



**DINÁMICA ECONÓMICA DE LOS VENDEDORES AMBULANTES EN EL
CENTRO DE CALI**

AUTORES:

**ISABELLA FRANCO PELÁEZ
SEBASTIÁN MOLINA GÓMEZ**

DIRECTORAS DEL PROYECTO:

**LINA MARTÍNEZ QUINTERO, Ph.D
DANIELA ESTRADA NATES**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ECONOMÍA CON ÉNFASIS EN POLÍTICAS PÚBLICAS
SANTIAGO DE CALI
2015**

CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.	Escuelas de Pensamiento.....	7
2.2.	Medición de la informalidad a nivel internacional.....	8
2.3.	Medición y Conceptualización de la Informalidad en Colombia.....	9
2.3.1.	Medición Oficial (DANE).....	9
2.3.2.	Conceptualización de la informalidad.....	10
3.1.	Informalidad y vendedores ambulantes en el mundo.....	11
3.2.	Informalidad y vendedores ambulantes en Colombia.....	13
4.	DATOS Y METODOLOGÍA.....	17
4.1.	Características del instrumento	17
5.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	20
5.1.	Perfil del Vendedor Ambulante.....	20
5.2.	Heterogeneidad.....	23
6.	CONCLUSIONES	30
7.	BIBLIOGRAFÍA	32
8.	ANEXOS	34

RESUMEN

La informalidad laboral se refiere a las condiciones en que realizan personas realizan su trabajo. Específicamente, indica el grado en que dicha labor cumple con estándares legales, de calidad, cualificación de empleados, especialización del trabajo, entre otras. Dentro de este conjunto se encuentra los vendedores ambulantes, individuos que se ubican en diversos puntos de la ciudad vendiendo toda clase de artículos para satisfacer las demandas de los transeúntes. En dicha práctica, estos individuos en muchos casos carecen de estabilidad laboral, perciben ingresos irregulares, muchos no son beneficiarios de prestaciones sociales y desarrollan su actividad en el espacio público bajo condiciones climáticas adversas; factores que ponen de manifiesto una importante vulnerabilidad en el trabajo de esta población respecto a otros oficios. Como consecuencia de estas condiciones laborales se presentan además una serie de limitaciones en términos de desarrollo social. Si bien existen diversos estudios que investigan este fenómeno, existe una importante ausencia de estos para caracterizar a esta población en la ciudad Cali. Es por ello que el propósito de este trabajo es estudiar las características de esta población a través de una muestra de individuos del centro de esta ciudad. Los resultados más importantes de este proyecto son la construcción de un perfil sociodemográfico y socioeconómico de los vendedores ambulantes, la determinación estadística de diferencias en la dinámica económica de los diferentes tipos de negocios ambulantes, explicadas por las características propias del tipo de venta o por los rasgos sociodemográficos de los individuos. Basándose en lo anterior, se realizan una serie de recomendaciones de política pública de carácter diferenciado para atender las demandas de esa población.

ABSTRACT

Labor informality refers to conditions in the exercise of work that people do. Specifically, it indicates the extent in which such work meets legal standards, quality, qualification of employees, specialization of labor, etc. Within this group there are the street vendors, individuals located in various parts of the city that sell all kinds of items to meet the demands of passersby. In many cases these individuals have no job security, receive irregular income, many are not welfare recipients and are active users of public space under adverse weather conditions; factors which demonstrate an important vulnerability in the work of this population compared to other trades. As a result of these working conditions, they also have a number of limitations in terms of social development. Although several studies investigate these labor difficulties, there is a significant absence of these studies to characterize this population particularly in Cali. That is why the purpose of this work is to study the characteristics of this population through a sample of individuals from the center of the city. Through this quantitative methodology, the most important results of this project are the construction of a demographic and socioeconomic profile of the street vendors, the statistical determination of differences in the economic dynamics of different types of mobile businesses, explained by the characteristics of the type of sales or the sociodemographic characteristics of individuals. And, on this basis, a series of public policy recommendations are formulated to meet the demands of this population.

Palabras clave: Economía informal, Vendedor ambulante, Heterogeneidad, Cali, Política pública.

Keywords: Informal economy, Street vendors, Heterogeneity, Cali, Public policy.

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo informal es una característica persistente en el mercado laboral de la ciudad de Cali. En particular, la tasa de informalidad para esta ciudad y su área metropolitana se ha situado por encima del promedio nacional (tomando como referencia las 13 áreas metropolitanas del país) aproximadamente desde el año 2007 (Mora, 2012). Lo anterior justifica una especial atención por parte de la administración municipal, dadas las repercusiones que impone en términos sociales y económicos tanto en la población que se desarrolla bajo el marco de la informalidad, como en la población en general. ¿A qué se debe esta persistencia? ¿Cómo se caracteriza la población de trabajadores informales?

La literatura sobre el trabajo informal ha recibido diferentes clasificaciones según la metodología o corriente de pensamiento que se adopte. En Colombia¹, institucionalmente se considera al trabajador informal como todo aquel que sea empleado familiar; labore en una empresa con cinco trabajadores o menos (incluyendo al patrono y socios en todas las sucursales); sea trabajador por cuenta propia -excepto los profesionales patronos-; sea empleado doméstico, jornalero o peón. Dentro de este conjunto se encuentran los vendedores ambulantes, puesto que son personas que trabajan por cuenta propia, en promedio tienen un nivel educativo no superior a la secundaria y trabajan con menos de cinco empleados.

Al situarse los vendedores ambulantes en diversos puntos de la ciudad constituyen un fenómeno digno de intervención desde una perspectiva de política pública, dado que esta población de trabajadores desarrolla su actividad diaria bajo unas condiciones laborales diferentes, frente a quienes se encuentran vinculados a una empresa mediante un contrato formal: carecen de estabilidad laboral, perciben ingresos irregulares, muchos no son beneficiarios de prestaciones

¹ Definición adoptada por el DANE.

sociales y desarrollan su actividad en el espacio público (por ejemplo, invadiendo las calles) bajo condiciones climáticas adversas; factores que ponen de manifiesto la mayor vulnerabilidad del trabajador ambulante respecto a otros oficios. Es por esto que esta población cuenta con una protección especial por parte de la Corte Constitucional, bajo la Sentencia T-231 de 2014, que exige que una condición para remover a un vendedor ambulante del espacio público sea que éste sea reubicado o se le ofrezcan oportunidades para que emprendan nuevas actividades para asegurar su mínimo vital.

Como consecuencia de estas condiciones laborales, este tipo de oficio impone una serie de limitaciones en términos de desarrollo social para el trabajador. Entre otras cosas dificulta su acceso a la educación superior, al sistema de salud, a una pensión que le asegure su vejez, o a una entidad financiera formal que le permita adquirir capital para invertir, ya sea en un negocio, vivienda o en educación. De esa forma se configuran obstáculos para la consecución de mejores condiciones de vida, tanto del vendedor ambulante como de su núcleo familiar.

Si bien diversos estudios reconocen las dificultades laborales que atraviesan las personas que se ocupan como vendedores ambulantes, existe una importante ausencia de estos para caracterizar a esta población en la ciudad de Cali. Es por ello que el propósito de este trabajo es estudiar a la población de vendedores ambulantes del centro de la ciudad, a través de una caracterización sociodemográfica y socioeconómica de carácter cuantitativa. Para ello, se utiliza información de una encuesta aplicada a una muestra de 527 individuos entre los barrios San Pedro y El Calvario, dada la alta afluencia de vendedores ambulantes en el espacio público de este sector.

De aquí a que este proyecto se enfoque, en primer lugar, en construir un perfil que reúna las principales características de los vendedores ambulantes. En segundo lugar, investigar si existen diferencias en la dinámica económica de los diferentes tipos de negocios ambulantes, explicadas

por las características propias del tipo de venta o por los rasgos sociodemográficos de los individuos. Por último, formular una serie de recomendaciones de política pública.

En este orden de ideas, este trabajo se compone de seis partes, siendo esta introducción la primera de ellas. La segunda corresponde al marco teórico bajo el cual se analiza el problema. La siguiente sección corresponde a una recopilación de estudios descriptivos realizados para Colombia y a nivel internacional. En la cuarta sección se presentan la naturaleza de los datos empleados y la metodología. La quinta sección se concentra en el análisis de los resultados, y, finalmente, en la última sección se presentan las conclusiones y recomendaciones de política pública.

2. MARCO TEÓRICO

Debido a que dentro de la literatura disponible, hasta ahora, no se ha desarrollado una teoría que explique cómo los agentes económicos toman la decisión de vincularse al mercado laboral como vendedores ambulantes, el abordaje teórico que se ha desarrollado para estudiar este fenómeno parte del estudio de la informalidad,. De esta manera, el objetivo general de esta sección es sentar las bases teóricas sobre la informalidad, esto es, las corrientes de pensamiento que explican el fenómeno y las metodologías que existen para su medición. Para ello, esta sección se compone de tres apartados. El primero de ellos se encarga de presentar las escuelas de pensamiento predominantes a nivel internacional. Posterior a ello, se presenta un recuento de los inicios de la medición de la informalidad a nivel internacional y la evolución que ésta ha tenido. El tercero apartado busca contextualizar la medición y conceptualización de la informalidad en Colombia.

2.1. Escuelas de Pensamiento

El debate académico que se ha construido sobre la informalidad ha dado como resultado el surgimiento de cuatro escuelas de pensamiento predominantes que explican este fenómeno, así como una serie de políticas para enfrentarlo.

La corriente *Legalista*, con Hernando de Soto (1989) como uno de sus máximos exponentes, concibe la informalidad como resultado de las restricciones y costos que impone el Estado a los empresarios. Lo anterior significa que este fenómeno surge en respuesta a excesivos trámites exigidos por el Estado, los cuales introducen una serie de costos (en términos monetarios, de esfuerzo y tiempo) que impiden al emprendedor vincularse al sector formal.

A diferencia de los legalistas, la escuela *Voluntarista* explica la informalidad como “una elección libre y racional de los individuos, al no ver incentivos en hacer parte del sector regulado”, (Pirry, Maloney, Arias, Fajnzylber, Mason, & Saavedra-Chanduvi, 2007). Una tercera explicación que se le da a la informalidad parte de la naturaleza del capitalismo. Para la escuela *Estructuralista*, el crecimiento sostenido de este sistema económico arrastra consigo la consolidación de la informalidad: “en el intento por ser más competitivas, las firmas reaccionan a factores externos que amenazan sus costos, tales como el poder negociador de los sindicatos, la regulación estatal laboral (impuestos y seguridad social), la globalización e industrialización”, (Chen, 2012). De aquí a que “resulte en la flexibilización del trabajo, con lo cual, el sector informal pasa a ser un complemento para el sistema productivo capitalista”, (Portes & Haller, 2004). Finalmente, la escuela de pensamiento, la *Dualista*, explica la existencia de informalidad como “el resultado del escaso desarrollo del sector moderno que crea a su vez un sector paralelo que termina siendo el refugio a las condiciones estructurales que impiden su inserción laboral en el segmento moderno de la economía y la producción” (Tokman, 1990).

En este orden de ideas, las recomendaciones de política pública que sugieren estas escuelas son: “la implementación de procesos burocráticos simplificados para animar a las empresas informales a entrar a regirse por la norma, proporcionando una mayor protección a los derechos de propiedad” (Chen, 2012). “Someter a quienes laboran en el sector informal a hacer parte del marco legal normativo, para aumentar la base tributaria y disminuir la competencia desleal para las empresas formales” (ibíd.). Establecer un marco que regule las relaciones laborales entre los trabajadores y empresarios para disminuir la informalidad. Por último, “adelantar acciones que fomenten la creación de más empleos, acceso fácil a crédito, infraestructura básica y asistencia social a las familias de los trabajadores informales” (ibíd.).

2.2.Medición de la informalidad a nivel internacional

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) fue pionera en llevar a cabo estudios de caso sobre el tema. En 1993 en la XV Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET) la OIT tomó como criterio fundamental *la unidad de producción* para establecer las directrices técnicas para identificar las actividades del sector informal. En este sentido, la concepción de una unidad de producción, entendida desde una perspectiva empresarial, significa que el empleo informal es determinado por la calificación de los empleados de las empresas. Una de las razones por las que se adoptó esta forma de medición obedece a la facilidad de llevar un control por parte de los gobiernos a través del sistema general de cuentas nacionales, permitiendo así, cuantificar el número de firmas bajo el esquema informal y el aporte que éstas en su conjunto realizan a la economía.

Una década después, en 2003, la OIT en su XVII CIET tuvo en consideración las recomendaciones realizadas por el grupo de expertos en informalidad, Grupo Delhi, quienes sugirieron privilegiar la calidad del empleo, por encima del tamaño de la empresa, a la hora de

medir la informalidad laboral. De esta manera, “la OIT sugirió incorporar en las encuestas a hogares preguntas que permitieran identificar a los individuos cuya relación laboral no está cubierta por mecanismos de protección social o normas laborales, privilegiando así la calidad del empleo por encima del tamaño del establecimiento”, (Guataquí Roa, García-Suaza, & Rodríguez-Acosta, 2011).

2.3. Medición y Conceptualización de la Informalidad en Colombia

La medición de la informalidad en Colombia se ha adelantado de manera oficial por parte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y también por investigadores que se han interesado en el tema.

2.3.1. Medición Oficial (DANE)

La medición de la informalidad asumida por el DANE se ha realizado a través de encuestas a hogares. Desde 1980 esta entidad asumió la responsabilidad de desarrollar un módulo dedicado a la informalidad en la Encuesta Nacional de Hogares (ENH)², realizando desde entonces, modificaciones para conservar la definición que emplea la OIT.

A partir de diciembre del 2009 el ente comenzó a hacer uso de la resolución de 1993 de la OIT y el grupo de expertos de Delhi, midiendo el empleo informal a través de categorías de trabajadores (Cuadro 1). Con esta clasificación se buscó capturar los trabajos caracterizados con baja protección social, garantías laborales, baja productividad, entre otros. “Un aspecto que se torna como

² La ENH preguntó un módulo dedicado a la informalidad desde 1980 hasta 2000. Al año siguiente la encuesta fue sustituida por la Encuesta Continua de Hogares (ECH), aplicándose el módulo para las 13 principales ciudades del país. Finalmente, para el año 2006 la ECH fue sucedida por un sistema integrado de encuestas a hogares: la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), ampliando su marco muestral a 24 ciudades del país junto con sus áreas metropolitanas (DANE, 2009).

inconveniente para la definición asumida, es que no especifica los empleos que no tienen contratos, beneficios laborales, entre otros”, (Izquierdo, 2011).

Cuadro 1. Clasificación del empleo informal en Colombia por el DANE

Colombia adopta la definición de empleo informal como:

- Los empleados particulares y los obreros que laboran en establecimientos, negocios o empresas que ocupen hasta **cinco** personas en todas sus agencias y sucursales, incluyendo al patrono y/o socio.
- Los trabajadores familiares sin remuneración.
- Los trabajadores sin remuneración en empresas o negocios de otros hogares.
- Los empleados domésticos.
- Los jornaleros o peones.
- Los trabajadores por cuenta propia que laboran en establecimientos de hasta cinco personas, excepto los independientes profesionales.
- Los patronos o empleadores en empresas de cinco trabajadores o menos.
- Se excluye los obreros o empleados del gobierno.

Fuente: DANE

2.3.2 Conceptualización de la informalidad

El propósito de este apartado es presentar un breve resumen de algunos de los autores que han conceptualizado la informalidad a partir de diferentes criterios. Existen dos categorías para clasificarlos: por tamaño del establecimiento y calidad del empleo.

Dentro del primer conjunto Uribe y Ortiz (2009) clasifican como trabajador informal todo aquel no profesional ni técnico que labore: (i) por cuenta propia, (ii) en famiempresas (entre 2 y 5 empleados) o (iii) en microempresas (entre 6 y 10 empleados). Santa María y Rozo (2009) asumen como criterio para definir la informalidad el no contar con registro mercantil, midiendo de este modo el porcentaje de establecimientos informales, más no trabajadores empleados en ellos. Por último, Garay (2007) analiza el registro, la gestión contable, la rama de actividad, el nivel de capital y la participación económica de los microestablecimientos.

Ahora bien, otro conjunto de autores se han enfocado en estudiar la informalidad a partir de las características del trabajo. La no contribución a seguridad social en salud y pensión, constituyen el factor determinante para clasificar a los trabajadores en un empleo informal, desde la perspectiva de Bernal (2009). Por su parte, para Flórez (2009) se deben considerar aspectos de la calidad del empleo, como la afiliación al sistema de seguridad social y también características del establecimiento, tal como trabajar en una empresa con menos de 10 empleados, (incluyendo a los trabajadores por cuenta propia). Para Guataquí et al. (2011) existe un conjunto de características que definen a un empleo como informal. En un sentido estricto (o *fuerte*, como ellos lo denominan), se encuentra el hecho de pertenecer al régimen contributivo o especial de salud, como beneficiarios; no estar cotizando a un fondo de pensiones ni estar pensionado; y ganar menos del 95% del salario mínimo por hora. Mientras que, desde su definición “*débil*”, sólo se tiene en cuenta la no afiliación al sistema de seguridad social en salud, sin distinguir el tipo de régimen.

3. INFORMALIDAD Y VENDEDORES AMBULANTES: REVISIÓN DE ESTUDIOS DESCRIPTIVOS

3.1. Informalidad y vendedores ambulantes en el mundo

Las consideraciones relativas a la informalidad y los vendedores ambulantes se basan principalmente en las experiencias del continente asiático y africano. Entre las investigaciones que se han adelantado hasta el momento se destacan la realización de estudios descriptivos de vendedores ambulantes, donde se discuten sus particularidades y también las acciones de política pública que se han llevado a cabo.

Yasmeen (2014) en su estudio sobre los vendedores ambulantes en Bangkok afirma que las mujeres han sido especialmente partícipes en este mercado laboral, jugando el rol de compradoras y vendedoras, debido, entre otras cosas, a su bajo nivel educativo respecto a los hombres. El

desarrollo de esta actividad tuvo en su momento una connotación negativa, percepción que posteriormente cambio como resultado del reconocimiento que las autoridades dieron al papel que las ventas callejeras tuvieron en la dinamización de la economía, tras la crisis financiera de 1967, permitiendo a los más pobres afrontar la coyuntura económica. Este reconocimiento hizo que el gobierno otorgara permisos para las ventas, asignara espacios para el desarrollo de esta actividad, ofreciera cobertura en el plan de salud y exigiera el pago de impuestos.

En Camboya, por su parte, las autoridades han tenido una visión negativa sobre las ventas ambulantes. De hecho, es una actividad catalogada como ilegal, pero que exige el pago de impuestos, ya que, como en otros países, el aporte que el sector informal realiza al PIB es significativo. Kusakabe (2006) afirma que las condiciones laborales de los vendedores son difíciles al no contar con el apoyo del gobierno, sufrir de persecución policial y carecer de seguridad. En este país la mujer es también quien principalmente se ve inmersa en las ventas ambulantes. Se caracterizan por estar en una edad entre los 30 y 50 años, un nivel educativo inferior al promedio nacional y trabajar en una jornada laboral que va de 8 a 13 horas por día.

En Mongolia los vendedores callejeros trabajan entre 12 y 15 horas al día. En materia de políticas, la administración local ha establecido estándares para regular las ventas ambulantes, exigiendo un permiso para vender. Además de ello, si un vendedor desea ubicarse en un lugar determinado debe alquilar un espacio, el cual, para ser conseguido obliga al vendedor a reunir una serie de requisitos, tales como un certificado en salud, una tarjeta de identificación y una garantía de capital.

En India, Kumar (2012) muestra que se ha encaminado una política pública conjunta con los vendedores ambulantes y el sector privado para mejorar las condiciones de vida de este tipo de trabajadores. En diciembre de 2006 se dio inicio a un plan de acciones que buscaba cambiar el

trato negativo que las autoridades tenían hacia los vendedores, para pasar a incluirlos dentro de la economía, al tenerlos en cuenta en la formulación de políticas públicas. Se construyeron quioscos que contaban con servicios de agua y electricidad, que solo podían ser ocupados por vendedores que ya contaran con una licencia de funcionamiento y que hubieran sido partícipes del proceso de formulación de la política. El sector proporcionó mecanismo de difusión, y algunas ONG ayudaron con uniformes y artefactos para los desechos generados por la labor de los vendedores.

Finalmente, en la recopilación de estudios realizado por Mitullah (2004) sobre vendedores ambulantes en diferentes países de África, se afirma que las mujeres también tienen un rol dominante en la economía informal. Una explicación que se da bajo el contexto de estos países, obedece al reducido conjunto de oportunidades que en el sector rural y urbano presenta el género femenino, asociado a consideraciones culturales, su nivel educativo y a una mayor carga asumida en los roles del hogar. En relación a este último punto, las ventas se configuran como una fuente de ingresos que les permiten tener flexibilidad en sus horarios para así cumplir con las diferentes tareas del hogar. Mitullah (2004) describe que, por lo general, son personas que están casadas y cuentan con un nivel educativo inferior al promedio nacional. Algunas de las razones para vender en las calles obedecen a la falta de espacio en los mercados, a la naturaleza estratégica de la ubicación, al emprendimiento, la falta de financiación para un gran negocio, la evasión de impuestos, la presencia pobreza, entre otros.

3.2. Informalidad y vendedores ambulantes en Colombia

En Colombia no se han realizado muchos estudios sobre los vendedores ambulantes. De hecho la mayoría de las investigaciones se enfocan en la informalidad que, como se estableció en la introducción, constituye un conjunto que contiene a la población de vendedores ambulantes. Dada

la escasa información al respecto, en esta sección se revisan tres estudios relacionados con la informalidad en Colombia.

Méndez (2002) estudia la informalidad de acuerdo a la definición establecida por el DANE, y estudia las razones que llevan a un trabajador a incorporarse al sector formal de la economía. De manera general, el autor considera dos razones que llevan a un trabajador a incorporarse al sector informal de la economía: por un lado, el hecho de no encontrar empleo en el sector formal, y, en segundo lugar, el hecho de que existan incentivos para la evasión fiscal que le permitan maximizar los beneficios económicos. A partir de estos dos criterios el autor calcula la tasa de informalidad en Colombia utilizando información obtenida de las Encuestas de Hogares Urbanos del DANE, entre 1988 y 1998. Bajo el primer criterio oficial encontró una tasa de informalidad de 57%, para los dos periodos; y bajo los criterios propuestos, 45% y 41%, respectivamente. Bajo las dos definiciones el sector informal estaba mayoritariamente compuesto por hombres.

En otro estudio, Guataqui et al. (2011) realiza un análisis sobre el sector informal urbano para las diez principales áreas metropolitanas de Colombia. El autor utiliza los conceptos implementados por el DANE en la Encuesta Nacional de Hogares, ENH, para los meses de junio de los años pares del período 1988-2000, con excepción de 1990. Los resultados de su análisis estadístico muestran que la tasa de informalidad fue del 56,3% en 1988 y que siguió una tendencia decreciente hasta 1996, cuando llegó al 52,8%. A partir de ese punto la tasa creció constantemente hasta llegar al 59,2% en el año 2000. Los autores además construyeron un modelo de datos de panel con efectos fijos por ciudad, donde la variable dependiente era la tasa de informalidad y la independiente la participación porcentual de la producción industrial de la ciudad en el PIB departamental. A partir de esta metodología concluyen que la informalidad es anticíclica, es decir, disminuye con el auge económico y aumenta con las crisis económicas, una mayor

industrialización de la ciudad reduce la tasa de informalidad, y además del desarrollo industrial existen otras variables que explican la tasa de informalidad, como el género, la edad, los años de educación, la tasa de ocupación de las respectivas ciudades, entre otras variables.

La Organización Internacional del Trabajo (2014) indica, por su parte, que el crecimiento económico, así como factores institucionales han contribuido al incremento de la formalización en Colombia desde el año 2009 hasta el año 2013. Entre los factores institucionales que explican dicha tendencia se encuentran principalmente “el apoyo financiero y no financiero a los microempresarios, a través de la creación del Sistema Nacional de Mipymes, y los incentivos tributarios y parafiscales, a través del programa “Colombia se formaliza” (OIT, 2014). El estudio concluye que “aun con un crecimiento relativamente alto de la economía como el registrado en los años estudiados, los resultados en materia de creación de empleos formales no pudieron ser mejores, debido a que la economía colombiana tiende a concentrar los mejores resultados en materia productiva en sectores que generan pocos empleos” (OIT, 2014).

Finalmente, se debe mencionar uno de los pocos estudios hallados sobre vendedores ambulantes en Colombia, desarrollado por Castañeda et al. (2007) para el caso de Bogotá. A partir de la Encuesta de Calidad de Vida para Bogotá y sus localidades, ECV, realizada por el DANE en junio de 2003, el Fondo de Ventas Populares (FVP) determinó que el número de vendedores ambulantes en el espacio público de esta ciudad era 79.290 personas, correspondiente al 2.6 % de la población ocupada de la capital. El estudio se concentró en la población más vulnerable de los vendedores informales.

Con la información utilizada se pudo establecer que establecer que la edad media de un vendedor informal era de 41 años y el tiempo promedio que llevan laborando en este oficio era de 11 años. Ahora bien, el 42% de los vendedores informales informó residir en cuatro de las

localidades más pobres y con más altas tasas de desempleo de la ciudad. De aquí que por lo general tuviesen otro miembro del núcleo familiar realizando la misma actividad, y en la mayoría de los casos la localidad de residencia no coincidiese con la localidad donde realizaban su actividad comercial. Luego, era común la presencia de niños como acompañantes y adultos mayores ejerciendo como vendedores ambulantes.

La línea de base del FVP evidenció también que el 38% del total de los vendedores informales en el espacio público que estuvo anteriormente empleado no quería dejar su trabajo informal actual. El ingreso medio, a precios de 2007, era de 411 mil pesos mensuales, por lo que no era suficiente para satisfacer las necesidades de cuatro personas, que corresponde al tamaño promedio de su hogar, ubicándose en el límite de la línea de la pobreza. Esto a su vez significaba que debían traspasar los límites de la jornada laboral, por lo que el 70% de los vendedores trabajaba todos los días de la semana, el 65% trabajaba más de 40 horas a la semana y en promedio trabajaban 9 horas diarias. Además del análisis socioeconómico, el estudio incluyó un análisis técnico de las características de los mercados en que éstos operaban, esto es, los productos que vendían. Aquí el estudio adquirió un carácter complejo debido a que en los productos que comercializan los vendedores ambulantes intermedian productores formales, informales e ilegales.

Esto lleva al autor a sostener una relación entre la economía informal y formal fundamentada en la estrategia comercial en el espacio público por parte de grandes empresas para: i) la evasión y elusión de responsabilidades tributarias, laborales y de seguridad social con el objetivo de incrementar sus márgenes de ganancia; ii) aprovechar la localización privilegiada de los más de 79 mil vendedores informales, quienes al ubicarse donde hay más flujo de personas se convierten en una canal de comercialización único; y iii) derivar beneficios económicos de la ausencia o debilidad de la regulación de las actividades económicas en el espacio público.

4. DATOS Y METODOLOGÍA

Este estudio utiliza información recolectada a través de una encuesta diseñada por los estudiantes de la Maestría en Gobierno de la Universidad Icesi, en conjunto con el Observatorio de Políticas Públicas - POLIS. La información fue recolectada con el objetivo de caracterizar a la población en cuanto a su actividad económica y a nivel sociodemográfico. Se definió un área para su aplicación, comprendida entre los barrios San Pedro y El Calvario en la ciudad de Cali, dada la alta afluencia de vendedores en el espacio público en este sector. En total, fueron recolectadas 527 encuestas directas a vendedores ambulantes entre el primero y el veinte de diciembre de 2014.

4.1. Características del instrumento

El cuestionario se divide en cinco secciones. La primera se centra en los datos demográficos del vendedor ambulante. La segunda, mide su satisfacción con la vida. En la tercera se concentran las características operativas del negocio del vendedor. En la cuarta, se documentan los ingresos y gastos percibidos, y en la quinta sección se registra la existencia o no de un permiso legal para ocupar el espacio público, e indaga si el vendedor ambulante ha sido encuestado en ocasiones anteriores. Por último, se debe mencionar que la encuesta presenta un hoja de observaciones que tiene como objetivo documentar las condiciones materiales perceptibles de los medios y espacio público utilizados por estos individuos. El instrumento aplicado cuenta con 77 preguntas (Ver Anexo A).

4.2. Filtración de la base de datos

Dado que los datos fueron recolectados durante diciembre, periodo durante el cual varía la actividad económica resultado de la festividad navideña, la presente investigación solo considera

aquellos individuos cuya labor en el centro de Cali se desenvuelve durante todo el año. De esta forma, de las 527 observaciones originales, solo 444 fueron consideradas para el presente estudio.

La justificación de esa decisión radica en que esta época del año constituye un choque en las actividades económicas, conocido como estacionalidad, caracterizada por “un conjunto de fluctuaciones con periodos inferiores a un año, que se repiten más o menos de manera regular”, (DANE, 2013). Al respecto, la literatura económica indica que la medición de las variables durante estos choques y a partir de las observaciones originales, “no siempre indican el aumento o disminución efectiva de la actividad económica, ya que pueden incluir factores de corto plazo que ocultan la evolución económica de mediano o largo plazo”, (DANE, 2013). Luego, al eliminar los efectos estacionales del conjunto de las observaciones recolectadas, aislando a aquellos individuos que manifestaron encontrarse laborando en el centro por causa de la temporada navideña, se atiende a una mejor comprensión de la actividad económica de los vendedores ambulantes en la ciudad.

4.3.Base de datos y estadísticas descriptivas

A partir de la base de datos se consideran dos puntos. En primer lugar, la construcción del perfil del vendedor ambulante, partiendo de sus principales características demográficas y económicas, reflejadas bajo el promedio de las observaciones en cada caso; por otro lado, se investiga si existen diferencias significativas entre los grupos que componen a la población, punto que es explicado parcialmente a continuación y en profundidad en la sección de resultados.

La heterogeneidad se debe a que los datos recolectados presentan diferencias cuantitativas y cualitativas, según las características de la unidad de observación. Para facilitar el análisis de las observaciones, muchas veces se analizan los resultados según un criterio metodológico que agrupa dichas unidades en grupos o subgrupos con las mismas características. Este diseño se denomina

bloques y tiene como propósito precisamente “separar la variación en la respuesta debida a la heterogeneidad del material experimental, de la variación debida a factores aleatorios. Esto se consigue agrupando las unidades experimentales en bloques con características homogéneas, de manera que la variabilidad en el material experimental aparece, principalmente, como variabilidad entre bloques y no como variabilidad dentro de los bloques”, (Devore, 2008).

En el presente estudio se aplica dicha metodología, explicada detalladamente en el análisis de resultados en lo que atañe a la conformación de los bloques. Para determinar la presencia de heterogeneidad entre estos se realizan pruebas de hipótesis de diferencias, donde la hipótesis nula establece igualdad en los parámetros analizados. Dependiendo de la naturaleza de la variable - continua o categórica- se realiza la prueba en la media o en la proporción, respectivamente. En relación a esto, para el caso de variables dicotómicas se aplica un test de proporciones, que básicamente compara los resultados de uno y otro grupo, para determinar si existen diferencias estadísticamente significativas.

Para las variables continuas, en primer lugar se debe garantizar el cumplimiento de dos supuestos sobre la distribución de la variable a ser comparada para ambos grupos. Estos son que la variable en cada bloque se distribuya de manera normal (Doornik-Hansen 2008) y que sus varianzas sean iguales (Levene 1960). En el caso de que se cumplan se procede a aplicar la prueba ANOVA en una sola vía. En el caso de que se viole el supuesto de homogeneidad de varianzas se debe realizar un análisis robusto considerando el estadístico F para determinar que las diferencias sean estadísticamente significativas. Si con la prueba ANOVA se rechaza la hipótesis nula (igualdad de medias) entonces se procede a realizar una prueba de Tukey (1953) para ver entre cuáles grupos hay diferencias.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1. Perfil del Vendedor Ambulante

El vendedor ambulante³ promedio del centro de Cali presenta el siguiente perfil sociodemográfico y económico: Entre los individuos encuestados 54,5% son hombres y 45,5% mujeres. El vendedor ambulante tiene una edad promedio de 43 años. Tuvo su primer hijo a los 18 años, 13,41%; se considera mestizo, 42,57%; el estrato socioeconómico de la vivienda donde habita es uno, 49,10%, y paga arriendo, 59,01%. En su vivienda convive, en promedio, con aproximadamente cuatro personas (incluyéndose), es jefe de su hogar, 69,37%, y el gasto mensual que reporta en promedio es de \$697.671 pesos.

El vendedor ambulante cuenta con un nivel de escolaridad de media-secundaria, 32,73%, puesto que cursó algún grado de la secundaria pero no logró completarla. Está afiliado al régimen de salud subsidiado, 69,09%, y hasta el momento no ha hecho nada para asegurarse una buena vejez, 64,86%. No tiene una cuenta de ahorros, 81,26%, y cuando requiere un préstamo acude principalmente a un prestamista gota a gota, 56,55%. Respecto a las características asociadas con su actividad económica, se tiene que es propietario de su negocio, 89,64%; en promedio invierte al mes \$996.750 pesos en la compra de mercancía, la cual compra a un mayorista, siendo la condición de pago de contado, 90,25%. Asimismo, en el mes sus ingresos por las ventas son de \$3'736.739 pesos, de los cuales al descontar la inversión realizada, obtiene una ganancia mensual de \$989.016 pesos, aproximadamente. Respecto a este punto, cabe aclarar que en el cálculo no se están teniendo en cuenta otros elementos que constituyen inversión, como el pago por alquiler del espacio público, o por guardar la mercancía, lo cual hace que se esté sobreestimando la ganancia

³ En adelante, VA. Para simplificaciones, se hará referencia a los vendedores ambulantes en término masculino, siendo aún extensivas las características para el caso de las vendedoras ambulantes.

obtenida. Por último, en promedio paga \$1.575 pesos diarios por guardar su mercancía en una bodega, 55,86%, y ejerce su labor de manera irregular, puesto que no cuenta con un permiso para laborar en la zona donde se ubica, 83,78%.

De los siete días de la semana, él VA trabaja seis; y en promedio, trabaja dos horas más respecto a las ocho horas legalmente establecidas. Ahora bien, manifiesta una variedad de razones, motivaciones, expectativas, entre otras cosas, para desempeñar su oficio. En este orden de ideas, considera que entre las principales razones para realizar su labor están el alto nivel de desempleo, 36,3%; la falta de capacitación, 34%, que, como ya se estableció, solo llega a la secundaria incompleta, y la independencia laboral, 11, 9%. En relación a este último punto afirma que la principal ventaja de ser VA es precisamente dicha independencia, 47,5%; los buenos ingresos, 14,4% y el manejo autónomo del tiempo, 13,5%, entre otras cosas. Por su parte, entre las desventajas más importantes indica el clima y el entorno, 48,4%; el ingreso variable, 10,8%; y el abuso de las autoridades debido al uso del espacio público, 8,5%. En la Tabla 1 se resumen estos resultados:

Tabla 1. Ventajas y Desventajas de ser Vendedor Ambulante

Ventajas	Porcentaje	Desventajas	Porcentaje
Independencia	47,52	El clima y entorno	48,42
Buenos ingresos	14,41	Ingreso variable	10,81
Manejo autónomo del tiempo	13,51	Abuso de las autoridades por el espacio	8,56
No tiene jefe	9,91	Control policial	6,98
Ninguna	5,41	Ninguna	6,08
No requiere formación	1,35	Ausencia de prestaciones sociales	4,05
Facilidad	1,13	Inestabilidad	2,7
Gusto por este trabajo	1,13	La inseguridad	2,7
Otros	5,67	Otros	9,77
Total	100,00	Total	100,00

Fuente: Elaboración Propia

En el corto y mediano plazo la expectativa laboral del VA es principalmente continuar con la misma actividad que viene realizando, 37,1%; conseguir un trabajo formal y estable, 18%; y

cambiar de lugar de trabajo y actividad, 8,3%. Ante la posibilidad de dejar su oficio en caso de que se le ofrezca un trabajo formal estable, sostiene que no abandonaría su trabajo ante esta oportunidad, 32,5%; que estaría dispuesto a cambiarlo si el salario percibido en el otro trabajo fuese superior al promedio de sus ingresos, 28,6%, esto es, más que un salario mínimo, que para el año 2014 era de \$616.000 pesos, y el \$1'380.435 de pesos correspondiente a los ingresos promedio de su hogar; y no cambiaría su trabajo o no estaría interesado, 17,83%, entre otras cosas. Finalmente, el VA plantea, ante la posible afectación de su negocio por la recuperación del espacio público en el centro de Cali, ser reubicado, 44,7%; recibir un subsidio, 31,3%; conseguir un nuevo empleo, 7,7%; o acudir a acciones judiciales, 1,5%.

Tabla 2. Opción de trabajo formal y estable

Respuesta	Porcentaje
El salario es igual al promedio de sus ingresos	5,42
El salario es superior al promedio de su ingresos	28,67
El salario es menor pero compensado con seguridad social	1,58
El salario equivale a 1 SMMLV con mejores condiciones laborales y seguridad social	14
Ninguna de las anteriores	32,51
Otro	17,83
Total	100

Fuente: Elaboración Propia

En este orden de ideas, se puede establecer que el VA promedio en la ciudad de Cali no estaría dispuesto a abandonar su labor, disposición que se debe principalmente a que valora la independencia que le permite el ejercicio de su trabajo, pero además porque manifiesta que ante la oportunidad de un trabajo nuevo y estable, no estaría dispuesto a abandonar su labor o no estaría interesado en tomar dicha oportunidad. Situación que puede apreciarse desde una perspectiva *voluntarista*, en el sentido de que los individuos, en cierta medida, manifiestan una serie de beneficios que parecen valorar más respecto a los incentivos para hacer parte del sector regulado. Ahora, respecto a los estudios analizados en secciones anteriores, donde se evidencia una mayor

preponderancia de las mujeres trabajando como vendedoras ambulantes, en la ciudad de Cali se destaca una participación del género masculino.

5.2.Heterogeneidad

Dentro de los datos recolectados, se contó con una gran variedad de tipos de negocios. En concreto, se presentaron más de veinte categorías de tipo de ventas. De este modo, se optó por agrupar a los tipos de negocio bajo el criterio de *presencia* en la muestra. Para ello, se construyeron cuatro categorías o bloques. Los negocios más frecuentes dentro de la muestra, constituyeron la primera categoría denominada presencia *Alta*, los segundos más frecuentes la categoría *Media*, la siguiente fue la categoría *Media-Baja* y la de menor frecuencia la *Baja*. A continuación se precisa la clasificación de cada tipo negocio en cada categoría:

Tabla 1. Clasificación de los negocios bajo el criterio de Presencia

Tipo de negocio	Presencia %	Categoría
Artículos para vestir	19,76	ALTA
Comidas	8,54	
Frutas	8,05	
Bolsos/Billeteras/Correas	8,05	
CD's	6,59	MEDIA
Confitería y/o cigarrería	6,1	
Calzado	5,85	
Miscelánea	5,85	
Bebidas/Jugos	3,41	MEDIA - BAJA
Juegos/Juguetes	3,41	
Hierbas medicinales	3,41	
Relojería y/o reparación de relojes	3,17	
Minutos	2,44	BAJA
Herramientas/Cacharros	1,95	
Gafas	1,46	
Accesorios para celulares	1,22	
Accesorios	0,98	
Periódicos/Revistas/Libros	0,24	
Lotería/Chance	0,24	
Otro	9,27	

Fuente: Elaboración propia

Una vez agrupados en categorías todos los tipos de negocios, se pasó a realizar un análisis de su actividad económica, para determinar si las diferencias en las cifras de inversión, ventas y ganancias resultaban significativas en términos estadísticos. Como se puede apreciar en la Tabla 4, los negocios clasificados en la categoría de presencia *Alta* registraron el monto más alto de gasto del hogar, ventas y ganancias, todas medidas en términos mensuales y en pesos. La diferencia entre la siguiente categoría no se hace muy lejana, al menos en el caso del gasto del hogar, inversión y ganancia. En particular, al analizar la categoría *Baja* se destaca, por un lado, la menor inversión en mercancía realiza al mes, y por otro lado, registrar el valor más bajo de ventas; por su parte el nivel de gasto promedio de los hogares de esta categoría es el segundo más bajo de toda la muestra. Respecto a la categoría *Media*, cabe mencionar que a pesar de ser la que más invierte en mercancía o materia prima (columna 2) es la penúltima en cuanto al nivel de ventas y a las ganancias que obtiene mensualmente, y paradójicamente es el grupo de negocios con el segundo valor más alto de gastos del hogar.

Tabla 2. Cifras mensuales

Presencia	Gasto del hogar (1)	Inversión (2)	Ventas (3)	Ganancia (4)
Alta	\$ 767.647	\$ 2.324.000	\$ 4.152.353	\$ 1.116.829
Media	\$ 698.860	\$ 2.678.113	\$ 3.400.752	\$ 862.141
Media-baja	\$ 571.515	\$ 1.842.308	\$ 4.143.455	\$ 939.067
Baja	\$ 656.702	\$ 1.590.417	\$ 2.849.167	\$ 878.764

Fuente: Elaboración propia

Frente a estos resultados cabe preguntarse si estas diferencias en realidad obedecen a factores puntuales o, simplemente vienen dadas de manera aleatoria. Para ello se realizan los respectivos test de significancia estadística para corroborar las diferencias puntuales. La Tabla 5 detalla los resultados de las pruebas. Para cada una de las cuatro variables de interés, el p-value indica que no

existen diferencias significativas entre las medias de los grupos para cada una de las variables consideradas.

Tabla 3. Test de diferencias en la media

Variable	P-value	Estadístico
Ventas	0.4907	Fstar*
Ganancia	0.1750	Fstar
Inversión	0.6316	F **
Gasto del hogar	0.3714	F

*Prueba robusta a la no igualdad de varianzas

**Prueba robusta a la no normalidad de los datos

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con estos resultados, una primera conclusión que se obtiene de este análisis es que para este conjunto de observaciones de vendedores ambulantes del centro de la ciudad, no existen diferencias significativas en aspectos económicos. Dicho de otro modo, no se soporta la hipótesis de diferenciación solo en el ámbito de la actividad económica de los vendedores ambulantes. Es por ello que se procede a realizar un análisis de diferencias en aspectos socio-demográficos de los vendedores ambulantes, conservando la clasificación de categorías, y aplicando las pruebas de significancia estadística para diferencias.

La Tabla 6 presenta un resumen de los hallazgos de las pruebas de hipótesis de diferencias. Lo que en ella se enuncia son las categorías de análisis en las que el test arrojó al menos un nivel de confianza del 90% en la diferencia entre las dos categorías que se evaluaban. Por ejemplo, en cuanto a la variable Género, se tiene que existen diferencias significativas entre el par de categorías *Alta-Media*; *Alta-Baja*; y *Medio-Baja-Baja*, en particular, existe una mayor presencia de hombres en la categoría *Media* en comparación con la categoría *Alta*, sucediendo igual en las dos restantes pares de categorías (la segunda categoría del par es la que indica la relación negativa en la diferencia). Mientras que, el par *Media* y *Media-Baja* es el único que cambia el sentido de la

diferencia, puesto que en la categoría de presencia *Media* (CD, confitería, calzado) predomina la presencia de vendedores ambulantes de género masculino. De este punto en particular, se puede concluir pues, que a grandes rasgos los negocios que venden artículos para vestir, comida, fruta y bolsos son predominantemente femeninos.

En lo referente a si tiene hijos, se encontró que sólo existen diferencias significativas entre las categorías *Alta* y *Media-Baja* pero que, la proporción de VA que tienen hijos es mayor en los negocios que se encuentran en *Media-Baja*. En particular, cabe anotar que esta categoría es en la que el mayor número de vendedores tienen al menos un hijo, 86.3%, y que de igual manera, tienen el promedio de hijos más alto entre todas las categorías, 3.3 hijos. Este hecho es un punto clave a tener en cuenta en el momento de formulación de política pública, puesto que, un mayor número de hijos en el hogar se traduce en una tasa mayor de dependencia y hace que la inversión promedio por cada hijo sea menor, afectando así la inversión en educación y salud por cada hijo. Visto de otro modo, aumenta la probabilidad de que alguno de los hijos debe insertarse en el mercado laboral de manera parcial o total para realizar aportes a la economía del hogar. De igual manera, los negocios clasificados con presencia *Baja* tienen una mayor proporción de vendedores que sufren algún tipo de discapacidad, comparado con la categoría *Alta* y *Media*.

La comparación entre la categoría *Alta* con *Media* arroja que en la primera hay un mayor número de mujeres jefes de hogar, mientras que en el caso de *Baja* y *Media-Baja*, la diferencia es negativa, significando en hay una mayor presencia de mujeres jefes de hogar en la categoría *Media-Baja*, que es la que tiene más hijos en promedio.

Tabla 4. Diferencias significativa entre categorías

Presencia	Alta	Media	Media-Baja	Baja
Alta	No aplica	Género (+) Mujeres jefes de hogar (+)	Presencia de hijos (-)	Género (-) Discapacidad (-) Deudas (-) Falta de capacitación (+) Disposición a formalizarse (+)
Media		No aplica	Ninguna	Discapacidad (-) Deudas (-) Otra actividad laboral (+)
Media-Baja		Ninguna	No aplica	Género (-) Deudas (-) Falta de capacitación (+) Disposición a formalizarse (+)
Baja		Ninguna	Género (-) Mujeres jefes de hogar (-) Otra actividad laboral (+)	No aplica

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las deudas financieras a través de préstamos, se encuentra que la categoría *Baja* es la que mayor número de personas tenía deudas si se comparaba con las personas de la categoría *Alta*, *Media* y *Media-Baja*. Este aspecto permite empezar a explicar en cierta parte las diferencias en sus niveles de ganancia. La condición de préstamo de esta categoría en especial, sitúa a los individuos que pertenecen a esta en una posición de mayor vulnerabilidad, al tener que acudir a fuentes de financiación informales, a las que se ven obligados a pagar una alta tasa de interés, impidiendo de este modo que el préstamo se pague en un tiempo considerable y limitando la posibilidad de reinversión de las utilidades del negocio.

Ahora bien, se tiene que la cantidad de vendedores que puede ejercer una actividad laboral diferente es mayor en la categoría *Baja* y *Media*, cuando se compara frente a *Media-Baja* y *Baja*,

respectivamente. Respecto a este punto, el tipo de actividad alternativa que afirmaron que podrían realizar los VA de la categoría *Baja* (minuteros, vendedores de chance, de accesorios, de periódicos, entre otros) son en primer lugar oficios varios, y en segundo lugar construcción, administración, o gastronomía. Por su parte, para el caso de la categoría *Media* las alternativas serían predominantemente actividades relacionadas con el deporte y en torno a una profesión, y en una menor proporción trabajos en construcción u oficios varios. Se puede apreciar una heterogeneidad a nivel de cada categoría, donde es importante rescatar que existe presencia de alternativas laborales que no requieren formación académica previa como la construcción o los oficios varios -denotando implícitamente un bajo nivel de cualificación de estas personas- y también hay alternativas laborales que exigen cierto grado de formación como la administración, la gastronomía o deporte. Este aspecto es relevante en términos de formulación, en cuanto a que permite distinguir un poco más a la población que cuenta con más habilidades laborales adquiridas bien sea por su nivel educativo o por su experiencia laboral pasada, de aquella otra población que no cuenta con formación laboral en otros campos y que por ello la posibilidad de cambiar de empleo a uno formal se dificulta por la falta de preparación académica y laboral.

En otro escenario, las pruebas de significancia arrojaron que en la categoría *Baja* se encuentra una diferencia significativamente mayor de vendedores que son dueños de su propio negocio, al compararlo con la categoría *Alta*.

El análisis que resta realizar se desarrolla en torno a los motivos e incentivos que los VA tienen para desempeñar esta actividad informal. Para ello, tres preguntas resultan claves para abordar estos aspectos. En primer lugar, en cuanto a los motivos por los cuales estas personas ejercen la labor puede responder a factores de tipo externo a ellos, como el nivel de desempleo, y a factores de tipo interno como la falta de capacitación. Aun así, cada motivo no es excluyente el uno del

otro, dadas las características de esta población de vendedores, pero, para este análisis se plantean estas dos alternativas de manera excluyente.

Los resultados indican que existe una diferencia en los motivos de ser VA entre la categoría *Alta* y *Baja*, los primeros en su mayoría responden que ejercen su labor debido a la falta de capacitación. La otra diferencia significativa que se presenta es en la comparación de la categoría *Media-Baja* con *Baja*, con las cuales, se tiene que los vendedores que pertenecen a la primera de esta lo son por la falta de capacitación. Respecto a este resultado, cabe anotar que en especial los vendedores de frutas y comida (pertenecientes a la categoría *Alta*) son personas que podrían desempeñar un trabajo formal en un trabajo que les permita preparar o manipular alimentos, dada su experiencia con las ventas ambulantes.

Otro aspecto relevante en torno a los motivos que explican la decisión de formalizarse o no, es la disposición a vender su negocio para constituir otro o aceptar formalizarse. A los encuestados se les preguntó si estarían dispuestos a vender su negocio, y tras aplicar los respectivos test comparando entre categorías, sólo se encontraron diferencias significativas entre *Media-Baja* y *Baja*, teniendo este último tipo de negocios más disposición a vender su negocio.

Finalmente, se da cierre a esta sección presentando las diferencias significativas en torno a una pregunta muy puntual que es si el vendedor estaría dispuesto a formalizarse. Se encuentra que se presentan las mismas diferencias (significativas) para las mismas categorías de análisis de la pregunta que indaga sobre los motivos de ser VA. En resumen, los vendedores que pertenecen a las categorías *Alta* y *Media-Baja* tienen más disposición a formalizarse que si se compararan con los vendedores de la categoría *Baja*. Este resultado es crucial para unir dos resultados encontrados, los cuales nos dicen que existe la voluntad de formalizarse por parte de los VA de presencia *Alta* (artículos para vestir, comida, frutas, bolsos) y *Media-Baja* (jugos, juguetes, hierbas medicinales

y relojería) pero que, para que ello suceda requieren de al menos recibir capacitación para desempeñar otra actividad laboral.

6. CONCLUSIONES

La población de vendedores ambulantes del centro de la ciudad de Cali es heterogénea, según se puede evidenciar con la información presentada en este proyecto. Esto significa que, a partir de las características observables obtenidas gracias al instrumento, se puede reconocer que existen incentivos de diversa índole que permiten explicar su elección del modo de trabajo. Visto esto desde las escuelas de pensamiento de la economía informal, las corrientes que mejor explican este fenómeno para la ciudad de Cali son la Dualista y la Voluntarista. En la primera de ellas se incluyen a todos los vendedores que ejercen la actividad dado su bajo nivel de educación y las pocas posibilidades de ejercer otra alternativa laboral. Mientras que en la segunda los vendedores ambulantes no tienen motivaciones para obtener un empleo formal, incluso bajo un hipotético escenario donde puedan percibir un salario más alto y prestaciones sociales.

Entre todas las categorías de análisis, una de ellas mostró condiciones especiales de vulnerabilidad. Los vendedores de jugos, juegos, hierbas medicinales y relojes (pertenecientes a la categoría *Media-Baja*) cuentan con el mayor número de hijos promedio (3.3 hijos), y a su vez, tiene el mayor número de mujeres jefes de hogar. Estas condiciones en particular hacen que el gasto promedio por hijo sea menor, puesto que los ingresos que se obtienen deben ser repartidos entre más miembros, hecho que pone en riesgo la estabilidad económica de la familia, lo cual podría afectar el gasto que se dedique a rubros importantes como la educación y la salud de los hijos. Asimismo, hay una posibilidad latente de que alguno de los hijos deserte del sistema educativo ante choques adversos en los ingresos del hogar, lo cual estaría aumentando la probabilidad de perpetuar un bajo nivel de capital humano y seguir ejerciendo en un futuro las

ventas ambulantes. En este sentido, se hace necesaria una atención especial a este segmento poblacional, brindándose ayudas a nivel educativo y de salud.

Al existir un segmento de vendedores capaces de ejercer otra actividad laboral, las alternativas de trabajo para ellos debe ser pensada en términos de capacidades adquiridas. Por ejemplo, algunos vendedores afirmaron poder desarrollar actividades que requieren cierto nivel de capacitación y formación, como por ejemplo la gastronomía, el deporte, o la administración. Otro grupo de vendedores dijeron ser capaces de desarrollar labores relacionadas con la construcción u oficios varios. Esta situación permite ver la heterogeneidad a nivel educativo y en experiencia laboral de los vendedores, lo cual se convierte en un dato importante para formular un plan de formalización diferenciado de acuerdo a las capacidades laborales que ya cuenta esta población. A su vez permitiría contar con una mayor asimilación del hipotético nuevo empleo, una mayor facilidad de adaptación, permitiendo una mayor probabilidad de éxito en la vinculación con la formalización.

La diversidad de los tipos de negocios que se encuentran en todo el conjunto de ventas ambulantes se configura así como una oportunidad desde la perspectiva de la formalización. Esto se debe a que, por ejemplo, aquellos vendedores de frutas, comida y jugos son un segmento con el cual se puede aprovechar el hecho de que la actividad que desarrollan les implica cierto nivel mínimo de habilidad para tratar estos alimentos; de aquí a que a estas personas se les pueda ofrecer un alternativa laboral en la cual puedan seguir desarrollando su actividad de manera formal.

Finalmente, se debe reafirmar el carácter experimental de este proyecto, del cual no pueden desprenderse acciones encaminadas a realizar políticas públicas dadas la naturaleza de los datos recolectados y utilizados. Para ello se debe realizar un censo que pueda caracterizar a la población de vendedores ambulantes en su totalidad, de tal forma que se logre sortear sus diferencias y

similitudes tanto a nivel personal como económico. Es a partir de ello que se podrán adelantar las políticas diferenciadas que aquí se proponen, dados los resultados obtenidos.

7. BIBLIOGRAFÍA

Castañeda, A., & Garcia, J. (2007). *Habitat y espacio público. El caso de vendedores informales en el espacio público físico de Bogotá*. Bogotá D.C: Alcaldía Mayor de Bogotá.

Chen, M. A. (Agosto de 2012). *wiego*. Cambridge: WIEGO.

Corte Constitucional de la República de Colombia. (2014). *corteconstitucional*. Recuperado el 2015, de corteconstitucional:
<http://www.corteconstitucional.gov.co/RELATORIA/2014/T-231-14.htm>

DANE. (Mayo de 2013). *dane.gov.co*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2015, de *dane.gov.co*:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/Cuentas_trimestrales_b2000_05_13.pdf

Devore, J. L. (2008). *Probabilidad y Estadística para Ingeniería y Ciencias*. Mexico D.F: CENGAGE Learning.

Florez, C. E. (2002). *The function of the urban informal sector in employment*. Bogotá D.C: CEDE.

Guataquí Roa, J., García-Suaza, A., & Rodríguez-Acosta, M. (2011). *El perfil de la informalidad en Colombia*. Bogotá D.C: Facultad de Economía de la Universidad del Rosario.

Izquierdo, J. P. (2011). *Los retos de la economía informal en Colombia*. Bogotá D.C: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Kumar, R. (2012). *The regularization of street vending in Bhubaneshwar, India: A Policy Model*. Cambridge: WIEGO.

Kusakabe, K. (2006). *Policy Issues on Street Vending: An overview on studies in Thailand, Cambodia and Mongolia*. Bangkok: ILO.

Maloney, W. F. (2011). La informalidad en América Latina. *Revista Internacional de Estadística y Geografía*, 32-61.

Mendez, J. A. (2002). *Empleo Informal y Evasión Fiscal en Colombia*. Bogota D.C.: Departamento Nacional de Planeacion.

Mitullah, W. V. (2004). *A review of street trade in Africa*. Cambridge: WIEGO.

- OIT. (2014). *International Labour Organization*. Recuperado el 20 de Agosto de 2015, de International Labour Organization: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_245615.pdf
- Pirry, G., Maloney, W., Arias, O., Fajnzylber, P., Mason, A., & Saavedra-Chanduvi, J. (2007). *Informalidad: Escape y exclusión*. Washington D.C: Banco Mundial.
- Portes, A., & Haller, W. (2004). *La economía informal*. Santiago de Chile: ONU.
- S., R. B. (2009). The informal labor market in Colombia: Identification and Characterization. *Desarrollo y sociedad*, 145-208.
- Santa María S., M., & Rozo V., S. (2009). Análisis cualitativo y cuantitativo. *Desarrollo y sociedad*, 270-296.
- Soto, H. d. (1987). *El otro sendero: la revolución informal*. Bogotá D.C: Editorial Oveja Negra.
- Tokman, V. E. (1990). *Más allá de la regulación: el sector informal en América Latina*. Santiago de Chile: PREALC.
- Uribe, J., Ortiz, C., & Castro, J. (2006). Una teoría general sobre la informalidad laboral: el caso colombiano. *Economía y desarrollo*, 213-273.
- Yasmeen, G., & Nirathron, N. (2014). *Vending in Public Space: The case of Bangkok*. Cambridge: WIEGO.

8. ANEXOS

E0001				CARACTERIZACIÓN VENDEDORES AMBULANTES - CALI -				MAestría EN GOBIERNO Facultad de Derecho y Ciencias Sociales <small>RECTORADO UNIVALLE - 2020</small>												
Fecha aplicación:		dia	mes	año		Hora de aplicación (HH:MM)														
Nombre del Encuestador(a):																				
Saludar e informar al encuestado lo siguiente: Nosotros somos estudiantes de la Universidad Icesi y estamos realizando esta encuesta como parte de la elaboración del proyecto de grado de la Maestría, queremos conocer acerca de la situación actual de los vendedores ambulantes de la zona céntrica de la ciudad de Cali, garantizamos que los datos suministrados por usted serán manejados con completa confidencialidad y serán utilizados únicamente para fines académicos.																				
Empezare por realizarle unas preguntas sobre usted																				
I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL VENDEADOR																				
1. Municipio de nacimiento: _____			2. Año de nacimiento: _____			3. ¿Cuántos años lleva viviendo en Cali? _____														
4. Género:		5. ¿Usted tiene hijos?			6. ¿A qué edad tuvo su primer hijo?		7. ¿Sus hijos estudian?		8. ¿Alguno de sus hijos estudia en un colegio privado?											
1 <input type="checkbox"/> Masculino	2 <input type="checkbox"/> Femenino	1 <input type="checkbox"/> Sí	4.1 ¿Cuántos? _____		0 <input type="checkbox"/> No (Pase a pregunta 9)	1 <input type="checkbox"/> Sí	No (Pase a pregunta 9)		1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No										
9. ¿Cuál es su estado civil?			10. Tipo de vivienda:		11. ¿Cuál es el estrato socio-económico de su hogar?															
1 <input type="checkbox"/> Casado	2 <input type="checkbox"/> Soltero	3 <input type="checkbox"/> Unión libre	4 <input type="checkbox"/> Separado/Divorciado	5 <input type="checkbox"/> Viudo	1 <input type="checkbox"/> Propia	2 <input type="checkbox"/> Arrendada	3 <input type="checkbox"/> Familiar	4 <input type="checkbox"/> Otra	10.1 ¿Cuál? _____	1 <input type="checkbox"/> 1	2 <input type="checkbox"/> 2	3 <input type="checkbox"/> 3	4 <input type="checkbox"/> 4	5 <input type="checkbox"/> 5	6 <input type="checkbox"/> 6					
12. ¿Cómo se reconoce usted étnicamente?			13. ¿Sufrir usted algún tipo de discapacidad?			14. ¿Qué tipo de discapacidad tiene?			15. ¿Ha sido víctima del conflicto armado?											
1 <input type="checkbox"/> Indígena	2 <input type="checkbox"/> Negro/Mulato	3 <input type="checkbox"/> Mestizo	4 <input type="checkbox"/> Blanco	5 <input type="checkbox"/> ROM	6 <input type="checkbox"/> Ralzal	7 <input type="checkbox"/> Palenquero	8 <input type="checkbox"/> Ninguno de los anteriores	1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No (Pase a la pregunta 15)	1 <input type="checkbox"/> Sensorial	2 <input type="checkbox"/> Motriz	3 <input type="checkbox"/> Cognitiva	4 <input type="checkbox"/> Mental	5 <input type="checkbox"/> Múltiple	1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No				
16. ¿A qué régimen de salud pertenece usted?			17. ¿A qué EPS está afiliado?			18. ¿Sabe leer y escribir?			19. ¿Cuál fue el último nivel educativo alcanzado por usted?			20. ¿Actualmente estudia?								
1 <input type="checkbox"/> Contributivo	2 <input type="checkbox"/> Subsidiado	3 <input type="checkbox"/> No sabe/ No responde	4 <input type="checkbox"/> No tiene (pase a pregunta 18)	1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No	1 <input type="checkbox"/> Ninguno (Pase a la pregunta 20)	2 <input type="checkbox"/> Pre-escolar (Pase a la pregunta 20)	3 <input type="checkbox"/> Primaria Incompleta	4 <input type="checkbox"/> Primaria completa	5 <input type="checkbox"/> Secundaria Incompleta	6 <input type="checkbox"/> Secundaria completa	7 <input type="checkbox"/> Técnica o Tecnológica	8 <input type="checkbox"/> Universitaria	9 <input type="checkbox"/> Postgrado	1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No				
21. Includiendolo a usted, ¿Cuántas personas viven en su hogar?		22. Es cabeza de familia o jefe de hogar		23. ¿Cuántas personas aportan recursos económicos para el sustento de su hogar?		24. ¿Hace cuánto tiempo labora como vendedor ambulante?														
_____		1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No	_____		1 <input type="checkbox"/> Menos de 1 año	2 <input type="checkbox"/> Entre 1 y 3 años	3 <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5 años	4 <input type="checkbox"/> Más de 5 años	24.1 ¿Cuántos? _____										
25. ¿Hace cuánto tiempo está ubicado en este lugar?				26. Además de este lugar, ¿trabaja en otro sitio?		27. ¿Usted se ubica en el centro solo por estar en temporada navideña?														
1 <input type="checkbox"/> Menos de 1 año	2 <input type="checkbox"/> Entre 1 y 3 años	3 <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5 años	4 <input type="checkbox"/> Más de 5 años	25.1 ¿Cuántos? _____	1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No	26.1 ¿Dónde? _____	1 <input type="checkbox"/> Sí	0 <input type="checkbox"/> No											
28. ¿Puede usted desempeñar alguna otra actividad?			29. ¿Por cuál o cuáles razones es usted vendedor ambulante? (Múltiple respuesta)																	
1 <input type="checkbox"/> Sí	28.1 ¿Cuál? _____		1 <input type="checkbox"/> Falta de capacitación	2 <input type="checkbox"/> Alto nivel de desempleo	3 <input type="checkbox"/> Complicaciones en el sector formal	4 <input type="checkbox"/> Facilidad de apropiación del espacio público	5 <input type="checkbox"/> Independencia	6 <input type="checkbox"/> Complementar Ingresos	7 <input type="checkbox"/> Mejorar Ingresos	8 <input type="checkbox"/> Tradición familiar	9 <input type="checkbox"/> Oportunidades	10 <input type="checkbox"/> Otra	29.1 ¿Cuál? _____							
30. ¿Cuáles son los días que trabaja? (Múltiple respuesta)			32. ¿Por qué escogió esta ubicación? (Múltiple respuesta)																	
1 <input type="checkbox"/> Lunes	2 <input type="checkbox"/> Martes	3 <input type="checkbox"/> Miércoles	4 <input type="checkbox"/> Jueves	5 <input type="checkbox"/> Viernes	6 <input type="checkbox"/> Sábado	7 <input type="checkbox"/> Domingo	1 <input type="checkbox"/> Concurrencia de personas	2 <input type="checkbox"/> Presencia de centros comerciales	3 <input type="checkbox"/> Amigra de la zona	4 <input type="checkbox"/> Sombra	5 <input type="checkbox"/> Presencia Institucional	6 <input type="checkbox"/> Facilidad de transporte	7 <input type="checkbox"/> Mayores ventas	8 <input type="checkbox"/> Cercanía de negocios similares	9 <input type="checkbox"/> Cercanía de bodegas para guardar los artículos	10 <input type="checkbox"/> Seguridad	11 <input type="checkbox"/> Proveedores	12 <input type="checkbox"/> Ninguno	13 <input type="checkbox"/> Otro	32.1 ¿Cuál? _____
31. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de ser vendedor ambulante?			33. ¿Pertenece a alguna asociación?			34. ¿Ha recibido algún tipo de subsidio y/o ayuda?			35. ¿De donde proviene el subsidio?											
Ventajas _____ _____ _____			1 <input type="checkbox"/> Sí			1 <input type="checkbox"/> Sí			1. Familias en acción											
Desventajas _____ _____ _____			0 <input type="checkbox"/> No			2 <input type="checkbox"/> No (Pase a la pregunta 36)			2. Ayuda al adulto											
			32.1 ¿Cuál? _____			35.1 ¿Cuál? _____			3. Otro											
									35.1 ¿Cuál? _____											

Seguido a esto, quiero analizar su nivel de vida y sus expectativas hacia el futuro

II. SATISFACCIÓN DE VIDA

36. En una escala de uno a diez, califique qué tan satisfecho se siente con su vida (SI CONTESTA MENOS DE 10, PASAR A LA SIGUIENTE PREGUNTA. SI RESPONDE 10, PASAR A LA PREGUNTA 38)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

37. ¿Qué le hace falta para que esté satisfecho con su vida? (RESPUESTA ESPONTÁNEA - MULTIPLE, NUMERAR ORDEN DE RESPUESTA):

() 1 Buena Salud	() 6 Familia	() 11 Tiempo libre
() 2 Plata	() 7 Mejores relaciones familiares	() 12 Carro/ medio de transporte propio
() 3 Casa propia	() 8 Estudio	() 13 Seguridad
() 4 Pareja estable	() 9 Éxito personal/ profesional	() 14 Salud de un familiar
() 5 Trabajo	() 10 Mejorar aspecto físico	() 15 Otro / 37.1 ¿Cuál? _____

38. ¿Qué ha hecho durante su vida para asegurarse en el futuro una buena vejez? (MULTIPLE RESPUESTA)

1 <input type="checkbox"/> Le apuesta a los hijos para que ellos le ayuden	5 <input type="checkbox"/> Espera que algún día le alcance la plata para guardar para la vejez
2 <input type="checkbox"/> Guarda un dinero para el futuro	6 <input type="checkbox"/> Nada
3 <input type="checkbox"/> Monta o trata de organizar un negocio/activo que le garantice una renta	7 <input type="checkbox"/> Otro 38.1 ¿Cuál? _____
4 <input type="checkbox"/> Cotiza en un fondo de pensiones	

Ahora me gustaría evaluar las condiciones del negocio en general

III. OPERACIÓN Y DEL NEGOCIO EN GENERAL

39. ¿Es el propietario único del negocio?

1 Sí
0 No
39.1 Número de propietarios: _____

40. ¿Cuál es su horario de trabajo? _____

41. ¿Cuántas personas trabajan con usted? _____

42. ¿Cuánto invierte en promedio en la compra de mercancías y/o materia prima para el negocio?

(Valor) _____

1 <input type="checkbox"/> Diario	3 <input type="checkbox"/> Quincenal
2 <input type="checkbox"/> Semanal	4 <input type="checkbox"/> Mensual

CONTINUA EN LA SIGUIENTE PÁGINA (---)

III. OPERACIÓN Y DEL NEGOCIO EN GENERAL

43. ¿Cada cuánto surte el negocio?

1 <input type="checkbox"/> Diario	43.1 ¿Cuál? _____
2 <input type="checkbox"/> Semanal	
3 <input type="checkbox"/> Quincenal	
4 <input type="checkbox"/> Mensual	
5 <input type="checkbox"/> Otro	

44. ¿A quién o donde compra su mercancía?

1 <input type="checkbox"/> Directamente en la fábrica	44.1 ¿Cuál? _____
2 <input type="checkbox"/> Mayoristas	
3 <input type="checkbox"/> Minoristas	
4 <input type="checkbox"/> Usted lo produce	
5 <input type="checkbox"/> Otro	

45. ¿Cuál es la condición de pago de quien le vende la mercancía?

1 <input type="checkbox"/> Contado	45.1 ¿Cuál? _____
2 <input type="checkbox"/> Crédito	
3 <input type="checkbox"/> Creditocondado	
4 <input type="checkbox"/> Otra	

46. ¿Cuánto vende en promedio al día?

(Valor) _____

47. ¿Su negocio le aporta los recursos suficientes para su sustento?

1 <input type="checkbox"/> Sí	
2 <input type="checkbox"/> No	
3 <input type="checkbox"/> Algunas veces	
4 <input type="checkbox"/> No sabe/ No responde	

48. ¿Usted diría que su negocio le ha mejorado sus ingresos?

1 <input type="checkbox"/> Sí	
2 <input type="checkbox"/> No	
3 <input type="checkbox"/> No sabe/ No responde	

49. ¿Cuánto cree que es su ganancia promedio?

(Valor) _____

1 <input type="checkbox"/> Diario	3 <input type="checkbox"/> Quincenal
2 <input type="checkbox"/> Semanal	4 <input type="checkbox"/> Mensual

50. ¿En qué valor aproximadamente vendería su negocio?

(Valor) _____

1 No lo vendería

51. ¿Dónde guarda su mercancía? _____

52. ¿Cuánto le cuesta guardar su mercancía?

(Valor) _____

1 <input type="checkbox"/> Diario	3 <input type="checkbox"/> Quincenal
2 <input type="checkbox"/> Semanal	4 <input type="checkbox"/> Mensual

53. ¿Cuáles son sus expectativas laborales en el corto y mediano plazo?

1 <input type="checkbox"/> Conseguir un trabajo formal y estable	3 <input type="checkbox"/> Cambiar de lugar de trabajo y actividad	5 <input type="checkbox"/> Cambiar de ciudad
2 <input type="checkbox"/> Cambiar de lugar de trabajo con la misma actividad	4 <input type="checkbox"/> Continuar con la misma actividad y lugar	6 <input type="checkbox"/> Otra 53.1 ¿Cuál? _____

54. ¿Si le ofrecen un trabajo formal y estable dejaría este trabajo emplee y cuando? (LEER OPCIONES - MULTIPLE RESPUESTA)

1 <input type="checkbox"/> El salario es igual al promedio de sus ingresos actuales	
2 <input type="checkbox"/> El salario es superior al promedio de sus ingresos actuales	
3 <input type="checkbox"/> El salario es menor pero compensado con seguridad social	
4 <input type="checkbox"/> El salario equivale a 1 SMMLV con mejores condiciones laborales y seguridad social	
5 <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores	
6 <input type="checkbox"/> Otra 54.1 ¿Cuál? _____	

55. ¿Qué alternativas de solución plantearía ante la posible afectación de su negocio por la recuperación del espacio público en el centro de Cali?

1 <input type="checkbox"/> Ser reubicado	55.1 ¿Cuál? _____
2 <input type="checkbox"/> Conseguir un nuevo empleo	
3 <input type="checkbox"/> Acudir a acciones judiciales	
4 <input type="checkbox"/> Recibir un subsidio	
5 <input type="checkbox"/> Otro	

A continuación voy a evaluar sus condiciones económicas y las de su familia

IV. INGRESOS Y GASTOS			
56. Dadas las condiciones económicas actuales de su hogar, cuánto considera usted que sería un ingreso mensual en su hogar.			
56.1 Insuficiente (Alcanza sólo para cubrir necesidades básicas del hogar)	_____	1 <input type="checkbox"/> Diario	2 <input type="checkbox"/> Semanal
56.2 Bueno (Cubre todas las necesidades básicas del hogar y sobra)	_____	3 <input type="checkbox"/> Quincenal	4 <input type="checkbox"/> Mensual
56.3 Muy bueno (permite vivir con comodidad y ahorro)	_____		
57. Comparado con el año pasado, usted considera que su situación económica ha (LEER OPCIONES):	58. ¿Usted está satisfecho o insatisfecho con su estándar de vida? Es decir, ¿con todas las cosas que puede comprar y hacer? (Gallup World Poll)	59. Comparado con sus padres, ¿usted ha mejorado o empeorado en su condición socio-económica?	60. ¿Actualmente tiene usted una cuenta de ahorros o algún tipo de servicio financiero?
1 <input type="checkbox"/> Mejorado 2 <input type="checkbox"/> Sigue igual 3 <input type="checkbox"/> Empeorado 4 <input type="checkbox"/> No sabemos responde	1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No 3 <input type="checkbox"/> No sabe/no responde	1 <input type="checkbox"/> Mejorado 2 <input type="checkbox"/> Sigue igual 3 <input type="checkbox"/> Empeorado 4 <input type="checkbox"/> No sabe/no responde	1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No 3 <input type="checkbox"/> No sabe/ No responde
61. ¿En el último año ha realizado algún tipo de préstamo y/o está pagando uno?	62. ¿Con quién y/o a quién? (MÚLTIPLE RESPUESTA)	63. ¿Cuáles fueron los propósitos de los préstamo(s) realizados en el último año? (MÚLTIPLE RESPUESTA)	
1 <input type="checkbox"/> Si 0 <input type="checkbox"/> No (Pase a la pregunta 64)	1 <input type="checkbox"/> Familiar 2 <input type="checkbox"/> Amigo 3 <input type="checkbox"/> Prestamista/ Gota a gota 4 <input type="checkbox"/> Banco 5 <input type="checkbox"/> Institución de micro finanzas 6 <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores	1 <input type="checkbox"/> Pagar deudas 2 <input type="checkbox"/> Celebración 3 <input type="checkbox"/> Enfermedad 4 <input type="checkbox"/> Invertir en un negocio - Unidad productiva 5 <input type="checkbox"/> Otro 63.1 ¿Cuál? _____	
64. Los gastos de su hogar son aproximadamente (incluya alimentación, servicios, vivienda, educación, salud ect):	65. ¿En promedio, a cuánto ascienden sus ingresos mensuales?	66. ¿Sus ingresos provienen únicamente de ser vendedor ambulante?	
_____ (Valor) 1 <input type="checkbox"/> Diarios 2 <input type="checkbox"/> Semanales 3 <input type="checkbox"/> Quincenales 4 <input type="checkbox"/> Mensuales	_____ (Valor) 1 <input type="checkbox"/> Diario 2 <input type="checkbox"/> Semanal 3 <input type="checkbox"/> Quincenal 4 <input type="checkbox"/> Mensual	1 <input type="checkbox"/> Si 0 <input type="checkbox"/> No 66.1. ¿De qué otra parte? _____	

V. REGISTRO			
67. ¿Ha sido encuestado en ocasiones anteriores?		68. ¿Tiene permiso?	
1 <input type="checkbox"/> Si 0 <input type="checkbox"/> No	66.1 ¿Cuándo? _____ 66.2 Entidad _____	1 <input type="checkbox"/> Si 0 <input type="checkbox"/> No	67.1 ¿Quién lo explicó? _____
Agradezca y termine la encuesta			
En esta hoja el encuestador debe responder las preguntas que se formulan a partir de la observación en el campo			
I. HOJA DE OBSERVACIÓN DEL ENCUESTADOR			
1. Zona de ubicación: _____ (Dirección)	2. Área aproximada que ocupa el negocio en MTS _____ (MTS)	3. Tipo de instalación 1 <input type="checkbox"/> Fijo 2 <input type="checkbox"/> Móvil 3 <input type="checkbox"/> Otra 3.1 ¿Cuál? _____	4. Número de personas atendiendo _____
5. ¿Tipo de ventas?		6. Posee sombrilla y/o parasol	
1 <input type="checkbox"/> Accesorios para celulares 2 <input type="checkbox"/> Accesorios ¿Tipo? _____ 3 <input type="checkbox"/> Calzado 4 <input type="checkbox"/> Miscelánea 5 <input type="checkbox"/> Relojería y/o reparación de relojes 6 <input type="checkbox"/> Comidas 7 <input type="checkbox"/> CD'S 8 <input type="checkbox"/> Frutas 9 <input type="checkbox"/> Minutos 10 <input type="checkbox"/> Bolsos / Billeteras / correas / Artículos en cuero	11 <input type="checkbox"/> Confeitería y/o Cigarrería 12 <input type="checkbox"/> Herramientas / Cucharros ¿Tipo? _____ 13 <input type="checkbox"/> Periódicos / Revistas / Libros 14 <input type="checkbox"/> Bebidas / Jugos 15 <input type="checkbox"/> Lotería / Chance 16 <input type="checkbox"/> Juegos / Juguetes 17 <input type="checkbox"/> Gafas 18 <input type="checkbox"/> Porcelanas 19 <input type="checkbox"/> Hierbas medicinales 20 <input type="checkbox"/> Otra 5.1 ¿Cuál o cuáles? _____	1 <input type="checkbox"/> Si 0 <input type="checkbox"/> No	
7. Posee tendido		9. ¿Cuál es el estado del mobiliario?	
1 <input type="checkbox"/> Si 0 <input type="checkbox"/> No		1 <input type="checkbox"/> Bueno 2 <input type="checkbox"/> Regular 3 <input type="checkbox"/> Malo	
8. ¿Tipo de mobiliario?			6.1 ¿Cuál? _____
1 <input type="checkbox"/> Carreta 2 <input type="checkbox"/> Caseta 3 <input type="checkbox"/> Suelo 4 <input type="checkbox"/> Kiosko	5 <input type="checkbox"/> Mesa 6 <input type="checkbox"/> Vitrina 7 <input type="checkbox"/> Carro 8 <input type="checkbox"/> Base	9 <input type="checkbox"/> Asador 10 <input type="checkbox"/> Triciclo 11 <input type="checkbox"/> Cajón 12 <input type="checkbox"/> Otro	6.1 ¿Cuál? _____