UNIVERSE

•

.conómica

Pacu. Departameniu

y Soc. 21 (D. L. E. S.)

REMETONICA

ESTUDIO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LAS ZONAS: CENTRO AMURALLADO, LA MATUNA, SECTOR TURISTICO Y GETSEMANI DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.

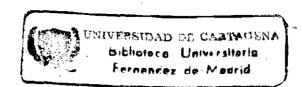
FLORENCIA PADILLA BARRIOS.
SANDRA VERGARA SALDARRIAGA.



57850



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
CARTAGENA, JULIO 1987

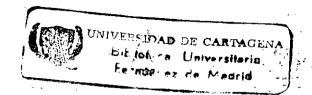


ESTUDIO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LAS ZONAS: CENTRO AMURALLADO, LA MATUNA, SECTOR TURISTICO Y GETSEMANI DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.

FLORENCIA PADILLA BARRIOS. SANDRA VERGARA SALDARRIAGA.

> Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar título de Economista.-

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
CARTAGENA, JULIO 1987



Cartagena, Julio 17 de 1987

Señores
MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Cartagena
E. S. M.

De la manera más cordial nos dirigimos a Ustedes con el fin de presentarles nuestra Tesis de Grado titulada: "ESTUDIO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LAS ZONAS: CENTRO AMU-RALLADO, LA MATUNA, SECTOR TURISTICO Y GETSEMANI DE LA CIUDAD DE CARTAGENA"; para que sea sometida a su estudio y aprobación con el fin de optar al título de Economistas.

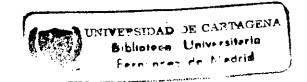
Agradeciendo la atención y colaboración que se sirvan prestar a la presente. \parallel

Atentamente,

SANDRA VERGARA SALDARRIAGA.

FLORENCIA PADILLA BARRIOS.

Florencia & Padilla



Cartagena, 17 de Julio de 1987

Señores MIEMBROS COMITE DE GRADUACION Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Cartagena Ciudad.

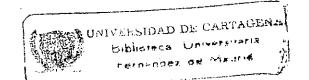
Apreciados Señores:

Me es grato informarles que he asesorado la Tesis de Grado titulada "ESTUDIO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LAS ZONAS: CENTRO AMURALLADO, LA MATUNA, SECTOR TURISTICO Y GETSEMANI DE LA CIUDAD DE CARTAGENA"; de las egresadas: Sandra Vergara Saldarriaga y Florencia Padilla Barrios para optar al título de Economistas.

Atentamente,

SERGEO HERNANDEZ GAMARRA.

Profesor.





Cartagena, Julio 17 de 1987

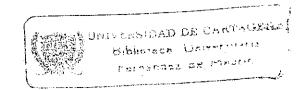
Señores MIEMBROS COMITE DE GRADUACION Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Cartagena Ciudad.

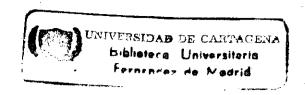
Apreciados Señores:

Me es grato informarles que he sido nombrado como Presiden te de la Tesis de grado titulada: "ESTUDIO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LAS ZONAS: CENTRO AMURALLADO, LA MATUNA, SEC-TOR TURISTICO Y GETSEMANI DE LA CIUDAD DE CARTAGENA"; que presentan las egresadas Sandra Vergara S. y Florencia Padi lla B., para optar el título de Economistas.

Atentamente,

JAMES LLANOS PEREZ. Profesor.





DEDICATORIAS

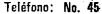
A mis padres, quienes con sus esfuerzos contribuyeron a la superación de esta etapa de mi vida.

SANDRA VERGARA SALDARRIAGA.

Dedico éste triunfo a mis Padres, Juan y Alicia quienes con su constante esfuerzo supieron animarme para seguir adelante. A mis hermanos.

FLORENCIA PADILLA BARRIOS.







Universidad de Cartagena Cartagena Colombia

(Sur América)

Cartagena, 18 de agosto de 1987

DIVINEPSIDAD DE CALTA Bibliotece Universitario Fernances de Madrid

Señores COMITE DE GRADUACION FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS UNIVERSIDAD DE CARTAGENA E. S. D.

Distinguidos profesores:

La presente, con el fín de rendir concepto sobre la tesis de grado titulada "ESTUDIO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LAS ZONAS: CENTRO AMURALLADO, LA MATUNA, SECTOR TURISTICO Y GETSEMANI DE LA CIUDAD DE CARTAGENA", elaborada y presentada por los egre sados SANDRA VERGARA SALDARRIAGA y FLORENCIO PADILLA BARRIOS, para optar al título de Economístas.

Las ventas callejeras, ambulantes y estacionarias, especial mente estas últimas, es un problema social y económico y has ta político muy arraigado en nuestras principales ciudades.-Problema que es el resultado de la concepción e implementación de modelos de desarrollo que se le han impuesto al país por el afán de estar copiando servilmente, sín juicio de inventario, esquemas de crecimiento de las naciones industrializadas, cuyas realidades económicas, sociales, históricas, culturales, políticas, raciales, etc., son totalmente diferentes a las nuestras. De ahí el por qué estas políticas de desarrollo a la larga resultan contraproducentes y en vez de resolver el problema lo agravan. Es que en esos países el pro ceso de industrialización y urbanización contó con la base y soporte y sustento de una agricultura dinámicas y altamente productivas. Mientras que nosotros estamos buscando la urbanización con una agricultura pobre, deprimida y en crisi's per manente y con una industria que realmente ha carecido de dinamismo como para absorber productivamente los excedentes de mano de obra provenientes del sector primario, tanto como con secuencia de una deficiente o mala aplicación de la tecnología en el campo como de la inseguridad reinante en el sector agropecuario. "En América Latina, dice Jorge E. Ruíz, el cam po expulsa a sus habitantes debido a la injusticia en el reparto de las tierra, a la falta de capital, y al ānhelo



Universidad de Cartagena Cartagena-Cotombia (Sur América)

Hoja 2

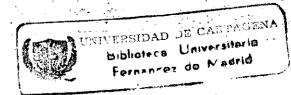
obtener mayores oportunidades, creado, entre otras cosas, por el efecto de demostración de los medios de comunicación masivos. Pero las ciudades no ofrecen las mismas oportunidades que
ofrecieron en su época las ciudades norteamericanas o europeas. En esta forma, la gran ciudad se ruraliza y el comporta
miento de los migrantes presenta características de incoheren
cia y anomalías sociales".

O sea que el esquema de desarrollo no solo no ha resuelto el problema del desempleo rural, sino que lo ha transferido a las grandes ciudades del país con su secuela de miseria, tuguriza ción, prostitución, drogadicción, raponismo y comercio callejero con ingresos de subsistencia. En otras palabras, la pobreza absoluta de que tanto habla nuestro presidente Barco.

Hasta ahora, pues, el Estado ha sido incapaz de resolver eficazmente este problema de las ventas callejeras.

Una política que busque sincera y decididamente solucionar es te problema debe ser esencialmente redistributivo de los recursos productivos de la Nación. Tal política cambiaría, obviamente, además de la distribución de los ingresos, también las relaciones de poder en el campo y en la ciudad. Otra política distinta a ésta no es más que un simple paliativo que prolonga el problema en el tiempo y en el espacio. Sín reformas estructurales, radicales y profundas, en el sistema de vida de una sociedad no habrá un verdadero desarrollo que mejore progresiva y substancialmente las condiciones de vida de un al to porcentaje de compatriotas. Sín cambios estructurales no habrá bienestar económico y social. Así de simple es la cosa. Y por ahí es la cosa como diría el expresidente López Pumarejo, el viejo.

Por las consideraciones anteriores, conceptúo, que este trabajo, cuyo tema central es de palpitante actualidad y cuya solución inmediata es preocupación fundamental de la actual administración municipal, no sólo reúne más que satisfactoriamente los requisitos mínimos exigidos por nuestra facultad para otor gar el título de Economísta, sino que por su riqueza conceptual, dominio y propiedad en el manejo del tema, documentación y uso adecuado y correcto del instrumental analítico empleado, merece que se le distinga con la NOTA DE MERITORIA, que bien se lo merece.



Teléfono: No. 45-75



Universidad de Cartagena Cartagena-Colombia (Sur América)

Hoja 3

UNIVERSITA DE CAMPAGEN Piplielnes Abiattalatig

Felicitaciones muy sinceras y expresivas para SANDRA y FLO-RENCIO por su magnifica y excelente memoria de grado a quie nes les deseo muchisimos éxitos en el ejercicio profesional, con la seguridad que sí los obtendrán.

Atentamente,

JAMES LLANOS PEREZ

Presidente de Tesis

Cartagena, 26 de agosto de 1987

Señores
MIEMBROS COMITE GRADUACION
Facultad de Ciencias Economicas
Universidad de Cartagena
E. S. D.



Distinguidos doctores:

Atentamente les hago llegar el concepto de la tésis titulada "Estudio del comercio callejero en las zonas: Centro Amurallado, La Matuna, sector turistico y Getsemaní de la ciudad de Cartagena", presentada por las egresa das Florencia Padilla Barrios y Sandra Vergara Saldarriaga.

La investigación hace un recuento generalizado del fenómeno del sector informal, enmarca dicho fenómeno a nivel latinoamericano y en el caso específico de la ciudad de Cartagena. siendo las características comunes en don de se ha presentado dicho fenómeno, como: el alto índice de desempleo, migración del campo a las ciudades y la inexistencia de políticas gubernamentales que hayan hecho posible normatizar tal actividad dentro del contexto formal, al informal de la economía. El trabajo ha sido posible a través del método inductivo, para conocer las principales características del comercio callejero en los lugares ocupados por dichos comerciantes, pudiendose comprobar que a falta de demanda en el mercado laboral, miles de personas y familias, obtengan, sus ingresos de esta actividad informal del comercio.

Este fenómeno a la vez ha suscitado enfrentamientos con el comercio organizado, el cual está sujeto a normas fiscales, Cámara de comercio, altos pagos en los servicios públicos, arriendos, etc. Sin embargo, el sector informal ha crecido tanto que requiere una pronta intervención del gobierno municipal, que conlleve a la localización y ubicación demarcada, para así cambiar la imagen de desorganización en que se debata dicho sector en las aceras y principales calles del centro amurallado de la ciudad de Cartagena.

La investigación enmarca una serie de datos estadísticos, que conlleva a precisar, los lugares, las personas, el número de establecimientos y los ingresos aproximados de estas personas dedicadas a tal actividad, deducción sacada de las encuestas practicadas en los sitios de trabajos, lo cual indica y amerita la seriedad del trabajo.

Por último la investigación contempla una serie de recomendaciones que podrán servir a las autoridades municipales, para emprender políticas serias que conlleven a dar solución a tan grande e importante actividad comercial informal. COMITE DE GRADUACION.

Considero que el trabajo es meritorio para que la universidad de Cartagena a través de la Facultad de Ciencias Económicas les otorgue el título de Economista a las egresadas: Florencia Padilla Barrios y Sandra Vergara Saldarriaga.

Atentamente,

JOSE MACIA MOSCOTE

Jurado Examinador



Cartagena, 16 de Diciembre de 1.987

Señores COMITE DE GRADUACION Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Cartagena E. S. D.

Estimados señores:

En relación con "EL ESTUDIO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LAS ZONAS: CENTRO AMURALLADO, LA MATUNA, SECTOR TURISTICO Y GETSEMANI DE LA CIUDAD DE CARTAGENA", por Florencia Padilla Barrios y Sandra Vergara Saldarriaga, conceptúo que es un estudio serio en relación con dicho tema; todos los aspectos fueron tratados en forma analítica, por lo tanto el estudio reúne todos los aspectos teóricos y metodológicos para que sus autores obtengan el título de Economista.

Atentamente,

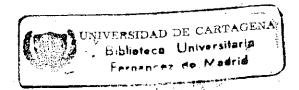
ALMA CECILIA ANGULO CEDENO
Jurado.



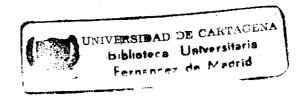


TABLA DE CONTENIDO.

	p á g.
O. INTRODUCCION.	1
O.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
O.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA. ,	3
0.2.1 Delimitación Formal.	3
0.2.1.1 De Espacio.	3
0.2.1.2 De Tiempo.	3
0.2.2 Delimitación Material.	3
0.2.2.1 Variable Dependiente.	3
0.2.2.2 Variables Independientes.	.3
0.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION.	4
0.3.1 Objetivo General.	. 4
0.3.2 Objetivos Específicos.	4
O.4 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION.	



	pág
0.5 FORMULACION DE HIPOTESIS.	6
0.5.1 Hipótesis General.	6
0.5.2 Hipótesis de Trabajo.	6
O.6 OPERACIONALIZACION DE LAS HIPOTESIS.	7
O.6.1 Definiciones Conceptuales.	7
0.6.2 Definiciones operativas.	8
0.7 MARCO TEORICO.	10
O.8 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.	14
1. GENERALIDADES.	16
1.1 EL SECTOR INFORMAL COMO EXPRESION DEL EXCEDENTE DE OFERTA DE TRABAJO URBANO.	16
1.1.1 La Segmentación de los Mercados de Bienes y Capital.	19
1.1.1.1 Sector Moderno Oligopólico.	19
1.1.1.2 Consecuencia de la Oligopolización.	21
1.1.1.3 Segmentación de los ingresos laborales.	22
1.1.2 Generación del excedente de oferta de trabajo.	24
1.1.3 El ajuste del mercado de trabajo en el corto plazo.	35



	рág
1.2 RAICES HISTORICAS DEL COMERCIO INFORMAL EN LAS CIUDADES.	41
1.2.1 El excedente de población como potencial de desarrollo.	47
1.2.2 Del excedente de población rural al exceden- te de población urbana.	48
2. CARACTERISTICAS DEL COMERCIO CALLEJERO EN LA CIU DAD DE CARTAGENA.	52
2.1 CARACTERISTICAS PERSONALES.	52
2.1.1 Origen.	52
2.1.2 Edad y Sexo.	56
2.1.3 Estructura y Distribución del Ingreso.	58
2.1.4 Nivel de Escolaridad.	63
2.1.5 Lugar de Residencia.	66
2.1.6 Estado Civil y Estructura Familiar.	68
2.2 CARACTERISTICAS DE FUNCIONAMIENTO DE LA ACTIVI- DAD.	72
2.2.1 Formas y Condiciones de acceso al puesto.	72
2.2.2 Disponibilidad y evolución del capital inve <u>r</u>	75

	pág.
2.2.3 Modalidades de abastecimiento y venta.	78
2.2.4 Ocupación anterior.	82
2.2.5 Clasificación de los vendedores callejeros.	86
2.2.5.1 Por Sectores.	86
2.2.5.2 Por actividad ó tipos de producto.	89
2.2.5.3 Por tipo de producto y sectores.	91
2.2.6 Reglamentaciones.	95
3. IMPACTO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.	103
3.1 IMPACTO ECONOMICO.	103
3.1.1 En la distribución del ingreso disponible.	107
3.1.2 En el costo de vida.	111
3.1.3 En la demanda final.	115
3.2 IMPACTO SOCIAL.	118
4. PROBLEMAS POR LOS QUE ATRAVIESAN LOS VENDEDORES CALLEJEROS.	128
4.1 EXCESIVO CONTROL POLICIVO.	128
4.2 MALA UBICACION DE LOS PUESTOS Y ASPECTOS URBANIS	131

	p á g.
4.3 ACCESO A RECURSOS PRODUCTIVOS Y FINANCIEROS.	132
4.4 DIFICULTAD EN LA CONSECUCION DE PERMISOS.	134
4.5 PARTICIPACION EN EL MERCADO Y PROBLEMAS DE ABAS-	
TECIMIENTO Y COMERCIALIZACION.	136
4.6 INCUMPLIMIENTO EN LOS CONTRATOS DE ARRIENDO POR	
PARTE DE LOS ARRENDADORES.	138
5. POSIBLES SOLUCIONES AL PROBLEMA DEL COMERCIO CA-	
LLEJERO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.	139
CONCLUSIONES.	149
BIBLIOGRAFIA.	153
ANFXOS.	





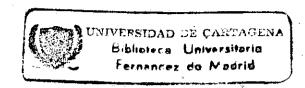
LISTA DE TABLAS.

TABLA	1.	Distribución de los vendedores callejeros según características migratorias.	53
TABLA	2.	Clasificación de los vendedores callejeros según lugar de origen.	53
TABLA	3.	Distribución de los vendedores callejeros según años de permanencia en la ciudad.	55
TABLA	4.	Clasificación de los vendedores callejeros por sexo y edad.	57
TABLA	5.	Ingresos percibidos por los vendedores ca- llejeros.	60
TABLA	6.	Promedio de ingresos quincenales de los vendedores callejeros según tipo de produ <u>c</u> to.	62
TABLA	7.	Nivel de escolaridad de los vendedores c <u>a</u> llejeros.	64
TABLA	8.	Lugar de residencia de los vendedores.	67
TABLA	9.	Tenencia de la vivienda.	68

TABLA 10	. Distribución de los vendedores según estado civil.	69
TABLA 11.	. Personas a cargo del vendedor callejero.	70
TABLA 12.	Grado de educación de los hijos de los ve <u>n</u> dedores.	70
TABLA 13.	Nivel y deserción estudiantil de los hijos de los vendedores callejeros.	71
TABLA 14.	Formas de obtención del puesto de trabajo.	74
TABLA 15.	Capital actualmente por los vendedores ca- llejeros.	77
TABLA 16.	Clasificación de los vendedores según tipo de producto.	79
TABLA 17.	Actividad laboral anterior de los vendedo- res callejeros.	83
TABLA 18.	Razones por las cuales los vendedores ca- llejeros dejaron su ocupación anterior.	84
TABLA 19.	Tiempo de estar ejerciendo la actividad de vendedor callejero.	86
TABLA 20.	Clasificación de los vendedores por sectores.	88
TABLA 21.	Distribución de los vendedores según sector y tipo de productos.	93

TABLA	22.	P.E.A.O. en la ciudad de Cartagena.	104
TABLA	23.	Participación del comercio callejero en la población económicamente activa ocup <u>a</u> da (P.E.A.O.) de Cartagena.	105
TABLA	24.	Tasa de recargo impuestas por los vendedo- res callejeros a sus productos.	113
TABLA	25.	Fuentes de financiamiento para las ventas callejeras.	133





O. INTRODUCCION

El fenómeno del desempleo en todo el país está intimamente ligado al proceso de migraciones y al establecimiento del comercio informal y en especial el comercio callejero en las grandes y medianas ciudades del país.

En el caso de la ciudad de Cartagena, podemos notar esta actividad en los últimos años ha tenido un crecimiento acelerado, generando la proliferación de los pequeños empresarios del comercio callejero que hoy invaden las principales calles de nuestra ciudad. El empleo en los pequeños negocios ha dejado de ser la opción precaria de supervivencia en ciertos grupos de la ciudad y es cada vez más una alternativa para todos.

Debido a la complejidad del tema, suministraremos una visión general de los aspectos económicos y sociales de la población con el fin de dar a conocer más a fondo la problemática del comercio callejero en las zonas afectadas por este fenómeno en la ciudad de Cartagena.

En el capítulo primero haremos referencia a las generalidades del surgimiento del comercio informal, tocando aspectos como: Excedente de oferta de trabajo urbano, maercado de bienes y capital, ingresos laborales y hablaremos de al gunas raíces históricas del comercio informal.

En el capítulo dos, vamos a tratar todos aquellos resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas como son: Origen, edad-sexo, ingresos, escolaridad, residencia, estado civil y estructura familiar; todas estas conforman las características personales del vendedor callejero. En este capítulo también analizaremos las características de funcionamiento de la actividad.

En el capítulo tres analizaremos el impacto del comercio callejero en la ciudad de Cartagena tocando aspectos económicos y sociales.

En el capítulo cuatro mostraremos los problemas por los que atraviezan los vendedores callejeros en la ciudad.

Por último tendremos las conclusiones y recomendaciones referentes al estudio realizado.



0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Disminuirá el Comercio Callejero con la generación de fuen tes de trabajo; es posible su reubicación en determinados sectores para un mejor control que facilite el ingreso de estas personas al comercio formal de la ciudad?

- 0.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA.
- 0.2.1 Delimitación Formal.
- 0.2.1.1 De Espacio.

El estudio comprende los sectores: Centro amurallado, la Matuna, Sector Turístico (Bocagrande, Laguito, Castillo Grande) y Getsemani de la ciudad de Cartagena.

0.2.1.2 De Tiempo.

La cobertura del estudio abarca los datos obtenidos en la investigación realizada en los meses de Febrero y Marzo de 1987.

- 0,2.2 Delimitación Material. $^{\ell}$
- 0.2.2.1 Variable Dependiente.

Generación del comercio callejero y el congestionamiento de las principales vías de los sectores Centro amurallado, La Matuna, Sector Turístico y Getsemaní.

0.2.2.2 Variables Independientes.



- Escasez de fuentes de trabajo e incremento de la población económicamente activa (P.E.A.).
- Movimientos migratorios.
- Proliferación de capitalistas disfrazados.
- Inexistencia de sitios adecuados para su ubicación.
- 0.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION.
- 0.3.1 Objetivo General

Conocer la actual situación del comercio callejero en los principales sectores de la ciudad de Cartagena (Centro amurallado, La Matuna, Sector Turístico y Getsemaní) y su influencia en la vida económica de la ciudad.

- 0.3.2 Objetivos Específicos.
- Proponer unos mecanismos para lograr el reordenamiento, reglamentación y control del comercio callejero, tratan do de que éstos no causen traumatismos en la vida económica de la ciudad.
- Tratar de conocer algunos indicadores del comercio call \underline{e} jero y compararlos con los del comercio formal de Cart \underline{a} jena.
- Categorizar a los vendedores callejeros obedeciendo a parámetros tales como: Tipos de productos, sector donde labora, edad, sexo, lugar de procedencia, ingreso, esta do civil, nivel educativo.

动州

- Determinar la tasa de empleo que genera el comercio c \underline{a} llejero en la ciudad de Cartagena.

0.4 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION.

El sector informal de la economía es con seguridad, uno de los temas más importantes en la actualidad. La informalidad parece ser el rasgo económico característico de los años ochenta en todo el continente y, que a partir de su importancia económica significativa se ha proyectado a una trascedencia política virtual para elevar el desarrollo económico y social de la región.

En la ciudad, la calle se ha transformado en un espacio de gestión económica y de poder político, que recaracter<u>i</u> za la ciudad y el aspecto económico de ésta.

Teniendo en cuenta la escasez de fuentes de trabajo y el crecimiento de la población económica activa, en la ciudad de Cartagena podemos notar la proliferación del comercio callejero en las principales vías de la ciudad especialmente en los sectores Centro amurallado, La Matuna, Sector Turístico y Getsemaní, lo que ha generado constantes transtornos para la administración municipal de la ciudad, ya que este problema con el tiempo se ha agravado cada vez más.

El comercio callejero se ha convertido en una alternativa para la generación de ingresos de muchas familias de esta ciudad, ya que de ésta actividad depende no solo su susten to para las necesidades primarias sino muchas veces con este ingreso logran solventar otras necesidades como la educativa y la recreativa.



La proliferación de esta actividad se presenta también co mo consecuencia del proceso migratorio del campesino hacia las zonas urbanas y de personas del interior del país que llegan a Cartagena en busca de mejores perspectivas de trabajo ya que encuentran incentivos en esta ciudad por ser turística.

Esta actividad ha generado polémicas entre el sector oficial y el comercio formal, ya que éste último presiona a la administración municipal para que resuelvan dicho problema alegando que el comercio callejero atenta contra su estabilidad económica disminuyendo sus ingresos.

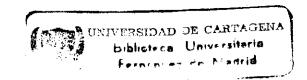
Por lo tanto tanto este sector por su impacto social, debe ser tenido en cuenta por los planes de desarrollo de la administración municipal, de igual forma como se tocan asuntos relativos a la inversión en zonas turísticas, rescate de murallas, parques o zonas de parqueadero.

- 0.5 FORMULACION DE HIPOTESIS.
- 0.5.1 Hipótesis General.

A través de ciertos mecanismos que reordenen, reglamenten y controlen se buscará una solución al problema del come<u>r</u> cio callejero en la ciudad de Cartagena.

0.5.2 Hipótesis de Trabajo.

La escasez de fuentes de trabajo ante el crecimiento de la población económicamente activa, los movimientos migratorios, la proliferación de capitalistas disfrazados y la inexistencia de sitios adecuados para la ubicación de los



vendedores callejeros ha traído como consecuencia en la ciudad de Cartagena la generación del comerció callejero y el congestionamiento de las principales vías de la ciudad.

- 0.6 OPERACIONALIZACION DE LAS HIPOTESIS.
- 0.6.1 Definiciones Conceptuales.



Migración: Es el desplazamiento de personas de un lugar a otro en busqueda de mejores oportunidades para mejorar su nivel de vida.

Población Económicamente activa ó Fuerza de trabajo: Conjunto de personas de uno u otro sexo en edad de trabajar, que durante el período de referencia de la encuesta ejercieron o buscaron ejercer una ocupación remunerada y aquellas personas que en su condición de ayudantes familia res trabajaron sin remuneración en la empresa del respectivo jefe de familia o pariente, por lo menos durante 15 horas semanales.

Escasez de Fuentes de Trabajo: El exceso de demanda de $tr\underline{a}$ bajo por parte de las personas y la poca oferta de la act \underline{i} vidad económica para cobijarla.

Capitalistas Disfrazados: Comerciantes pudientes que facilitan dinero y mercancías a personas sin recursos, con fi nes especulativos y de evasión de impuestos.

Comercio Callejero: Conjunto de actividades u operaciones comerciales de compra-venta de mercancia o servicios de bajos precios y consumo diario realizados por individuos o grupos familiares independientes para generar unos ingresos, generalmente a nivel de subsistencia, sin vículo al sistema financiero no crediticios, sin organización empresarial contable, con poco capital, sin capacidad de ahorro y sin compromiso con el régimen impositivo municipal y que realizan su actividad en las calles.

Vendedores ambulantes: Individuos que realizan su operación de venta al público cambiando de lugar o desplazándose per manentemente buscando a los consumidores de sus productos.

Vendedores estacionarios: Modalidad en la cual los vendedores realizan sus ventas en sitios fijos, preestablecidos en base a una experiencia de buenos resultados comerciales y ubicados en espacios públicos permitidos de hechos o por derechos adquiridos mediantes permisos.

0.6.2 Definiciones operativas.

VARIABLE

INDICADOR

FUENTE

DANE

Encuestas

Generación del come<u>r</u> cio callejero.

Relación porcentual en- tre la generación de fuentes de trabajo de la actividad económica y el número de personas que integran la P.E.A.

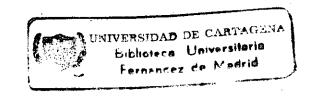
Escasez de fuentes de trabajo.

Relación porcentual de DANE

la generación de fuentes Encuestas

de trabajo de la activi
dad económica y el incre

mento de la migración.



VARIABLE

INDICADOR

FUENTE

Indice anual de la oferta de mano de obra a nivel local (Demanda de Trabajo, oferta de trabajo). DANE

Mano de obra ocupada de carácter temporal a nivel local.

Encuestas

Escasez de fuentes de trabajo. Tasa de incorporación en la fuerza de trabajo. DANE

Aumento de la pobla ción económicamente activa.

Comparación de la población económicamente activa teniendo en cuenta el censo de 1985 con respecto al año en estudio. DANE Proyecciones

Establecer la cantidad de la población que está en edad 12-65 años.

DANE

Proliferación de capitalistas disfrazados. Diferentes niveles de in gresos en los habitantes de la población.

Administración de Imptos.

Elevadas tasas impositivas. Administración de Imptos.

VARIABLE

INDICADOR

FUENTE

Movimientos migratorios.

Establecer la procedencia de los habitantes del casco urbano de Ca<u>r</u> tagena que se dedican al comercio callejero. Encuestas

Cantidad de trabajadores ubicados en las principa les vias de la ciudad y el congestionamiento de las vias peatonales.

Observación.

0.7 MARCO TEORICO.

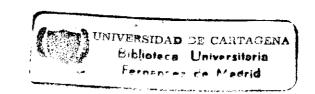
En todo el país y época el fenómeno de la aparición de los vendedores ambulantes y estacionarios en sitios públicos de las ciudades va directamente ligado al proceso de migraciones, la capacidad de absorción de empleo y la urbanización. Es un fenómeno común en las grandes y medianas ciudades de América Latina observándose indistintamente en México, San José, Santiago, Lima, Río de Janeiro, Bogotá o Caracas.

En el caso de las ciudades latinoamericanas el comercio $i\underline{n}$ formal se interacciona con el comercio formal y ambos hacen parte de la estructura económica de una nación. Es una actividad con vida propia que permite a muchas familias subsistir económicamente.

En efecto desde los años 50 comenzó a advertir en casi todos los países latinoamericanos la rápida expansión de un excedente estructural de mano de obra que se reflejó bási

1:0

A. i. i.



camente en el crecimiento de la categoría de subempleados, tanto en el sector rural como en el urbano. En el medio urbano, un sector importante de la población económicamente activa fue excluída de los puestos de alta productividad de la área moederna de la economía. Como consecuencia de ello, gran parte de la población económicamente activa urbana de la región ha tenido que desarrollar estrategias de sobrevivencia, básicamente formada de autoempleos de baja productividad e ingresos.

El sector informal como consecuencia de la variación entre la demanda y oferta de empleo del sector moderno originado por factores estructurales de la economía del país, produciendo ciertas restricciones a la productividad y al ingreso en el sector informal, tales como: carencia-de capital, bajo nivel de capacitación técnica y gestión carácter unipersonal en el desarrollo de las actividades informales referente a los ingresos de los mismos, dependencia de las ventas sectoriales e informales respecto a la demanda agregada del sector moderno.

Cuando se habla de economía informal se piensa en un problema, y se deplora la existencia de esos empresarios cuyas industrias y tiendas no están registradas, no pagan impuestos y no se rigen por las leyes y pactos vigentes. Se les consideran competidores ilegales de las empresas que operan en la legalidad y hasta traidores de la nación pues al evadir impuestos, privan al estado de recursos para atender las necesidades sociales y realizar obras de infraestructuras.

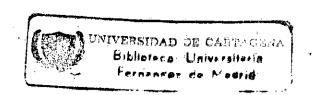
El empleo informal de los trabajadores ocasionales, marginales y callejeros dependiente de su empleo estructural de las economías pobres. Este empleo redundante más que contribuir a la acumulación de capital y al desarrollo so lo sirve para reactivar su pobreza.

Adam Smith conceptuaba que la elevación de la mano de obra depende del continuo aumento de la riqueza nacional o sea de la inversión de la acumulación de capital llamada inversión.

El mismo Adam Smith demostraba la dificultad de acumular capital en el sector informal porque en este sector se des perdicia las economías de la división del trabajo que aumenta la eficiencia y la productividad tanto individual como para el conjunto de las organizaciones productivas.

Max desde luego, sabía que la ley de concentración de capital era inexorable y barría a través del mecanismo de la competencia del mercado o de la monopolización del poder en todas las pequeñas unidades improductivas de la economía informal, las formas primitivas de acumulación estacionaria de capital como las del sector informal van siendo absorvidas por grandes consorcios de economías modernas hasta el punto donde se acabe el realismo de un sector de sarrollado y moderno que coexiste com otro subdesarrollado y rústico. Este dualismo caracteriza a las economías atrasadas del tercer mundo. Se presentan tres categorías de economía informal:

a) Del rebusque; b) Dependiente y c) Microempresa familiar y personal. La función de acumulación de capital de cada una de estas tres categorías es diferente; en la economía del rebusque no hay acumulación sino simplemente una redistribución del ingreso. En la economía informal depen-



diente se trata de evadir impuestos y prestaciones sociales de almacenes mediantes puestos callejeros de redistr<u>i</u> bución de mercancías o fabricantes de partes de artículos caseros y artesanales. La acumulación de capital comercial se verifica en el centro matriz del gran almacén o del centro intermediario del cual depende.

En la tercera categoría, microempresas, la acumulación de capital es, por lo general estacionaria, es decir, que apenas es capaz de reproducir en su valor constante el capital-máquinas y financiero-vinculado a su producción.

El desarrollo creciente de las tres formas de economías informales ha sido conocido últimamente. El último dato es el del informe de la Misión de Empleo Chenery que estima en 54.9% del total del empleo en las grandes ciudades es subempleos generados en las economías informales.

En 1980 el plan de integración nacional reconoce que el subempleo y el empleo reviste carácter endémico, no por la capacidad de absorción de mano de obra en las bajas tasas de acumulación de capital, sino por las altas tasas de crecimiento de la oferta laboral en las ciudades.

Entonces estimaba el impacto del sector informal en las ciudades en un 40% y se reconocía expresamente que el lla mado sector informal lejos de disminuir su participación en el mercado laboral, viene creciendo en términos de empleo a una tasa similar a la del resto de la economía, aunque rezagándose cada vez más con respecto al sector moderno en lo referente a las situaciones económicas y sociales que ofrecen a los trabajadores.

Los investigadores Manuel Alvarez Ramirez y Jesús Antonio Suarez Rosales en su trabajo el Sector Informal Urbano en Colombia y las Políticas de Empleo, sostienen que dada la superpoblación relativas de las sociedades, el sector informal desempeña un doble papel de alivio para el trabajador, o sea un escamparedo del desempleo mientras se con sigue algo mejor, y que es, también la cuna de vagas ilusiones en tanto que una considerable cantidad de diminutos empresarios esperan un ascendente progreso económico que desgraciadamente muy pocos ven llegar.

Los trabajadores independientes son una parte activa de la sociedad. No existen por una sola voluntad sino porque los complejos problemas sociales económicos del país no les han permitido tener acceso a otras fuentes de trabajo. To dos ellos tienen en el pequeño comercio su trabajo habitual y su único o principal fuente de ingresos económicos. Son colombianos que pertenecen a los sectores más humildes de la población.

0.8 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

La metodología para realizar nuestro estudio será la misma empleada por el DIES para estudios similares, o sea, aplicando el método inductivo, es decir analizando e interpretando los resultados de las encuestas aplicadas en particular se podrán conocer las características del comercio callejero en los sectores principales de la ciudad de Cartagena.

El tipo de estudio ha realizar es investigativo-descripti~ vo, cuyo objetivo principal es conocer a fondo la situación y problema de los vendedores callejeros en los principales sectores de la ciudad de Cartagena. Para nuestro estudio realizaremos una investigación de cam po, apoyada en varias encuestas, utilizaremos información del DIES, Alcaldía, Cámara de Comercio, ANDI, INTRA, lo mismo que de libros, folletos y revistas dedicadas al an \underline{a} lisis de este problema.

Para el cálculo de la muestra de los diferentes tipos de vendedores a los cuales les vamos ha realizar en la encue \underline{s} ta utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \propto /2. P.Q.N}{E^2 (N-1) + P.Q.Z^2 \propto /2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

 Z^2 = Area de probabilidad bajo la curva

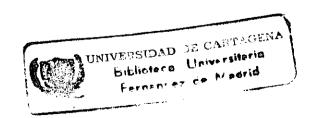
∝ = Coeficiente de confianza

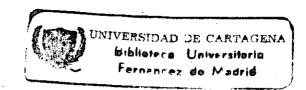
P = Proporción de éxito

Q = Proporción de fracaso

N = Tamaño total de la población

 E^2 = Error muestral.



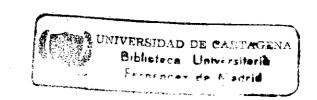


GENERALIDADES

1.1 EL SECTOR INFORMAL COMO EXPRESIÓN DEL EXCEDENTE DE OFERTA DE TRABAJO URBANO.

El sector informal urbano como uno de los componentes del mercado laboral urbano en los países en vía de desarro-llo, es un conjunto heterogéneo de actividades productivas cuyo principal elemento común es emplear a personas que no logran ocuparse en el sector formal de la economía y deben subemplearse con escaso acceso a factores de producción complementarios al trabajo. La manifestación más clara del escaso acceso a esos factores productivos es la baja relación capital-trabajo y, como una consecuencia de ello, los bajos ingresos laborales.

Las actividades económicas informales pueden clasificarse en dos grupos: a) Los que son competitivas con unidades que pertenecen al sector formal de la economía urbana y b) Las que no lo son. Ambos grupos comparten la característica de estar subordinados al sector formal e in cluso de ser explotados por él. Las unidades formales competitivas no tienen acceso al progreso técnico por razones históricas vinculadas al proceso de acumulación capitalista que toma características especialmente oligopólicas en economías en desarrollo con fuerte escasez de capital; para sobrevivir en el mercado - lo cual implica vender a precios competitivos con los del sector formal ellos se ven obligados a reducir las remuneraciones al



trabajo y aún a otros activos propios, que a menudo no son especificamente productivos. Las demás, que no compiten con el estrato formal en el mercado particular en el que ofrece sus bienes o servicios, se insertan como pueden en espacios de la actividad económica que por dis tintas razones no son aprovechadas por el sector formal. En general, esas razones se vinculan al escaso atractivo que tienen dichas actividades económicas como potenciales generadores de rentas oligopólicas, con lo cual los traba jadores informales que se ocupan en ellas son explotados por la vía de ser excluídos de las actividades rentables en que se concentra el sector moderno capitalista. cierto, este proceso de inserción en espacios es dinámica porque la permanente expansión y transformación del sector formal los destruye y recrea de modo igualmente permanente.

También los trabajadores del sector urbano informal pueden dividirse en dos grupos: a) los empresarios informales exitosos que conducen empresas informales viables que en algunos casos tienen una capacidad positiva, aún si muy pequeña, de acumulación. A menudo se ha podida encon trar evidencia parcial que sugiere que en muchos casos la inserción informal de estos micro empresarios fué precedida por un período de trabajo como asalariado en el sector formal que permitió la acumulación de capital físi co y humano; el primero puede tomar la forma de ahorro fi nanciero o de equipos en tanto el segundo incluye la adquisición o perfeccionamiento de técnicas productivas jun to a, por ejemplo, el aprendizaje de los elementos necesarios para sobre vivir como empresarios informales a menudo dejaron sus puestos asalariados para asumir sus nuevos roles a fin de poner en uso sus capacidades como em-

presarios y su dotación de capital. En ese triple rol de empresario-capitalista-trabajador que caracteriza a los trabajadores por su cuenta y patrones de microempresas, ellos suelen obtener ingresos totales superiores a los que obtienen en el sector formal, asalariados de sus mis mas características. Sin embargo, es al menos probable que la sola retribución al trabajo sea inferior a la que podría obtener como asalariados. En todo caso, dado su nivel de ingreso está claro que estos microempresarios no constituyen un ejercito de reserva para eventuales expan siones del empleo en el sector formal, y b) Los otros miembros del sector informal urbano componen, en países como los de América Latina, el grueso del excedente del trabajo urbano, término que indica la diferencia entre la oferta de trabajo urbano potencial y el empleo de urbano formal. La oferta excedente se vé forzada a optar entre tres posibilidades: ubicarse, como hace la mayoría de ellos, en ocupaciones informales de bajo ingreso, quedar desempleado haciendo cola para ingresar al estado formal o retirarse de la fuerza laboral constituyendo el llamado desempleo oculto.

Lo anterior es consecuencia de la escasa demanda por trabajo y no del exceso de oferta de trabajo. La escasa de manda de trabajo se origina desde dos puntos de vista: por una parte las empresas oligopólicas del sector moderno que establecen y mantienen con éxito barreras al acceso de la competencia y las rentas originadas en tales barreras son reinvertidas haciendo que estas empresas sean cada vez más fuertes en el mercado. La otra parte proviene de unidades productivas informales cuya lógica de funcionamiento privilegia la subsistencia de sus miembros en lugar de la acumulación capitalista.

- 1.1.1 La Segmentación de los Mercados de Bienes y Capital.
- 1.1.1.1 Sector Moderno Oligopólico.

El sector moderno o formal de las economías urbanas latinoamericanas es un conjunto de empresas que producen bienes y servicios cuyo carácter distintivo es que, en su gran mayoría operan en el marco de mercados oligopólicos.

Estas empresas tienden a ser altamente intensivas en uso de capital y, por lo tanto su horizonte de planificación es de largos años porque debe extenderse durante todo el tiempo necesario para que madure y se amortize por completo una inversión masiva. Y dada la incertidumbre que rodearía la rentabilidad en un mercado competitivo, en que, por definición, la empresa no controlaría el precio, el volumen mismo de las inversiones indivisibles y requeridas en el sector moderno, es un ir seguro para la oligo polización.

Las vías por las cuales estas empresas pueden reducir la incertidumbre en materia de la demanda y los precios se relaciona principalmente, con el proceso de ahorro e inversión. La primera fuente de incertidumbre que ellos pueden eliminar es la de disponibilidad de créditos masivos para su expansión física, en condiciones convenientes de plazos y tasas de interés. En consecuencia fijan sus precios de venta de modo de generar un flujo de caja tal que los ponga en situación tal de poder autofinanciar sus expansiones planeadas. De lo anterior se concluye que las actividades más intensivas en capital son también las mas atractivas, para los inversionistas del sector formal por que la magnitud de la inversión inicial en paí

ses con escasez de capital constituye una barrera muy efec tiva que permite la formación de oligopolios muy difícil de atacar. Las inversiones intensivas en capital deben mejorarse de modo que las barreras al acceso de competidores potenciales sean los más sólidos posibles. parte, estas empresas son oligopolios concentrados que mantienen una proporción abrumadora de activos requeridos en la producción de un bien homogéneo. De otra, nece sitan manejarse de modo de que las barreras al acceso de competidores potenciales sean lo más sólidas posibles para asegurar su posición. Ello requiere a su vez, dos es trategias que tienen fuertes efectos sobre la demanda de En primer lugar la empresa eliqe la tecnología más moderna que pueda financiar, porque tales tecnologías implican no solo costos más bajos sino también una imagen más prestigiosa que satisfacen la demanda. Una empresa de esta estará en posibilidad de ofrecer el mejor produ<u>c</u> to a costos relativamente bajos. La segunda forma de man tener el dominio sobre el mercado de bienes es disponer de suficiente capacidad ociosa como para poder, en caso necesario, inundar el mercado y ganar una guerra de precios contra cualquier competidor. Así, la capacidad ocio sa es una consecuencia del oligopolio. Estas dos estrate gias mantienen poder negativo sobre la demanda por trab<u>a</u> io.

A tal impacto debe agregarse que las familias que son due \bar{n} as del capital tienen interés en mantener el control de sus inversiones aún si existen posibles inversiones que prometen ser mas rentables. Esta tendencia de reinvertir en sí mismas puede conllevar a una ampliación de la capacidad productiva de la misma empresa que generó los excedentes o a otras empresas de los mismos dueños. Entonces



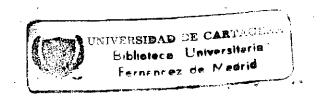
del poder del mercado como asignador eficientes de recursos invertibles desaparece.

El objetivo primordial de una empresa capitalista es el crecimiento. La generación de rentas es básicamente un instrumento para que la empresa crezca. La empresa logra fijar precios por que es oligopólica y fija los precios de tal modo que le permita generar flujos de recursos reinvertibles por la misma empresa. Una vez que establece y mantiene una posición de dominio oligopólico la empresa genera renta para reinvertir. Al producirse este proceso la empresa incorpora progreso técnico importado y eso la lleva a tener relaciones capital-trabajo sumamen te altas que permiten cacacterizar el proceso de modernización como concentrador del progreso técnico, del capital y del crecimiento de la productividad, y excluyente, porque en la medida que concentra capital excluye a una masa muy importante de la población de sus puestos de tra bajo y ésta se vé obligada a insertarse, con una lógica de subsistencia, en los sectores tradicionales de los cuales en la parte urbana es el sector informal.

1.1.1.2 Consecuencias de la Oligopolización.

La oligopolización tiene consecuencias sobre la distribución del ingreso y sobre la demanda por trabajo.

En efecto, si el mercado de capitales en los países subde sarrollados funcionara según los postulados de la teoría económica- unos agentes ahorran, otros agentes presentan planes de inversión de diferente rentabilidad esperada y el mercado asigna los recursos invertibles mediante una tasa de interés determinada por la oferta y la demanda -

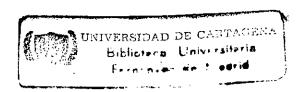


la concentración inicial de la riqueza tendería a desaparecer en la medida en que los proyectos más rentables no fueran presentados, de modo sistemático, por los tenedores iniciales de esa riqueza. En cambio, con esta realista concepción del funcionamiento de la economía desaparece esa tendencia de una mayor distribución de la riqueza y el ingreso, y desaparece también, toda garantía de que los proyectos de inversión mas rentables serían elegidos preferentemente. Con ello se pierde la supuesta eficiencia del mercado como guía del proceso de desarrollo económico y se consagra la permanencia de la desigual distribución de la riqueza y el ingreso; en efecto, la excesiva concentración del capital en unos pocos sectores y en unas pocas empresas dentro de los mismos tiene como contrapartida que el resto de la fuerza laboral se ocupe con bajisimas relaciones capital-trabajo y obtenga ingresos laborales bajos.

Todo esto conlleva a que la demanda por trabajo sea insuficiente lo cual se explica principalmente por la existencia y permanencia de un gran excedente de oferta de trabajo urbano que, como se decia antes, se ve enfrentado a la opción entre el empleo informal, el desempleo y el retiro de la actividad económica.

1.1.1.3 Segmentación de los ingresos laborales.

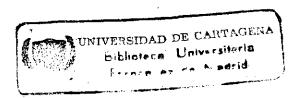
Lo ideal sería que los trabajadores compartieran las rentas de empresas capitalistas. Esto les rinde grandes beneficios a las empresas (intereses políticos, sindicales y productivos), y una manera que tienen las empresas de compartir sus ganancias oligopólicas con sus trabajadores organizados es pagar salarios superiores al mínimo existen



te en el mercado, lo cual asegura a las empresas la inmediata disponibilidad de una cola de aspirantes para cualquier puesto que ofrezcan, con lo cual aseguran una selec ción de trabajadores calificados sin incurrir en grandes costos de selección y entrenamiento del personal. bién hay que reconocer que el mantener salarios superiores al minimo existente en el mercado no le sale muy cos toso a las empresas del sector moderno, ya que el costo la boral corresponde en los países subdesarrollados aproxima damente al 15% del costo total. Así, las empresas del sector formal determinan la segmentación del mercado laboral entre un número importante de trabajadores que se benefician de una participación en las rentas oligopólicas de las empresas y otro número, menor pero también sig nificativo, de trabajadores excluidos de esos beneficios y forzados a sobrevivir como pueden en actividades informales de baja rentabilidad.

En el sector formal la tecnología determina el número de empleos y también la productividad de estos empleos y es ta productividad determina el nivel de salarios. Pues el solo hecho que la empresa tenga una productividad que le permita pagar salarios altos es como una "poliza de seguro" contra la negligencia, el descuido y la alta rotación del personal. La empresa paga salarios más altos para tener a sus trabajadores más contentos, más permanentes y más productivos.

Los diferenciales de ingresos laborales se explican con la diferencia de la relación capital-trabajo y por el hecho de que el poder político de los trabajadores de empresas modernas les permite participar de las rentas oligop $\underline{\delta}$ licas de esta empresa. Nuevamente aquí hay una causación



que es inversa a la convencional. A menudo se dice que los informales ganan poco porque pertenecen a grupos que naturalmente ganan poco, lo cual proviene de la comprobación de que el sector informal estan los menos calificados, los jóvenes, los mayores, los migrantes, que son grupos de población que tienen una situación desfavorecida en el mercado de trabajo. Entonces, basándose en la teoría del capital humano se afirma que los informales ganan poco.

/Existe por 10 tanto una sustancial diferencia salarial en tre el sector formal e informal lo cual trae serias conse cuencias sociales, como son: a) el salario alto del sector formal limita el número de empleos en ese sector, obligan do a un gran número de personas a recurrir al sector informal, deprimiendo aún más los salarios en ese sector por el exceso de trabajadores; b) los altos salarios del sector formal inducirian a muchos a dedicarse más tiempo para buscar trabajo bien remunerado en el sector formal, antes que aceptar trabajos en el sector informal y c) debido a los altos salarios, las empresas del sector formal podrán ser selectivas en sus contrataciones, tomando la gente más calificada que se presente, aún cuando estén sobrecalificados para el tipo de trabajo que deberán desempeñar. Esto hace que cada vez los trabajadores menos calificados tengan menos acceso al trabajo en el sector formal.

1.1.2 Generación del excedente de oferta de trabajo.

El estudio de las causas de la conformación del excedente laboral debe realizarse tanto atendiendo aquellos aspectos que pueden haber incentivado un crecimiento desmedido de



la fuerza de trabajo cuanto los que tienden a restringir la magnitud y el ritmo de crecimiento de la demanda de empleo.

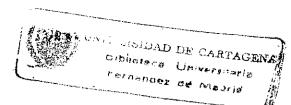
Por el lado de la oferta operan dos factores: a) La existencia en la mayoría de las economías heterogéneas de un excedente laboral originario o preexistente respecto al inicio del proceso de industrialización; b) El cambio del patrón demográfico acaecido a partir del proceso de industrialización desigual sufrido por los países de la región durante la primera mitad del siglo XX.

Por el lado de la demanda por trabajo se presentan también dos factores en el largo plazo que son: a) La masa de capital y su ritmo de acumulación y b) La tecnología.

En economía con escaso capital tecnológico se busca una dotación tal de capital que utilice un mayor número de ma no de obra o utilice intensamente el recurso trabajo. Pe ro como la dotación de capital es relativamente escasa que aún queda un desempleo llamado excedente tecnológico de oferta de trabajo.

En casi todos los países de América Latina el condicionamiento básico del mercado del trabajo se debe a un hecho estructural: para la tecnología existente, existe una es casez de capital en relación con la gran cantidad de mano de obra que necesita trabajar. Los bajos salarios y altos niveles de subempleo y desempleo existentes se deben primordialmente a este hecho fundamental, y no a un inade cuado funcionamiento del mercado de trabajo.

La escasez de capital respecto de la mano de obra es agrabada por el hecho que el poco capital disponible se encuentra concentrado en una fracción de la fuerza laboral,



lo cual obliga al grueso de la mano de obra a trabajar con el poco capital restante a niveles bajísimos de productividad. Sin embargo es posible que el uso inadecuado del escaso capital disponible se deba, no tanto a políticas gubernamentales cerradas o a impedimentos institucio nales en el mercado laboral, sino que más bien se deba al mal funcionamiento de los mercados de factores complementarios al trabajo (capital, tierra y tecnología). Se concluirá que si bien se puede mejorar algunos aspectos del funcionamiento del mercado de trabajo, las líneas centrales de acción necesitan alterar el funcionamiento del mercado de factores complementarios para así hacer más homogéneo el uso de factores entre regiones, sectores y empresas.

El fenómeno del desempleo es consecuencia de las exigencias tecnológicas de las empresas debido a la estructura económica desequilibrada, ya que las empresas estan suje tas, como condición ineludible de supervivencia, a una constante modernización que la mantenga al nivel tecnológico mundial para poder competir en el mercado internacional y a nivel nacional con importaciones y el contrabando. Pero dicha modernización implica maquinarias eficientes que reemplazen la mano de obra en forma progresiva.

Lo ideal sería que la mano de obra desplazada por un sector sea absorbido por otro sector y así se soluciona el desempleo producido y solo la mano de obra desplazada encuentra colocarse en otro sector porque el proceso de modernización tecnológica implica un incremento en la demanda de bienes de capital por parte de las empresas que se modernizan, incremento que lleva al crecimiento de la

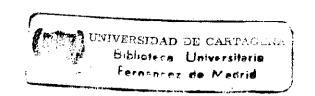


producción y del empleo en la industria de bienes de capital. Este incremento se ve favorecido por el hecho de que; por razones técnicas la industria de bienes de capital es más intensa en mano de obra que la de bienes de consumo. Pero en los países en vía de desarrollo, también la modernización tecnológica por parte de la industria de bienes de consumo, constituye demanda sostenida de bienes de capital, solo que esta demanda no se traduce en un incremento significativo de la producción intena, sino un incremento de las importaciones, ya que ellos en su casi totalidad tienen que ser adquiridas en el extranjero.

Al no darse un incremento significativo del empleo en el sector productor de bienes de capital, la mano de obra desplazada de la industria productora de bienes de consumo y de bienes intermedios no pueden ser absorbida, sino en muy escasa medida al interior de la industria en el conjunto.

El problema del desempleo se vió agrabado por el proceso de migración rural-urbana debido al incremento de trabaja dores en la zona urbana porque estos trabajadores han sido expulsados del campo. Todo esto conlleva a que se busquen fórmulas como las del uso de tecnología "apropiada", es decir, que sea intensiva en trabajo y no en capital, pues la realidad es que si se quiere mantener la capacidad de competencia en el mercado internacional, este campo se restringe sobre manera, pues las empresas tiendan a seguir modernizandose en tecnología aho-rando mano de obra con el riesgo de desaparecer.

Entonces el sector informal surge como una solución al



problema de desocupación debido a la capacidad de absorción de mano de obra y construir así una fuente creciente de empleo. En efecto la participación de la oferta de trabajo informal dentro de la oferta de trabajo urbana es bastante significativa en los países de América Latina.

En Colombia teniendo muy en cuenta el fenómeno del desem pleo los gobiernos han tratado de desarrollar sus planes de gobierno buscando solucionar este problema. Es así como a través de la historia los diferentes planes de gobierno han contribuído a las migraciones rural-urbana incentivando determinados sectores de la economía específicamente el de la construcción.

El plan de desarrollo Las Cuatro Estrategias del expresidente Misael Pastrana Borrero, cuya estrategia principal era concentrar mayores recursos de inversión en el desarrollo urbano, con énfasis en la construcción de la vivienda, la cual fué financiada por medio de ahorros generados por el ingreso adicional.

La segunda estrategia consistía en el fomento de las exportaciones, para poder obtener las importaciones neces<u>a</u> rias que permitiesen romper los obstáculos que impedían el crecimiento.

La tercera estrategia que buscaba aumentar la productividad agrícola y acelerar el proceso de mejorar la distrib<u>u</u> ción de la tenencia de la tierra para poder elevar los ingresos de los agricultores y facilitar la competencia en los mercados internacionales de los productos agropecuarios.



La cuarta estrategia consistía en la proposición de una mayor dependencia en los impuestos progresivos para atender al suministro de servicios sociales, con miras a reducir las desigualdades en el ingreso, en el consumo y en las oportunidades.

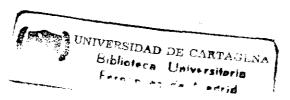
El sector prioritario o el de la construcción urbana buscaba orientar las nuevas inversiones a un campo en el cual la demanda latente era muy grande y en el que el flu jo de fondos estaba siendo reprimido por barreras institu cionales. Se consideró que una duplicación o triplicación de la inversión contribuiría inmediatamente no solo a, incremento delos niveles de consumo, sino que mejoraría la distribución de la fuerza laboral, ya que la construcción contribuiría a una alta demanda de mano de obra. En este campo no iba a ser necesario importaciones adicio nales y su expansión iba a contribuir a una mayor demanda por los productos de la industria, la agricultura, el transporte y otros servicios. Dicha política iría acompa ñada de restricciones a la construcción de residencias de lujo, para lograr una mayor igualdad al aumentar en forma considerable tanto las existencias de vivienda como la cantidad de empleos mejor remunerados.

Al mejorar los ingresos y originar mejores facilidades de educación, al alcance de un mayor número de personas se buscaba estimular la urbanización. Los aspectos relaciona dos a la urbanización y a la vivienda tuvieron vital importancia, ya que se consideraba que el desarrollo era un fenómeno inseparable del crecimiento urbano.

Se consideró que el aumento de la población urbana se debió al crecimiento vegetativo de sus habitantes y a las grandes corrientes de migraciones. Debido a la importancia que ledió el plan al sector de la construcción, el cual iba a concentrar recursos y a generar gran cantidad de empleos, también buscaba mejorar los niveles de vida de las personas mediante un estímulo a la urbanización y un mejoramiento de los servicios. Esto estuvo intimamente ligada con la tercera estrategia que se refería a la productividad agraria, ya que mediante esta estrategia se buscaba elevar los ingresos en el sector agropecuario y aumentar la productividad agrícola desarrollándose a la vez una política urbana de generación de mejores y nue vos empleos, mediante el incentivo que era la construcción urbana.

Mediante el impulso al sector de la construcción se buscó dar una solución al problema de las personas del sector agropecuario permitiendo su movilidad, abriendo mayores oportunidades de trabajo lucrativo, estimulando la deman da de artículos agrícolas en el país y en el exterior, y haciendo que fuese productivo utilizar las técnicas productivas para lograr una mayor productividad sin disminuir el ingreso de la mano de obra agrícola si se controlaba el movimiento de las personas de las regiones rurales, esto conllevaría a reducir en vez de mejorar su movilidad, a aumentar la competencia en su sector ya congestionado y perpetuar el dualismo.

Los objetivos que buscaba este plan se cumplieron en parte ya que generaron empleo, pero los empleos generados no lograron satisfacer las necesidades existentes ya que el número de empleos creados fué mínimo y además eran de carácter temporal lo cual conllevó a que en muy poco tiempo las personas que estaban en la ciudad sin trabajo y las

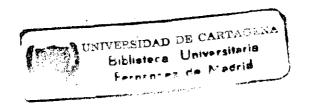


que migraron del campo a la ciudad en busca de mejores oportunidades conformaran una gran población desempleada
en peores condiciones que la anterior, ya que el problema demográfico se habría agrabado debido a las migraciones rural-urbana. O sea un mayor excedente de oferta de
trabajo al existente anteriormente.

El plan para cerrar la brecha del expresidente Alfonso Ló pez M. en su primera parte buscaba fomentar el crecimien to acelerado de aquellas actividades que utilizaran inten samente el factor trabajo, dándosele gran importancia al desarrollo rural integrado y de reforma agraria, ya que a través de aumentos en la productividad de la fuerza de trabajo se buscaba mejorar los ingresos de la población marginada del proceso de modernización de la economía. Con ésto también se buscaba una descentralización industrial que mejorase los niveles de vida en los grandes cen tros urbanos y evitar un crecimiento excesivo de oferta de trabajo en las zonas urbanas.

Por desempeñar el sector agropecuario un papel importante en el contexto económico y social del país, el plan consideró la definición de una política agraria que asegurase el desarrollo sostenido de este sector y de otras actividades económicas relacionadas con la agricultura.

A través del DRI se buscaba aumentar la capacidad de consumo de un gran sector de la población, ya que el aumento de la capacidad de consumo de alimentos era una estrategia que estimularía el conjunto de la producción nacional a través de la ampliación de la demanda por alimentos insumos y trabajo.



El plan consideró que en el sector rural existían una serie de actividades propias del pequeño productor que utiliza más intensamente el factor trabajo que las desarrolladas por la agricultura comercial. Es por ésto que el apoyo al pequeño productor agrícola, además de asegurar una oferta abundante de productos alimenticios, constituiría una estrategia efectiva para generar empleo; y por eso se asignaron recursos cuantiosos a programas de Desarrollo Rural Integrado.

Así se presentaron en el país una serie de aspectos demográficos muy importantes, los cuales generaron una serie de nuevos procesos económicos, sociales y culturales, que afectaban el carácter de muchos problemas existentes en el país y generaban nuevas necesidades y prioridades. Estos hechos llevaron al expresidente Turbay a reconside rar las políticas globales y sectoriales diseñadas para una población que crecía a un ritmo mucho más acelerado. El plan de Integración Nacional consideró que la nueva dinámica de crecimiento poblacional tendría grandes reper cusiones en la estructura socio-económica global y por esto se constituiría en un elemento impulsador del desarrollo, en la medida en que las políticas se ajustaran a las nuevas condiciones demográficas.

El incremento de la población de 15 a 64 años tendría una importante repercusión en la oferta de trabajo de tal modo que consideraba que todo iría en progresivo ascenso y de ahí la importancia de diseñar y ejecutar políticas que garantizacen el empleo de esta nueva población en las actividades productivas.

El plan consideró que el problema del ordenamiento urbano presentaba un doble origen: la acelerada migración y una

débil estructura institucional y legal para controlarla, por lo tanto el PIN planeaba una doble estrategia que actuase sobre las migraciones y sobre el crecimiento de las ciudades. Entonces la estrategia consistía en dar un impulso a la actividad industrial en centros urbanos intermedios, de modo que presentasen unos patrones de migración que llevasen a un crecimiento menos acelerado y costoso de los centros urbanos principales. También se buscaba un mejoramiento urbano mediante un conjunto de acción nes prioritarias, que programaran el crecimiento ordenado de los centros urbanos y sus áreas de influencia y mejora sen los diferentes componentes de la expansión urbana.

Una consecuencia de la expansión urbana es el llamado sector informal que lejos de disminuir su participación en el mercado laboral viene creciendo en términos de empleo, a una tasa similar al del resto de la economía, aunque resagandose cada vez más con respecto del sector moderno en lo referente a las condiciones económicas y sociales que ofrecen a sus trabajadores. Por ello, se ha considerado conveniente diseñar una política dirigida a fomentar y apoyar las actividades económicas del sector informal, y a elevar la productividad de los trabajadores a él vinculados.

Otro plan que mediante su política prioritaria contribuyó a la expansión urbana fué el Plan Cambio con Equidad de el Doctor Belisario Betancur, el cual buscaba lograr el cambio dentro de un marco de equidad. Su política priori taria estaba centrada en el fomento de la construcción de vivienda ya que éste se iba a utilizar como un instrumento impulsador de la economía a corto plazo, debido a su efecto multiplicador en términos de producción y empleo. También la construcción de viviendas buscaba un ordenamiento urbano y la planeación de nuestras ciudades.

La política de construcción masiva de vivienda constituía a corto plazo una estrategia para reactivar la industria y la economía en general, pero también un instrumento para lograr equidad en la distribución de oportunidades de progreso para los sectores menos favorecidos. Además de satisfacer una necesidad básica para el ordenamiento familiar y comunitario en las grandes ciudades, la construcción de viviendas iba a incrementar la demanda laboral.

La ejecución del plan de construcción de vivienda se concentró entre los años 1983 a 1984 y esta se manifestó en forma casi univoca sobre los ciclos de empleo, esto permitió generar volumenes de empleo e incremento en el producto interno bruto de la construcción. El plan tuvo un impacto significativo sobre el crecimiento económico y el empleo pero al no mantenerse los esfuerzos durante un mayor lapso de tiempo, y por tratarse de un empleo temporal sus efectos se desvanecieron a lo largo de 1985.

El sector de la construcción logró mantener un nivel de salario relativamente bajo gracias a que disponía de un ejercito de personas no aptas para trabajar en otros sectores, estas personas eran menores de edad, tenían un nivel de educación muy bajo y sin libreta militar.

La calidad de la vivienda construída no satisfizo a los usuarios lo cual fué también un aspecto negativo de la p<u>o</u>lítica de la construcción de vivienda urbana.

En el mercado laboral podemos decir que el desempleo es la manifestación más visible de los desajustes que presentó este mercado. La tasa de desocupación en las zonas ur banas aumentó durante el período 1982-1986. Además la población cesante tuvo que esperar más tiempo para ingre-

sar a la población económicamente activa con lo cual el problema real de desocupación, medido en términos de subutilización de recursos humanos, se cuatriplicó durante estos años.

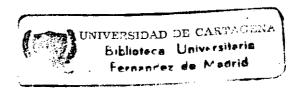
En el sector rural el desempleo ha aumentado, pero también han disminuido los ingresos laborales, lo que ha abierto la brecha de ingresos entre la ciudad y el campo, lo que hizo atractiva la migración rural-urbana. Esto ha genera do que se agudice el problema de demanda de mano de obra urbana lo que obligó a una proporción creciente de trabajadores a buscar o rebuscar empleo en labores informales sujetos a un deterioro de los ingresos laborales.

El mercado de trabajo estuvo afectado por dos factores: el sector informal urbano que genera más o menos el 45% de los puestos de trabajo en las ciudades colombianas y una proporción un poco mayor en las ciudades intermedias y la transición demográfica del país que ha venido reflejando un crecimiento rapido de la población en edad de trabajar en las zonas urbanas.

El fracaso de las políticas de corte global de pleno empleo en economías cuyo crecimiento económico es bastante heterogêneo y donde los aspectos sectoriales y regionales del desarrollo son bastantes significativos no tienen necesariamente que conducirnos a considerar el desempleo como fruto de la intransigencia de ciertos sectores de la fuerza laboral que convertiría en imperfecto el supuesto mercado laboral. El desempleo es a pesar de todo aquello un fenómeno con causas económicas.

1.1.3 El ajuste del mercado de trabajo en el corto plazo.

En los apartes anteriores se presentó un modelo que faci-



lita la comprensión de la existencia y persistencia de $d\underline{e}$ mandas segmentadas por trabajo entre diferentes tipos de empresas cuya diferencia original es el tamaño y cuyas diferencias sustantivas principales son la disponibilidad de capital, tanto en términos agregados como en términos de capital por trabajador, y la situación oligopólica que suelen detentar las empresas grandes en los mercados productores de bienes en los países subdesarrollados. Aquí se presentará un modelo que permite analizar la interacción de esos dos grupos de unidades productivas — el sector moderno de una parte y el sector informal de otra — en el mercado laboral, al cual concurren para emplear a una oferta de trabajo no segmentada.

En el ajuste del mercado de trabajo en el corto plazo se presentan:

a) Dos demandas por trabajo:

Los dos grupos de empresas son, respectivamente las del sector moderno y las del sector informal; ambas requieren trabajo y, por tanto, ofrecen oportunidades de empleo, si bien con características diferentes de la relación laboral y con niveles de ingreso fuertemente diferenciales.

La demanda por trabajo del sector moderno proviene de un número relativamente reducido de grandes empresas con una relación capital-trabajo muy alta que refleja la adopción de técnicas modernas desarrolladas en países con grandes dotaciones de capital por trabajador. La adopción de tales tecnologías es, a veces, incentivada por la protección contra las importaciones - y por la relativamente baja protección contra las importaciones de bienes de capital - y por los sistemas de crédito que conceden tasas de interés muy bajas o negativas en términos reales para capitalización intensa. Ello probablemente en una causal de segun-

do orden por dos razones: primero, es un hecho empíricamente establecido que muchas de las técnicas de producción modernas ahorran todos los factores por unidad de producción y son, por lo tanto, superiores a las antiguas a cualquier relación de precios de factores, y, segundo, por que las empresas tienen incentivos poderosos para reinvertir en sí mismas utilizando tecnologías modernas, e intensivas de capital, debido a la conveniencia para ellas de mantener suposición ologopólica en los mercados de bienes.

Adicionalmente, porque son oligopólicas estas empresas en frentan una curva de demanda relativamente inelástica en el mercado de bienes; de hecho, en el corto plazo se las puede considerar como restringidas por las ventas, ya que la demanda efectiva de trabajo que ejercen las empresas en el mercado laboral está constreñida por una demanda insuficiente por los bienes que ellas producen.

b) La oferta de trabajo

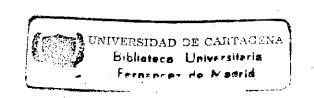
La oferta de trabajo, en cambio no es segmentada pero si está compuesta de individuos de distintas características que se ordenan de tal forma de presentar una calidad crecientes a la vez que una decreciente urgencia por obtener ingresos laborales. El término calidad se usa aquí en un sentido parecido a las concepciones más generales de la teoría de capital humano, es decir incluyendo la experiencia y otras variables junto a la mera calificación de tipo formal.

Pero dar una definición precisa de los contenidos de la calidad del trabajo no es lo importante en la medida en que quede claro, el significado del concepto; ello porque

es de presumir que el contenido preciso de lo que se desea incluir en una medición específica variará de acuerdo con las circunstancias: en un país donde la mayoría de los trabajadores son analfabetos un certificado de la educación primaria puede ser crucial, en tanto en países de educación difundida otras variables, como la experiencia laboral, pueden asumir mucha mayor importancia.

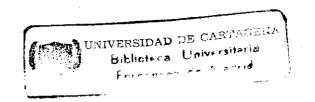
Independientemente de lo anterior, conviene destacar dos puntos importantes. El primero se refiere a que el ordenamiento de los trabajadores de acuerdo con su calidad de be ser un continuo con gradaciones imperceptibles. deriva del uso de una clasificación de varias variables, cada una de las cuales tiene, o puede tener, varias categorias. El segundo punto es que los trabajadores se situarán en la curva de oferta de acuerdo con su evaluación del salario que corresponde a nu propia calidad en el mer cado de que se trate. Eventualmente todos los participantes de ese mercado tenderán a compartir juicios comunes sobre la correlación entre calidad y nivel de salario. La consecuencia de lo anterior es que la curva de oferta de trabajo es continua y tiene pendiente positiva en la medi da en que la calidad crece, presentándose así diferencias entre los niveles de salarios reales de los trabajadores del sector moderno y el nivel real de los ingresos labo rales en el sector informal urbano.

c) La operación del mercado laboral segmentado. Es un hecho bien conocido que las empresas del sector moderno buscan intensamente los trabajadores más calificados que pueden encontrar a cada nivel de salario que están dispuestas a pagar. Teniendo en cuenta la tecnología y la demanda por trabajo restringida por el nivel de ventas esperadas independientes de cual sea el nivel de sala



rios, la demanda de trabajo total que ejercen las empresas modernas es solo un tramo de la curva de demanda total. Ello implica que los trabajadores restantes no tienen cabida en el sector moderno y se ven enfrentados a la elección entre permanecer desocupados o encontrar una ocupación - generalmente no asalariada - en el sector informal. En otras palabras, estos trabajadores constituyen lo que se llama el excedente de oferta de trabajadores urbanos.

La elección entre permanecer desempleado - haciendo cola a la espera de encontrar un empleo asalariado de relativa mente alto ingreso en el sector moderno - o informalizarse, depende de la urgencia que el trabajador tenga por obtener un ingreso, de la diferencia entre el salario esperado en el sector moderno y el ingreso esperado en el sec tor informal, y de la probabilidad de encontrar trabajo asalariado moderno. En este sentido la opción se parece mucho a las migraciones, excepto que en este caso no se trata de un desplazamiento físico de un área (rural) a otra (urbana) sino del tránsito de un sector al otro. Conceptualmente, esta opción se basa en el hecho de que el trabajador intenta maximizar su ingreso eligiendo aque lla actividad que presenta un ingreso esperado más alto. Es importante señalar que, si bien es este aspecto el desempleo es voluntario porque el sector informal no presen ta barreras a la entrada de trabajadores individuales. lo que no es voluntario es pertenecer al excedente de oferta de trabajo. Los argumentos sobre involuntariedad del desempleo son, entonces, aplicables a lo que en este esquema llamados involuntariedad de quedar excluido del empleo moderno.



Aquellos que optan por tomar una ocupación informal son. presumiblemente, los que experimentan una mayor urgencia por tener un ingreso. El ingreso total del sector infor mal depende del que se genera en el sector moderno; en efecto, todas las investigaciones coinciden en encontrar que los bienes de capital que usan las empresas informales provienen del sector moderno, si bien en la mayoría de los casos se trata de equipos de segunda mano o adaptados para usos distintos de los pensados originalmente. Asimismo, muchos de los insumos de las empresas informales, tanto industriales como comerciales, provienen del sector moderno. Por tanto, al igual que un país periférico necesita exportar a los países centrales para poder procurarse en ellos los bienes de capital e insumos nece sarios el sector informal como un todo necesita vender a perceptores de ingreso - empresas o trabajadores - del sector moderno para poder "importar" desde el esos bienes. De ahi que puede afirmarse que el producto total del sector informal urbano está ligado a los cambios del producto en el sector moderno.

Ese producto total del sector informal urbano es compartido por un número variable de trabajadores informales. Su número, en esencia es alguna proporción del excedente de oferta de trabajo urbana, pero esta proporción no será fija porque dependerá de las diferentes variables. Lo importante es señalar que el producto total es esencialmente invariante a la cantidad de trabajadores que lo compartan; de ahí que el ingreso total del sector informal urbano, sea la suma total de generar ingreso fuera del sector moderno. El ingreso medio en el sector informal no puede ser menor que el precio de reserva de la mano de obra, el salario del sector moderno, no existe como



una cifra identificable. En efecto, entre el precio de reserva de la mano de obra del sector moderno y el valor de la productividad que ella tiene en la empresa - dado el nivel de capitalización y el grado de oligopólio de las mismas - queda un espacio que es, en esencia, un espacio de negociación entre empresas y trabajadores, que pugnan por apropoiarse de una porción de las rentas oligopólicas que aquella genera.

Así, el proceso de ajuste del mercado de trabajo segmenta do comienza con el sector moderno fijando su nivel de empleo y negociando su distribución de salarios, a partir de lo cual los trabajadores excluidos del sector moderno eligen entre el desempleo y la informalidad. El conjunto de las decisiones individuales fija simultáneamente el tamaño del empleo informal y del desempleo junto con el nivel de ingreso medio en el sector informal.

1.2 RAICES HISTORICAS DEL COMERCIO INFORMAL EN LAS CIUDA-DES.

Por mucho que varién las definiciones de lo que constituye una ciudad, la mayoría de ellas concuerda en un punto: se trata de una aglomeración humana, de un conjunto de personas que viven próximas las unas de las otras. La ciudad por poseer una gran población, ofrece un amplio mercado a los comerciantes que acuden a ella constribuyen do a aumentar su tamaño.

Debido a la amplitud de la economía metropolitana, ésta suele ofrecer oportunidades de empleo más amplias y varia das que otras áreas, lo que acarrea en general un grangrado de atracción para la fuerza de trabajo. En la medi

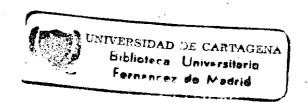
da en que el nivel de empleo se eleve más rapidamente en las ciudades que en las zonas rurales, será mayor el flujo de migración hacia la ciudad, cuyo resultado sería transferir para la ciudad el desempleo rural.

Los últimos datos censales revelan que continua en forma intensa la migración rural-urbana en casi todos los países de América Latina. Las grandes tensiones sociales que se suponían existían en el campo, aparentemente están siendo llevadas a las ciudades por los migrantes. La población urbana crece a saltos, los servicios urbanos especialmente la habitación, atienden las necesidades del público en forma cada vez más precaria y los indicios exteriores de la miseria-mendicidad, prostitución, comercio callejero, etc. - se multiplican.

Históricamente este proceso se ha presentado desde la épo ca de la conquista. El sistema económico implantado por los europeos en lo que después sería America Latina tenía como objetivo general la obtención de un excedente comercializable. Era éste el que confería sentido a la colonización. La empresa militar y misionera tenía como objetivo más inmediato, establecer, en tierras americanas un modo de producción capaz de producir un excedente que pudiese ser apropiado por la metrópoli (España) y rápidamente vendido en los mercados europeos. Para lograr ese objeto, era imprescindible reordenar las relaciones de producción, donde ello fuese factible, o introducir nuevas, donde fuera necesario, para asegurar: a) La producción de un valor mayor que el necesario para la sobrevivencia de los productores directos y que los bienes que formaban el excedente fuesen valores de uso con efectiva demanda en Europa.

La concentración del excedente en la ciudad era la única manera de reunir recursos que pudiesen ser usados para la movilización de fuerzas capaz de defender el sistema de explotación colonial de las amenazas de fuera y de dentro De ese modo surge en América un sistema urbano, creado con el objetivo básico de sostener el sistema de explotación colonial. La ciudad de la conquista es implantada como punto fortificado, a partir del cual se irradia el poder colonizador sometiendo a las poblaciones indigenas a la autoridad política del rey e ideológica de la iglesia, expropiando redistribuyendo tierras, reprimiendo el contr<u>a</u> bando y las incursiones de corzarios y fuerzas colonialis tas rivales. A través del tiempo, la ciudad deja de ser meramente la sede de la antigua clase dominante (rey-igle sia) para convertirse en centro de una nueva clase rival de mercaderes, usureros, especuladores, etc. No se trata todavia de capitalistas pues su existencia depende, en el fondo, de la simbiosis entre la antigua y las nuevas rela ciones de explotación (la transformación de la ciudad en nuevo centro de producción solo puede ser resultado de una lucha de clase entre señores y siervos o entre patricios y plebeyos, el excedente de producción ahora va a te ner un valor de cambio y es la mercancia). Aún la gran mayoría de la población vive en el campo y produce un excedente de alimentos que pasa en gran parte a ser propiedad de la antigua clase dominante, la cual lo cambia por artículos suntuarios traidos del exterior por los mercade Estos a su vez reunen la parte del excedente de ali mentos así obtenidos para obtener del artesano organizado urbano local mercaderias que exportadas proporcionan recursos con los que es posible importar nuevos artículos suntuarios y así sucesivamente cada uno de ellos procura exportar mayor número de artículos para poder llevar más

0



articulos.

La aglomeración urbana permite una inmensa expansión de la división del trabajo como ya lo demostró Adam Smith, el limite de la división del trabajo es el tamaño del mercado. Ese tamaño es determinado por las fronteras políticas y por el costo del transporte. La ciudad rompe esta última barrera al aglomerar en un espacio limitado una can tidad numerosa. El carácter asociativo inherente a la ciudad termina por arrastrar al campo, por engendrar formas nuevas que le superan.

Vale la pena destacar el hecho de que la burguesía comercial empezó a desarrollarse a base del excedente de producción del artesano organizado, y los artesanos organizados trataban de mantener a los que no fuesen sus miembros fuera de los negocios locales para así mentener el monopolio del mercado local, y con el fortalecimiento del comercio el dinero también obtuvo gran importancia surgiendo así una clase media (mercaderes) que vivían comprando y vendiendo mercaderías.

En las ciudades, los campesinos se convirtieron en proletarios transformándose las formas de producción en el campo. Y en las ciudades la manufactura dejó a un lado los gremios artesanos y se dan los intercambios siendo es ta la función urbana.

El proceso de acumulación y reproducción del capital y la necesidad del desarrollo de las fuerzas productivas ma nifestada en el incremento de la composición orgánica de capital dió origen a la aparición de la maquinaria y con esta el adelanto científico de la producción dando origen

a la aparición de las ciudades industriales (revolución industrial) con un gran volumen de trabajadores, servicios de infraestructura, incremento de la producción, que contribuyen al desarrollo de la nueva economía urbana. La fábrica se convierte en el epicentro de las ciuda des industriales que se imponen gracias a su superioridad productiva, la burguesia industrial se convierte en la clase y deja atrás las viejas formas de producción, el capital comercial pierde sus privilegios monopolísticos y se subordina al capital industrial y se convierte en un simple intermediario.

Desde 1960 comenzó a tornarse evidente que el ritmo de acumulación de capital y de creación de puestos de trabajo
que era capaz de alcanzar la economía bajo el patrón de
crecimiento sustitutivo resultaba notoriamente insuficien
te (debido al crecimiento de la fuerza laboral) para alcan
zar un ritmo aceptable de ocupación adecuada de la población.

En efecto desde los años 50 en casi todos los países del área comenzó a advertirse la rápida expansión de un exce dente estructural de mano de obra que se reflejó básicamente en el crecimiento de la categoría de subempleados, tanto en el sector rural como en el sector urbano. En el medio urbano un sector importante de la población eco nómicamente activa fué excluida de los puestos de alta productividad, del área moderna de la economía. Como con secuencia de ella, gran parte de la población económicamen te activa urbana de la región ha tenido que desarrollar estrategias de sobrevivenci, básicamente formas de autoem pleo de baja productividad e ingresos.

Por otra parte en el área rural de la mayoría de los paí ses latinoamericanos se ha desarrollado un fenómeno análo go al descrito para los trabajadores urbanos. rras fértiles concentradas en manos de pocos propietarios son explotados por lo general con tecnologías relativamen te modernas, gozan de aceptables economías externas (infraestructura vial, comunicaciones, obras de electrificación, irrigación, etc.) y operan con niveles respetables de productividad por hectárea y por hombre. Al lado de ese sector rural moderno, en las periferias de recursos naturales pobres suelen encontrarse grandes masas de campesinos minifundistas que operan con tecnologías primiti vas y de escasa productividad, este sector suele sobrevivir con una escasa dotación de capital productivo, débil articulación al mercado de insumos y financiero y casi sin economías externas, viéndose en desventajas para com petir con el sector rural tecnificado este sector tiende a desaparecer creando un excedente estructural de fuerza de trabajo.

La mayor parte del excedente estructural de fuerza de trabajo no permanece en la condición de desempleados abiertos. Para sobrevivir desarrollan actividades de baja productividad e ingresos como las ventas callejeras que tienen como factor común el hecho de poder desarrollarse con muy escaso o nulo capital por hombre; se constituyó así un estrato que opera con tecnologías elementales, designándosele como sector informal urbano.

Creemos que son tres los temas que giran alrededor de la economía formal e informal: Uno es la concentración del capital y el rol que juega aquí el funcionamiento del mer cado de capitales, en segundo lugar la introducción y u-

sos de técnicas modernas de producción y tercero los mecanismos de establecimientos y mantención de posiciones oligopólicas. Esto nos lleva a distinguir el sector moderno del informal en el sector urbano, teniendo en cuenta que el sector moderno se caracteriza porque opera con una lógica de acumulación capitalista, esta acumulación capitalista conlleva a un fortalecimiento del sector oligopólico y a una diferenciación cada vez mayor entre el sector moderno y el sector informal.

El ahorro es un factor importante en la generación de empleo pero en los países latinoamericanos los que tienen posibilidades de ahorrar son las empresas oligopólicas y el gobierno. El gobierno invierte en infraestructuras y las empresas oligopólicas la invierten en sí mismas y al no invertirlas en un mercado de capitales para ser invertidos por otro, ocasiona que aumente el excedente de ofer ta de trabajo manifestándose en desempleo abierto el cual busca su forma de sobrevivencia con el comercio callejero.

1.2.1 El excedente de población como potencial de desarrollo.

En el debate teórico y sobre politicas de desarrollo que se inició en los años 50 se consideró que el excedente de fuerza de trabajo, entendido sobre todo como subempleo disfrazado en las áreas campesinas donde prevalecían tecnologías tradicionales constituía un potencial para el de sarrollo. La formación de un stock de capital (entendido como medios de producción) factor escaso en las economías subdesarrolladas podría ser creado a través de un incremento en el uso productivo de la fuerza de trabajo. En consecuencia, en los países con estructura dual, como se calificaron los países sub-desarrollados, el desarrollo se

68

perfiló como un proceso en el cual el sector moderno adquiriría siempre mayor importancia, y al final, se convertiría en el único sector de la economía. Este proceso fue percibido como una cuestión de tiempo, ya que una vez que el sector industrial moderno emerge, su propia dinámica lo conduce a aumentar su dimensión.

Este augumento con ciertos matices referentes a las consecuencias de las relaciones centroperiferia fue presenta do por la CEPAL de los 50, quien influenció de manera determinante para que el carácter de crecimiento económico en el Continente siguiera los postulados del paradigma occidental de desarrollo. Siguiendo el mencionado paradigma el camino para dinamizar el crecimiento consistía en trasladar a los trabajadores excedentarios del campo hacia proyectos productivos modernos a salarios reales constantes, ligeramente más altos que los de subsistencia en las áreas campesinas. Así, se cumpliría un doble obj \underline{e} . tivo: contar con recursos abundantes en el sector moderno y, al mismo tiempo, elevar el nivel de la productividad agrícola. Sintetizando entonces, el modelo de desarrollo se apoyó en tres postulados; a) Movilidad dela fuerza de trabajo agrícola a las áreas urbanas; b) Creciente dinámica ocupacional en el sector industrial; c) Reducción de los diferenciales de productividad intersectorial.

1 2.2 Del excedente de población rural al excedente de población urbana.

En las dos últimas décadas diversos factores han contribuido a la aparición de distorciones en el funcionamiento del modelo de desarrollo. En el análisis crítico de su más importante propulsor, Prebish, se sintetizaron a fi'nes de los años 60 dos anomalías: urbanización prematura (debida al alto ritmo de migración rural-urbana) y tercia rización prematura (debido a la insuficiente absorción de empleo en el sector industrial). En la década de los 70 el mismo autor atribuirá la insuficiencia dinámica de sis tema a la modalidad de apropiación y utilización de los excedentes de capital y al acceso a tecnología inadecuada debido a la tardía iniciación del proceso industrial. Por otro lado se comienza a percibir fenómeno calificado como heterogeneidad estructural y que se refería a la aparición de diferenciales de productividad intra-sectorial, además de aquellas inter-sectoriales. En América Latina en los últimos 30 años y en la década de los 80 nos encontramos ante fenomenos como la metropolización, el subempleo o informalización de la fuerza de trabajo urbana, la irresuelta pobreza campesina y la perniciosa heterogeneidad estructural.

Diversos argumentos cuestionan el estudio de Prebish, al considerar que comparando la dinámica de desplazamiento y de incremento poblacional con países actualmente desarrollados, en períodos semejantes de transición, las tasas no difieren sustancialmente. Iqual resultado obtienen comparando coeficientes de inversión. Estos mismos argumentos y otros en PREAL, sostienen que la incapacidad para absorber la fuerza de trabajo subutilizada en la región se debe a un fenómeno de "pequeñez relativa original y de heterogeneidad de los mercados de trabajo. Por pequeñez relativa original se entienden el efecto combina do de dos fenómenos: El bajo nivel de productividad agrícola en los años 50 y las restricciones en la demanda de bienes industrializados causada por la desigual distribu ción del ingreso. En relación al primero, tomando como

base el año 50, el diferencial de productividad agrícolano agricola que era de cuatro veces en ese entonces; alcanzó a 7.5 veces en 1980. Evidentemente, si las diferen cias intersectoriales crecieron de tal magnitud, más aún habrán aumentado aquellas entre el sector moderno no agrícola y las actividades agrícolas tradicionales. lación al segundo fenómeno, la industrialización como sus titución de importanciones consistió en la instalación de plantas de producción en los distintos países cuando la dimensión interna del mercado se aproximaba a la escala de las mismas en el país otiginalmente productor. La de sigual distribución en el ingreso limitaba la demanda a los grupos de altos ingresos. Así, una o al máximo dos plantas fueron suficientes para satisfacerla, dando lugar a un proceso de oligopolización precoz del incipiente sector industrial. La situación de prematura oligopoliza ción ha sido mantenida por un lado, a través de la incorporación permanente de progreso técnico, dando lugar a la aparición de relaciones capital trabajo sumamente altas en relación a la disponibilidad interna de factores y, por otro, eliminando la posibilidad que las capas inferiores técnicas crezcan lo suficiente para amenazar las posiciones oligopólicas. El segundo punto, la heterogene<u>i</u> dad de las estructuras productivas y de los mercados de trabajo, es entonces una consecuencia de la ruptura abrup ta en las relaciones técnicas de producción que se dió con el proceso de industrialización y de almacenamiento de un stock de capital. El costo de generación de un nue vo puesto de trabajo en las áreas urbanas (en relación a aquellas rurales que lo creaban con escasos recursos) se torno excesivo tanto en relación a la disponibilidad inter na de factores. Así, América Latina en lugar de beneficiarse del progreso ténico alcanzado por los países desarrollados, se vió enfrentada a un proceso de transición que implicaba no el uso productivo de la población subut \underline{i} lizada en las áreas rurales sino una alta de inversión de capital.

El proceso descrito ha conllevado un reforzamiento en la concentración de los recursos productivos hasta el punto que mientras porcentajes relativamente pequeños de la población económicamente activa se ocupa en puestos generados con altísimas inversiones de capital, otros deben autoemplearse en ocupaciones que demandan mínimo recursos de inversión. Esta condición se refleja no solo en el diferencial de productividades, sino de acceso a la educación, a los servicios de salud; en los niveles de nutrición y de participación social y política de la población.



2. CARACTERISTICAS DEL COMERCIO CALLEJERO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

- 2.1 CARACTERISTICAS PERSONALES.
- 2.1.1 Origen.

El sector informal, especialmente las ventas callejeras constituyen el ingreso al mercado de trabajo de la población migrante.

Cartagena, ha sido desde hace muchos años un lugar atractivo para los migrantes que buscan trabajo o buscan aumen tar sus ingresos, debido a que la ciudad tiene una capacidad de generar empleo, aunque sea en las ventas callejeras. Esto es consecuencia de ser la ciudad un lugar turis tico que hace que se amplie el mercado laboral especialmente en la actividad comercial.

Del total de vendedores existentes en las zonas estudiadas los datos revelaron que el 42% de ellos nacieron en Cartagena y el 58% son migrantes. Del total de vendedores migrantes el 40% son del departamento de Bolívar y proceden de poblaciones cercanas a la capital del Departamento. Esto se puede apreciar claramente en las Tablas l y 2.

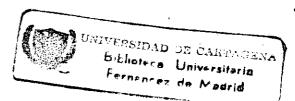


TABLA Nº 1

DISTRIBUCION DE LOS VENDEDORES CALLEJEROS SEGUN CARACTE-RISTICAS MIGRATORIAS.

Condición Migratoria	Número de vendedores	Porcentaje	
No migrantes	103	42%	
Migrantes	143	58%	
Total	246	100%	

Fuente: Encuesta.

TABLA N° 2 CLASIFICACION DE LOS VENDEDORES CALLEJEROS SEGUN LUGAR DE ORIGEN.

Región	Número d vendedo:		Porcentaje		
Cartagena-Bolivar	103	•	42%		
Resto del Depto. Bol.	57		23% 65%		
Córdoba	19	•	8%		
Antioquia	17		7 %		
Sucre	15		6 %		
Chocó	8		3%		
Atlántico	6		2 %.		
0tros	21	• • •	9 %		
Total	246	·	100%		

Fuente: Encuestas.

En la Tabla 2 notamos que el 65% de los vendedores son del Departamento de Bolívar, del total el 64.4% son de Cartagena y el 35.6% son de poblaciones vecinas como: Arjona, Turbaco, Santa Rosa, Villanueva, Bocachica, Barú, Palenque, María La Baja, etc.

Existen vendedores que proceden de Departamentos vecinos como: Sucre, Córdoba, Chocó que tienen un grado de desarrollo económico inferior al del Departamento de Bolívar correspondiéndole a éstos un 17% del total de los vendedores.

Otro grupo de vendedores significativos que se ocupan en las ventas callejeras son los antioqueños y los del Departamento del Atlántico con un 7% y 2% del total de vendedores respectivamente. El resto procede del Magdalena, Valle del Cauca, Santander y Norte de Santander.

Mediante las encuestas se pudo concluir que los migrantes con más de 10 años de residencia en la ciudad es alta y corresponde a un 43% del total de vendedores migrantes (Tabla 3). Así se puede ver una relación directa entre los años de estas en la ciudad y la ocupación de un puesto fijo en las calles debido a que las personas que tienen más tiempo en la ciudad conocen mas el mercado y teniendo en cuenta ésto se establecen en los lugares de mayor aflu encia de posibles demandantes de sus productos.

Mediante la Tabla 3 podemos constatar que la proporción de migrantes recientes - menos de 5 años - entre los vendedo res callejeros es menor que los migrantes antiguos.

TABLA N° 3

DISTRIBUCION DE LOS VENDEDORES CALLEJEROS SEGUN AÑOS DE PERMANENCIA EN LA CIUDAD.

Años de permanencia en la ciudad.	Número de vendedores	Porcentaje
Menos de 5 años	50	35.0%
De 5 a 9 años	31	21.7%
De 10 a 14 años	23	16.0%
De 15 a 19 años	19	13.3%
Más de 20 años	20	14.0%
Total	143	100%

En la clasificación por tiempo de permanencia en la ciudad se puede ver claramente que los vendedores con poco tiempo de estar en la ciudad - menos de 4 años - es grande relativamente, ya que aquí estan incluidas las personas que vienen de paseo para conocer la ciudad y aprovechan ese período de paseo para dedicarse a la venta calle jera como por ejemplo los tinteros que realizan esta actividad para tener un lugar donde vivir, alimentación y además unos ingresos que pueden utilizar para otros gastos personales. También estan incluidos los vendedores que sólo vienen a la ciudad a vender sus productos y permanecen en ella el tiempo que demora su actividad diariamente.

La razón principal por la cual los individuos encuestados decidieron venirse para Cartagena fué, la busqueda de un mejor nivel de vida como lo demostraron las respuestas, es decir, el 91%. La segunda razón fué que se encontraban sin empleo en el lugar de origen.

0

2.1.2 Edad y Sexo.

Teoricamente se afirma que el comercio informal acoge esencialmente a la fuerza secundaria de trabajo - jóvenes, mujeres y viejos -, por lo tanto la curva de edades debería ser alta en tramos de menor edad, deprimiendose en las edades productivas y crecen de nuevo a partir de los 40 años. Además las condiciones generales del mercado de trabajo informal le permite a la mujer cumplir con sus actividades domésticas y sus actividades económicas, debido a que estas actividades no le exigen al trabajador cumplir con una relación formal de trabajo ni un horario estable.

A nivel juvenil se presenta un alto indice de desempleo, presentándose como reflejo de esta situación la árticipación significativa de personas jóvenes en las actividades comerciales callejeras.

Mediante la Tabla 4 podemos notar que no se cumple para el sector esdudiado lo que teoricamente se afirmó anterior mente - el comercio informal cobija a los más jóvenes y más viejos, ya que notamos que las edades de los vendedores no corresponden mayoritariamente a los más jóvenes ni los más viejos (de 50 y mas años) correspondiéndoles solo un 0.8% y 6.4% respectivamente.

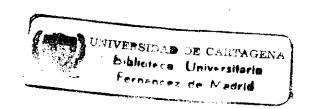


TABLA N° 4
CLASIFICACION DE LOS VENDEDORES CALLEJEROS POR SEXO Y EDAD.

Sexo.	Mascul	ino.	Feme	nino.	To	tal.
Edad.	# de v e	ndedores %.	# de vende	dores %.	# de vend	ledores ;
(-) de 15 a	ños	2 1		-	2	0.8
De 15 a 19	" 3	5 17.8	1	2	36	14.6
De'20 a 29	" 7	0 35.7	12	24	82	33.4
De 30 a 39	" 5	8 29.6	20	40	78	31.7
De 40 a 49	"]	9 9.7	13	26	32	13.
De 50 a 59	" 1	0 5.1	3	6	13	5.1
De 60 y más	ti	2 1	1	2	3	1.7
Total	19	6 80	50	20	246	100

Fuente: Encuestas.

Las edades productivas (de 20 a 49 años) en los sectoresres estudiados son altos, presentandose los siguientes
porcentajes: de 20 a 29 años el 33.4% que es el grupo de
edad que cobija al mayor número de trabajadores siguiéndo
le en importancia el grupo de edad de 30 a 39 años con un
31.7% y por último con un 13.1% estan los vendedores que
tienen de 40 a 49 años. Aquí se cumple que en el grupo
de edades productivas en vez de deprimirse en cuanto al
número de vendedores aumenta lo cual, obedece a las condi
ciones laborales del país determinando que la venta calle
jera sea una actividad principal y no complementaria, es
decir, ejercida por el jefe de la familia o por otros
miembros que económicamente son importantes en el hogar,
- en la mayor parte de los casos - una fuente principal de



ingresos.

En cuanto al sexo las encuentas muestran una notable diferencia, ya que el 80% de los vendedores pertenecen al sexo masculino, revelandose también que la mayoría de los hombres inició su actividad laboral en las ventas callejeras presentandose simples diferencias como: de vendedores ambulantes pasaron a vendedores estacionarios o cambia ron el producto o el lugar de venta. Las encuestas revela ron que el 20% de los vendedores callejeros pertenece al sexo femenino, pero la mayoría de ellos pasaron de amas de casa y empleados domésticos a vendedores. Esto se pue de apreciar en la Tabla 4.

Refiriéndose al sexo podremos concluir que por cada 4 ho \underline{m} bres vendedores existe una mujer.

Un aspecto importante dentro del grupo estudiado, es que el sexo es una variable determinante en la clase de producto que se expenda. El 80% de las ventas de frutas la realizan mujeres y las ventas de tinto, cigarrillos la efectúan los hombres.

2.1.3 Estructura y Distribución del Ingreso.

Para la mayoría de los vendedores callejeros en los sectores estudiados, la venta en la vía pública constituye la única fuente de ingresos para atender el consumo familiar; y para otro grupo pequeñísimo de personas constituye un complemento para los ingresos familiares.

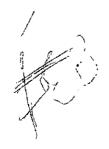
Los ingresos percibidos por los vendedores no son inferi<u>o</u> res al salario mínimo legal, según se revela en el estudio

realizado a los vendedores. Se puede entonces afirmar que los vendedores callejeros es un conjunto de trabajadores que no reciben ingresos marginales ni tampoco clasificables como subempleados - debido a que laboran una jornada completa a la semana cumpliendo un horario mayor de las 48 horas semanales; aproximadamente 72 horas semanales.

Notamos que los trabajadores ganan ingresos relativamente importantes al compararlos con el salario mínimo legal y esto tiene sus explicaciones: mientras los trabajadores del Comercio callejero reciben un salario integral; los pertenecientes al sector formal lo perciben dividido en 2 partes - salario propiamente y prestaciones sociales - De ahí que los primeros reciban un ingreso superior con objeto de obtener las prestaciones sociales o de poseer un monto para cualquier emergencia.

Los trabajadores del sector formal aportan solamente su fuerza de trabajo, en cambio los vendedores callejeros ade más de su fuerza de trabajo aportan capital representado en instrumentos de trabajo y mercancias.

Seguidamente en la Tabla 5 presentamos los resultados obtenidos en cuanto al nivel de ingresos percibidos por los vendedores.





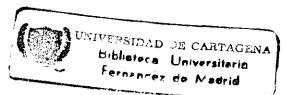


TABLA N° 5.

INGRESOS PERCIBIDOS POR LOS VENDEDORES CALLEJEROS.

Nivel de ingresos quincenal.	# de vendedores	Porcentaje	
Menos 4.000	11	4.5%	
De 4.000 a 8.000	64	26.0%	
De 8.001 a 16.000	124	50.4%	
De 16.001 a 30.000	42	17.1%	
Más de 30.000	5	2,0%	
Total	246	100%	

Fuente: Encuestas.

La información de la Tabla 5 permite estratificar a los vendedores en 5 grupo, teniendo en cuenta los ingresos percibidos quincenalmente. Indica que el nivel de ingresos que agrupa a un mayor número de vendedores es el comprendido entre \$8.001 y \$16.000 quincenales, agrupando este nivel a 124 vendedores entrevistados lo cual corresponde al 50.4% de los vendedores. A este nivel sigue en importancia el nivel de \$4.000 a \$8.000 que corresponde al 26%. Otro nivel de ingresos que agrupa a un número significativo de vendedores es el de \$16.001 a \$30.000 quincenales, o sea el 17.1%. Los niveles de ingresos que agrupan menos vendedores son los de: menos de \$4.000 y más de \$30.000 que equivalen a 4.5% y 2% respectivamente.

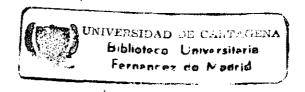
Los ingresos percibidos por los vendedores callejeros en los sectores estudiados varian de acuerdo al tipo de producto que expendan (Tabla 6). Encontramos así que los



vendedores que más ingresos obtienen quincenalmente son los vendedores de periódicos - revistas y libros, esto se explica debido a que es una venta que diariamente genera ingresos regulares, debido a que la prensa, tiene salida regular diariamente. Además semanalmente también reporta ingresos por la venta de revistas cómicas, fotonovelas y revistas varias.

La actividad menos rentable resulta ser la de los laminadores que perciben ingresos quincenales menores de \$4.000.

Lo dicho anteriormente se puede comprobar en la siguiente Tabla 6.





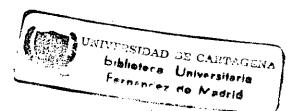


TABLA N° 6

PROMEDIO DE INGRESOS QUINCENALES DE LOS VENDEDORES CALLE-JEROS SEGUN TIPO DE PRODUCTO.

Tipo de Producto	Ingresos netos quincenales (promedios)
Periódicos-Revistas-Libros	26.136.36
Vutuallas	18.666.6
Cócteles	18.333
Fritangas	18.166
Huevos y Carnes	17.500
Mercancía varias	17.344,16
Casettes	16.041
Ferreteria	14.000
Frutas	13.017.14
Cigarrillos	11.200
Relojeros	11.000
Dulces, condimentos y verduras	10.500
Gafas	10.480
Floristería	9.500
Perros Calientes	9.450
Panes-rosquitas y similares	9.275
Otros	9.208
Jugos-gaseosas-cervezas	9.026
Loterias y Chances	8.859.5
Refrescos varios	8.697.5
Bollos y queso	8.666.6
Chazas	8.036
Tintos	5.666.6
Emboladores	5.000
Remontadores	4.900
Laminadores	3.500

A los anteriores ingresos le hemos deducido lo que los vendedores gastan en el ejercicio de la actividad como por ejemplo: comidas, refrescos, pago de celaduría en las noches y otros.

Estos ingresos son los percibidos en épocas normales, ya que época buena - como ellos dicen - que son: en épocas de temporadas turísticas, en quincenas, en primas de mitad de año y navidad, los vendedores pueden duplicar o triplicar estos ingresos compensándose así las épocas malas.

Un gran porcentaje de los vendedores perciben ingresos su periores al salario mínimo legal en épocas normales. Y los que no perciben ingresos iguales o superiores al mínimo en épocas normales logran compensare, sus bajos ingresos en temporadas buenas.

Al desgregar aún más la información obtenida a través de las encuestas, notamos que los ingresos mensuales promedio de los trabajadores en los sectores formal e informal no tienen gran diferencia ya que no es cierto que la pobreza es un atributo del sector informal sino también del sector formal.

2.1.4 Nivel de Escolaridad.

Existe una hipótesis acerca de que los vendedores para en trar al sector informal no necesitan ser calificados y por esto no encuentran barreras de entrada. Se afirma que el sector informal cobija a la población económicamente activa menos calificada de la ciudad. La carencia de una suficiente formación académica de la P.E.A. impide el ac-

ceso al sector moderno de la economía a muchos de estos trabajadores.

La relación que existe entre un grado de educación bajo y quienes se dedican al comercio informal callejero es prootuberante.

TABLA N° 7

NIVEL DE ESCOLARIDAD DE LOS VENDEDORES CALLEJEROS.

Nivel Educativo.	Completa.	Completa.		Incompleta.		
. N°	de vendedore	es %.	N° de vend	edores %		de v∈ dores
Ninguno	-	-	-	_	30	12.
Primaria	48	47.52	53	52.47	101	41.
Secundaria	15	13.27	98	86.72	113	46.
Otros:Super. y Tec.			2	10.0	2	0.
Total	63	25.6	153	62.19	246	100

Fuente: Encuestas.

Con base a las encuestas concluímos que el nivel educativo promedio alcanzado por los vendedores callejeros es muy variado: el 12.2% de ellos no recibió ninguna instrucción y apenas saben leer y escribir; el 41% alcanzó el nivel primario, pero sólo el 47.52% de éstos terminó sus estudios primarios y el 52.47 se vió obligado a suspenderlos por diferentes razones: por tradición familiar lo importante es saber leer y escribir, otros porque tuvieron que em-

pezar a trabajar a muy temprana edad; también porque en los corregimientos donde vivían solo existen algunos grados de primaria además el transporte a los Municipios o a las ciudades capitales donde estudiaban era muy difícil. El 46% de la muestra escogida había cursado estudios secundarios, pero sólo el 13.27% de los vendedores había culminado la secundaria; en este nivel educativo la deserción fué mayor que en la primaria, obligados debido a que contraen obligaciones familiares somo jefe de hogar o por cualquier otra razón expuesta en el nivel primario. Un porcentaje pequeñísimo de la muestra está actual mente cursando estudios tecnológicos y universitarios, no alcanza siquiera el 1%. Esto se puede apreciar en la Tabla 7.

Encontramos también una mínima proporción de vendedores que están asistiendo a la escuela en las horas de la noche.

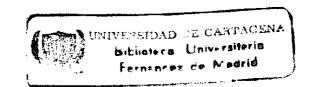
En el Sector de Bocagrande una gran mayoría de los vendedores aún son estudiantes diurnos ya que realizan su actividad en los fines de semana a en las vacaciones escolares.

El nivel de escolaridad predominante en Cartagena entre los vendedores ambulantes y estacionarios del Sector est \underline{u} diado, es el secundario que cobija al 46% de los vendedores (Tabla 7).

0

Para ejercer la actividad de vendedor callejero no se requiere de un alto grado de educación formal pero, la experiencia en el ejercicico de la actividad es importante, lo cual les permite operar eficientemente.





2.1.5 Lugar de Residencia.

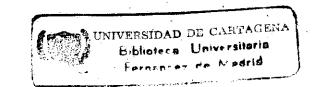
Existe una fuerte relación entre el tipo de ocupación que estamos analizando y la residencia en sectores suburbanos en Cartagena, donde los sectores suburbanos son evidentes y con características peculiares, derivadas del hecho mismo de ser zonas de invasión que han debido ser rellenadas a medida que se poblaban.

El 40% de los entrevistados vive en la zona Sur Oriental de Cartagena; en barrios como: La Esperanza, Fredonia, Olaya Herrera, Chiquinquirá y Trece de Junio. Esta es una de las zonas marginadas más extensa de la ciudad. Esta zona está localizada al margen de la Cienaga de la Virgen. (Ver Tabla 8).

Otro 45% de los vendedores vive en los barrios: Canapote, Petares, San Francisco, Siete de Agosto, Santa María, Pedro Martín, 20 de Julio y Daniel Lemaitre y Torices; los cuales pertenecen a la zona Norte de Cartagena, de esta zona los barrios Daniel Lemaitre y Torices son los que se encuentran en mejores condiciones (Ver Tabla 8).

El 7% de los vendedores vive en la zona Central de Cartagena em los barrios: Crisanto Luque, Junin, José Antonio Galan, Barrio Chino, Cartagenita, y Once de Noviembre. El resto (8%) vive en la zona Sur Occidental en los barrios: El Carmelo, La Consolata, Blas de Lezo, Caracoles, San Fernando y Ternera. (Ver Tabla 8).

La mayoría de los vendedores viven en zonas de invasión y fueron protagonistas de tales invasiones. El hecho de



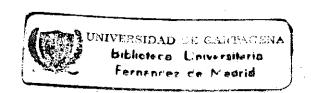
que los vendedores vivan en estas zonas les permite que los ingresos que perciban por concepto de venta lo destinen no a pago de servicios, sino especialmente al consumo de licor que es la diversión más usual entre los vendedores callejeros. Además se acostumbran a vivir en condicio nes deporables esencialmente porque no ejercen un control sobre los ingresos que perciben.

Existe otro grupo de vendedores que viven en su pueblo de origen y sólo vienen a Cartagena a vender sus productos como: Bollos, queso, carne de cerdo, verduras y frutas. Estos pueblos están cerca de Cartagena y son: Turbaco, Arjona, Turbana, Santa Rosa, Villanueva, La Boquilla y Barú.

TABLA N° 8. LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS VENDEDORES.

Sectores	C .	ARTA	GENA.			:	
de Residencia	Zona	Zona	Zona Sur-Orie <u>n</u> tal	Zona Sur-Occ <u>i</u> dental		Total poblal. vecinas	TOT
Número de vendedores.	106	17	95	19	237	9	241
Porcentaje	45%	7%	40%	8%	96.3%	3.7%	101

Fuente: Encuestas.



En cuanto a la tenencia de la vivienda encontramos la siguiente información en la Tabla 9.

TABLA Nº 9.
TENENCIA DE LA VIVIENDA.

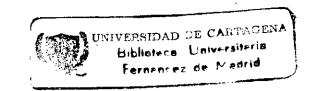
Tipo de viv	vienda	N° de véndedores	Porcentaje
Propia		93	38%
Arrendada		88	36%
0tros		65	26%
Total		246	100%

Fuente: Encuestas.

Según la información obtenida (Tabla 9) un porcentaje considerable de los vendedores - 38% - tienen casa propia. El 36% vive en piezas o casas arrendadas y pagan unas cuotas de arriendo relativamente bajos que oscilan entre \$2.500 y \$5.000 pesos. Otro porcentaje vive con parientes o sus padres y no tienen que pagar cuotas de arriendo simplemente colaboran con los gastos del hogar como miembros activos de la casa donde viven.

2.1.6 Estado Civil y Estructura Familiar.

En relación a la estructura familiar notamos que en Cartagena un gran porcentaje de los vendedores callejeros son casados, mantienen unión libre o son viudos o separados quienes ven en la venta callejera una solución a la jefatura del hogar que se ven obligados a abocar. Existe un



porcentaje considerable de solteros que si bien, no tienen la obligación de jefes de familias recurren a esta actividad como medio de contribuir al sostenimiento del hogar de los padres o para pagar sus propios gastos.

TABLA N° 10

DISTRIBUCION DE LOS VENDEDORES SEGUN ESTADO

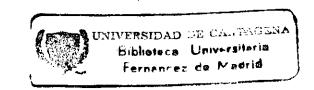
CIVIL.

E. Civil	Porcentaje	
Casados	36.6%	
Solteros	29.3%	
Unión Libre	20.7%	
Otros	13.4%	

Fuente: Encuestas.

Con base en las encuestas notamos, según Tabla 10 que el 70.1% de los vendedores tienen algún compromiso de tipo de jefe familiar, ya que el 36.6% son casados, el 20.7 viven en unión libre y el 13.4 son separados o viudos que tienen que sostener a sus hijos.

La mayoría de los esposas o compañeras de los vendedores no se ocupan en actividades remuneradas sino que se ocupan en las labores del hogar y que algunas veces vienen a $ree\underline{m}$ plazar a sus esposos en el negocio. Lo que sucede con los hijos de los vendedores es que, al principio son ayudantes del padre pero con el tiempo ellos montan su propio negocio.



Respecto a la obligación ó el número de personas que dependen económicamente de los vendedores callejeros tenemos los siguientes resultados (Ver Tabla 11).

TABLA Nº 11
PERSONAS A CARGO DEL VENDEDOR CALLEJERO.

Parentesco	Número	Porcentaje
Hijos	634	72%
Esposo o Compañera	175	20%
Otros Familiares	70	8%
Total	879	100%

Fuente: Encuestas.

En relación al número de hij0s de los vendedores, encontramos que tienen un promedio de 4-5 hijos.

Otro punto que analizamos fué el grado de educación de los hijos de los vendedores y encontramos los resultados que presentamos en la Tabla 12.

TABLA N° 12

GRADO DE EDUCACION DE LOS HIJOS DE LOS VENDEDORES.

Grado de Educación	Ninguno	Pre-escolar	Primaria	Secundaria	Universt. o Técnic.	Tota
Número	127	98	287	116	6	634
Porcentaje e	20%	15%	45%	18%	1%	100

Sólo el 1% de los hijos de los vendedores han alcanzado grado de educación universitario; el 45% el primario; el 18% el secundario; el 15% están en el grado pre-escolar y el 20% son analfabetos, debido a que aún no están en edad escolar ó se encuentran impedidos por razones de salud. (Tabla 12).

En la Tabla 13 podemos observar: los hijos de los vendedores que iniciaron cada grado de educación, los que aún estan cursando cada grado, los que han desertado y los que alca<u>n</u> zaron a terminar cada grado de educación.

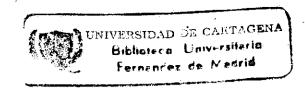
TABLA N° 13

NIVEL Y DESERCION ESTUDIANTIL DE LOS HIJOS DE LOS VENDEDORES CALLEJEROS.

Nivel.	Terminaron	Aún estan cursando	Desertaron
Primaria	14%	84%	2%
Secundaria	9 %	71%	20%
Tecnico o			
Universitario	30%	50%	20%

Fuente: Encuestas.

Del total de hijos que alcanzó el grado primario el 14% lo terminó y no siguió estudiando, el 84% aún estan cursando-la y el 2% desertó y así sucedió con cada uno de los grados siguientes, notándose calaramente que el analfabetismo no es una característica predominante entre los hijos de los vendedores. La deserción escolar es relativamente



baja (Tabla 13).

57850

- 2.2 CARACTERISTICAS DE FUNCIONAMIENTO DE LA ACTIVIDAD.
- 2.2.1 Formas y Condiciones de acceso al puesto.

Montar un pequeño negocio tiene diversos matices, sin embargo, a medida que la venta callejera se desarrolla en
el espacio de lo tolerable de lo informal se diversificaran también las modalidades de acceso al puesto de trabajo.

En Cartagena la gran mayoría de los vendedores ubicados en la vía pública, han sostenido lucha con las autoridades municipales para defender el lugar de ubicación de su negocio. Existen diferentes formas de obtener un puesto de trabajo en la vía pública como son: a) Comprar el pues to de trabajo a otro comerciante; b) Obtenerlo a través de trámites o afiliaciones (la primera modalidad corresponde a aquellos que se ubican en puestos concedidos por las au toridades del municipio, en la segunda consideramos aquellos que se adhirieron a organizaciones de pequeños comerciantes con reconocimiento legal como por ejemplo ASOVENTUR y; c) Un número pequeño de vendedores obtienen su pues to de trabajo por medio de arriendo.

El hecho de que las asociaciones de vendedores como los sindicatos puedan conceder puestos de trabajo a los afilia dos obedece fundamentalmente a la consolidación de un poder de negociación entre dirigentes de los sindicatos y las autoridades municipales.

La ocupación de una parte de la vía pública obedece a la

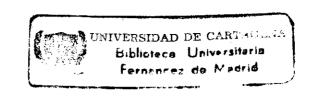
afluencia de clientela como el caso de la avenida Venezuela, Cellejón de la Olimpica, Plazoleta de Telecom y otros que son lugares estratégicos debido a la cercanía de la ruta de los buses y que conlleva a un gran tráfico peato nal que favorece las ventas.

Los vendedores ambulantes que giran en torno a esos puestos fijos de la vía pública deben entrar en pactos con los vendedores estacionarios o con la policía municipal o de lo contrario son objeto de continuas persecuciones.

La vía pública como se puede apreciar, no es tan pública sino, que pasa a ser un espacio controlado, un espacio de poder donde el sometimiento es la condición primordial pa ra la utilización por parte de los nuevos vendedores. La posibilidad de instalarse y captar la clientela de asistentes en determinados lugares es monopolio de las autoridades municipales, pero algunos vendedores logran apo derarse del puesto que desean por antiguedad de estar ubicados en esos lugares como por ejemplo, los vendedores de dulces en la puerta de los teatros de la ciudad, otros obtienen su puesto de trabajo por pura habilidad, armandose verdaderos conflictos entre los vendedores ya establecidos con los vendedores improvisados que pretenden acaparar la clientela.

Muchos vendedores que logran conseguir su permiso de funcionamiento y ubicarse en determinado lugar de la vía pública, no usan el lugar asignado porque en realidad lo que ellos buscan es la afluencia de transeuntes para así incrementar sus ventas.

Para el acceso a las ventas callejeras es mejor ejercer la



artículo 13°, en concordancia con el artículo 2° de este Decreto.

Artículo 12°. Las transgreciones a las disposiciones relativas a ventas estacionarias que no aparezcan penadas en este Decreto, serán sancionadas con arresto de uno (1) a treinta (30) días.

Artículo 13°. Para obtener el permiso de vender estacion<u>a</u>
rio deberá presentarse ante esta Alcaldía
la correspondiente solicitud acompañada de los siguiente
documentos:

- 1. Cédula de cuidadanía
- 2. Certificado judicial o de buena conducta, expedido por el Departamento Administrativo de Seguridad (DAS) de fecha reciente (máximo 30 días).
- 3. Certificado médico que demuestre su saludable conviven cia, expedido por el Servicio de Salud Pública, de fe cha reciente (máximo 30 días).
- 4. Hoja de vida con tres fotos
- 5. Recibo de pago de los impuestos correspondientes en la Tesorería Municipal.

Parágrafo. Con el lleno de los requisitos anteriores la Alcaldía expedirá el correspondiente carnet el cual tendrá una vigencia de un año.

Artículo 14°. Todo vendedor ambulante está en la obligación de solicitar y obtener el permiso de ri
gor, con vigencia de dos (2) años que lo autorice para
ejercer tal actividad, previo el lleno de los requisitos
establecidos en el parágrafo l° del artículo l° de la Or-

afluencia de clientela como el caso de la avenida Venezuela, Cellejón de la Olimpica, Plazoleta de Telecom y otros que son lugares estratégicos debido a la cercanía de la ruta de los buses y que conlleva a un gran tráfico peato nal que favorece las ventas.

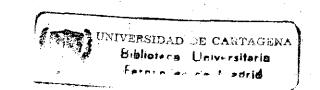
Los vendedores ambulantes que giran en torno a esos puestos fijos de la vía pública deben entrar en pactos con los vendedores estacionarios o con la policía municipal o de lo contrario son objeto de continuas persecuciones.

La vía pública como se puede apreciar, no es tan pública sino, que pasa a ser un espacio controlado, un espacio de poder donde el sometimiento es la condición primordial pa ra la utilización por parte de los nuevos vendedores. La posibilidad de instalarse y captar la clientela de asistentes en determinados lugares es monopolio de las autoridades municipales, pero algunos vendedores logran apoderarse del puesto que desean por antiguedad de estar ubicados en esos lugares como por ejemplo, los vendedores de dulces en la puerta de los teatros de la ciudad, otros obtienen su puesto de trabajo por pura habilidad, armandose verdaderos conflictos entre los vendedores ya establecidos con los vendedores improvisados que pretenden acaparar la clientela.

Muchos vendedores que logran conseguir su permiso de funcionamiento y ubicarse en determinado lugar de la vía pública, no usan el lugar asignado porque en realidad lo que ellos buscan es la afluencia de transeuntes para así incrementar sus ventas.

O

Para el acceso a las ventas callejeras es mejor ejercer la



actividad en un principio en forma ambulante que fija ya que el acceso a puestos fijos tienen barrera instituciona les y las creadas por los mismos vendedores.

En el Sector estudiado sólo 185 vendedores poseen permiso de funcionamiento, o sea el 6.8% del total de los vendedores (2.718). Estos permisos son provisionales.

Además de la obtención del puesto de trabajo por trámites ante las autoridades municipales, el puesto de trabajo los vendedores lo pueden obtener por compra a otro vendedor que antes haya conseguido su permiso, por ocupación y lucha para establecerse o por alquiler.

Según los resultados de la investigación se obtuvieron los datos presentados en la Tabla 14.

TABLA N° 14
FORMAS DE OBTENCION DEL PUESTO DE TRABAJO

		Porcentaje
Concedido por las autorida des Municipales	13	5.18%
Ocupación	229	93.08%
Por alquiler	3	1.22%
Por compra a otro comer- ciante	1	0.41%
Total	246	100%

Fuente: Encuestas.

En la Tabla 14 se comprueba que una minoría de los vendedo res en los sectores estudiados posee permiso y el municipio no ha podido hasta el momento solucionar el problema de la legalización de los puestos de trabajo.

2.2.2 Disponibilidad y evolución del capital invertido.

La cantidad de dinero requerida para iniciarse en el comercio callejero generalmente es pequeño. La cantidad invertida proviene esencialmente de créditos informales - préstamos a los usureros ó créditos concedidos por los proveedores -, la cantidad invertida puede también provenir de ahorros propios, de prestamos a parientes o a amigos, de liquidaciones recibidas.

Las exigencias de inversión de capital difieren obedecien do al tipo de bienes que se comercialicen y la velocidad de rotación de la inversión como se indica en la Tabla 15 que nos dice que las inversiones más altas corresponden a la venta de mercancías varias (artículos para el aseo per sonal, fantasias, prendas de vestir, calzado, bolsos y si milares) y la venta de artículos de ferretería y materiales eléctricos que requieren inversiones promedio de \$77.663 semanales y \$ 150.000 quincenales respectivamente. En estos dos tipos de venta la rotación de capital se hace en un período de tiempo corto - semanal y quincenalmen te -.

Existen otros productos que para poder dedicarse a la venta de ellos se necesita un capital diario relativamente bajo como es el caso de los artículos comestibles como: Frutas, vituallas, condimentos y verduras, fritangas, panes, rosquitas, bollos y queso y dulces criollos. El capital que invierten en estos tipos de ventas pueden con-

seguirlo con lo producido los días anteriores o a crédito otorgado por los proveedores como el caso de las vituallas que se tienen que cancelar al final de la jornada de trabajo o el día siguiente cuando se vaya a retirar nuevamen te el producto. (Ver Tabla 15).

En la venta de productos alimenticios no se acumulan stocks, en especial de frutas, carnes y verduras por lo que el abastecimiento tiene sobre todo características de abastecimiento diario. En cambio en la venta de productos ma nufacturados, es normal mantener un stock de ellos, en consecuencia, se requieren de capitales más altos.

Aproximadamente el 80% de los encuestados se encontraban endeudados al momento de realizar el estudio. Un 49% se encontraba endeudado con préstamistas usureros y casi todos los vendedores del 80% endeudado tenían deudas con los proveedores de sus mercancías y a los cuales les deben cancelar en un período de tiempo muy corto de 2 a 8 días para poder surtirlos nuevamente.

La Tabla 15 muestra los requerimientos de capital y la frecuencia de inversión obedeciendo al tipo de producto.



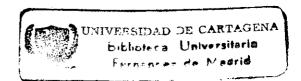


TABLA N° 15

CAPITAL ACTUALMENTE POR LOS VENDEDORES CALLEJEROS.

Tipo de Producto	Monto promedio.	Frecuencia de inversión.
Mercancias varias	77.663	semanalmente
Chazas	12.283	semanalmente
Frutas	6.971	cada dos días
Vituallas	8.833	cada dos días
Verduras y condimentos	3.250	cada dos días
Carnes	16.666	diariamente
Bollos y queso	2.330	diariamente
Fritos-arepas-chuzos, etc.	4.833	diariamente
Perros	8.250	semanalmente
Panes-rosquitas y Similares	3.000	diariamente
Cocteles	5.666	cada dos días
Jugos-gaseosas-cervezas	6.047	semanalmente
Refrescos varios	2.570	diariamente
Artículos de ferretería y materiales eléctricos	150.000	quincenalmente
Loterias y apuestas	2.404	diariamente
Cassetes	31.500	quincenalmente
Gafas	30.000	mensualmente
Revistas-periódicos y li- bros	10.252	diariamente
Cigarrillos	1.900	cada dos días
Dulces criollos	2.400	diariamente
Floristería	10.000	semanalmente
Zapateros	7.400	semanalmente
Relojeros	15.600	mensualmente
Fotógrafos	3.000	semanalmente
Cerrajeros	5.000	semanalmente
Emboladores	1.975	semanalmente

Tipo de producto	Monto promedio.	Frecuencia de inversión.
Laminadores	2.000	semanalmente
Tintos y aromáticas	600	diariamente

Fuente: Encuestas.

En relación a las posibilidades de acumulación de los vendedores callejeros, notamos que la mayoría a pesar de los ingresos que perciben muestran una tendencia negativa al ahorro, debido al alto grado de endeudamiento y a las compras que realizan para el consumo en el hogar de tipo dia rio (que encarece más el gasto de consumo); aunque existe un porcentaje pequeñísimo que son precavidos y destinan parte de sus ingresos para cualquier emergencia que se les presente ó para compensar los día de ventas malas.

2.2.3 Modalidades de abastecimiento y venta.

La muestra de entrevistados en el caso de Cartagena en el sector: La Matuna, Centro Amurallado, Sector Turístico y Getsemaní al haber sido escogida en relación al número de vendedores que comercializan el mismo producto refleja la composición del pequeño comercio. Ver Tabla 16.



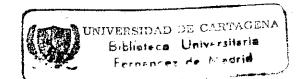


TABLA N° 16.

CLASIFICACION DE LOS VENDEDORES CALLEJEROS SEGUN TIPO DE PRODUCTO.

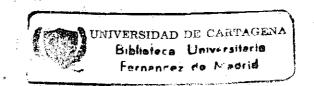
	Número de ve <u>n</u> dedores.	Porcentaje.
Mercancias varias	614	22.59%
Chazas	249	9.16%
Frutas	336	12.36%
Vituallas-verduras y co <u>n</u> dimentos	83	3.05%
Carnes	41	1.50%
Bollos y queso	37	1.36%
Fritangas, arepas y chuzo	s 119	4.37%
Perros calientes	40	1.47%
Panes, rosquitas y simil <u>a</u> res	46	1.69%
Cócteles	35	1.28%
Jugos-cervezas y gaseosas	219	8.05%
Refrescos varios	1.09	4.01%
Artículos de ferretería y materiales eléctricos	16	0.58%
Loterias y apuestas	222	8.16%
Casettes	12	0.4%
Gafas	39	1.43%
Revistas-periódicos y libros	109	4.01%
Cigarrilos	44	1.61%
Dulces criollos	47	1.72%
Floristería	26	0.95%
Zapateros	58	2.13%
Relojeros	52	1.91%
Fotógrafos	17	0.62%
Cerrajeros	4	0.14%

Clase de productos	Número de vendedores.	Porcentaje.
Emboladores	46	1.69%
Laminadores	16	0.58%
Tintos y aromáticas	28	1.03%
Otros	54	1.98%
Total	2.718	100%

Fuente: Encuestas.

Los principales proveedores de los comerciantes callejeros son los mayoristas y en menor escala los vendedores más pequeños. Este sector de trabajadores constituye pues el último eslabón en la cadena de intermediación comercial; pudiendo a su vez en algunos casos ser parte de la misma entregando productos a otros vendedores.

También notamos que ciertos productos como la prensa y lo tería son distribuidos directamente por las agencias a los vendedores que a su vez en muchos casos distribuyen a otros vendedores que no poseen capital para adquirirlos di rectamente de las agencias. Otro cosa que detectamos es el de los vendedores de productos varios que a su vez sur ten a otros vendedores que tienen negocios más pequeños, en estos casos no se les exige a los vendedores dinero al momento que se les entrega la mercancía sino después que se ha realizado la venta, simplemente los vendedores pagan el valor de la mercancía vendida y el resto lo devuel ven guardándose para sí la ganancia. Este tipo de transacciones se hace diariamente y basados en la confianza.



En el caso de los grandes distribuidores, generalmente la mercancía que le entregan a los vendedores es a crédito y el plazo para el pago oscila entre 3 días y 1 semana y al haber cancelado el crédito ya sea totalmente o parcial mente se les entrega nuevamente mercancía en la proporción del pago.

Entre la clientela de los vendedores callejeros prevalece el sentimiento que ellos venden esencialmente productos extranjeros de contrabando. Además, por esta misma razón se les atribuye la capacidad de vender a menor precio y en realidad, los vendedores son más bien clientes mayoris tas o importadores que quizás, recurren al contrabando, y en escala mucho menor se abastecen por sí mismo en las ciudades de Barranquilla, Bucaramanga de productos nacionales; ya que los productos importados los consiguen en Maicao, Cúcuta, en Venezuela y hasta en Barranquilla.

Los productos nacionales son también adquiridos a través del mismo sistema de intermediación ya que es insignificante la proporción de vendedores que se abastecen directamente en la fábrica. Esto obedece a la política de distribución de las empresas, quienes prefieren recurrir a mayoristas o intermediarios por dos (2) razones:

- a) La cantidad demandada por cada vendedor es pequeña y
- b) Por la incapacidad de estos comerciantes de proveer garantías en caso de ventas a crédito.

Es el mayorista quien entra en relación con el vendedor ca llejero concediéndole crédito y creando - con mucha frecuen cia - vínculos que son a su vez mecanismos de control que le aseguren el pago de la mercancía. Por el sistema usual de abastecimiento, el producto llega al vendedor callejero encarecido por los porcentajes de ganancias retenidas por los intermediarios. De esta manera no siempre el vendedor callejero se encuentra en capacidad de vender a precios bajos en comparación con los del comercio formal. Sin embargo los costos fijos que ellos afrontan son mínimos lo cual les permite competir y captar clientela, a pesar de su ubicación en la ca dena de intermediación.

Por otra parte, una mayor división del producto es también parte de la estrategia para captar clientela, son conocidas algunas modalidades de oferta al menudeo que resultan inaceptables para otros estratos comerciales como por ejemplo la venta de cigarrillos sueltos.

Los montos promedios de venta diaria fluctuaban en el momento de realizar el estudio entre \$10.000 y \$ 1.500. En los sectores: La Matuna y Centro Amurallado se presentan los promedios de venta mas altos diariamente, mientras que Getsemaní presenta el promedio más bajo.

2.2.4 Ocupación anterior.

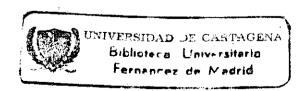


TABLA N° 17
ACTIVIDAD LABORAL ANTERIOR DE LOS VENDEDORES
CALLEJEROS.

Sectores 	Número de vendedores.	Porcentaje.
Industria	42	17%
Comercio	68	28%
Servicios	37	15%
Agricultura	16	6%
Otros	3	1%
No trabajaban	80	33,%
Total	246	100%

Fuente: Encuestas.

Los datos obtenidos por medio de las encuestas confirman que las ventas callejeras es un sector de entrada al mercado de trabajo. De hecho, para más de la mitad de los entrevistados la venta callejera había constituido su primera ocupación - de 246 encuestas, 68 vendedores, el 28% del total siempre se había dedicado a la venta callejera pero en otros lugares ó de otros productos y si a éstos; lesumamos los 80 vendedores que contestaron que no habían trabajado antes, o sea el 33%; estos vendedores expresaron que eran amas de casa, estudiantes y desocupados. Ver Tabla 17.

En Cartagena, las actividades inmediatamente anteriores se distribuían como se vé en la Tabla 17, ó sea, en orden de importancia: primero el sector industrial seguido por los sectores servicio, el agrícola y otros incluye a los militares retirados con un 17%, 15%, 6% y 1% respectivamente.

Los que trabajan en el sector industrial, se desempeñaban especialmente en la construcción, este sector empleó a un número considerable de vendedores callejeros.

Del total de ocupados anteriormente se obtuvo que la mayo ría dejó su actividad anterior por salarios bajos y despidos principalmente. Mientras que otros dejaron su actividad anterior por razones de migración, familiar y un número mínimo por razones escolares. Esto puede comprobarse en la Tabla 18.

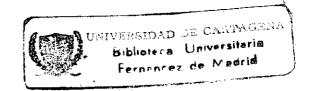
TABLA N° 18

RAZONES POR LAS CUALES LOS VENDEDORES CALLEJEROS

DEJARON SU OCUPACION ANTERIOR.

Razones	Número de vendedores.	Porcentaje.
Sueldo Bajo	63	38%
Despidos	56	34%
Migración	25	15%
Razones familiares	17	10%
Razones escolares	5	3 %
Total	166	100%

Fuente: Encuestas.



Dentro de las razones familiares que tuvieron estos trabajadores para dedicarse a la venta callejera encontramos a las empleadas domésticas (que se dieron cuenta que con la venta ellas podían desempeñar una mayor colaboración económica al hogar) y la colaboración que los hijos se vieron obligados a hacer al hogar, porque los padres que se desempeñaban como vendedores callejeros - habían fallecido o se habían enfermado y ahora la obligación del hogar había recaido en ellos; y así otras razones familia res.

Las razones escolares obedecen al poco tiempo del que disponían los vendedores en las actividades anteriores para dedicarse al estudio y por eso se dedicaron a la venta callejera que no les impone un horario fijo de trabajo y les permite estudiar y trabajar al mismo tiempo.

Del total de entrevistados, la mayoría tiene poco tiempo de estar ejerciendo la actividad - menos de 5 años -, aquí se encuentran las personas que por primera vez ejercían una actividad remunerada a que fueron despedidos de su trabajo anterior. Otros en cambio son verdaderos profesionales de su oficio, ya que el promedio de años que llevan trabajando en la actividad, justifica perfectamente este calificativo. El conocimiento de las ventas callejeras es un factor decisivo en la determinación del ingreso del trabajador y de acceso a la actividad. Esto se puede comprobar en la Tabla 19.

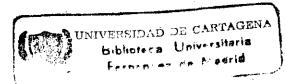


TABLA Nº T9

TIEMPO DE ESTAR EJERCIENDO LA ACTIVIDAD DE VENDEDOR CALLEJERO.

	Número de vendedores.	Porcentaje.
Menos de 1 año	43	17.5%
De 1 a 2 años	45	18.3%
De 3 a 5 años	61	24.8%
De 6 a 8 años	35	14.2%
De 9 a 11 años	26	10.5%
De 12 a 14 años	10	4.0%
De 15 a 17 años	9	3.7%
De 18 a 20 años	8	3.3%
Mas de 20 años	9	3.7%
Total	246	100%

Fuente; Encuestas.

2.2.5 Clasificación de los vendedores callejeros.

2.2.5.1 Por Sectores.

El Sector en el cual se situan los vendedores tienen relación directa con la afluencia de los posibles demandantes de sus productos.

La venta callejera en Cartagena, es un fenómeno que ha to mado una dimensión permanente, hasta el punto que algunos sectores del casco urbano son ocupados diariamente por los vendedores callejeros. Existen áreas que se han vuelto múy

conocidas por su aglomeración de vendedores, tal es el caso de los sectores: La Matuna, Centro Amurallado, Sector Turístico y Getsemaní; que se han constituído en centro altamente concurridos no solo por la clase popular sino también inclusive por otras clases sociales.

Los sectores estudiados cobijan los siguientes lugares: Sector La Matuna: Avenida Venezuela, Avenida Daniel Lemai tre, Plazoleta de Telecom, Plazoleta de las EE.PP., Calle jón de los Patacones, separador de los cines Capital y la Matuna, Calle Araújo, Avenida Luis Carlos López, Calle Lotería de Bolívar y Calle Panamá.

Sector Centro Amurallado: Centro de la ciudad y San Diego. Del Centro se contabilizan todas las calles y de San Diego se contabiliza la Avenida alrededor de las Murrallas Plaza de San Diego, Calle de la Bomba, Plaza de las Bovedas y el Parque Fernández Madrid.

Sector Getsemaní: Alrededor del Parque del Centenario, Camellón de los Mártires, Calle de la Media Luna, Calle de la Sierpe, Avenida del Arsenal y Calle Larga.

Sector Turístico: Avenida San Martín, Sector de las Playas (del Laguito, Castillogrande y Bocagrande) y Avenida del Laguito.

TABLA N° 20
CLASIFICACION DE LOS VENDEDORES POR SECTORES

Sectores	Número de vendedores.	Porcentaje.
La Matuna	1.216	44.73%
Centro Amurallado	816	30.02%
Getsemaní	201	7.39%
Sector Turístico	485	17.84%
Total	2.718	100%

Fuente: Encuestas.

Según muestra la Tabla 20 el sector de la Matuna es el que mayor número de vendedores agrupa, situándose en él,el 44.73% de los vendedores sector estudiado. El sector Cen tro Amurallado es el segundo en importancia con un 30.02% del total de los vendedores; en este sector se presentan verdaderas congestiones de las calles debido al número de vendedores y a la estrechas que son las calles. Los sectores que menos vendedores agrupan son: el sector turístico y el sector Getsemani con un 17.84% y 7.39% respectiva mente; estos sectores presentan menos vendedores tal vez debido a que en el sector turístico se realiza generalmen te los fines de semana y son muy pocos los que permanecen constantes, en relación al sector Getsemaní el bajo número de vendedores se debe a la lejania de la mayoria de la ruta de buses y al mínimo tráfico peatonal por este sector esto se afirma con la afluencia de vendedores en los alrededores del Parque Centenario y en los teatros Cartagena, Calamarí, Bucanero y Colón.

2.2.5.2 Por actividad ó tipos de producto.

Según la Tabla 16 notamos que, la venta callejera en la ciudad de Cartagena se concentra básicamente en la venta de mercancías varias, lo cual cobija artículos como zapatos, prendas de vestir, fantasías, artículos para el aseo personal y de belleza. El 25.59% de los vendedores callejeros expenden mercancías varias siguiéndole en importancia la venta de frutas; la venta en chazas de cigarrillos y dulces; la venta de loterías y chances; la venta de jugos de naranja; cervezas y gaseosas, las fritangas, arepas y chuzos; la venta de refrescos varios y la venta de periódicos, revistas y libros.

La población estudiada refleja con bastante cercanía la composición del pequeño comercio respecto a los productos que distribuyen y a los servicios que prestan como se nota en la Tabla.

Clase de producto.	Número de vendedores.	Porcentaje
Mercancias varias	614	22.59%
Chazas	249	9.16%
Frutas	336	12.36%
Vituallas, condimentos y verduras.	83	3.05%
Carnes	41	1.5%
Bollos y queso	37	1.36%
Fritangas - Arepas y Chuzos	119	4.37%
Perros calientes	40	1.47%
Panes, rosquitas y similares	46	1.69%
Cócteles	35	1.28%
Jugos, cervezas y gaseosas	219	8.05%
Refrescos varios	109	4.01%
Artículos de ferretería y m <u>a</u> teriales eléctricos	16	0.58%
oterias y apuestas	222	8.16%
Casettes	12	0.4%
Gafas	39	1.43%
Revistas, periódicos y libros	109	4.01%
Cigarrillos	44	1.61%
Dulces criollos	47	1.72%
- loristería	26	0.95%
Zapateros	58	2.13%
Relojeros	52	1.91%
Fotógrafos	17	0.62%
Cerrajeros	4	0.14%

46	1.69%
	* *
16	0.58%
28	1.03%
54	1.98%
2.718)	100%
	28

Fuente: Encuestas.

Así como se habló anteriormente de los productos que aglomeran al mayor número de vendedores, existen productos que agrupan a un pequeño número de vendedores debido tal vez a una inversión considerable requerida para montar el negocio como la venta de artículos de ferretería y materiales eléctricos; y otros aunque requieren una inversión pequeña como los cerrajeros, laminadores no son muy atractivos para los vendedores por los bajos ingresos que generan.

2.2.5.3 Por tipo de productos y sectores.

Obedeciendo al sector donde esten localizados los vendedores observamos que varían el tipo de producto que se expenden.

Encontramos que en el sector turístico predomina la venta de jugos, cervezas, y gaseosas y a este grupo le sigue la venta de refrescos varios, lo cual es lógico si recordamos que en este sector estan incluidos las playas, de Bocagrande, Laguito y Castillogrande, debido al deseo de las personas de refrescarse. Además predomina la venta de frutas y la venta de mercancías varias como blusones, sali-

das de baño, collares, etc. estos últimos son muy atractivos para los turístas porque generalmente tienen diseños que identifican a Cartagena.

En los sectores de la Matuna y Centro Amurallado predominan las ventas de: mercancías varias, chazas, frutas y loterías y chances mientras que en el sector de Getsemaní predominan la venta de chazas y las fritangas, arepas y chuzos lo dicho anteriormente se confirma en la Tabla 21.

A

DISTRIBUCION DE LOS VENDEDORES SEGUN SECTOR Y TIPO DE PRODUCTOS. TABLA Nº 21

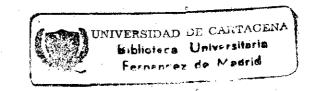
Sectores	LA MATUNA	CENTRO-	GETSEMANI	CTOR	TOTAL
Tipos de productos		AMURRALADO		⊃ ¦	
Mercancías varias	330	229	-	54	614
Chazas	132	86	26	2	249
Frutas	115	130	J.	9.8	336
Vituallas -verduras-condimentos	38	38	7		83
Carnes	28	13	1	1	41
Bollos y queso	25	12	1	•	37
Fritangas, arepas, chuzos	41		25	46	119
Perros calientes	7	6	4	20	40
Panes, rosquitas y similares	15	4	. 91	, <u></u>	4.6
Cócteles	18	. 1	4	13	35
Jugos, cervezas, gaseosas	34	31	13	141	219
Refrescos varios	33	16	15	45	109
Art. de ferretería y Mat. elect.	16	ľ	ı	1	1.6
Loterías y apuestas	117	78	24	က	222
Casettes.		←	. 1	ı	15
Gafas	17	9	2	14	39
Revistas, periódicos y libros	63	35	1.0	·	10:9
Cigarrillos		ÜĮ,	വ	28	44
Dulces criollos	7	19		10	47

Sectores Tipos de productos	LA MATUNA	CENTRO AMURALLADO	GETSEMANI	SECTOR TURISTICO	TOTAL
Floristería	18	9	2		. 56
Zapateros	50	4	4	:	58
Relojeros	31	21		ı	. 25
Fotógrafos	7	4	ŧ	9	17
Cerrajeros		2		ı	4
Emboladores	24	14	7	_	46
Laminadores	14	5	ı	1	16
Tintos y aromáticas	ω	13	7	ı	. 82
Otros	15	26	12	_	54
Total	1.216	816	201	485	2.718

Fuente: Encuestas.

0

۵



2.2.6 Reglamentaciones.

Según Decreto Número O5 Enero 7 de 1986 por el cual se reglamentan ventas estacionarias, y se organizan las ventas ambulantes

EL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA

en uso de sus facultades legales y en particular de las que le confieren los artículos 9 y 116 del Decreto 1355 de 1.970 (Código Nacional Polícia), y la Ordenanza 17 de 1.985,

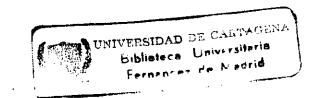
DECRETA:

Artículo l°. Se prohíben las ventas callejeras (estaciona

rias) en los siguientes sitios: Aceras, parques, calzadas del recinto amurallado (Centro y San Diego) calle peatonal entre Avianca y Supertienda Olimpica, Avenida Venezuela, desde la India Catalina hasta la Torre de Reloj Público, Avenida Escallón Miranda en todas su extensión, zona verde y área peatonal comprendida entre el Banco Cafetero y Banco Popular, barrios de Bocagrande. El Laguito, Castillogrande, incluyendo en éstos últimos las playas.

Parágrafo. Exceptúanse las ventas de revistas, periódicos y otras, siempre que estén amparadas con permisos expedidos por la Alcaldía.

Artículo 2°. La Alcaldía concederá permisos en sitios diferentes a los mencionados en el artículo l°



de éste Decreto cuando no medien circunstancias especiales o condiciones de orden público que los hagan inconvenientes.

Artículo 3°. Son Vendedores estacionarios aquellos que para ofrecer sus servicios o vender sus mercancías en chazas, vitrinas, kioscos o carro de tracción manual o mecánica, se ubican en sitios fijos previamente demarcados por Planeación Municipal y autorizados por la Alcaldía.

Artículo 4°. La forma y dimensiones para los puestos de vendedores estacionarios establecidos por la Secretaría de Planeación Municipal son:

1°. PARA VENTAS DE REVISTAS Y PERIODICOS

Largo : 0.87 mts.

Ancho : 0.40 mts.

Alto: 1.57 mts.

Forma : parrilla

2°. PARA VENTAS DE OSTRAS

Largo : 1.50 mts.

Ancho : 0.80 mts.

Alto: 2.20 mts.

Color: blanco

Forma : mesa con techo, cubierta en fórmica o baldosin,

las mesas de ostras dispondrán de rodachines que

permitan su traslado.

3°. PARA VENTAS DE FRUTAS

Largo : 1.50 mts.

Ancho: 0.80 mts.

Alto: 2.20 mts.

Color : blanco.

Forma : mesa con rodachines que permitan su traslado

4°. PARA VENTAS DE PERROS CALIENTES, CHUZOS, GUARAPOS Y REFRESCOS.

Largo : 1.10 mts.

Ancho : 0.60 mts.

Alto: 2.00 mts.

Color: blanco

Forma : carros con rodachines que faciliten su traslado

5°. PARA VENTAS DE MERCANCIAS VARIAS

Largo : 1.50 mts.

Ancho: 0.90 mts.

Color: blanco

Forma: mesa plegable, con rodachines que permitan su .

traslado

6°. PARA VENTAS DE CIGARRILLOS Y DULCES.

Largo : 0.90 mts.

Alto: 1.50 mts.

Ancho: 0.70 mts.

Forma : chaza

Color : blanco

Artículo 5°. Obligaciones de los Vendedores estacionarios:

- 1. Portar el permiso expedido por la Alcaldía
- 2. Cumplir con las expecificaciones establecidas en el a $\underline{\mathbf{r}}$ tículo anterior
- 3. Cumplir con las normas de sanidad y especialmente las relativas a la presentación personal y aseo del lugar.
- 4. Recoger la mercancía y elementos de trabajo al terminar la jornada laboral, la cual en ningún caso excederá a las 9:00 p.m.

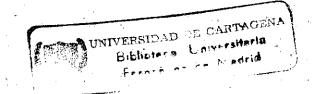
Artículo 6°. La infracción a lo dispuesto en los artículos anteriores, será sancionada con arresto de uno (1) a trenta (30) días, y sus pertenencias retiradas por la Policía y puesta a disposición de la autoridad correspondiente.

Artículo 7°. Los vehículos tales como: triciclos, carretas carros de balineras, de perros, de chuzos, o similares que se utilicen para la venta de comestibles, deben identificarse con una plaça o documento industrial expedido por la Alcaldía, previo visto bueno del Servicio Seccional de Salud Pública de Bolívar.

Parágrafo. Ningún expendedor podrá ejercer su actividad sin el correspondiente permiso que lo acredite como tal tampoco podrá ningún vehículo destinado al expendio de cualquier clase de mercancía o comestible transitar sin la correspondiente placa de identificación.

Artículo 8°. Son obligaciones de los vendedores a que se refiere al artículo anterior:

- Portar el permiso personal expedido por la Alcaldía, para tal efecto.
- 2. Portar y colocar la placa de identificación del vehíc \underline{u} lo en una parte visible del mismo.
- 3. Cumplir con las normas de sanidad especialmente las que hacen relación con la presentación personal y de los diferentes elementos de trabajo así como las atinentes a la conservación, preparación y expendio de comestibles.
- 4. Transitar y ejercer la actividad exclusivamente en los sitios permitidos en este Decreto.



Artículo 9°. La violación al artículo anterior dará lugar a la imposición de las siguientes medidas correctivas:

- El vendedor que ejerza la actividad sin permiso o con este caducado, fotocopiado, adulterado, o falsificado, icurrirá en arresto de uno (1) a treinta (30) días.
- 2. Los vendedores a que se refiere el artículo 9° de este Decreto que utilicen para la venta de comestibles, vehículos sin la placa reglamentaria o en condiciones que impidan su identificación, incurrirá en arresto de uno (1) a trenta (30) días, a la misma sanción se harán acreedores quienes violen lo dispuesto en los numerales 3 y 4 del artículo anterior.

Artículo 10°. Los vendedores ambulantes que para ejercer su actividad utilicen carretas de tipo huma no, animal o mecánico, que transporten para la venta comes tibles crudos, como yuca, plátanos, verduras, frutas (alimentos procesados), podrán transitar únicamente hasta la 1:00 de la tarde, con el correspondiente permiso de la Alcaldía.

Artículo 11°. Prohíbanse las ventas estacionarias de alimentos de mercado, tales como: tomate, plátano, verduras, carnes y en general los productos de mercado central, en los sitios enunciados en el artículo 1°
de este Decreto.

Parágrafo. Las ventas estacionarias de alimentos de cocción (mesas de fitos y similares) solo se per
mitirán en los sitios señalados por la Alcaldía previo el
lleno de los requisitos de higiene que señala el Servicio
Seccional de Salud Pública de Bolívar y lo indicado en el



artículo 13°, en concordancia con el artículo 2° de este Decreto.

Artículo 12°. Las transgreciones a las disposiciones relativas a ventas estacionarias que no aparezcan penadas en este Decreto, serán sancionadas con arresto de uno (1) a treinta (30) días.

Artículo 13°. Para obtener el permiso de vender estacion<u>a</u>
rio deberá presentarse ante esta Alcaldía
la correspondiente solicitud acompañada de los siguiente
documentos:

- 1. Cédula de cuidadanía
- Certificado judicial o de buena conducta, expedido por el Departamento Administrativo de Seguridad (DAS) de fecha reciente (máximo 30 días).
- 3. Certificado médico que demuestre su saludable conviven cia, expedido por el Servicio de Salud Pública, de fe cha reciente (máximo 30 días).
- 4. Hoja de vida con tres fotos
- 5. Recibo de pago de los impuestos correspondientes en la Tesorería Municipal.

Parágrafo. Con el lleno de los requisitos anteriores la Alcaldía expedirá el correspondiente carnet el cual tendrá una vigencia de un año.

Artículo 14°. Todo vendedor ambulante está en la obligación de solicitar y obtener el permiso de ri
gor, con vigencia de dos (2) años que lo autorice para
ejercer tal actividad, previo el lleno de los requisitos
establecidos en el parágrafo l° del artículo l° de la Or-

denanza 17 de 1985.

Artículo 15°. Sanciónase con arresto de uno (1) a treinta (30) días a los vendedores ambulantes que ejerzan su actividad sin el correspondiente permiso, o con éste caducado, falsificado, fotocopiado, o enmendado.

Artículo 16°. Corresponde a la Alcaldía, o a los Inspectores de Policía de la ciudad, conocer de las violaciones del presente Decreto observando el procedimiento señalado por los Decretos 1.355 de 1.970 y 522 de 1.971. (Código Nacional de Policía).

La Policia Nacional Seccional Bolivar dará el apoyo necesario para el estricto cumplimiento del presente Decreto.

Artículo 17°. Las reincidencias en la violación de los artículos contemplados en este Decreto acarreará, además de la sanción establecida para cada caso es pecial, el decomiso de los elementos y productos expedidos y la cancelación del permiso para ejercer las actividades, por un tiempo igual al máximo que se les ha otorgado y que por esta disposición se reglamenta.

Artículo 18°. Los permisos de fechas anteriores expedidos por la Alcaldía en los sitios prohibidos, quedan anulados y sin ninguna validez.

Artículo 19°. El presente Decreto deroga todas las disposiciones que sean contrarias especialmente las del Decreto 192 de abril 16 de 1985 dictado por esta Alcaldía. Artículo 20°. Este Decreto rige a partir de la fecha de su expedición.

Comuniquese y cúmplase, Dado en Cartagena, a los 7 días del mes de Enero de mil novecientos ochenta y seis.

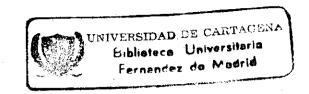
HANS GERDTS MARTINEZ. Alcalde Mayor de Cartagena de Indias.

FABIAN AUGUSTO DE LA ESPRIELLA. Secretario General.

MARGARITA LLAMAS DE LOPEZ. Secretaria Administrativa.

Ver Anexos 2 y 3.





3. IMPACTO DEL COMERCIO CALLEJERO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

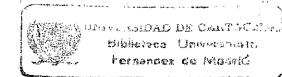
3.1 IMPACTO ECONOMICO.

(B)

El desempleo y la necesidad de sobrevivir así como el deseo de desarrollar uan actividad independeinte con poco capital y capacitación arroja a muchos individuos a las calles de Cartagena para ejercer la actividad de vendedores.

Tenemos así que es éste, un problema estructural de nuestra economía citadina a falta de una política acorde que tenga soluciones no sólo para las etapas normales del fun cionamiento económico, sino también por carecer de una política de empleo coyuntural en las etapas recesivas del crecimiento.

Durante los ciclos recesivos de la economía nacional y a falta de dinamismo en elgunos sectores productivos regionales o urbanos impulsan a personas anteriormente ocupadas en el sector de la construcción, servicios, y recolección de cosechas agrícolas a refugiarse en las ventas ambulantes y estacionarias, en gran parte como una ocupación transitoria en calidad de subempleados, ya que en realidad forman parte de la reserva de trabajadores e integran en el mercado laboral la oferta de mano de obra disponible para el comercio formal, la industria, el sector



servicios, etc. en los momentos de reactivación económica.

Por lo tanto frente a las bajas tasas relativas de absorción de empleo en la economía el comercio callejero brinda una alternativa ocupacional a personas económicamente activas, que en su defecto engrosarían la delincuencia o el desempleo en la ciudad de Cartagena.

La población económicamente activa, PEA, en la ciudad de Cartagena actualmente conforman el 26.33% de la población total de la ciudad. De ella, el 86% está ocupada y el 14% no lo está (Tabla 22).

TABLA N° 22
P.E.A.O. EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

Año	Población	P.E.A.	P.E.A.O.	No desempleados	%
1985	556.184	146.498	126.428	20.070	12.2
1986	579.210	152.564	131.166	21.398	15.2
1987	604.174	159.139	136.819	22.320	14.0

Fuente: Plan de Desarrollo Urbano del Municipio de Cartagena 1978. DANE.

Actualmente existen en la ciudad 2.718 vendedores callejeros. El número de personas ocupadas en este sector actúan como contrapeso, evitando una mayor presión en el incremento de la tasa de desempleo.

TABLA N° 23

PARTICIPACION DEL COMERCIO CALLEJERO EN LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA OCUPADA (P.E.A.O.) DE CARTAGENA.

P.E.A.	159.139
P.E.A.O.	136.819
N° de vendedores callejeros	2.718
Participación de los vendedores	: · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
callejeros en la P.E.A.O. de	
la ciudad.	2%

Fuente: Plan de Desarrollo Urbano del Municipio de Cartagena 1978 DANE.

La Tabla 23 refleja una participación del 2% de los comerciantes callejeros en el total de la P.E.A.O. lo cual es muy significativo si se tiene en cuenta el alto número de hogares cuyo jefe es un trabajador callejero que genera sus ingresos de éste sector de la economía.

Por otra parte en comercio callejero de la ciudad de Carta gena encontramos que se presenta una relación muy estrecha entre el negocio y el vendedor presentándose una clara identidad entre ellos, ya que de éste comercio devengan su sustento. Los vendedores ambulantes operan casi siempre en forma unipersonal; en muchos casos no disponen de ningún instrumento de trabajo distinto a sus propias manos, por su parte los estacionarios le dan cabida al ayudante familiar, aunque en forma fraccionaria, precisamente en este aspecto reside una de las características del comercio callejero: El empleo de fuerza de trabajo familiar y por



ende la ausencia de trabajo asalariado.

Las ventas callejeras tiene su impacto económico ya que son funcionales a la economia. Esta funcionalidad consiste en la contribución que brindan a la reproducción del capital y de la fuerza de trabajo.

En cuanto a la fuerza de trabajo las ventas callejeras ti \underline{e} nen su efecto de la siguiente manera:

Todas las ventas participan en la reproducción de la fuerza de trabajo que se ocupa en ellas. En este sentido, es claro que ellas generan ingresos salariales superiores o marcadamente análogos a estos, con los cuales los vendedo res pueden adquirir bienes y servicios que se ofrecen en el mercado y que garantiza así, o constituye a garantizar su reproducción como fuerza de trabajo.

En cuanto al capital, los vendedores callejeros pueden transferir en mayor o menor grado sus excedentes a otras empresas, mayores o menores, y, en consecuencia reforzar el proceso de acumulación de las mismas.

Además por ser las ventas callejeras, unidades de comercia lización ellas contribuyen a la distribución de bienes que producen unidades productoras nacionales, generándose un ingreso por la ganancia obtenida por la comercialización de éstos productos.

La funcionalidad además, se expresa en el proceso mercanet til ya que las ventas callejeras acuden al mercado a vender sus bienes o sus servicios como cualquier unidad tipica de una economía de mercado.

La acumulación es principio y fin de cualquier actividad conómica que se realice; en este sentido constituye el mejor criterio para juzgar acerca de la contribución de las ventas callejeras a la economía.

La acumulación se refiere a la capacidad demostrada por las ventas callejeras de reinvertir los excedentes generados en su proceso comercial, en una escala tal, que per mita la reposición, y en ciertos casos la ampliación de la capacidad mercantil existente.

3.1.1 En la distribución del ingreso disponible.

Debido a la naturaleza del comportamiento del mercado al que tienen acceso los vendedores callejeros, los ingresos de estos trabajadores están sujetos a muchas variaciones, como estos trabajadores no tienen acceso a instituciones formales que reduzcan el riesgo, el riesgo objetivo para esta población es realmente alto. Especialmente en los níveles de ingresos bajos del sector callejero, donde los ingresos pueden no ser suficientes para satisfacer las ne cesidades básicas, se hace más notorio el grado de aversión al riesgo ante la posibilidad de caer a una situación por debajo de cierto nivel mínimo de ingreso.

En este sentido, los diferenciales de salarios son vistos como la polaridad entre el sector moderno capitalista y el sector callejero informal desempeñando el papel global de ejercito de reserva y depresor de los salarios, indefinidamente para aquellos estratos desprotegidos de la fuerza de trabajo.

Las actividades callejeras en el contexto de las relaciones sociales son los procesos de trabajo en los que la forma salarial es inexistente ya sea porque la modalidad del trabajo no es directamente capitalista o también porque el trabajo se dá en condiciones del trabajador directamente.

Desde la perspectiva de la oferta laboral si las activida des callejeras no son simplemente una alternativa al desempleo también esto obedece al modelo de los bajos salarios que explica la persistencia de procesos de trabajo que pueden generarle ingreso competitivo o similares al trabajador, con el sector moderno de la economía en dos sentidos.

Como trabajador principal en el hogar (sea el jefe del hogar o no; en todo caso miembro generador de los ingresos más importantes) la participación en las actividades callejeras le significa al vendedor ingresos nominales similares o superiores a los obtenidos en el sector moderno como asalariado (obrero o empleado). Si reune ciertas con diciones de manejo del mercado, habilidades o experiencia en la ocupación, estos ingresos pueden ser más altos.

Como trabajador secundario (otros miembros del hogar que pueden participar en el mercado laboral para la obtención de ingresos complementarios al ingreso principal, destina do a su manutención y/o al apoyo de los gastos comunes al hogar), al participar en actividades callejeras parcial o completamente, según sus condiciones de edad, sexo, y po sición en el hogar. En este caso los ingresos percibidos por este grupo pueden ser regularmente inferiores a los ingresos obtenidos por el primer grupo debido a las caracte-

()

rísticas socio-demográficas y eduactivas de los componentes del hogar que participan en el mercadl laboral, y ade más por el carácter complementario de estos ingresos. La productividad del trabajo en este grupo es, necesariamente inferior a la del primero por factores de edad, dedica ción e intensidad del trabajo; es así como en los sectores analizados encontramos vendedores entre los quince y decinueve años que laboran en estas ventas callejeras como forma de ayudar en los gastos del hogar de sus padres y que a la vez están estudiando.

El comercio callejero, entonces, es una alternativa de empleo para la oferta en una doble perspectiva: como empleo cuyas remuneraciones son similares o superiores relativamente a los empleos del sector moderno, especialmente para aquellas actividades en los que los ingresos se mueven alrededor o por encima del salario mínimo, aunque también para actividades de gran experiencia. En la muestra analizada notamos que hay vendedores devengan salarios muy altos por ejemplo los de mercancías varias (ropa, za patos, bolsos, etc.), los de revistas y periódicos y así, otras ventas cellejeras que significan ingresos superiores al mismo legal a las personas que viven de ellas.

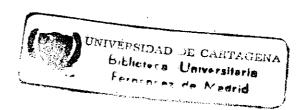
Sin embargo, hay diversos factores que determinan el salario o al remuneración del trabajo en el sector callejero, en primer lugar habría que señalar la amplia heterogeneidad del sector. Así, un alto componente se encuentra conformado por pequeñas unidades que representan la asignación de pequeño capitales (capital-dinero). La remunera ción del trabajo esta dependiendo del poder del mercado de la unidad comercializadora, del volúmen de demanda del mercado y de los costos de los bienes y servicios. Dados

estos fectores, la remuneración del trabajo podría resultar mayor, menor o igual que su costo de oportunidad. Si es mayor, inducirá la entrada de nuevos "pequeños" capitales, si es menor habrá salida; aquí entonces se piensa en este sector como una alternativa en algunos casos de ocupación semejantes a las del sector capitalista.

Es decir, no es simplemente que la fuerza de trabajo decida por estas ocupaciones porque no encontró empleo alter nativo, sino que también busca aquellas alternativas en las que puede encontrar un mayor precio de oferta. Es claro, que el "costo de oportunidad" de la fuerza de trabajo depende de sus características (educación, edad, ha bilidades, etc.). En este sentido, la fuerza de trabajo con mínimos niveles educativos y muy bajas o muy altas edades tienen un costo de oportunidad muy reducido en el mercado. Para este tipo de población, están entonces reservadas aquellas actividades productivas que precisamente son rentables en la economía gracias a la baratura de la mano de obra.

El efecto sobre el mercado laboral, entonces es el de su segmentación en la medida que produce una especialización y diferenciación entre empleos marginales sub-remunerados y empleos con remuneraciones por encima del mínimo legal.

En nuestro estudio observamos la diferenciación que existe entre dos segmentos del comercio callejero de la ciudad en relación a los patrones de supervivencia familiar: aquellos casos en que las personas sostienen principalmente su hogar y aquellos en que los individuos son colaboradores en el sostenimiento del hogar, por ejemplo por cierto tipo de venta callejera con 6 ó 7 años de activi-



dad y siendo dueños del negocio no se presentarían ingresos de sobrevivencia. Sin embargo, ciertas actividades ocasionales, marginales, también de cuenta propia, si esta rían más relacionadas a labores de sobreviviencia. (Por ejemplo tintos, laminadores, etc.) Por lo tanto, los ingresos de los trabajadores del sector callejero deben entenderse como ingresos integrales. Su nivel, en general no es inferior a los ingresos de subsistencia del sector formal. El salario, en términos genéricos no es determibado por el sector callejero, sino por la canasta de subsistencia familiar.

Otro punto importante que hay que resaltar es el que se $r\underline{e}$ fiere a la tendencia a la homogenización de los patrones de vida en términos de costo, canasta familiar, pautas de vida, etc., los vendedores callejeros no parecen tener unas condiciones reproductivas muy diferentes a las del sector formal.

Con todo, podemos decir que si para la gran mayoría de los vendedores callejeros de los sectores analizados no cabe hablar de subempleo y marginalidad, sigue siendo cier to, con todo, que es perceptible la existencia de un subconjunto, secundario, cuyos niveles de remuneración son netamente insuficientes y para el cual es posible sostener que su existencia y crecimiento obedece más bien a un hecho de oferta. (De exceso de oferta en el mercado la boral).

3.1.2 En el costo de vida.

Las ventas callejeras obedecen a una demanda insatisfecha,

de la población que buscan bienes o servicios a menores precios que los ofrecidos por el comercio formal cartagenero.

El comercio callejero se encuentra en posibilidad de ofre cer, si los niveles de competencia así se los imponen, los productos expedidos a precios favorables para el consumidor, como su cálculo económico se rige por la canasta familiar de subsistencia, puede comprimir, más fácilmente que el comercio formal los precios.

En general, se aprecia que los vendedores callejeros son un factor equilibrado, que contrarrestan en parte la espe culación y la tendencia alcista de los precios de las mer cancías y servicios demandados en la ciudad, fenómeno que es más observable en determinadas temporadas, (navidades, semana santa, día de la madre, etc.). Así, encontramos que los vendedores ambulantes y estacionarios de verduras vituallas, frutas y demás abaratan los precios de los ali mentos crudos. Las ventas de fritos, mariscos, perros ca lientes, chuzos, abaratan los precios de los alimentos pre parados, las ventas de jugos de naranja ofrecen precios más bajos que los jugos ofrecidos a altos precios en restaurantes y refresquerías. Las ventas de zapatos, bolsos, y artículos de vestir, fantasías y artículos varios, ofre cen precios más bajos que los ofrecidos por los grandes al macenes de ropa, calzado y variedades.

Los precios de las mercancías y servicios ofrecidos por los comerciantes callejeros son fijados teniendo en cuenta los criterios de considerar un porcentaje sobre el precio de compra y el de un margen absoluto en pesos por producto; mientras que los precios del comercio formal no son tenidos en cuenta para fijar sus precios.

Por otra parte, siendo la población excedente quien realiza esta actividad los precios al consumidor se recargan de porcentajes inferiores a los establecidos por el comercio formal lo que repercute en el precio final de los bienes, a pesar de la vinculación de estos trabajadores a las cadenas de intermediación.

Con base en las encuestas observamos en la Tabla 24 los porcentajes impuestos por los vendedores callejeros a los productos que venden, generando así una ganancia.

TABLA N° 24.

TASA DE RECARGO IMPUESTAS POR LOS VENDEDORES CALLEJEROS A SUS PRODUCTOS.

Tasa	N° de vendedores	Porcentaje
Menos del 10%	5	2.1%
Del 10% al 20%	89	36.1%
Del 21% al 30%	106	43.1%
Del 31% al 40%	18	7.3%
Del 41% al 50%	18	7.3
Más del 50%	10	4.1%
Total	246	100%

Fuente: Encuestas.

0

0

El porcentaje más usual de recargo a los productos es del 25%. Sin embargo el ll.4% de los vendedores callejeros i<u>m</u>

pone tasas superiores al 40%. El incremento del 10% al 20% es más usual en los bines alimenticios, mientras la ropa y el calzado se recargan comunmente con tasas del 20% al 30% y muchas veces hasta más del 50%. En general, los vendedores de bienes comestibles no obtienen incremen tos mayores al 30%, debido sobre todo a los controles que las autoridades locales ejercen sobre los precios de los alimentos expedidos por el comercio formal y por lo tanto los precios de los comestibles expedidos por el comercio callejero no pueden estar por encima de este límite. (Ver Tabla 24).

A modo de comparación pudimos establecer que la tasa más común de recargo en negocios formales es del 40%. Esto implica que la gran mayoría de los vendedores callejeros funcionan con tasas de recargo menores al comercio formal, pero enfrentan también costos fijos menos significativos. Entre estos se relevan los de luz, agua, uso del espacio, a más de los remuneraciones. Todos estos aspectos favore cen los precios más bajos ofrecidos por los comerciantes callejeros.

0

0

No obstante, cabe resaltar que las diferencias de precios entre productos similares expedidos por el comercio call<u>e</u> jero y el comercio formal, frente a la disposición de los consumidores por adquirirlos en un tipo de comercio dado, está determinada principalmente por los beneficios o costos adicionales en que incurran al efectuar la compra.

Es así como el comercio callejero pasa a tener precios $m\underline{e}$ nores, pero representa para los consumidores que acuden a los sitios donde están ubicadas las ventas callejeras diferentes condiciones de comodidad, seguridad, aseo y cali-

dad; mientras, se puede concluir por lo tanto que la diferencia de precios para productos similares, tiene su justificación en cuanto a la demanda se refiere, al considerar que el precio que pagan los consumidores constituye solo un componente del costo total que representa efectuar la compra.

3.1.3 En la demanda final.

0

0

El comercio callejero existe porque dispone de demandantes, pero debemos tener en cuenta que existe una diferenciación en la demanda dirigida a las ventas callejeras.

Esta diferenciación surge del desdoblamiento previo del peatón entre transeúntes (o comprador pasivo) y peatón cliente (o comprador activo). El primero cuya única razón para su estadía en las calles es la del desplazamiento, es buscado por el vendedor ambulante o se deja seducir de pasada, por las mercancías que el vendedor estacionario exhibe en su trayecto. El segundo se encuentra en la calle para comprar y buscar al vendedor estacionario.

Demanda pasiva VS Demanda activa: De ahí se deriban tres distincionas que conciernen a las mercancias distribuidas, al origen social del comprador y al vendedor mismo.

- Diferenciación de las mercancias: Entre productos de consumo inmediato comestibles, bebidas, cigarrillos, dulces y servicios, de un lado, que son objeto de una demanda pasiva, y víveres y manufacturas del otro que son objeto de una demanda activa.

- Diferenciación social de los demandantes: Entre compradores de clases netamente populares (que se abastecen en viveres y manufacturas de los vendedores de la calle) y compradores de origen social variado (transeúntes de to das las clases que se detienen para pagar por productos de consumo o servicios).
- Diferenciación de los vendedores: Entre quienes tienden al polo ambulante y se dispersan por las calles de más flujo de paseantes y quienes tienden al polo estacionario y se concentran en determinados sectores para atender a sus clientes.

Las calles de nuestra ciudad ven pues surgir en ellas dos tipos de ventas callejeras: la distribución de víveres y manufacturas con destino a las clases más populares, que se agolpan en zonas que funcionan objetivamente como gran des centros minoritas al descubierto - como es el caso de las ventas callejeras localizadas en la plazoleta Telecom y las ventas de víveres en el sector de Confenalco (centro) - y la distribución y venta de productos de consumo inmediato y de servicios que se ofrecen por doquier, en calles que son lugar de paso privilegiado de transeúntes vía hogartrabajo-hogar o vía compras en almacenes céntricos - como por ejemplo las avenidas Daniel Lemaitre, Venezuela, Calle de la Moneda y otras.

0

0

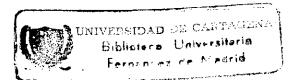
Las primeras suponen una necesidad social imperiosa - la del abastecimiento de las familias populares a bajos precios que explica - en ausencia de mejores alternativas su surgimiento y expansión, y que atrae gracias al estímulo de remuneraciones aceptables el número de personas necesarias a su prestación. Los segundos no presuponen una

demanda sino más bien la crean con su oferta; a fuerza de ofrecer sus mercancías y servicios los vendedores - empuja dos en muchas ocasiones por el desempleo - terminan por convencer, en este caso, a los transeúntes de la oportunidad y facilidad de procurárselos a su paso.

El comercio callejero en la ciudad de Cartagena en los sectores analizados atiende una demanda de mercancías contribuyendo a efectuar su venta; así notamos que la presencia de los vendedores dependerá directamente de la existencia y de las fluctuaciones de esa demanda en sitios públicos con elevada concurrencia y concentración de consumidores finales.

Debido al hecho de ser el comercio callejero un eslabón adicional a la cadena de distribución de los productos, con tribuye por lo tanto de manera significativa al proceso de circulación y ventas de las mercancías que se eleboran en el sector formal de la economía y en el mismo sector informal. Con mucha frecuencia es por medio de las ventas ambulantes y estacionarias la manera como el comercio formal remata los saldos y salen de las mercancías dadas de bajo o defectuosas. En estos casos se dá una alimenta ción de mercancías por parte de los grandes almacenes o distribuidores mayoristas a las ventas callejeras.

De los grupos de ventas clasificados la gran mayoría se de dican a la venta de productos nacionales (ropa, zapatos, a limentos crudos, fantasías) y solo unos cuantos grupos expenden productos extranjeros (juguetes, dulces, cigarrillos artículos de belleza, etc.). Las ventas callejeras contribuyen así como un mecanismo de distribución minorista



a la realización de mercancías producidas en el país por el sector formal o informal de la economía.

3.2 IMPACTO SOCIAL.

0

El crecimiento poblacional que ha tenido Cartagena en los últimos años se refleja en el incremento de las actividades informales.

En los últimos años la migración rural ha hecho que la población urbana se quintuplique y que necesariamente la ciu dad se reorganice. Han ido, así apareciendo nuevas actividades que poco a poco vienen reemplazando a las tradicio nales, viviendas modernas apiñadas en torno a la ciudad, ejercitos de vendedores ambulantes y estacionarios vendien do en las calles; pero al mismo tiempo la ciudad ha indivi dualizado a sus habitantes. Ha comenzado a predominar el esfuerzo personal sobre el colectivo. Han surgido nuevos empresarios que, a diferencia de los tradicionales son de origen popular. Ha aumentado la movilidad vertical de las personas. Se ha alterado los patrones de consumo y los gustos selectos y suntuarios de la vieja sociedad urbana han sido desplazados por otros más extendidos. teria de espectáculos, por ejemplo, han ido cimentándose espectáculos populares como el cine, el futbol, los festi vales floclóricos, y, finalmente la televisión. Todo ello constituye una nueva identidad cultural que reclama verse retratada socialmente; el triunfo de determinadas formas de comunicación, programas radiales o telenovelas, que se refieren o reflejan partes definidas de ésta nueva identidad, ejemplifican claramente el cambio producido.

Paralelamente las personas han comenzado a invertir más en

su preparación. Se ha incrementado notablemente la participación popular en la educación secundaria y superior, y, han proliferado todo género de academias o institutos que brindan formación barata y práctica en las más diversas ma terias.

Han surgido al mismo tiempo nuevas organizaciones que intentan recomponer o establecer a otro nível algunos de los valores y afectos que se estaban perdiendo. En la ciudad la "familia ampliada" ha venido a convertirse en una red de relaciones comerciales independientes: actividades eco nómicas desarrolladas entre padres, hijos, primos, tíos, son ahora cosa corriente.

Todos estos cambios empezaron cuando la gente que vivia en comunidades autosuficientes en el agro comenzó a trasla darse hacia las ciudades, alterando por completo las tendencias históricas que la habían mantenido en el campo. Se invirtió el histórico predominio rural de la población en favor de los centros poblados, se han modificado sustan cialmente las condiciones del habitat de los Cartageneros y se ha pasado de una civilización agrícola a una civilización urbana. Esta urbanización coincidió con el rápido . incremento de la población en todo el país. Hasta ese momento, el crecimiento demográfico había sido más bien len-En término generales, el proceso de urbanización colombiano se desencadenó con las grandes migraciones del campo a la ciudad.

0

0

Sin embargo el aporte de las migraciones al crecimiento de la ciudad es superior al número de los migrantes mismos, porque sus mujeres tienen una fecundidad mayor que las nativas (urbanas) y sus hijos tienen en la ciudad una tasa de mortalidad menor que en el campo. Esto demuestra pues que la migración es un factor imprescindible para explicar los cambios ocurridos. No obstante, resta explicar por que ocurrieron esas migraciones. Como en la mayor parte de fenómenos sociales, existen muchas causas concurrentes.

La más visible es la construcción de carreteras. Desde ha ce muchos años empezó en el país un proceso de reordenamiento total que entre otras involucró la tarea de interco nectarlo por carretera paralelo a la construcción de ferro carriles y al cabotaje que habían sido los modelos tradicionales. La carretera se convirtió así en la base material indispensable para que la migración masiva tomara lu gar, y despertó además un creciente anhelo de los campesinos por la ciudad.

El posterior desarrollo de otros medios de comunicación ha sido un aliciente adicional para el incremento de las migraciones. Al dar a conocer a miles de kilómetros de distancia las posibilidades, características y comodidades de la vida urbana, la radio, es especial suscitó reacciones entusiastas de todo género, sobre todo en lo que se refiere a las expectativas de lograr un consumo y un ingreso más elevado. Era como ofrecer la civilización a todo el que tuviera la enterza de tomarla.

De otra parte la crisis agrícola también fué un factor $i\underline{m}$ portante de expulsión de migrantes. A las tradicionales dificultades en el acceso a la propiedad agrícola se vino a sumar en los 50 años el início de lo que sería un largo, continuo e inestable proceso de reforma agraria, que

entre otras consecuencias, las agudizó. Muchas personas que no encontraban la posibilidad de tener propiedad o tra bajar en el campo prefirieron migrar hacia las urbes para tratar de conseguir la propiedad que les era negada y satisfacer de este modo, algunas de sus aspiraciones mate-Sin embargo, al llegar a la ciudad los migrantes encuentran un mundo muy diferente del que piensan. Por añadidura, cada persona que migra a la ciudad es de alguna manera, un competidor potencial de quien ya la habita. Ello no obstante el mayor problema que encuentran los migrantes en el relativo a la institucionalidad legal vigen-Al crecer el número de migrantes, el sistema no puede continuar dentro de los parámetros establecidos. gados estos a la ciudad se percatan de que no les es posi ble incorporarse a las actividades sociales y económicas legalmente establecidas y les es sumamente difícil acceder formalmente a la vivienda, la eduación, y, sobre todo a la empresa y al trabajo.

Es de esta manera, que para subsistir los migrantes se con vierten en informales. Para vivir, comerciar y hasta consumir los nuevos habitantes de la ciudad tienen que recurrir al expediente de hacerlo ilegalmente. Pero no a través de una ilegalidad con fines antisociales como en el caso del narcotráfico, el robo o el secuestro, sino utilizando medios ilegales para satisfacer objetivos esencialmente legales, como comerciar, prestar un servicio, etc.

En tal manera podemos decir que las ventas callejeras se producen cuando el derecho impone reglas que exceden el mar co normativo socialmente aceptado, no ampara las expectat<u>i</u> vas, elecciones y preferencias de quien no puede cumplir tales reglas y el estado no tiene la capacidad cohercitiva suficiente.

En el caso del comercio callejero en la ciudad de Cartagena, las personas invaden la vía pública cuyo uso es de todos, para realizar sobre ella actos de disposición y utili
zarla para su operación comercial sin tener licencias, dar
facturas, no otorgar garantías. Al invadir las calles,
el vendedor por lo general actúa individualmente, además
no lo hace en un sólo momento, sino de a pocos, como tratando de confirmar sus propios cálculos.

Cuando el vendedor callejero ocupa una ubicación permanente, inevitablemente se rodea de otros vendedores, con su consiguiente incidencia en el aspecto de las calles de la ciudad. Si el sitio es nuevo, del exito que tenga el vendedor original dependerá que otros lo imiten instalándose a su alrededor o en las cercanías. En caso contrario si el sitio esta ya ocupado por otros, su incorporación vendrá a consolidar la de los demás. Invariablemente los vendedores callejeros se ubican en aquellas calles o avenidas que quedan próximas a los estacionamientos o paradas de los buses ya que saben que estas presentan un mayor tráfico peatonal y por consiguiente mayores ventas.

0

0

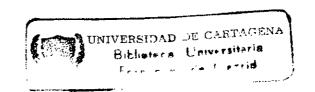
Al observar el comportamiento de los vendedores callejeros ubicados en lugares fijos en la vía pública, en los sectores analizados, notamos que existe una normatividad extra legal que se encarga de ordenar y regular las actividades callejeras. Esto nos permite reconocer que hay una relación particular entre el vendedor callejero y el sitio que ocupa, toda vez que siempre es el mismo, y, puede eje cutar sobre él una serie de atributos. Sin embargo, esa

relación no implica un derecho equivalente en el ordenamiento legal, porque recae sobre un pedazo de la calle que es de uso público. Su importancia reside en que, desde el punto de vista del vendedor, permité el aprovechamiento económico de las vías públicas que, en circunstancias no<u>r</u> males sólo servirían para el tránsito, ornato y seguridad de la población. Sin embargo, el derecho de dominio que ejercen los vendedores sobre el pedazo de calle en que es tan ubicados no es perfecto, debido a su carácter eminentemente transitorio y a su extralegalidad. En consecuencia, siempre pende sobre los vendedores la amenaza de desa lojo, especialmente cuando hay problemas de congestación de tráfico o presiones crecientes de los comerciantes for-En términos prácticos esto imposibilita una inversión a largo plazo y mejoras en los lugares de ventas.

La imperfección del derecho especial de dominio sobre los puestos de venta también se refleja en la manera en que los vendedores callejeros pueden usar exclusivamente y ena jenar sus puestos en la vía pública, el uso exclusivo del puesto está en función de un largo proceso en el que la repetida ubicación en el mismo sitio determina que ella de venqa en permanente. De la misma manera, a medida que los vendedores callejeros se multiplican, el uso exclusivo se refuerza, debido a que los lazos de vecindad e identidad entre ellos empiezan a garantizarlo efectivamente. cualquier caso, el uso exclusivo hay que ganarlo permaneciendo en el lugar. En lo que se refiere a la enajenabili dad de los puestos, este segundo atributo está también li mitado por la imperfección de los derechos especiales de La calle, en sentido estricto, le pertenece a la comunidad que nunca la va a ceder de manera que para ocupar un puesto es indispensable que el interesado obtenga

0





el reconocimiento de los demás vendedores que ocupan el l \underline{u} gar.

Todas estas acciones constituyen la normatividad extralegal que les permite a los vendedores callejeros suplir la falta de derechos de propiedad legalmente reconocido. Sin embargo, también es claro que esa normatividad que se contrapone abiertamente al derecho formal, no es suficiente para darle a la actividad toda la seguridad que necesi-De ahí que los vendedores callejeros traten de conseguir alguna forma de reconocimiento adicional de las autoridades que garantice sus derechos especiales de dominio; es por esto, que buscando formas de organización para luchar, fuente de trabajo, defenderse del excesivo control policivo y para tener una via de dialogo en las posibles soluciones que se discutan o intenten ejecutarse por parte de las autoridades administrativas de la ciudad han constituido varios organismos asociativos de carácter reivindicatorios entre los que tenemos:

- Sindicato de vendedores ambulantes y estacionarios de Cartagena: con 200 asociados.
- Sindicato de voceadores de prensa de Bolívar: con 42 as \underline{o} ciados.
- Asociación de vendedores de artículos para el turismo.
- Sindicato de vendedores de prensa y revistas de Cartagena.
- Sindicato de loteros de Cartagena.

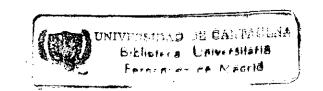
O

- Sindicato de loteros del Departamento de Bolívar.
- Sindicato de vendedores de loterías y rifas permitidas de Cartagena.

A pesar de la existencia de 7 asociaciones el nivel de or ganización está poco desarrollado; casi siempre en los momentos de mayor control policivo es cuando tiende a reactivarse la participación sindical y cobra mayor fuerza el papel de la asociaciones en la defensa de los intereses de sus integrantes.

De otra parte, se puede comprobar que el criterio de la relativa "clandestinidad" en que operan las ventas callejeras en la ciudad de Cartagena que le permite, través de evitar el pago de impuestos, de prestaciones, la compe tencia con el sector formal del comercio es válido solo de cierta manera. La competencia entre estos dos sectores es posible en el sentido de que la falta de control y permisividad en el pago de las obligaciones con el esta do y con sus empleados, permite a los vendedores callejeros tener costos menores y vender más barato, lo que origina una competencia desigual con el comercio formal de la ciudad y descontento por parte de éste con la administración local por la manera de tratar este problema. observan relaciones de competencia en las cuales ambos sectores expenden mercancias iguales o sustitutas y las características de expendio no han conducido a una segme<u>n</u> tación del mercado. Pero asimismo observamos que existen relaciones de complementación entre las ventas callejeras y el sector formal industrial, en aquellos casos en que las ventas callejeras distribuyen los productos elaborados por microempresas artesanales. En este caso, la situación de supervivencia de los artesanos fabriles dependen en muy buen grado de la aceptación de sus productos y volúmenes de ventas en el comercio callejero.

0



En relación con la jornada laboral observamos que es propio del comercio callejero extender la jornada de trabajo por encima de las 48 horas semanales. El tiempo de trabajo se alarga, no sólo diariamente, sino también con el trabajo realizado durante los fines de semana con el consiguiente desgaste físico de los trabajdores y poco tiempo disponible para actividades recreativas y culturales.

En el aspecto de la seguridad social también existe una diferencia radical entre los vendedores de los sectores analizados y los comerciantes formales. Como es sabido, es obligación para las unidades modernas afiliar a sus trabajadores al Instituto de los Seguros Sociales u otro tipo de organismo similar, pero dentro del sector callejero se carece de esta posibilidad y estas personas no tienen ningún respaldo ni ninguna garantía contra una enfermedad o calamidad familiar. De esta forma los ingresos de los comerciantes callejeros deben reservar una parte con miras a orientarla en esta dirección.

0

En cuanto a las relaciones intersectoriales estas no se desenvuelven exclusivamente por la vía del mercado de los consumidores, fuerza laboral etc., sino también a la forma relativa como se llevan a cabo las ventas. Una conexión muy importante entre el comercio callejero y el comercio formal es el de ubicación de las ventas callejeras, ya que estas se ubican en las cercanías de los grandes almacenes.

El impedir el tráfico peatonal y vehicular, obstaculizar la visión sobre las vitrinas y dificultar el acceso a los almacenes son problemas causados por el comercio callejero. Se han presentado discusiones por estos aspectos hasta el punto de llegarse a las vías de hecho: desalojo de vendedores, retención de sus medios de trabajo y mercancías, cancelación de permisos, congelación en la expedición de licencias de funcionamiento, etc. no se trata pues en esta situación de la disputa del mercado de consumidores sino del mantenimiento de las mejores condiciones del lugar de venta o de la lucha para obtener espacios de localización.

El comercio de lujo de los grandes almacenes ha visto afectarse su situación económica por la competencia en las ventas, y sus propietarios no ven otra alternativa que "recuperar" las calles impidiendo la extensión de los negocios callejeros.

Las desventajas sociales del comercio callejero residen entonces en sus condiciones laborales, jornadas excesivas cortas o largas, inestabilidad ausencia de seguridad social y asaltos riesgos ocupacionales; pero a pesar de estas condiciones el comercio callejero en la ciudad de Car tagena en los sectores analizados cumple un papel social ya que sus integrantes se proveen, al menos a si mismos, de ocupación contribuyendo con ello a apaciguar un proble ma que en otras condiciones sería explosivo y a amortiguar un poco las tensiones sociales.

4. PROBLEMAS POR LOS QUE ATRAVIESAN LOS VENDEDORES CALLEJEROS.

4.1 EXCESIVO CONTROL POLICIVO.

0

0

Alrededor del mundo del vendedor callejero funciona un si \underline{s} tema consolidado de multas y persecuciones.

Varias son las razones y justificaciones expresadas por las autoridades municipales para el mantenimiento del or den de las ventas callejeras. En el caso del Municipio de Cartagena se alega sobre todo la ocupación de la vía pública, recorriendo los lúgares ocupados por los vendedo res se es testigo de las escenas de persecución en la que los vendedores recogen apresuradamente su mercancia, y se echan a correr por las calles afanados en esconder su mer cancía para no perderla. En las redadas protagonizadas por los vendedores y la policía municipal caen aquellos vendedores más lentos, más distraidos o aquellos que poseen una infraestructura del puesto de trabajo que les impide escapar. En otros casos, el problema se soluciona con propinas o entregas de productos. Esta situación con Ileva a una inseguridad en el ejercicio de este trabajo que puede terminar en la pérdida total del capital inver tido en el negocio, además de multas y días de prisión.

Pero también es cierto que son las autoridades municipales las encargadas de hacer cumplir las leyes y velar por la conservación del orden público, garantizandole a los ci \underline{u} dadanos el derecho de libre locomoción por las vías públicas, por el acceso a establecimientos comerciales sin pel \underline{i} gros ni incomodidades.

Las autoridades policivas son los encargados de revisar y hacer que los vendedores cumplan con las reglamentaciones como: portan el permiso, situarse en los lugares estipulados por los permisos, cumplir con las normas de sanidad y aseo del lugar, recoger la mercancía y elementos de trabajo al terminar la jornada laboral, lo cual en ningún caso excederá a las 9 p.m.

Si los vendedores no cumplen con lo anterior la sanción será impuesta por la policía y corresponderá a:

- Arresto de uno (1) a treinta (30) días
- Retiro de las pertenencias del vendedor por la policía y puesta a disposición de la autoridad correspondiente.

Lo anterior también ocurrirá con las personas que portan carnet falsificados o fotocopiado.

Pero las modalidades de control y punición tal como son implantadas han conseguido a instaurar un sistema de corrupción, con los encargados directos de los apresamientos, dando además pié a ciertos abusos en cuanto al dine ro demandado ó al retiro de productos comercializados. Desgraciadamente, a la par de este sistema no existen otras políticas destinadas a elevar el sistema de capacitación de los vendedores en aspectos como aseo, presentación, etc.; ni tampoco rigen - con la misma dimensión

- controles de precios en eslabones anteriores de cadena de intermediación.

Al preguntarle a los vendedores si habían tenido o nó, problemas con las autoridades policivas se obtuvo el siguiente resultado.

Si	ha	tenido	problemas	67%
No	han	tenido	problemas	33%

Teniendo en cuenta los resultados se pueden apreciar que un gran porcentaje de los vendedores "reconocieron" haber tenido problemas con la policía, y cuando le preguntamos las razones respondieron lo siguiente:

Falta	de Ducumentación	75%
Mala	ubicación	25%

El principal motivo fué el de la carnetización, esta no es decisiva para el ejercicio de este trabajo, porque solo cuando existen órdenes de batida, se presentan las persecuciones y las represiones contra los vendedores callejeros, mientras no se presentan las órdenes los vendedores pueden expender sus productos.

El porcentaje de vendedores que respondió no haber tenido problemas con las autoridades, reconocemos que es grande comparado con la realidad, ya que ellos responden que no han tenido problemas con las autoridades porque no han es tado presos, pero en realidad si sufren persecuciones.

4.2 MALA UBICACION DE LOS PUESTOS Y ASPECTOS URBANISTICOS.

En una sociedad como la muestra, caractizada por las des<u>i</u> gualdades económicas, resulta injusto e inhumano mirar el problema de los vendedores callejeros, desde el punto de vista estético. Es cierto que la mala ubicación de los puestos afea la ciudad, pero no se puede afirmar que quie nes así intentan ganarse la vida lo hagan con el fín de dañar la imagen de la ciudad de Cartagena.

La ciudad cada día se ve más afectada por el problema de las ventas callejeras, ya que viene presentándose un aumen to desproporcionado, que presenta un aspecto de desorganización y sucieza, lo cual degrada la ciudad ante los ojos de los turistas que llegan a Cartagena pensando encontrar un paraiso.

Los andenes dejan de ejercer su función en la vía pública, ya que la colocación de los vendedores en ellos bloquea el paso de los peatones. Parte de la problemática de las ventas callejeras es agravada por las condiciones física que presentan dichas ventas y a la falta de higiene con que trabajan especialmente las ventas de comida que conllevan de inmediato a que se forme un vendadero basurero en el lu gar donde funcionan.

0

9

En observación directa del problema, pudimos notar que un gran (%) porcentaje de los puestos se encuntran en un estado deplorable, debido ésto a las condiciones como ejercer su actividad - constantes persecuciones policivas, $1\underline{u}$ cha entre vendedores, etc.

Existen algunos puestos de venta que se encuentran en buen estado físico, como las ventas de cocteles y algunas cha-

zas.

0

los vendedores callejeros son mirados como un problema de marginalidad, inseguridad, congestión, suciedad y afeamien to urbano; sin embargo esto está subordinado, a una postura demasiado hostil al fenómeno originado, en preservación del centro de la ciudad para el comercio formal y los edificios administrativos.

4.3 ACCESO A RECURSOS PRODUCTIVOS Y FINANCIEROS.

El excedente estructural de fuerza de trabajo que busca emplearse ó autoemplearse en actividades fuera del sector formal de la economía, se encuentra con una barrera que le impide el acceso a los recursos productivos, especialmente porque no dispone de capital que le permita desempeñarse en las mejores condiciones.

De lo anteriormente dicho puede deducirse que quienes estan excluídos del mercado formal de trabajo y necesitan autogenerar ocupaciones - en general en el marco de una estrategia de sobrevivencia -, lo hacen con una dotación muy baja de capital.

Puede afirmarse que una característica común a los vendedores callejeros es la escasa dotación de capital y por lo tanto la constitución de las ventas callejeras está condicionada, principalmente, por la necesidad de generar ingresos para la satisfacción de las necesidades de consumo, antes que lograr altas tasas de rentabilidad o acumulación; y por lo tanto por ser ésta una iniciativa prácticamente individual y en el contexto de un mercado de crédito casi inaccesible para la pequeña empresa, el capital

propio, producto del ahorro familiar, se convierte en el elemento más significativo para el inicio de las ventas callejeras.

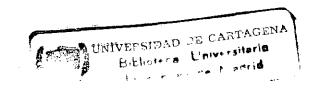
TABLA N° 25
FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS VENTAS CALLEJERAS.

Fuente de Financiamiento	N° de vendedores	Porcentaje.
Capital propio	40	16.3%
Instituciones bancarias	0	0
Créditos informales	203	82.5%
No necesitó capital	3	1.2%
Total	246	100%

El capital inicial, constituye un elemento limitante en las posibilidades de crecimiento de estas unidades económicas. Unido a éste, la posibilidad de conseguir recursos financieros durante el proceso de funcionamiento de la venta, que también son limitados, constituyen las principales dificultades de los vendedores callejeros.

0

Si bien el autofinanciamiento es la modalidad más importante para el inicio de la venta callejera, pero este autofinanciamiento debe ir acompañado ó complementado, por un volumen considerable de crédito informal, entendiéndose por és te, el crédito otorgado por parientes, amigos, usureros y prestamistas en el mercado informal de capitales.



El acceso al crédito bancario es nulo, debido al carácter clandestino de éstas ventas, lo cual las hace falta de garantía para acceder a créditos bancarios. Estos facto res unidos a la existencia de mercados financieros restringidos, explican el nudlo porcentaje de crédito bancario.

La formación inicial del capital con que despegan en sus actividades, los vendedores callejeros, son el fruto del sacrificio en el consumo del vendedor y de su familia, ya que es casi imposible la formación de capital a partir de la generación de utilidades.

Los cuellos de botella para el caso de los vendedores callejeros radican, en consecuencia, en la insuficiencia de capital para impulsar su funcionamiento. Las políticas de desarrollo se han sesgado más bien a la expansión del sector moderno de la economía sin que éste haya ampliado notablemente su capacidad de obsorción de mano de obra. Pese a que se ha demostrado el importante desarrollo de las ventas callejeras en cuanto a la absorción de mano de obra, la atención a ella ha sido mínima, insuficiente el apoyo en créditos.

4.4 DIFICULTAD EN LA CONSECUCION DE PERMISOS.

a

En Cartagena, las licencias de funcionamiento de negocios callejeros se han congelados. No encuentran por lo tanto los expendedores apoyo gubernamental para ejercer licitamente su oficio. De allí que la alternativa se les impone ne necesaria: laborar sin permiso de las autoridades y vi vir sujetos a la represión, al incautamiento de sus instrumentos de trabajo y/o al pago de sobornar al vigilante de turno.

La inexistencia de una política definida y una reglamentación para este tipo de actividad ocasiona situaciones dificiles. En principio le corresponde a la alcaldía reglamentar los sitios permisos e impuestos. Por esta razón todo vendedor callejero debe diligenciar la expedición de permiso en las dependencias de la primera administración municipal, pero por roces, dificultades del grupo de vendedores y por razones organizativas, solo 185 vendedores del sector estudiado poseen permiso y pagan un impuesto, cuyo valor es de \$250 mensulaes. Un alto porcentaje no posee un permiso o lo alquila a terceros.

La expedición de permisos crea internamente en la dinámica de los vendedores callejeros 2 situaciones:

- a) En las épocas preelectorales, algunos Concejales en ejercicio y funcionarios en representación de los grupos políticos en el poder negocian la consecución de permisos a cambio de determinado número de votos y
- b) En épocas normales, pasadas las elecciones, se negocian los permisos anteriormente conseguidos o se establecen algunos intermediarios que diligencian los permisos por un precio que fluctúa entre \$3.000 y \$10.000 según sea el lugar y el tipo de negocio.

Cualquier vendedor para poder tramitar un permiso debe sacar actualmente los siguientes documentos:

- Certificado del DAS
- Fotocopia autenticada de la cédula de ciudadanía
- Certificado de salud pública, para ésto es necesario= certificado pulmonar, exámen de orina, exámen de excremento y exámen de sangre.
- 3 fotos

Diligenciar la solicitud de permisos. Hoja de vida Carnet manipulador de alimentos cuando se dedique a la venta de alimentos.

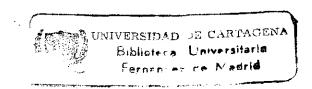
Todos estos documentos acarrean un alto costo, teniendo en cuenta que, el conseguir toda la documentación, no es lo que que va a asegurar la obtención del permiso, debido a que además de esta documentación necesitan pagar cier tas cantidades esperanzados en diligenciar la consecución del permiso.

Todo la tramitología también conlleva a que los vendedores gasten un tiempo valioso, que ellos pueden ocupar en el ejercicio de sus actividades, pero todo lo hacen en espera de conseguir su licencia.

Además el permiso conseguido solo tendrá una vigencia de un (1) año para vendedor estacionario y 2 años para vend \underline{e} dor ambulante.

4.5 PARTICIPACION EN EL MERCADO Y PROBLEMAS DE ABASTECIMIEN TO Y COMERCIALIZACION.

Las relaciones de las ventas callejeras con las unidades económicas y las condiciones del mercado en el que operan son un indicador del grado de autonomía, subordinación o complementariedad que exiben en relación al resto de la economía. En la mayor parte de las actividades económicas los vendedores callejeros actúan en mercados competitivos y los productos del sector son una parte importante de la oferta global de bienes y servicios.



Considerando las compras más frecuentes, se observa que la mayor parte de los vendedores callejeros de la ciudad de Cartagena, se abastecen de productos vendidos por comerciantes mayoristas. Existe muy poca relación de los vendedores con los establecimientos industriales, debido a que los principales productos que venden no son de origen nacional.

Por otra parte, el mercado para los productos expendidos por los vendedores callejeros está constituído principal mente por el consumidor final, y en muy pequeña proporción por vendedores más pequeños.

Los vendedores callejeros, se han constituído en simples distribuidores baratos de mercancías que comercializan los grandes importadores o intermediarios mayoristas.

El principal problema que enfrentan los vendedores callejeros en el abastecimiento de los productos que comercializan, es el alto precio que deben pagar por éstos, debido a que por la intermediación el producto a las mercancías incrementan su valor hasta en un 40%. La estructura oligopólica de los mercados donde se abastecen, la compra - la mayor parte de las veces - en pequeñas cantidades contribuyen a elevar el valor de los productos, lo cual conlleva a disminuir las ganancias de los vendedores.

En cuanto a la comercialización, los vendedores callejeros aducen la competencia de unidades económicas similares como el principal problema para las ventas. El tipo de productos que ofrecen los vendedores callejeros, la mayor parte de los artículos son esencialmente de consumo

masivo y popular, lo cual aumenta la posibilidad de $comp\underline{e}$ tencia en los mercados donde laboran.

4.6 INCUMPLIMIENTO DE LOS CONTRATOS DE ARRIENDO POR PARTE DE LOS ARRENDADORES.

Algunos de los vendedores callejeros en la ciudad de Cartagena, tienen un lugar donde ejerce su actividad económi ca, porque realizan tratos con personas inescrupulosas que le arriendan el lugar que les estableció la Alcaldía por medio de un permiso. O sea que estos vendedores diligencian la adquisición de un permiso, solo con el objeto de montar un negocio de arriendo, por una tarifa diaria elevada.

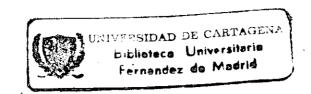
Si miramos a los vendedores callejeros, como personas que necesitan ganarse un sustento para su familia, la tarifa que les cobran resulta ser una especulación, ya que ésta oscila entre \$1.000 y \$3.000 diariamente, o sea se aprove chan de la necesidad de los vendedores, pero lo que es aún peor, es que son los mismos arrendatarios los primeros en encubrir a estos especuladores, por temor a perder su puesto de trabajo y cuando los encargados de la Alcaldia de realizar revisiones les piden el permiso, ellos muestran el de su arrendador, argumentando que el él en el momento no se encuentra en el puesto porque está de via je o cualquier otra excusa y ellos son primos, cuñados, etc. que les estan cuidando el puesto. Así podemos notar que son los mismos vendedores quienes encubren a las perso nas que adquieren sus permisos, no para desempeñarse ellos como vendedor, sino para ganarse un ingreso de \$30.000 -\$90.000 mensual, que sinceramente es ilógico si miramos el hecho que no hacen absolutamente nada.

Este hecho sucede en el sector del muelle de los Pegasos y la calle de la Carnicería.

Pero no solo el alto-precio que tienen que pagar, el problema que enfrentan los vendedores, sino que en cualquier momento el arrendador puede dar por terminado el "contrato", simplemente porque existe una persona que le ofrece más por el puesto, quedando así el vendedor en la calle. En estos casos a veces los vendedores se quejan ante las autoridades, pero como no existe ningún documento firmado con que respaldar el trato hecho, no se puede hacer nada a favor del arrendatario, o simplemente el vendedor afectado accede a pagarle al arrendador la tarifa; que el dice que el otro vendedor le va a pagar.

0





5. POSIBLES SOLUCIONES AL PROBLEMA DEL COMERCIO CALLEJERO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

Toda política de acción dirigida a las ventas callejeras debe descansar de hecho, en una concepción implicita o explícita del papel económico-social jugado por este conjunto de trabajadores.

Las autoridades municipales pueden adoptar diferentes alternativas en la orientación de sus políticas:

- Adoptar unas políticas represiva que impida el crecimien to del sector e inclusive buscar su descomposición.

0

- La adopción de una medida paternalista es la segunda op ción. Se pretendería con ello paliar las dificultades enfrentadas por este sector de la economía.
- Igualmente, puede también adoptar políticas económicas de apoyo.

Ahora bien, la política gubernamental hacia el sector callejero debe contemplar los siguientes derroteros generales.

Es preciso dejar de aplicar al sector una política exclusivamente "social" y diseñar más bien una política económica. La concepción de las ventas callejeras como económicamente inútiles, como refugio de desempleados que apenas vegetan con ingresos inferiores al mínimo, desemboca en una política equivocada. El reconocimiento de su carácter erroneo debe generar una política distinta, de tipo económico, destinada a apoyar un conjunto de actividades que además de generar empleo, cumplen otras funciones positivas en la distribución.

La política directa de las autoridades municipales de la ciudad de Cartagena frente a las ventas callejeras ha oscilado tradicionalmente entre el autoritarismo represivo y la tolerancia resignada. Los vendedores callejeros han sido mirados ahora como un problema de "marginalidad" inseguridad, congestión, suciedad y afeamiento urbano, ora como un hecho inevitable, que al menos ofrece una solución no convencional al alto desempleo y que es necesario aceptar mientras se diseñan políticas de fondo.

Es evidente que el conjunto de vendedores constituye el estrato más importante del sector informal en Cartagena. Es pués la "auto-solución" de empleo más accesible de desocupados de todas las edades y no solo esto, sino que también constituye la puerta de entrada al mercado de trabajo de una proporción significativa de la población urbana.

0

0

0

De esta manera se hace necesario implementar medidas de ap<u>o</u> yo al sector comercial callejero, por la necesidad de ma<u>n</u> tenimiento de estos puestos de trabajo autocreados pero en mejores condiciones de rentabilidad y de espacio.

La heterogeneidad que caracteriza las ventas callejeras de be conducir a la adopción de políticas globales o generales dirigidas al conjunto del sector, así como a la deter-

minación de medidas específicas que consulten las realida des de grupos de trabajadores concretos como por ejemplo los vendedores de tinto, los lustrabotas, zapateros, vendedores de loterías y chances, viveres, manufacturas, etc.

Dado el tamaño de las ventas callejeras sería sensato definir un orden de prioridades en la acción del gobierno. Tres criterios que servirían para definir ese orden serían los siguientes:

- El volumen absoluto de personas ocupadas

0

- La dinámica relativa de cada grupo de actividad y por ende su potencialidad de crecimiento
- La magnitud y tipos de conflictos originados.

En términos generales el problema más sentido por los ven dedores callejeros es la imposibilidad de acceso al crédito formal, consecuencia directa de su incapacidad de ofrecer garantías reales. En estas condiciones tienen que recurrir a prestamistas usureros en una práctica extendida que va en deterioro del ingreso y de las perspectivas de capitalización del vendedor callejero. Evidentemente el sistema financiero formal no va a correr con la implementación de líneas de crédito pequeñas y sin garantías reales. De allí la necesidad de concebir la creación de fondos que asuman la relación directa de los vendedores callejeros con las líneas de crédito y vayan creando las condiciones para una futura relación de estos trabajadores con las fuentes de crédito comercial.

Los mismos fondos podrían a la vez mantener la gestión de líneas de crédito y de fondos de avales o de garantías para aquellos vendedores callejeros en mejores condiciones de rentabilidad y que - por tanto - estarían en mayor ca pacidad de recurrir a los bancos comerciales. Por otra parte a la par de facilitaciones crediticias se deberían instrumentar sistemas de capacitación contables y de ges tión. Esta es una forma de asegurar el uso efectivo de los créditos otorgados y adiestrar a los vendedores callejeros para que manejen eficientemente su negocio y así au menten su capacidad de capitalización.

Por las razones expuestas anteriormente, estamos muy de acuerdo con la propuesta formulada por la Alcaldía Municipal, de creación de un Fondo de Crédito Asociativo para los vendedores callejeros de la ciudad. Este fondo funcionaría con la colaboración del Centro de Desarrollo Vecinal La Esperanza (C.D.V. La Esperanza) que ha trabajado desde 1983 con un programa de crédito dirigido al sector informal residente en la zona Sur-Oriental y que ha obtenido resultado que se pueden calificar de positivos y satisfactorios. O sea, el fondo que piensa crear la Alcaldía Municipal pretende utilizar la metodología seguida por el C.D.V. La Esperanza para el otorgamiento de sus créditos.

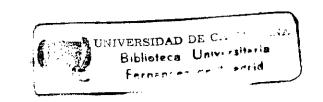
Trabajar con los vendedores callejeros en cuanto a lineas de crédito es muy riesgoso, debido a lo dicho anteriormen te, no pueden ofrecer garantías en el reintegro del crédito recibido. Y es por esto que la metodología del Crédito Asociativo es la mejor por la forma de obtener garantías por parte de los usuarios del crédito, ya que el requisito indispensable para hacerse acreedor de un crédito de este tipo es, la conformación por parte de los vendedores

callejeros de un grupo solidario en el que todos y cada uno de sus integrantes sirven de fiadores del crédito recibido por cada uno de ellos.

Dentro de la metodología del Crédito Asociativo, va impl<u>í</u> cito la capacitación y asesoría por parte de los funcion<u>a</u> rios del Fondo a los usuarios del Crédito.

En términos específicos las medidas adoptadas por las autoridades municipales en cuanto a ciertas ventas como: víveres y manufacturas, que abastecen en buena parte a los sectores más populares a bajos precios, sólo podrán encontrar un reconocimiento a su labor positiva y superar la precariedad en su forma de distribución dentro de una política urbanística y comercial de abastecimiento minorista, mediante su reubicación en centros minoristas bien do tados, pero de bajos costos, para lo cual es preciso poner de acuerdo a los sindicatos de los vendedores, a las autoridades municipales de planeación y al comercio formal.

La situación de los vendedores callejeros de productos de consumo inmediato y de servicios es, por su lado un poco diferente. Como - por regla general - su dinámica obedece más bien al exceso de oferta en el mercado laboral (se trata de actividades margánadas y mal remuneradas) como por ejemplo los vendedores de tinto, cerrajeros laminadores, etc. y su lógica impide su concentración en centros minoristas cubiertos. La solución sería crear en otros puntos de la economía empleos alternativos y, de mayor productividad. El objetivo sería reabsorber estas personas en unidades más productivas ya sea dentro del sector callejero, o si es posible fuera de él. Debido a que es muy difícil solucionar el problema de estos vendedores con



la política propuesta ya que este grupo de personas tienen problemas para dejar la actividad que actualmente realizan debido que para incorporarse a otra actividad - tipo de ventas - requerirían un monto de capital del cual no disponen. Y además no pueden entrar al sector formal de la economía, porque la situación económica del país no lo permite. Por lo tanto la solución de reubicación para este grupo de vendedores es muy difícil que se de debido a las condiciones expuestas anteriormente.

Cuando hablamos de la ubicación de vendedores de manufacturas y víveres en un centro comercial minorísta, proponemos la construcción de este centro comercial en una zona fuera del centro amurallado y relativamente cerca a él. La zona que proponemos es la ubicada en la parte posterior a los terrenos de Chambacú, a la entrada de la Calle Real de Torices. De esta zona, se tomaría una hectárea para la construcción del centro comercial dotado de sus respectivos servicios.

Esta construcción debe ser presentada y financiada por las autoridades municipales, las cuales amortizarían la inversión hecha al ser vendidos los locales a los vendedores. El valor de cada local deberá ser bajo y la forma de pago debe ser en cómodas cuotas mensuales.

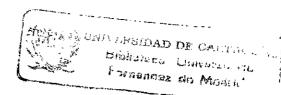
Para la aceptación de la reubicación de este tipo de ventas por parte de los vendedores en el centro comercial, es necesario, la implementación de una política complementaria en cuanto a la ruta de buses urbanos, ya que está to talmente demostrado, que la ruta de los buses influye directamente en la ubicación de los vendedores. Al cambiar la ruta de los buses los vendedores aceptarían su reubica-

ción.

Proponemos que las rutas de buses urbanos o intermunicipales no deben llegar a la India Catalina ni al Centro de la ciudad, sino que los buses deben desviarse en la entra da de la Calle Real de Torices Kra. 14 por el sector Papa yal, estableciendo por el centro comercial una parada pero no estacionamiento - de los buses para que las perso nas puedan bajarse allí y realizar sus compras en el Centro comercial sin ningún problema.

La ruta de los buses urbanos seguiría en la siguiente forma: Todas las rutas que para llegar al centro necesiten tomar la Avenida Pedro de Heredia, deberán desviarse por la carrera 14 adyacente al Barrio Papayal. Los buses deben seguir toda la carrera 14 del barrio Torices hasta desviarse por la calle 47 del mismo barrio, tomando toda ésta calle llegando a la esquina donde ahora se encuentra situado el Hotel Marbella, desviando hacia la izquierda para tomar la Avenida Santander llegando al Rompoi de la entrada a Bocagrande. En este punto los buses deben devolverse tomando la misma ruta para el regreso sin estacionamientos en ningún lugar de la ruta, pero con paradas reglamentarias para que bajen y suban los pasajeros. choferes de buses que estacionen en sitios no reglamentarios deben ser sancionados con multas con un valor moneta rio elevado para que así los choferes se vean obligados a dejar y recoger sus pasajeros en dichas paradas. (Ver Anexo 4).

Somos conscientes que para poder poner en práctica esta ruta, como solución al problema de las ventas callejeras, es necesario, que el municipio realice ciertas inversiones

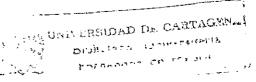


destinadas a la ampliación de ciertas calles del Barrio Torices - Kra 14 y calle 47 - para esto es necesario efectuar ciertas expropiaciones con su debida indemnización de ciertas propiedades ubicadas en estos sectores.

La inversión que tendría que realizar el municipio, si la miramos como solución al problema de las ventas callejeras y otra alternativa de acceso al centro de la ciudad, no representaría un valor elevado teniendo en cuenta que se estarían solucionando los 2 problemas que más aquejan a la ciudad.

Para la buena marcha de esta ruta como solución al proble ma de las ventas callejeras es indispensable contar con la colaboración de las autoridades de tránsito, ya que de ellas va a depender el cumplimiento de esta ruta y así se solucione el problema de las ventas callejeras.

De esta manera queda planteada una solución que nos parece viable en relación a las ventas callejeras establecidas en el Centro Amurallado. la Matuna y Getsemaní. Pero así mismo se hace necesario una política rígida de no permitir la existencia de ventas que se puedan reubicar en las calles del centro de la ciudad ya que si se permite la ubicación de unos pocos vendedores en estas calles, en muy poco tiempo las calles estarán invadidas; para esto se requiere de la colaboración de las autoridades polícivas, ya que la coordinación de las distintas entidades oficiales que participen en la regulación y planeación de las ventas callejeras en una tarea imperativa. El trabajo aislado de los organismos represivos y de planeación es una realidad que debe cambiar.



En el sector de Bocagrande todas las ventas que allí funcionen deben tener un carácter ambulante, en un sector de la playa no muy cerca al mar para que así no estorben a los bañistas. Los vendedores deben portar su carnet en una parte visible, para sí controlar el aumento de estos y evitar de este modo que sean confundidos con los ladrones que buscan vender algún producto solo con el objetivo de acercarse a las pertenencias de las personas.

También en este sector es necesario la colaboración de las autoridades policivas para controlar que los vendedores que allí ejercen su actividad cumplan las normas establecidas.

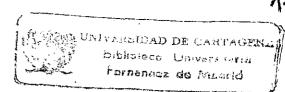
CONCLUSIONES

- La formación de las ventas callejeras en la ciudad de Cartagena, obedece a la necesidad de la población de trabajar en una actividad que sin requerir un monto de capital, le permita al vendedor y a su familia sobrevivir.
- Las personas dedicadas a las ventas callejeras no son, en la mayoría de los casos, trabajadores de apoyo para sus hogares, son por el contrario en una alta proporción jefes del hogar, que deben sostener a sus familiares y que permanecen en la actividad porque éstas le permiten atender el mantenimiento de sus esposas e hijos.
- El sector callejero cumple por lo tanto una función económica y social: genera empleo e ingreso, atiende una demanda y la explora.
- El comercio callejero es una forma de autoempleo pero no aislada, debido a que esta actividad responde no solo al aporte económico que los vendedores pueden hacer sino que su incersión en el mercado laboral urbano obedece a la demanda de los grandes mayoristas, que requieren de los vendedores callejeros para distribuir sus productos de una manera fácil y a bajo costo, asegurando así la circulación de las mercancias a todo nivel en el espacio urbano.

- Las características socio-económicas de este sector trabajador nos permiten identificarlos como micronegociantes:
 - Capital invertido quincenalmente inferior a \$ 150.000
 - Ingreso neto quincenal inferior a \$27.000.
 - Carencia de protección legal
 - Carencia de servicios sociales y sujetos a constantes formas de represión estatal
 - Los trabajadores de los sectores estudiados son principalmente adultos. La mayor parte son hombres casados o con alguna responsabilidad familiar. Esto mues tra la importancia económica del trabajo callejero en la reproducción familiar
 - Su familia está compuesta de 4 a 5 hijos promedio, teniendo a su cargo un promedio de 7 personas
 - El analfabetismo no es la característica esencial entre los vendedores callejeros, ya que el grado de educación que predomina en la mayoría de los vendedores es el secundario en primer lugar y el primario en segundo lugar.
 - Un porcentaje bastante considerable provienen de poblaciones vecinas a Cartagena o de otros Departamentos vecinos.

El sector callejero no es por definición un sector margina do o aislado. Existen diversos tipos de relaciones entre el sector callejero y el formal: complementariedad y competencia.

El sector callejero es sumamente heterogéneo, tanto desde el punto de vista de la naturaleza de los tipos de produ<u>c</u> tos y de los trabajadores que hacen parte de él, como del<u>gra</u>



do de desarrollo de estas actividades.

Los trabajadores del sector callejero prolongan su jornada laboral que debe extenderse en general como extensiva por encima del límite legal de 48 horas. No se trata por lo tanto de subempleados.

La existencia de problemas comunes que afectan al comerciante callejero, posibilita que se desarrollen agrupaciones, asociaciones y sindicatos entre los vendedores aunque en menor grado en relación con el sector formal.

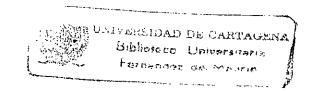
- El comerciante callejero no tiene un ingreso fijo mensual, sino que éstos sufren altos y bajas manteniendo una cierta inestabilidad condicionada por el mercado.
- La rotación del capital invertido en el negocio del vendedor callejero varía de acuerdo al tipo de producto que venda.
- Los vendedores callejeros del sector estudiado se encue \underline{n} tran dispersos por cualquier lugar, especialmente en los sectores con más afluencia de transeúntes y automóviles.
- El sector callejero de la economía cumple un papel que puede calificarse de positivo, existe porque dispone de demandantes; contribuye a la reproducción de la fuerza de trabajo; establece diversos tipos de relaciones con el sector formal. Por lo tanto no es previsible que desaparezcan mientras no existan en el mercado condicio nes para que sean removidos y absorvidos por el sector formal. Esto indica que este sector debe ser organizado y controlado, pues su eliminación no es lo más conve-

€.

niente, porque esta forma de empleo es inherente a la situación económica del país.

BIBLIOGRAFIA

- CHILD, Jorge. Economías Informales. El Espectador, sección Económica. Bogotá, Enero 18 de 1987.
- El mismo Sendero. El Espectador, sección Económica. Bogotá, Febrero 15 de 1987.
- DANE. Boletín Mensual de Estadísticas. Bogotá, Enero de 1987.
- DE SOTO, Hernando. El Otro Sendero. Editorial Oveja Negra. Colección Económica Bogotá Colombia 1987.
- FARREL, Carbonello, MEZZERAS, Casanova y Otros. Sector Informal Urbano en los países Andinos. Editorial Quito Ildis. Quito-Ecuador 1986.
- FORERO, Jaime; GARCIA, Carmen. Estudio sobre el Mercado de Trabajo y Sector Informal en la ciudad de Cartagena. Cartagena, Marzo de 1981.
- LONDOÑO, Velez Santiago. Comercio Callejero, estrategia de trabajo y reproducción. Revista Centro de Investigación EAFIT. Medellín, 1980.
- MEZZERA, Jaime. Sector Informal como expresión del excedente de oferta, de trabajo urbano. ILDIS. Quito, Ecu<u>a</u> dor. 1984.
- PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE CARTAGENA, 1978-1990. Decreto 184 de 1978 Alcaldía de Cartagena.
- SANFELIU, Yanes Antonio. Comercio Informal. Revista Universitaria Jorge Tadeo Lozano, Seccional del Caribe -Cartagena 1985.
- URIBE, Francisco Echavarria y FORERO Edgar Cider, UNIANDES Fondo Editorial CEREC Bogotá-Colombia. Editorial Prescencia 1986.



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS PROGRAMA DE ECONOMIA

					Lincuesta	NO
Sexo	Edad	·	Esta	do Civil		
Procedencia	1				ì	
	ar en la Ciudad					· ·
	estar ejerciendo					
Jornada de	Trabajo		-			
	stable					
Si es ines	table la activid	ad en que	época d	el año l	la realiza	
-	erior	•				
	roductos que ven	de				
Proveedore				· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	· ·	
Localizaci	ón del Puesto					
	opio: SI					
	eado cuanto gana					
	fecho: SI		_			
	iarios: \$		(Por	• Ventas)	
A que acti	vidad le gustarí	a dedicars	e:	- · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
Personas a	su cargo: No.			. =		
Relación	Edad Sexo	Estado (ivil	Nivel	Educativo	Ocupació
Vivienda:	Propia Arrendada Otros	- - Cual	ī		:: :: .	

Distribución del Ingreso Diario:		-
Alimentación		
Vestuario		
Vivienda		
Medicamentos		INIVERSIDAD DE CARTAGEI
Escuela		Biblioteca Universitaria
Transportes		Fernancez de Madrid
Diversión		
0tros		
TOTAL \$		
Formas de recreación más corriente:	Cine	
	Baile	
•	Tragos	
	Playa	•
·	Deportes	
Por qué escogió esta actividad: - Falta de Empleo - Búsqueda de Mayores Ingresos - Otros	····	
Se encuentra inscrito en la Alcaldía (Posee Permiso).	: SI	NO
Cuánto paga de Impuesto: \$		
Ha tenido problemas con las autorida	des: SI	NO
Razones	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	
Fecha		
ncuestador	Encuestad	lo

LA ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE BOLIVAR, en use de sus facultades constitucionales y logales, especialmente las e-confordes dentre del nemeral 9º del artículo 127 de la Constitución kacienal, como también el inoico 2do. del artículo 3º y artículo 110 del decreto R DE NA:1-353 de 1.970,

ARTICULO PRINCERO: A partir de la vigencia de la presente Ordenan na, el Artículo 202 del Cédigo de Policía de -Bolívar quedará así:

Articule 1021 Entifeminae por vondedor mebulante a todas las personas que se dediquen a la vonta de articules rongibles e intamgibles en general, en las calles, andenes y plazas, gin ser estacionarios.

PARACRAFO PRINERO: Las Alcaldías Municipales a traves do las Secretarias de Gobierno Municipal, organizarancias ventes ambulantos en el sentido de Clasificar, especitar y iractizar a las personas que se dediquen a esta actividad.-

PANAMERFO SECUNDO: Nientras el vendodor ambulante esté en el ojor cicio de su oficio, es decir movilizandose de un lugar e otro, no podrá probiblimale su actividad, la cual padrá ejercer en cualquier lugar del respectivo sunicipio o ciudad capital.

ARTIGULO SECREDO: Con la vigencia de esta Ordenanza el articulo-203 del Código de Policía de Bellvar, quedará-

refeuto 2031 Para ejercer la actividad de vendeder ambulante, —
al interende deberé presenter ante la respectivaSecreturia de Cobierno Municipal, los siguientes cocumentes: 1)
Documente de identificación que le garantica su nacionalidad Colembiana; 2)-Certificade Judicial e de buena conducta; 3)-Certificado médico que desuestre su saludable convivencia; 4)-Maja de
vida con tres (3) Totos; 5)-Accibe de pago de Impuestos si le ha
areade ul respectivo Nunicipio.—
Provie el liene de estes requisitos, la Secretaria de Cobierno Municipal respectiva expedirá el correspondiente carnet y los de

Frotto el lieno de estos requisitos, la Secretaria de Cobierno - Himicipal respectiva expedirá el correspondiente curnet y los do cumentos presentados por el venecdor ambulante, serán arctivados cronológicamento y tendrán una vigencia de dos (2) míss.-

PARAGRAFOI El vendedor embulante deberá portar an lugar visible—
una uncarapola que concenga su foto y dates personales
con un número de identificación que la senalará la Secretaria de
Cobterno Hudistpal respectiva destre de la correspondiente clasi
ficación.

ARTICULO TERCERO: Para regimentar y organizar les vontes estacio narias quedan facultados los Alcaldes Hunicipa-

P(9), |Cab_{in};

NO. W For 12 coul no modifican los Artículos 202 y 203 del Codiço de Policia del Repartamento de Bolfvare...

AND THE CARE MANAGED THE REST TAKES

LA ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE BOLIVAR en uso de sus facultades legales,

ORDENA ARTICULO CUARTO: La Presente Ordenanza rige a partir de la fe cha de su promulgación y derega todas las normae que le sean contrarias.-An este sentido que deroga nuestro informe anterior, propone-Mos ante nuestra Corporación aprobar en segundo debate el Pro yecto de Ordenanza "Por la cual se modifican los artículos -202 y 203 del Códico de Policía del Departamento de Polivar"

Dada en Cartagena, a los vejatisiete (27) días del mes

Presidente

COLLEGE OFFICE VICTOR Secretario General.

EL SUSCRITO SECRETARIO GENERAL DE LA HONORABLE ASAMBLEA DEPAR TAMENTAL DE BOLIVAR,

CERTIFICA:

Que el actual Proyecto de Ordenanza, sufrié sua tres (3) debates reglementarios durante las sesiones ordinarias de los días 29 de Octubro y 21 y 26 de Moviembre de 1.985, siendo aprobado por los votos de los diputados asistentes a éllas.-

" CHILLE TO O'DING ARMOTON

Secretario Congrational
Estel Copiado Sariamenal
Asembles de Università

Gullerino Octing Arroyo المنظم ا

Anexo Nº 3

ALCALDIA DE CARTAGENA

Decreto Número <u>05</u> de 1.98 ₆ ...

Quero 7

por el cual se reglamentan las ventas estacionarias, y se organizan las ventas ambúlantes

EL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA

en uso de sus facultades legales y en particular de las que le confieren los artículos 9 y 116 del Decreto 1355 de 1.970 (Código Nacional Policía), y la Ordenanza 17 de 1.985, y

CONSIDERANDO:

Que las autoridades de Policia son las encargadas de hacer cumplir las leyès - y velar por la conservación del orden público, garantizandole a los ciudadanos el derecho de libre locomoción por las vías públicas, por los accesos a estable cimientos comerciales sin peligro ni incomodidades;

Que los sectores turísticos de la ciudad , como son el doble recinto amurallado (barrios del Centro, San Diego y Getsemaní), los barrios de Bocagrande, Castillogrande y El Laguito (incluyendo en estos últimos las playas) y en otros sectores comerciales y residenciales de Cartagena, están siendo obstaculizados gravemente por las ventas callejeras, y

Que de conformidad con el artículo ley 3 de la Ordenanza 17 de 1.985 para garan tizar su efectivo cumplimiento y evitar que se conviertan en un motivo de desorden público y urbanístico, se hace necesario reglamentar las ventas estaciona-rias y organizar las ventas ambulantes, ordenando procedimientos y sanciones,

DECRETA:

Artículo lo.- Se prohíben las ventas callejeras (estacionarias) en los siguien tes sitios: Aceras, parques, calzadas del recinto amurallado (Centro y San Diego), calle peatonal entre Avianca y Supertienda Olimpica, Avenida Venezuela, desde la India Catalina hasta la Torre del Reloj Público, Avenida Escallón Miranda en todas su extensión, zona verde y área peatonal comprendida en tre el Banco Cafetero y Banco Popular, barrios de Bocagrande, El Laguito, Castillogrande, incluyendo en éstos últimos las playas.

Parágrafo.- Exceptúanse las ventas de revistas , periódicos y ostras, siempre que estén amparados con permisos expedidos por la Alcaldía.

Artículo 20.- La Alcaldía concederá permisos en sitios diferentes a los mencionados en el artículo lo. de este Decreto cuando no medien circuns tancias especiales o condiciones de orden público que los hagan inconvenientes.

Artículo 30.- Son Vendedores estacionarios aquellos que para ofrecer su servicio o vender sus mercancias en chazas, vitrinas, kioscos o carro de tracción manual o mecánica, se ubican en sitios fijos previamente demarcados por Planeación Municipal, y autorizados por la Alcaldía.

ë PAGTIONED PULUE

ABETOULG STABLE

ີ່ ພາວ ໄດ້ ແລ້

V LENNARRY (DO)

Cado, un Carro

~; ≈57a~d) 7811711

Alcable Farne

- , oire

Decreto Número Or de 1.98 6 (Cuiso 7

por el cual se reglamentan las ventas estacionarias, y se organizan las ventas ambulantes 📆

EL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA

en uso de sus facultades legales

Artículo 40.- La forma tamaño y dimensiones para los puestos de vendedores estacionarios establecidos por la Secretaria de Planeación Municipal -

· +1. 1 :

10.- PARA VENTAS DE REVISTAS Y PERIODICOS

Largo: 0.87 mts

Ancho: 0.40 mts.

Alto : 1.57 mts. Forma : parrilla

20.- PARA VENTAS DE OSTRAS

Largo : 1.50 mts.

Ancho: 0.80 mts.

Alto : 2.20 mts.

Color : "blanco: .

Forma : mesa con techo, cubierta en frmica o baldosin, las mesas de ostras dispon

drán de rodachines que permitan su traslado.

30.- PARA VENTAS DE FRUTAS

Largo: 1.50 mts.

Ancho: 0.80 mts.

Alto : 2.20 mts.

Color: blanco

Forma : Mesa con radachines que permitan su traslado.

40.- PARA VENTAS DE PERROS CALIENTES, CHUZOS, GUARAPOS Y REFRESCOS

Largo: 1.10 mts.

Ancho : 0.60 mts.

Alto : 2.00 mts.

Color: blanco

Forma : carros con radachines que faciliten su traslado

50.- PARA VENTAS DE MERCANCIAS VARIAS

Largo: 1.50 mts.

Ancho: 0.90 mts.

Color: blanco

Forma : mesa plegable, con rodachines que permitan su traslado.

60.- PARA VENTAS DE CIGARRILLOS Y DULCES

Largo: 0.90 mts.

Alto : 1.50

Ancho : 0.70

Chaza

Decreto Número <u>ov</u> de 1.98 <u>6.-</u>

(acieso 7

por el cual se reglamentan las ventas estacionarias, y se organizan las ventas ambulantes

EL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA

en uso de sus facultades legales

- 3 -

Artículo 50.- Obligaciones de los Vendedores estacionarios :

- lo. Portar el permiso expedido por la Alcaldía
- 20. Cumplir con las expecificaciones establecidas en el articulo anterior.
- 30. Cumplir con las normas de sanidad y especialmente las relativas a la presentación personal y asec del lugar.
- 40. Recoger la mercancia y elementos de trabajo al terminar la jornada laboral, la cual en ningún caso excederá a las 9:00 p.m.
- Artículo 60.- La infracción a lo dispuesto en los artículos anteriores, será sancionada con arresto de uno (1) a treinta (30) días, y sus pertenencias retiradas por la Policia y puesta a disposición de la autoridad correspondiente.
- Artículo 7o.- Los vehículos tales como: triciclos, carretas, carros de balineras, de perros, de chuzos, o similares que se utilicen para la --venta de comestibles, deben identificarse con una placa o documento industrial expedido por la Alcaldía, previo visto bueno del Servicio Seccional de Salud Pública de Bolívar.
- Parágrafo.- Ningún expendedor podrá ejercer su actividad sin el correspondien te permiso que lo acredite como tal tampoco podrá ningún vehículo destinado al expendio de cualquier clase de mercancía o comestible transitar sin la correspondiente placa de identificación.
- Artículo 8o.- Son obligaciones de los vendedores a que se refiere el artículo anterior :
- lo. Portar el permiso personal expedido por la Alcaldía, para tal efecto.
- 20. Portar y colocar la placa de identificación del vehículo en una parte visi-
- 30. Cumplir con las normas de sanidad especialmente las que hacen relación con la presentación personal y de los diferentes elementos de trabajo así como las atinentes a la conservación, preparación y expendio de comestibles.
- 40. Transitar y ejercer la actividad exclusivamente en los sitios permitidos en este Decreto.
- Artículo 90.- La violación al artículo anterior dará lugar a la imposición de las siguientes medidas correctivas:
- 10. El Vendedor que ejerza la actividad sin permiso o con este caducado, fotoco piado, adulterado, o falsificado, incurrirá en arresto de uno (1) a treinta (30) días.

Decreto Número 05 de 1.98 6

por el cual se reglamentan las ventas estacionarias, y se organizan las ventas ambulantes

EL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA

en uso de sus facultades legales

- 4 -

20. Los vendedores a que se refiere el artículo 90. de este Decreto que uti licen para la venta de comestibles, vehículos sin la placa reglamentaria o en condiciones que impidan su identificación, incurrirá en arresto deuno (1) a treinta (30) días, a la misma sanción se harán acreedores quienes violen lo dispuesto en los numerales 3 y 4 del artículo anterior.

Artículo 100.- Los Vendedores ambulantes que para ejercer su actividad utilicen carretas de tiro humano, animal o mecánico, que transporten
para la venta comestibles crudos, como yuca, plátanos, verduras, frutas (alimentos procesados), podrán transitar únicamente hasta la 1:00 de la tarde,con
el correspondiente permiso de la Alcaldía.

Artículo llo.- Prohíbanse las ventas estacionarias de alimentos de mercado, tales como: tomate, cebolla, plátano, verduras, carnes y en general todos los productos de mercado central, en los sitios enunciados en el artículo lo. de este Decreto.

Parágrafo .- Las ventas estacionarias de alimentos de cocción (mesas de fritos y similares) solo se permitiran en los sittos señalados por la Alcaldía previo el lleno de los requisitos de higiene que señala el Servicio -- Seccional de Salud Pública de Bolívar y lo indicado en el artículo 13o. en con cordancia con el artículo 2o. de este Decreto.

Artículo 12o.- Las transgresiones a las disposiciones relativas a ventas esta-cionarias que no aparezcan penadas en este Decreto, serán sancionadas con arresto de uno (1) a treinta (30) días.

Artículo 13o.- Para obtener el permiso de Vendedor estacionario deberá presentarse ante esta Alcaldía la correspondiente solicitud acompañada

de los siguientes documentos :

lo. Cédula de ciudadanfa

- 20. Certificado judicial o de buena conducta, expedido por el Departamento Administrativo de Seguridad (DAS) de fecha reciente (máximo 30 días).
- 3o. Certificado médico que demuestre su saludable convivencia, expedido por el Servicio de Salud Pública, de fecha reciente (máximo 30 días)
- 4o. Hoja de Vida con tres fotos.
- 50. Recibo de pago de los impuestos correspondientes en la Tesorería Municipal.

 Parágrafo.- Con el lleno de los requisitos anteriores la Alcaldía expedirá

 el correspondiente carnet el cual tendrá una vigencia de un (1)

año.

Decreto Número OS de 1.98 6.-

por el cual se reglamentan las ventas estacionarias, y se organizan las ventas ambulantes

EL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA

en uso de sus facultades legales

- 5 --

Artículo 140.- Todo Vendedor ambulante está en la obligación de solicitar y obtener el permiso de rigor, con vigencia de dos (2) años que lo autorice para ejercer tál actividad, previo el lleno de los requisitos establecidos en el parágrafo lo. del artículo lo. de la Ordenanza 17 de 1.985.

Artículo 150. Sanciónase con arresto de uno (1) a treinta (30) días a los Vendedores ambulantes que ejerzan su actividad sin el correspondiente permiso, o con éste caducado, falsificado, fotocopiado, o enmendado.

Artículo 160.- Corresponde a la Alcaldía, o a los Inspectores de Policia de la -ciudad, conocer de las violaciones del presente Decreto observando
el procedimiento señalado por los Decretos 1.355 de 1.970 y 522 de 1.971, (Código
Nacional de Policía).

La Policía Nacional Seccional Bolívar dará el apoyo necesario para el estricto cum plimiento del presente Decreto.

Artículo 17o.- Las reincidencias en la violación de los artículos contemplados en este Decreto acarreará, además de la sanción establecida para cada
caso especial, el decomiso de los elementos y productos expendidos y la cancelación
del permiso para ejercer las actividades, por un tiempo igual al máximo que se les
ha otorgado y que por esta disposición se reglamenta.

Artículo 180.- Los permisos de fechas anteriores expedidos por la Alcaldía en los sitios prohíbidos, quedan anulados y sin ninguna validez.

Artículo 190.- El presente Decreto deroga todas las disposiciones que sean contrarias especialmente las del Decreto 192 de abril 16 de 1.985 dicta do por esta Alcaldia.

Artículo 200. - Este Decreto rige a partir de la fecha de su expedición

Comuniquese y cúmplase.

Dado en Cartagena a los 7 días del mes de Enero de m/l novecientos pohenta y -

seis.

. Ai

440.00

. i.

HANS GERDTS MARTÎNEC. Alcalda Mayor Ve California de Indias

MADIME CURE JAMMA A Municipal

CARMEN FLOREZ DE TERNANDEZ Secretaria de Hacienda Impuestos Municipales FABIAN AUGUSTO DE LA ESPRIELLA

MARGARATA LYARAS DE L'OPEY Secretaria Administrativa

Secretario de Planeación Municipal

entille produces

mbdeb.-

Decreto Número 06 de 1.986

Por el cual se encarga de las funciones de Secretaria General de la Alcaldía, a la Secretaria de Servicios Administrativos, mientras dure la ausencia del Titular.

EL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA

en uso de sus facultades legales

DECRETA:

ARICULO1º.- Encargése de las funciones de Secretario General de la Alcaldía a la Doctora MARGARITA LLAMAS DE LOPEZ, Secretaria de Servicios Administrativos, mientras dure la ausencia del Titular.

ARTICULO 2º Este Decreto rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNIQUESE Y CUMPLASE.

Hudt.

4.2

💽 er i a. i .

ं संबंधे । नामा स

第4501年。1919

Dado en Cartagena a les dias del mes de Ences de mil novecientos ochen

Alcalde Mayor de Cartagena de Meras

.

Cronograma

1 2 2 2 2 2 2 3 2 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4		
2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2		
1984 4 shrar 1 2 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3		
2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2		
121 -		
1 2 4 4 2 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4		·
# E 2		
1986 noviembre 1 2 3 4		
1 1 2 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 -	1-1:	
2 to bra		
8-11-8		
ארסי שלים שלים שלים שלים שלים שלים שלים שלי	8.33	
S Salaria Sala	20 80°.	,
Semonas Semonas Semonas Johna da da Ima a astudi interiones a con el porma de datos	12 mg	de la
1 1 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	7 3	ø
1 2 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	A H ST	
Actividades Semonas Semonas Semonas Sesarvación y Toma da dac ión del problema a astudio on soltas bibliograficas listas a Instituciones qui anna relación con el pr lema. Preparación de la informaca Traparación de datos po Recolección de datos po Recolección de datos po resperación de la malísis de las acolección de datos po resperación del II en itulo. Exporación del II en itulo.	Enboración del III. Capitulo. Recopilación de Informes pa.	, o
0 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	00000	4
1 2 2 2 2 2 3 3 3 4 3 4 3 4 3 4 4 5 5 6 5 6 5 6 5 6 5 6 5 6 5 6 6 6 6	0 12 19 13.	÷ .
1 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	3 4 6 6	2/2
Actividades Semonas Actividades -Ossavación y Toma de da Sión del problema a estudi Sión del problema a estudi Sión del problema a estudi Fishas a Instituciones qui anno relación con el problemaniant y analisis de la intermaca y analisis de la intermaca y analisis de la intermaca Treparación del atos problemaniant preparación del II en pritulo. Edeboración del II en pritulo.	Elaboración del III. Recopilación de Inform 19 la elaboración de Inform 19 la elaboración de Conclusión	E'S
Actividades Semonos Actividades 1Obsarvación y Toma de deci- Sión del problema a estudiar RConsultas bibliograficas 3Visitas a Instituciones que franco relación con el pro- blema. 4Recoplación, ordenamiento, y análisis de la información 6Recolección de datos por Trablema. 4Recolección de datos por gasajo de encuestas realiza 4Reparación del II en- pitulo. 9 Preparación del II en- pitulo.	10 El boración del III 11 Recopilación de Informe 11 Recopilación de Informe 19 la elabornais de las las las soluciones y conclu	12.— Presentacion Jesis.
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	8 3	7

PRESUPUESTO

ACTIVIDADES	Costo Unitario	Costo Total
1. Honorarios Mecanógrafa		\$ 45.000,00
2. Papelería		2.000,00
3. Fotocopias (400 Fotocopias)	\$ 10,00	4.000,00
4. Empastada		1.000,00
5. Transporte		15.000,00
TOTAL		\$ 67.000,00



