011), el cual determina grandes diferencias, resumidas en la figura 1. Según los autores, es precisamente el nivel de tasas de interés de la oferta formal el que obliga a utilizar estas fuentes solo por periodos cortos y ante urgencias manifiestas. Además, las microempresas valoran más la posibilidad de acceder a un crédito que el mismo costo y el asegurar la capacidad de pago en función del monto de la cuota (Marulanda y Paredes, 2008).



**Figura 1.** Tasas de interés (efectiva anual y efectiva mensual) de los créditos. Tomada de El acceso al crédito informal y a otros servicios financieros informales en Colombia por B. Marulanda y M. Paredes, 2008, USAID - Programa MIDAS.

Otro aspecto son los requisitos exigidos en los préstamos gota a gota. Son más accesibles, ya que son flexibles y la documentación exigida resulta menor, y en algunos casos se exigen garantías de pago entre las

cuales se encuentra la hipoteca o la firma de letras en blanco con las cuales luego se puedan negociar. Otra de las ventajas de los créditos gota a gota es su agilidad: a diferencia de algunos préstamos de bancos

y entidades financieras, muchos de los préstamos en el mercado informal se obtienen en forma inmediata (Créditos.com.co, marzo del 2013).

Aunque esta problemática es clara, debido a estas mismas características para los informales y dada su disponibilidad inmediata, se estima que cuatro de cada cinco colombianos debe optar por los créditos gota a gota para financiar sus inversiones, haciendo frente a tasas de interés promedio que superan muy por encima la tasa de usura de los bancos.

**Método**

La investigación es de tipo descriptivo. Buscó caracterizar socio- demográficamente la muestra, además de determinar los factores económicos del negocio y los productos financieros utilizados por los vendedores informales en Chapinero. Esto a partir de los datos de estudios anteriores que dan un total de 20 000 vendedores en la ciudad, y aproximadamente 8000 en la localidad de Chapinero, con un margen de error del 5 %, un nivel de confianza del 90 %, un nivel de heterogeneidad del 50 %, y un tamaño de muestra de 230 vendedores ambulantes. Se utilizó como técnica muestreo aleatorio simple, con una encuesta avalada por tres jueces.

La población de estudio se ubicó en la localidad de Chapinero, UPZ Gran Chapinero, entre las calles 45 y 72 (o Avenida Chile) y entre la Carrera Séptima y la Avenida Caracas, como se muestra en la figura 2.



Figura 2. Plano de ubicación del sector de estudio, Localidad de Chapinero, Bogotá D.C. Elaboración propia.

**Discusion y resultados**

Se encuentra que el 70 % de los encuestados (161 personas) son de Bogotá, mientras que el porcentaje restante corresponde a personas de todo el país (resulta relevante que el 2,2% proviene del departamento de Boyacá). Por otro lado, los individuos originarios de los Llanos orientales y la región antioqueña son los que menos porcentaje presentan en la muestra. Lo anterior evidencia un cambio en la concepción, según la cual la mayor parte de los vendedores informales son desplazados. Esto contradice otras investigaciones.

Además, la edad promedio de los vendedores de la muestra es de 41,49 años, en la cual el porcentaje mayor (35 %) corresponde a los individuos que tienen entre 40 y 50 años, al contrario de los adultos mayores quienes solo representan el 5 % de la muestra. El 16% de la población encuestada es menor de 30 años. Sin embargo, en estudios anteriores, se ha encontrado presencia de menores de edad en la informalidad, lo cual se puede explicar porque algunos adultos llevan a sus hijos cuando trabajan. Este resultado contradice el estudio desarrollado por el IPEB, en el que se encuentra que los adultos mayores corresponden al 47 %. Esto podría ser un cambio generacional, en el que las personas mayores pasan sus puestos de ventas ambulantes a personas más jóvenes.

El 59 % de los vendedores informales de la muestra pertenecen al género masculino, mientras que el 41 % al género femenino. Esto muestra un aumento en el registro de mujeres en la actividad, dado por el aumento de familias en las que la mujer se ha convertido en la cabeza del hogar.

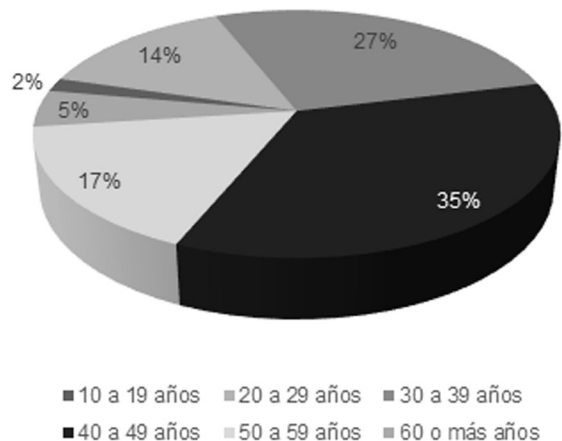


Figura 3. Edad de los vendedores informales. Elaboración propia.

El núcleo familiar está constituido en promedio por 3,64 personas, con un promedio de hijos de 1,74, teniendo un máximo de seis niños en una misma familia. Además, se encuentra que aproximadamente el promedio de personas trabajando en cada núcleo familiar es de dos personas.

En cuanto al nivel educativo alcanzado, el 62 % estudió solo la primaria; un 30 %, la secundaria, y un 7 % alcanzó estudios superiores; además, el 1 % de la muestra, es decir, tres personas, son analfabetas. Estos datos son comparables con los desarrollados en otros estudios similares, pero se ha incrementado en un 3 % la cantidad de personas con estudios superiores que hacen parte de los vendedores informales de la zona.

Por otro lado, el 15 % de los vendedores informales encuestados han participado en capacitaciones, especialmente con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), y unos pocos con los programas que ha realizado la Alcaldía Local o la Distrital. Dichas capacitaciones están conformadas por cursos de manipulación de alimentos, emprendimiento, servicio al cliente y vigilancia.

En lo relativo a la tenencia de vivienda, la mayoría de los vendedores informales viven en arriendo (el 66 %) y el 16 % tiene vivienda propia. El 59 % del total de la muestra pertenecen al estrato 2 (bajo) y un 20 % al estrato 1 (bajo-bajo). También se encuentra que las personas encuestadas pertenecen en mayor porcentaje a las localidades de Chapinero (25 %), Suba (11 %) y Santafé (10 %). Cabe resaltar que el 2 % de la población es de Soacha, Cundinamarca. En este caso, muchas de las personas con inmuebles propios han salido de los programas que tiene la Alcaldía, debido a la misma situación, ya que no serían personas vulnerables.

Acerca de la seguridad social, el 84 % de los vendedores informales que participaron en el estudio pertenecen al régimen subsidiado de salud (SISBEN), mientras que el 16 % pertenecen al régimen contributivo y el 2 % cotiza para pensión. Este es un foco de acción para el gobierno, ya que al tener un porcentaje tan alto de personas que tienen SISBEN, se deberían desarrollar mejores campañas que lleven a desarrollar programas, no solo de salud (como citas médicas y odontológicas), sino programas de índole ocupacional y de vacunación gratuita de algunas enfermedades a las que son más propensos, como la influenza. Además, se obtuvo que el 7 % de la población se encuentra afiliada al programa de “Familias en Acción”. Esto muestra que este programa ha sido encaminado

en otros sentidos (jóvenes y desplazados), pero que estas personas deberían tener mayores oportunidades en los proyectos para su salida de las calles.

De acuerdo con las características analizadas de los vendedores informales y teniendo en cuenta la categorización dada en la Sentencia T-772 (Corte Constitucional de Colombia Sentencia T-772MP, 2003), en la cual se establecen las pautas para clasificar dicho tipo de vendedores, se observa que el 33 % de los encuestados son vendedores estacionarios, es decir, aquellos que permanecen en un mismo sitio todo el tiempo de su actividad; el 44 % son semiestacionarios, aquellos que cambian de lugar dependiendo de la hora, pero no poseen más de dos o tres sitios para vender; el 16 % son personas que recorren la localidad vendiendo sus productos; y, por último, el 5 % venden por temporadas, como lo días de la madre, del padre, amor y amistad, entre otros.

Con respecto al tipo de artículos vendidos, los resultados son los siguientes: el 18 % de los encuestados ofrece víveres y cigarrillos en puestos esquineros (en los cuales también se encuentra comida, paquetes, gaseosas y cigarrillos); le sigue la venta de minutos a celular con un (14 %), alimentos preparados (13 %), productos diversos (10 %), alimentos crudos (9 %), prendas de vestir (8 %), películas y música (5 %), venta de revistas y periódicos (2 %) y la venta de lotería y chance (3 %). Esto muestra la gran cantidad de artículos que se pueden vender y cómo la mayor parte, al ser comida, hace lucrativo el negocio en razón a la alta rotación de los productos y la facilidad de desplazarse por todo el sector, sin necesidad de ocupar un solo lugar.

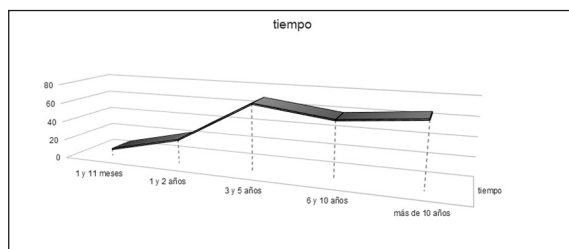


Figura 4. Tiempo como vendedor informal. Elaboración propia.

Como se observa en la figura 4, el tiempo promedio que los vendedores informales de la muestra han permanecido en esta actividad es de 8,5 años, siendo el 55 % de estos los que han estado por más de cinco años. Como dato curioso, una persona del estudio lleva 40 años en la actividad.

La cantidad de días que trabajan en promedio es de 27,19 días. Solo el 2 % trabaja los fines de semana,

pues aprovechan la concurrencia en la ciclovía los domingos y las zonas de rumba los días sábados. Esto muestra que es un trabajo como los de la mayoría de personas, cuya actividad es toda la semana. Además, la inactividad se da los fines de semana, en razón a que el mismo sector los días domingos es muy solo y, por ende, no es productivo para ellos.

Los oficios que desempeñaban antes de pasar a la informalidad son: vendedores (18 %), amas de casa (9 %), oficios varios (6 %) y construcción de obras (6 %), entre otros. Cabe resaltar que la muestra es heterogénea, ya que se observan actividades variadas tales como agricultor (2 %) y policía (2 %), lo cual da a entender que este sector es muy rentable comparado con otros. Asimismo, como para ingresar a empresas en otros cargos, se necesita de mayor cantidad de estudio.

Otra de las variables analizadas es la ayuda que reciben por parte del Gobierno como personas en situación de vulnerabilidad. Con respecto a esto, tan solo el 5 % ha sido beneficiario, lo cual evidencia que el Gobierno no ha implementado políticas claras, y como cada administración cambia su propuesta, se inicia un nuevo proceso sin resultados contundentes al pasar de los años.

Al preguntar si han participado en alguno de los programas de reubicación anunciados en medios de comunicación, solo el 16 % está en el programa, de los cuales el 69 % son liderados por la Alcaldía y el 31 % por el IPES. Al indagar acerca de la situación laboral, el 85 % respondieron que no se encontraban buscando trabajo, lo cual implica que la actividad es rentable, en las políticas trazadas para ellos no ven peligro para su sustento y la represaría que podrían tomar algunos actores como la policía, no son frecuentes.

Otro aspecto utilizado para el estudio fue la información operativa, incluyéndose los costos y valores del negocio propio desde la inversión hasta la ganancia. En lo referente con la inversión inicial, se observa que el promedio es de \$1 198 000, cifra que cubre los materiales, equipos, vitrinas, utensilios y demás enceres. No obstante, los valores varían desde \$0 como mínimo para negocios como la venta de celulares o de puestos que se dan en arriendo. En contraste con lo anterior, el valor máximo de inversión encontrado fue \$6 000 000 para negocios tales como comidas preparadas (las cuales necesitan de hornos, e.g. pizzerías), o la venta de ropa. Asimismo, el 37 % de los vendedores informales de la muestra surte diariamente y el 44 % lo hace semanalmente en razón a costos. Esto también depende del tipo de actividad, ya

que la venta de comida o víveres requiere de una mayor rotación en el surtido, pues son bienes perecederos y los proveedores realizan su visita por lo menos una vez a la semana (figura 5). El valor promedio de inversión cada vez que se surte es aproximadamente de \$173 000 (cabe aclarar que estos valores están sujetos a la disponibilidad del recurso y a la periodicidad). Es importante agregar que el 37 % de los encuestados utiliza una carreta para instalar su negocio, mientras que el 13 %, un kiosco. Además, el 24 % llevan su mercancía en una canasta u otro equipo.

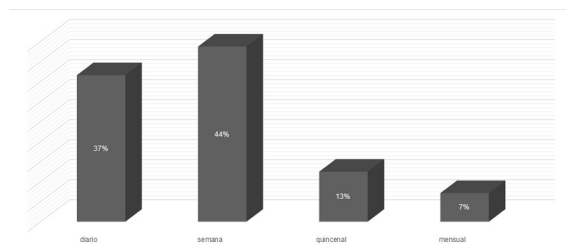


Figura 5. Cada cuánto surte su negocio. Elaboración propia.

Hay que mencionar, además, que el 38 % de los encuestados tiene un ingreso mensual entre \$500 000 y \$1 000 000 y el 24 % reciben menos de \$350 000, cifra que se encuentra por debajo del salario mínimo. Además, el 96 % afirma que obtienen ganancias por la actividad (figura 6). Por otra parte, el 67 % de ellos paga por guardar la mercancía en casas o lugares cercanos al desarrollo de su actividad, lo cual tiene un costo promedio de \$68 000 mensuales. Se muestra con esto que la economía de un vendedor ambulante es buena, ya que es un gran porcentaje el que recibe ganancias.

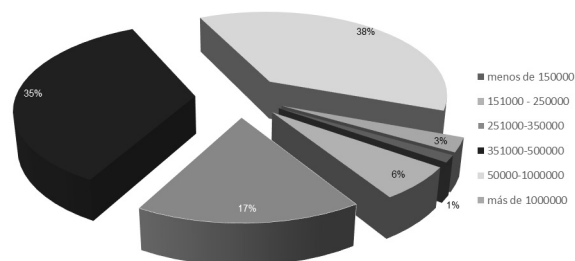


Figura 6. Ingresos mensuales por la actividad. Elaboración propia.

En relación con los proveedores, la mayoría prefiere comprar la mercancía a intermediarios mayoristas (58 %) y solo el 12 % la compra directamente en la fábrica. El 86 % de los vendedores pagan de contado y el 8 % por medio de crédito o de contado. Asimismo, el 26 % ahorra en promedio el 5 % de su venta diariamente (figura 7).

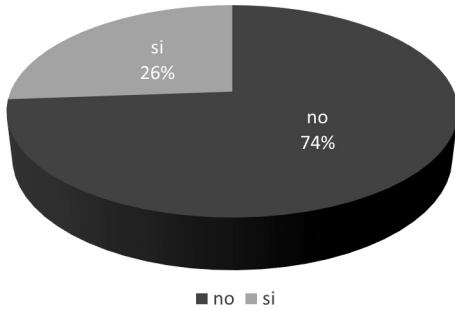


Figura 7. Porcentaje de ahorro. Elaboración propia.

En conformidad con la información obtenida en la encuesta, el 2 % de los vendedores informales ahorra en el banco, el 1 % tiene tarjeta de crédito y un 1 % posee créditos bancarios o microcréditos. Esta información remite al sector bancario, es decir, demuestra que la tasa de bancarización es muy baja pese a los esfuerzos del gobierno por incrementar su cuota. Esto también muestra el miedo al seguimiento que le pueden hacer al dinero y cómo las compras diarias no dejan mucho para el ahorro, convirtiéndose en una economía de sobrevivencia.

Otra variable incluida en el estudio tiene que ver con la obtención del dinero para iniciar su negocio. Como se puede apreciar en la figura 8, el 51 % lo hizo mediante ahorros, el 4 % solicitó préstamo bancario y el 9 % utilizó la modalidad “gota a gota”.

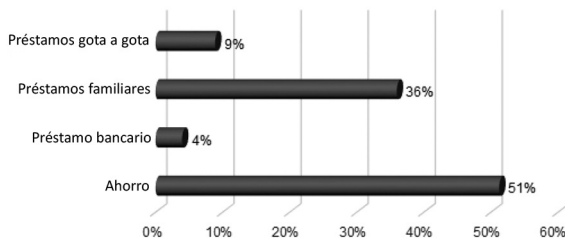


Figura 8. Cómo consiguió el dinero para iniciar el negocio. Elaboración propia.

La baja participación en los créditos bancarios de los individuos encuestados se puede explicar a través de su aprobación, pues el 48 % ha solicitado algún tipo de crédito y tan solo el 11 % obtuvo la aprobación. Las principales barreras para que no se otorguen los créditos son: la solicitud de certificaciones laborales (46 %), los respaldos exigidos (41 %) y la consecución de fiadores (9 %). No obstante, el 80 % de las personas encuestadas aceptarían un crédito con facilidades de pago y sin grandes exigencias. Esto da pie a que las personas ingresen al bajo mundo de los préstamos gota a gota, lo que conlleva riesgos mayores y pérdidas en la inversión (figuras 9 y 10).

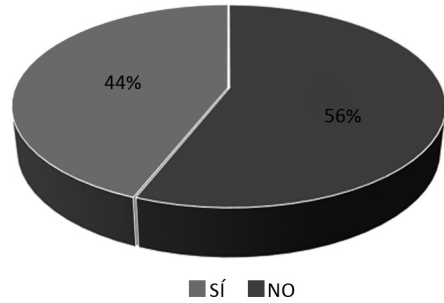


Figura 9. Ha solicitado créditos gota a gota. Elaboración propia.

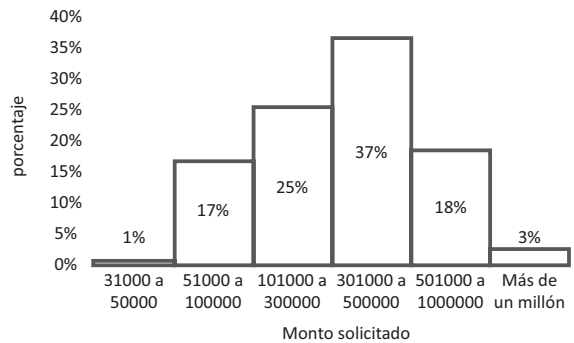


Figura 10. Monto solicitado de préstamo gota a gota. Elaboración propia.

En un apartado especial, se analizó con mayor detalle la modalidad de préstamo “gota a gota”. Se obtuvo que el 56 % lo ha solicitado por un valor promedio de \$380 000. Es importante aclarar que el rango de préstamos va desde \$30 000 para el pago de servicios, hasta \$1 500 000 para la compra de mercancías o tratamientos médicos. La tasa promedio de este tipo de préstamo varía entre el 5 % y el 40 % mensual. Sin embargo, la gran mayoría supera el 30 % mensual, lo cual depende del monto prestado y las condiciones pactadas (figura 11).

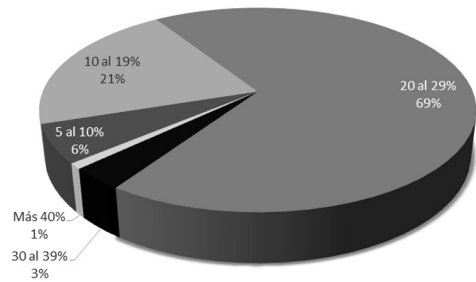


Figura 11. Tasa a la que le han prestado los préstamos gota a gota. Elaboración propia.

Se indagó acerca de la proyección financiera del negocio, con el fin de conocer los intereses de los vendedores informales y, con base en ello, proponer alternativas de solución. El 89 % de las personas afirman que si les ofrecieran convertir su negocio informal a formal, aceptarían. En cuanto a la pregunta: ¿cree que una microempresa le ofrecería...? El 55 % afirmó “mejores ingresos”; el 37 %, “estabilidad”, y el 8 %, “independencia” (figura 12).

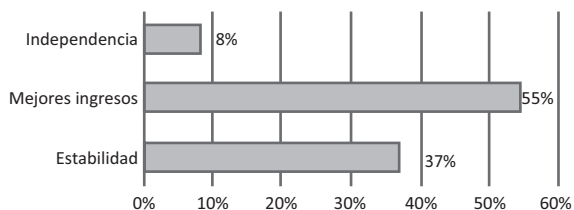


Figura 12. ¿Cree que una microempresa le ofrecería? Elaboración propia.

Para determinar qué falencia presentan para iniciar una microempresa, se les preguntó: ¿qué necesitaría para lograr tener su microempresa? A esto la mayoría contestó “acceso a microcréditos” (56 %), con intereses bajos y pocos requisitos.

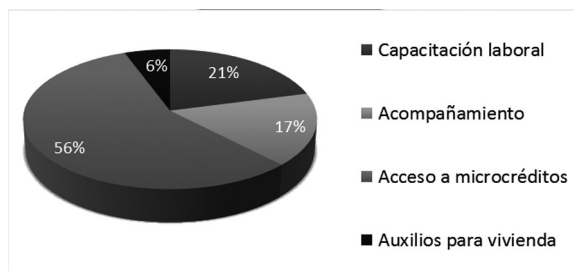


Figura 13. ¿Qué necesitaría para lograr tener su microempresa? Elaboración propia.

## Conclusiones

El desempleo, la carencia de oportunidades para competir en el mercado, la imposibilidad de tener lugares estratégicos para la venta de productos, la falta de preparación, capacitación y oportunidades laborales, así como la falta de recursos y acceso a préstamos como capital semilla para otra actividad, crean factores que, ligados al problema social, encuentran en la informalidad una forma de subsistencia.

En forma general, en la ciudad se ve esta misma problemática y aún más en la localidad de Chapinero, por ser un sector financiero y comercial. Esto da pie a que se creen las condiciones propicias para que la informalidad se multiplique, y muestra que las políticas de reubicación de los vendedores informales, realizadas por las diferentes administraciones distritales, han sido infructuosas.

Como se concluye en el estudio, la modalidad de préstamos informales llamados “gota a gota” tienen gran acogida por los vendedores informales, debido a las facilidades que representa este tipo de préstamo con relación al acceso y tiempo de entrega del dinero. Esto a diferencia del sector financiero formal, el cual es muy exigente. Si bien existen políticas nuevas de bancarización, no son lo suficientemente eficaces para ayudar a resolver el problema.

La gran mayoría de vendedores encuestados afirman que aún no se han vinculado a programas de reubicación. No obstante, ellos consideran que la formalización aumentaría sus ganancias.

Se deben presentar o mejorar las propuestas que ha hecho el gobierno distrital para que los vendedores puedan salir de la informalidad. Aunque han existido propuestas buenas, estas dependen de cada uno de los alcances propuestos por cada uno de los alcaldes, por lo cual la política cambia en cada administración, sin que exista un solo horizonte para mejorar esta situación.

Se deben reformular las propuestas actuales para incentivar la formalización de los vendedores. Dichas políticas deben ser constantes y transversales en el tiempo, es decir, la continuidad no se debe interrumpir ante cambios en el gobierno.

Se evidencia que se ha dado poca importancia a los programas de educación y formación, no solo para terminar sus estudios de primaria y bachillerato, sino para capacitarlos en otras actividades en las cuales se puedan desempeñar.

Si no se puede profundizar en el manejo financiero de los vendedores, no se podrán buscar propuestas orientadas a cambiar sus condiciones económicas. Así, seguirán los problemas tanto de espacio público, como de persecución policial que se presentan en estos momentos, y por tanto el deterioro de las relaciones con las autoridades en la problemática presentada por los vendedores ambulantes.



## Referencias

- Arango, L. E., García, A. y Posada, C. E. (2011). Inflación y desempleo en Colombia. *Borradores de Economía*, 453, 1-25.
- Blanco, C., Caro, E. y Vargas, M. F. (2012). *Evaluación y seguimiento a las soluciones de la problemática social de los vendedores ambulantes* (Tesis de pregrado). Universidad La Sabana.
- Cámara de Comercio de Bogotá. [CCB]. (2009). *Efecto de las ventas callejeras sobre los establecimientos de comercio en cuatro zonas de la ciudad de Bogotá*. Bogotá: Legis S.A.
- Castañeda, C. y García, J. (2007). *Hábitat y espacio público. El caso de los vendedores ambulantes en el espacio físico de Bogotá*. Bogotá: Javegraf.
- Concejo de Bogotá. (1932). *Acuerdo 37 de Agosto 23 de 1932. Por el cual se dictan varias medidas sobre el gremio de vendedores ambulantes y sobre ciertos expendios de mercancía*. Bogotá: Consejo de Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. *Sentencia T-772 del 2003*. (M. P. Manuel José Cepeda Espinosa: Noviembre 17 del 2003).
- Créditos.com.co (2013, marzo). ¿Qué es un crédito gota a gota? *Créditos.com.co* Recuperado de <http://www.creditos.com.co/que-es-credito-gota-gota.html>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. [DANE]. (2009). Gran encuesta integrada de Hogares-GEIH. Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. [DANE]. (2013). *Informe ejecutivo: medición del empleo informal y seguridad social (Trimestre móvil septiembre - noviembre, 2012)*. Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. [DANE]. (2013, julio 23). *Gran encuesta integrada de Hogares-GEIH*. Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. [DANE]. (2015). *Medición del empleo informal y Seguridad Social Trimestre octubre- diciembre 2014*. Bogotá.
- Decreto 215 de 2005. [Alcaldía Mayor de Bogotá]. (2005). *Plan Maestro de Espacio Público*. Bogotá: Departamento Administrativo de Planeación Distrital.
- Departamento Nacional de Planeación. (2007). *Política nacional para la transformación productiva y la promoción del micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado*. Bogotá: Documento CONPES N.º 3484.
- El Tiempo (2013, abril 19). Vendedores informales serán beneficiarios de programa local. *El Tiempo*. Recuperado de [http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12751451.html](http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12751451.html)
- El Tiempo (2012, noviembre 2). Ambulante que no se carnetice, no podrá trabajar: Alcalde de Chapinero. *El Tiempo*. Recuperado de [http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12353214.html](http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12353214.html)
- Secretaría Distrital de Planeación (2009). Cámara de comercio de Bogotá. 2009.
- Galeano S. (2008). Ciudad, informalidad y políticas públicas. *Cuadernos de vivienda y urbanismo*, 1(2), 280-297.
- Galvis A. (2012). *Informalidad laboral en las áreas urbanas de Colombia. Documento de trabajo sobre economía regional, No. 164*. Banco de la Republica de Colombia.
- García W. (2011). *Informalidad en las calles de chapinero entre anomia y políticas públicas* (Tesis de Maestría). Universidad Pontificia Javeriana, Bogotá.
- García, G. (Marzo del 2008). Informalidad Regional en Colombia: Evidencia y Determinantes. *Desarrollo y Sociedad*, 61, 103-146,
- Gómez, E. y Zamudio N. (2012). Las Capacidades Financieras de la Población Colombiana. *Borradores de Economía*, 725.
- IPES (2008). *Intervención política pública distrital hacia el sector informal*. Instituto para la Economía Social 2004-2007.
- Marulanda, B., y Paredes, M. (2008). *El acceso al crédito informal y a otros servicios financieros informales en Colombia*. Bogotá: USAID - Programa MIDAS.
- Montoya, C. (2011). El racionamiento de crédito a las microempresas en Colombia. Un estudio de los tipos de racionamiento. *Coyuntura Económica*, xLI(1), 225-255.
- Portal Bogotá.gov.co. (22 de Marzo de 2013). Vendedores, principales defensores del espacio público en Chapinero. (2013). *Portal Bogotá.gov.co*. Recuperado de <http://www.bogota.gov.co/article/localidades/chapinero/Vendedores%2C%20principales%20defensores%20del%20espacio%20p%C3%ABlico%20en%20Chapinero>
- Ortega, D. (1990). *Cosas de Santafé de Bogotá*. Bogotá: Academia de Historia de Bogotá. Tercer Mundo Editores.
- Ortiz, M. (Julio-diciembre 2009). Mercado público, tiendas de trato y ventas ambulantes. Centros de provisión urbana de Bogotá en la primera mitad del siglo XIX. *Cuadernos de Curaduría, Museo Nacional de Colom-*

- bia, 9. Recuperado de <http://www.museonacional.gov.co/inbox/files/docs/ccmercado.pdf>
- Secretaría Distrital de Planeación (2011). *Análisis socioeconómico UPZ 99 Chapinero*. Recuperado de <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/OrdenamientoTerritorial/EconomiaUrbana/Archivos/UPZ%2099.pdf>
- Secretaría de Gobierno del Distrito. (2012). *Plan de desarrollo económico, Social, Ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C. 2012-2016*. Bogotá D.C.
- Simanca, O. (2008). Historia Institucional del Fondo de Ventas Populares. 1972-2005. En *Colombia*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Torres D. (2007). *Análisis sobre las principales causas relacionadas con la informalidad del comercio en la ciudad de Villavicencio* (Trabajo de Grado). Facultad de Ciencias Humanas, Universidad de los Llanos.