

**INFORMALIDAD LABORAL Y CALIDAD DE VIDA DE LOS VENDEDORES  
ESTACIONARIOS REUBICADOS: EL CASO DE CENTRO COMERCIAL DEL CAFÉ**

**María Dora Arenas Suárez**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD**

**Escuela Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH**

**Maestría en Desarrollo Alternativo Sostenible y Solidario – MDASS**

**Armenia, Quindío**

**Septiembre del 2020**

**INFORMALIDAD LABORAL Y CALIDAD DE VIDA DE LOS VENDEDORES  
ESTACIONARIOS REUBICADOS: EL CASO DE CENTRO COMERCIAL DEL CAFÉ**

**María Dora Arenas Suárez**

**Trabajo de investigación como opción de grado para optar al título de Magíster en  
Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario**

**Directora de trabajo de grado: Irma Cristina Franco Naranjo**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD**

**Escuela Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH**

**Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario – MDASS**

**Armenia, Quindío.**

**Septiembre del 2020**

**Dedicatoria**

*A mí familia con amor.*

María Dora Arenas Suárez

## **Agradecimientos**

Primero doy gracias a Dios por un logro más en mí vida, a mi familia por su apoyo incondicional, y por todos los cuidados prodigados cuando estuve tan enferma, que sin la motivación de cada uno de ellos, tal vez, no lo habría conseguido. Agradezco a mi hijo Anderson quien me acompañó en este largo camino. Asimismo, a mis docentes y compañeros de maestría, de quienes aprendí en el tránsito de este proceso, en especial al doctor Diego Alejandro Botero Urquijo, quien me animó a seguir adelante y me escuchó en los momentos que más necesité; también, a mi asesora la doctora Irma Cristina Franco Naranjo, quien me guio y me entendió durante todo este trayecto investigativo. Agradezco, de forma especial, a todas aquellas personas que estuvieron junto a mí, y que de una u otra manera, me acompañaron, me escucharon, me apoyaron y me brindaron su cariño y compañía para hacer más bello este logro. Agradezco a los vendedores ambulantes, que me permitieron llevar a cabo esta investigación, quienes se levantan cada día con el ánimo y la esperanza de una mejor oportunidad.

**Resumen:** En este trabajo de investigación se tuvo como propósito principal identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. Para lograr esto el trabajo metodológico se sustenta desde el paradigma de investigación mixto de tipo descriptivo de diseño no experimental; en ese sentido, su población estuvo integrada por 10 sujetos de estudio (vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café), y sus instrumentos para la recolección de datos, fueron una entrevista y una encuesta. Con esto, dentro de los resultados, emergieron 3 categorías, a saber: 1) Caracterización socio-demográfica de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. 2) Productividad y competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. 3) Posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. Categorías que, a su vez, permitieron acercarse a la subjetividad emanada de esta población sujeto de estudio, en torno a sus propias dinámicas en torno a la informalidad laboral y la calidad de vida. Por lo tanto, se logran unas conclusiones que dan cuenta de las condiciones de la calidad de vida que tienen estos vendedores estacionarios luego de ser reubicados en el Centro Comercial del Café.

**Palabras clave:** Calidad de vida; Informalidad laboral; Movilidad social; Reubicación; Vendedores estacionarios.

**Abstract:** In this research work, the main purpose was to identify the relationship between the informality of work and the quality of life of stationary sellers relocated to the Coffee Shopping Center. To achieve this, methodological work is based from the mixed research paradigm of

descriptive type of non-experimental design; in this sense, its population consisted of 10 study subjects (stationary vendors relocated to the Café Shopping Center), and their instruments for data collection, were an interview and survey. With this, within the results, 3 categories emerged, namely: 1) Socio-demographic characterization of stationary informal sellers relocated to the Coffee Shopping Center. 2) Productivity and competitiveness of stationary informal sellers relocated to the Café Shopping Center. 3) Possibilities of social mobility of stationary informal sellers relocated to the Café Shopping Center. Categories that, in turn, allowed to approach the subject of this study population, around its own dynamics around labour informality and quality of life. Therefore, conclusions are reached that account for the quality of life conditions that these stationary sellers have after being relocated to the Café Shopping Center.

**Key words:** Quality of life; Informality of work; Social mobility; Relocation; Stationary vendors.

**Tabla de contenido**

Introducción .....	11
Planteamiento del problema.....	13
Pregunta de investigación.....	14
Objetivos .....	15
Objetivo general .....	15
Objetivos específicos.....	15
Justificación .....	16
Contextualización .....	18
Antecedentes de investigación .....	25
Marco teórico .....	31
Desarrollo y calidad de vida.....	31
Productividad .....	34
Competitividad.....	36
Movilidad social.....	36
Informalidad laboral.....	38
Vendedores estacionarios.....	40
La informalidad laboral en la ciudad de Armenia.....	47
Marco metodológico .....	49
Universo .....	49
Muestra.....	49
Técnicas de recolección de información .....	51

Entrevista semiestructurada.....	52
Encuesta.....	53
Procedimiento.....	54
Análisis de la información.....	55
Análisis de resultados .....	60
Caracterización socio-demográfica de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café .....	61
Productividad y competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.....	78
Posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.....	97
Conclusiones .....	103
Recomendaciones .....	105
Referencias bibliográficas.....	106
Anexos .....	120

**Índice de tablas**

Tabla 1. Población por municipios del departamento del Quindío.....	20
Tabla 2. Procedimiento.....	54

## Lista de figuras

Figura 1. Mapa de Colombia con el departamento del Quindío resaltado en amarillo .....	18
Figura 2. Mapa político del departamento del Quindío .....	19
Figura 3. Mapa de la ciudad de Armenia, Quindío.....	21
Figura 4. Foto del Centro Comercial del Café.....	23
Figura 5. Logo del Centro Comercial del Café.....	23
Figura 6. Mapa de la ciudad de Armenia señalando, con una cruz morada, la ubicación del Centro Comercial del Café.....	24
Figura 7. Diagrama del modelo conceptual de la OMS.....	33
Figura 8. Mapa de Armenia dividido por comunas. ....	62
Figura 9. Mapa de las ventas estacionarias y ambulantes en el centro de Armenia, Quindío .....	64
Figura 10. Hurto a personas por comunas en Armenia, Quindío.....	71
Figura 11. Hurto a residencias por comunas en Armenia, Quindío.....	72
Figura 12. Hurto a vehículos por comunas en Armenia, Quindío. ....	73
Figura 13. Hurto al comercio por comunas en Armenia, Quindío.....	74
Figura 14. Homicidios por comunas en Armenia, Quindío. ....	75
Figura 15. Centro Administrativo Municipal -CAM-.....	85

## **Introducción**

Este estudio tiene, como tema central la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios. Así, su objetivo principal es identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. Lo anterior, permite profundizar en el estudio de los vendedores estacionarios y su calidad de vida después de ser reubicados en el Centro Comercial del Café.

En ese sentido, el contexto de esta investigación es el Centro Comercial del Café de la ciudad de Armenia, en el departamento del Quindío. El enfoque metodológico es mixto, con un tipo exploratorio y un diseño descriptivo; las técnicas de recolección de información, fueron una entrevista semiestructurada y una encuesta, que se aplicaron a una muestra de 10 sujetos de estudio. Ahora bien, este trabajo se estructura de la siguiente forma: en el primer capítulo se encuentra el planteamiento del problema y la pregunta de investigación. En el segundo capítulo se muestran los objetivos -general y específicos- que signan el estudio. En el capítulo tercero se presenta la contextualización y en el cuarto capítulo se esbozan los antecedentes de investigación.

En el capítulo quinto se tratan los conceptos que vertebran este estudio y que se encuadran en el marco teórico, a saber: desarrollo y calidad de vida, productividad, competitividad, movilidad social, informalidad laboral, vendedores estacionarios y la informalidad laboral en la ciudad de

Armenia. Así, también se presenta la metodología en el capítulo sexto. En el séptimo capítulo se da cuenta del análisis de los resultados y que derivan en las conclusiones y las recomendaciones.

## **Planteamiento del problema**

Estudios sobre la informalidad laboral en América Latina han mostrado cómo la mitad de los trabajadores en diferentes países llevan a cabo actividades de baja productividad, debido a la inestabilidad de sus empleos y de sus salarios (Jiménez, 2012); lo cual, probablemente, redunde en el estancamiento económico de diferentes países, entre ellos Colombia, en donde la informalidad laboral es una constante en todo el territorio nacional, y se manifiesta de maneras distintas en cada ciudad, entre otras particularidades, como consecuencia de sus características específicas, como por ejemplo la ubicación geográfica, la cantidad de habitantes, la cercanía de otras ciudades. Sin embargo, un aspecto común es la afectación que la informalidad laboral logra en la productividad, la competitividad y la movilidad social de los habitantes en las diferentes regiones y ciudades del país (López, 2012).

Aspectos como los descritos se presentan en la región del triángulo del café que está integrado por los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío; este último tiene como capital a la ciudad de Armenia en donde parte de la economía se mueve mediante el comercio y el trabajo de comerciantes informales. Por esta razón, Armenia no es ajena a los trastornos sociales que generan las ventas estacionarias y ambulantes, protagonizadas por mujeres cabeza de familia, niños en edad escolar y hombres desempleados; quienes, en su búsqueda por subsistir, afectan, congestionan, contaminan el espacio público y favorecen las posibilidades de ocurrencia de hechos delictivos (López, 2012).

Las autoridades municipales en cumplimiento de sus obligaciones, proponen alternativas encaminadas a remediar, de manera paliativa, las situaciones, este es el caso de la construcción del Centro Comercial del Café en Armenia en el que fueron concentrados los vendedores informales ambulantes, convirtiéndolos en vendedores estacionarios con el objetivo primordial de despejar el espacio público. Es probable que la decisión de ubicar a este grupo de vendedores en el centro comercial haya generado cambios en dos aspectos: en primer lugar, su situación económica y social, que se expresaría de forma positiva, en perspectivas superiores de desarrollo, manifiestas a través del mejoramiento de las condiciones de vida y representadas en la posibilidad de solventar tanto las necesidades básicas, como aquellas que permiten acceder a situaciones que producen satisfacción y bienestar.

En segundo lugar, el progreso en términos de productividad, competitividad y la movilidad social. En el marco de esta investigación se indagará sobre la calidad de vida de un grupo de vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, con base en la productividad, la competitividad y la movilidad social. De ello surge la siguiente pregunta de investigación que signa este estudio.

### **Pregunta de investigación**

¿Cuál es la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el centro comercial del café?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- ✓ Identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.

### **Objetivos específicos**

- ✓ Caracterizar socio-demográficamente a los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.
- ✓ Determinar la productividad y la competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.
- ✓ Identificar las posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.

## Justificación

Resulta explícito que en relación al fenómeno de la informalidad laboral, entiéndase como una oportunidad o como una problemática, se hace urgente acercarse a él con el objetivo de entenderlo y luego atenderlo en toda su magnitud (Organización Internacional del Trabajo -OIT-, 2014). Puesto que, si se tiene como oportunidad se pueden llegar a generar políticas públicas que permitan dinamizar la economía local con la ayuda de este factor de empleo (OIT, 2015); también, se logrará que el empleo informal propulse la economía con base en las estadísticas del DANE para la ciudad de Armenia, Quindío, pues se debe tener claro que la informalidad está emparentada íntimamente con el desempleo de una región; o sea, entre mayor sea la tasa de desocupación, en esa proporción será la tasa de informalidad (Guataquí, García-Suaza y Rodríguez-Acosta, 2011)

Y si se tiene a la informalidad laboral como una problemática, entenderla ayudará a que se generen políticas públicas acordes a los presupuestos sociales y a las necesidades de la población de Armenia, particularmente a las personas que han sido reubicadas en el Centro Comercial del Café. Sin que en ello se involucre la represión violenta del Estado, ni mucho menos la desprotección total para estas personas, pues para atacar el fenómeno primero es importante entenderlo. En este sentido, Landínez y Rojas (2004) afirman que la fuerza no puede ser una opción con los vendedores informales ambulantes; ya que, es un tratamiento inadecuado de las problemáticas que suponen la informalidad, a saber: invasión del espacio público, inseguridad,

insalubridad, etc.; sin mencionar que el uso de la fuerza -policiva- ve en contravía del trato digno a los ciudadanos (OIT, s.f.).

De este modo, se percibe que tener una aproximación asertiva a esto fenómeno es imperante en una sociedad democrática, participativa y pluricultural que es deferente con las diferencia. Y que no les brinda medios laborales a los individuos. De ahí que la preponderancia de entender y, subsecuentemente, atender al fenómeno de la informalidad laboral radique en que el grueso de la población, de la ciudad de Armenia, se ve inmersa en él de forma directa o indirecta; es decir, como vendedor, comprador o como ciudadano que lo vive y lo padece.

Por lo que es perentorio adoptar una posición crítica frente al mismo y entenderse como parte de la proyección de la oportunidad o de la solución al problema. Por otra parte, entender la informalidad laboral permitirá visibilizar un armazón ecuménico que involucra a actores diferentes a los mismos vendedores ambulantes, tales como: compañías nacionales e internacionales reconocidas, que se aprovechan de la coyuntura económica para comercializar sus productos sin la carga obligativa tributaria, y con una franca competencia desleal en el mercado: “Muchos son los actores involucrados en esta forma de comercialización de productos, entre ellos multinacionales dedicadas a la producción, cadenas de distribución e intermediarios y vendedores...” (Galeano y Beltrán, 2008, p. 288).

## Contextualización

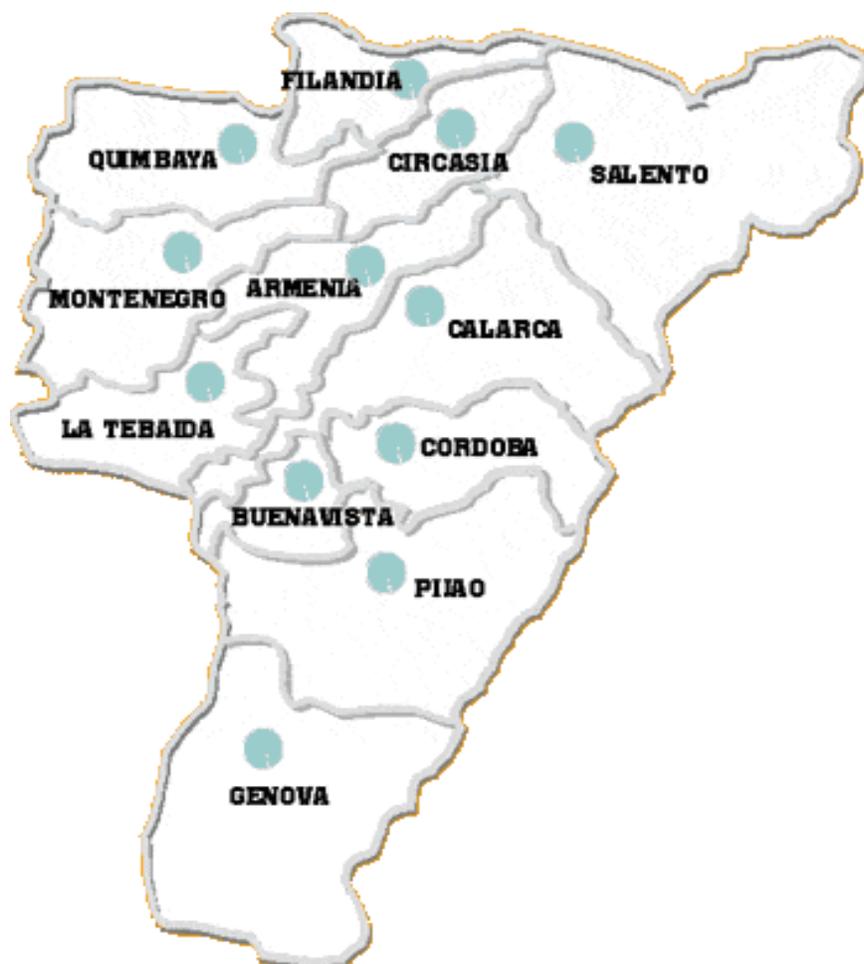
El departamento de Quindío se encuentra en la zona centro-occidental de Colombia (ver figura 1). Esta región tiene sus límites con el departamento del Valle del Cauca (norte, sur y oeste) y por el departamento del Tolima (sur y oeste); también limita con Risaralda, por el norte. Su área comprende 1 845 km<sup>2</sup>, haciéndolo el segundo departamento más pequeño del país. Está dividido en doce (12) municipios (ver figura 2): Armenia (ciudad capital), Buenavista, Calarcá, Circasia, Córdoba, Filandia, Génova, La Tebaida, Montenegro, Pijao, Quimbaya y Salento; seis (6) corregimientos, treinta y cinco (35) inspecciones de policía y doscientos sesenta y tres (263) veredas (Gobernación del Quindío, 2016, Plan departamental de desarrollo 2016-2019. En defensa del bien común).

**Figura 1. Mapa de Colombia con el departamento del Quindío resaltado en amarillo**



**Fuente: Gobernación del Quindío (2016, p. 13).**

**Figura 2. Mapa político del departamento del Quindío**



**Fuente: Gobernación del Quindío (2013).**

La población de este departamento es de 565 310 habitantes para el año 2015 (ver tabla 1), de los cuales habitan, en las cabeceras municipales el 87,75% y el 12,24% en el área rural (Gobernación del Quindío, Plan departamental de desarrollo 2016-2019. En defensa del bien común, 2016). Por su parte, el departamento cuenta con variedad de pisos climáticos comprendidos entre los 1 180 y los 4 500 msnm, con lo que se configura en un territorio en rico en diversidad de especies animales y vegetales, lo que determinan su producción e identidad ambiental. Ahora bien, en la tabla 1 se tienen los datos de la población de los municipios del

Quindío en fecha actualizada al 2015 (Gobernación del Quindío, Plan departamental de desarrollo 2016-2019. En defensa del bien común, 2016).

**Tabla 1.**

	CABECERA			RESTO			TOTAL
	2005	2015	2020	2005	2015	2020	2015
Armenia	273.076	288.684	296.127	7.805	7.999	8.089	296.683
Buenavista	1.220	1.188	1.182	1.874	1.645	1.518	2.833
Calarcá	56.217	59.634	61.432	17.503	17.969	18.142	77.603
Circasia	20.032	22.480	23.753	7.411	7.417	7.432	29.897
Córdoba	2.996	2.996	3.000	2.453	2.309	2.223	5.305
Filandia	6.484	7.147	7.402	6.446	6.265	6.267	13.412
Génova	4.929	3.989	3.754	4.699	3.932	3.462	7.921
La Tebaida	30.605	39.498	44.781	2.896	2.665	2.651	42.163
Montenegro	32.145	33.799	34.515	7.726	7.492	7.475	41.291
Pijao	3.827	3.689	3.595	2.856	2.450	2.298	6.139
Quimbaya	27.209	29.142	29.732	6.851	5.806	5.620	34.948
Salento	3.593	3.791	3.834	3.653	3.324	3.268	7.115

*Población por municipios del departamento del Quindío. Fuente: Gobernación del Quindío (Plan departamental de desarrollo 2016-2019. En defensa del bien común, 2016, p. 18).*

Por su parte, la ciudad de Armenia es la capital del departamento del Quindío, queda en el corazón de este (ver figura 3), y a sus habitantes les llaman “cuyabros”<sup>1</sup>. En este sentido, Armenia, como topónimo, tiene su origen en el nombre del país euroasiático de Armenia (Rojas, 2010). Por otra parte, la ciudad tiene una población, para el año 2015, de 296 683 habitantes (Gobernación del Quindío, 2016). Entre tanto, la ciudad de Armenia goza de un régimen térmico que se ubica en un clima templado que va de tropical húmedo a tropical semi-húmedo; así, su

<sup>1</sup> En torno a este vocablo, Rojas (2011) dice que Cuyabro es un apodo peyorativo; que viene de una planta que existía en la región llamada coyabra o cuyabra.

temperatura promedio es de 20 °C. Por otra parte, la ciudad tiene 22 veredas y 312 barrios, estos últimos están divididos en comunas, a saber: 1. Centenario; 2. Rufino José Cuervo Sur; 3. Alfonso López; 4. Francisco de Paula Santander; 5. El Bosque; 6. San José; 7. El Cafetero; 8. Libertadores; 9. Los Fundadores; 10. Quimbaya (Gobernación del Quindío, Plan departamental de desarrollo 2016-2019. En defensa del bien común, 2016).

**Figura 3. Mapa de la ciudad de Armenia, Quindío**



**Fuente: Google Maps (2019).**

Entre tanto, el Centro Comercial del Café (ver figura 4) se encuentra ubicado en la Carrera 18 con calle 17, y abarca toda la manzana, quedando precisamente al frente del Centro Administrativo Municipal -CAM-. Este complejo comercial fue abierto el 02 de septiembre del 2017; pero su inauguración oficial se hizo el 24 de noviembre de ese año, esto debido a que:

“...para algunos negocios, por su naturaleza misma, es muy importante que el centro comercial esté abierto, es el caso de floristerías, cafeterías y restaurantes, por eso se va a llevar a cabo la apertura” (Jackson Peláez Pérez, gerente de la Empresa de Desarrollo Urbano de Armenia - EDUA-, citado en Ramírez, 2017)

Es de apuntar que luego del sismo que conmocionó al departamento quindiano el 25 de enero de 1999, y el cual tuvo enormes y devastadoras consecuencias para todo este territorio, y en especial para la ciudad de Armenia; puesto que esta sufre una transformación importante, tanto económica, social, como en infraestructura. Esta última es visible en el centro. Ya que, antes del terremoto funcionaba en él lo que se llamaba La Galería, que era la plaza de mercado de toda la capital, y el centro de acopio por antonomasia. Así que después del evento telúrico, se decidió construir allí el CAM, que aglutina todo el aparato político-administrativo de la capital del Quindío (El Tiempo, 2016).

En este mismo lugar, pero entre las careras 18 y 19 quedó un espacio baldío que se aprovechó para recuperar el espacio público, mediante la reubicación de los vendedores ambulantes, así, se construyó el Centro Comercial Popular Organizado. Lo que después de algunas adecuaciones pasaría a llamarse Centro Comercial Popular de Armenia, y por último, tras ser objeto de otras modificaciones para convertirse en el Centro Comercial del Café (ver figuras 4, 5 y 6), donde se reubicaron a 610 vendedores ambulantes de la ciudad (El Tiempo, 2016).

Figura 4. Foto del Centro Comercial del Café



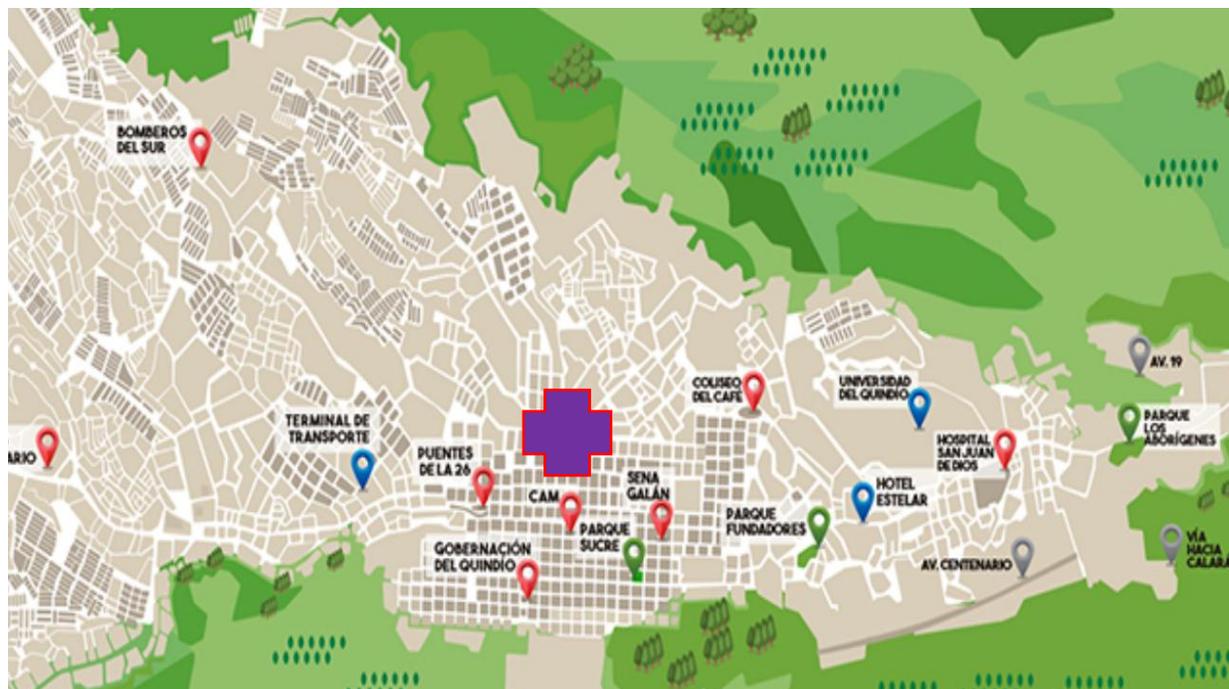
Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Logo del Centro Comercial del Café



Fuente: tomado de la Fan Page del Centro Comercial del Café (Facebook, 2020).

**Figura 6. Mapa de la ciudad de Armenia señalando, con una cruz morada, la ubicación del Centro Comercial del Café**



Fuente: Adaptado de Lectura del contexto (2013).

## Antecedentes de investigación

En toda investigación es necesario tener en cuenta las investigaciones que la anteceden, de allí pues, que es intrínseco al propio proceso metodológico y epistémico tener una visión amplia de lo que se ha dicho en torno al tema que convoca, en el caso específico de esta labor investigativa: informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios. A continuación, se hace un diálogo con los trabajos que por sus características se constituyen en antecedentes de esta investigación.

Contreras, Feria, González y Heredia (2013) realizaron una investigación sobre las “Percepciones alrededor de las dinámicas de uso comercial del espacio público en el centro histórico de Cartagena: caso San Diego, Santo Domingo y de La Trinidad”; y su propósito fue: “Exponer las percepciones alrededor de las dinámicas de uso comercial en el espacio público del centro histórico de Cartagena de Indias en las plazas de San Diego, Santo Domingo y de la Trinidad”. (Contreras et al., 2013, p. 20) De manera que los autores aseveran que el trabajo informal es la fuente, en casi todos los casos, de ingresos que tienen las personas que han sido excluidos de la dimensión formal del trabajo.

Molina (2013) presenta su trabajo: “Informalidad en Armenia: ¿un obstáculo para el crecimiento y desarrollo económico local?”; el objetivo de este trabajo fue “Analizar en el marco de la economía popular las actividades económicas informales desarrolladas en el centro de la ciudad de Armenia y su importancia en la generación de excedente económico”. (Molina, 2013,

p. 23); de allí, que el autor diga que la venta informal se ha convertido en un dinamizador de la economía de una ciudad con altos índices de desarrollo.

Por su parte, Pulgarín Alarcón y Mejía (2014) trabajaron sobre los: “Espacios públicos ordenados. Experiencias de implementación de la Sentencia T-772/2003 de la Corte Constitucional sobre espacio público y ventas informales - Comercio en Calle. Pereira - Armenia, Colombia. 2003-2013”, cuyo objetivo fue: “Analizar las experiencias de abordaje a la Sentencia T-772/2003 de la Corte Constitucional en el periodo 2003-2013 en Pereira y Armenia”. (Pulgarín et al., p. 19) En este sentido, los autores concluyen que el manejo del espacio público ha sido uno de los temas más difíciles de gestionar para las administraciones locales de Armenia y de Pereira, y ha incidido, de forma esencial, en el entramado laboral de estas dos ciudades.

Sánchez, Tovar y Gómez (2014) presentan el trabajo de investigación: “Diagnóstico de la evolución de los procesos de gestión del espacio público en la ciudad de Armenia Quindío del año 2010 a 2014”; este se signó por la siguiente pregunta: ¿Cómo han evolucionado los procesos de gestión del espacio público en la ciudad de Armenia Quindío del año 2010 a 2014? (Sánchez, et al., 2014, p. 125); para ello, los autores sostienen que los espacios públicos están mediados por dinámicas sociales, políticas, culturales, económicas y ecológicas que son la confluencia de contratos explícitos e implícitos entre los ciudadanos y los diferentes entes gubernamentales.

En esta misma línea, Piedrahíta (2014) contribuye a la discusión con su trabajo: “Configuraciones del espacio público en el centro tradicional de la ciudad de Pereira: criterios de

sectorización espacial, delimitación del centro y simbolización del espacio de trabajo”; este buscaba: “...analizar la manera cómo se producen formas de apropiación y significación, pero a la vez formas de tensión y pugna a través de usos y prácticas en torno al espacio público (Piedrahíta, 2014, p. 106)

Con esto en mente, Piedrahíta (2014) escribe que las configuraciones y reconfiguraciones que se presentan dentro de los espacios públicos y que determinan su apropiación por los habitantes de la ciudad, pero también por los vendedores ambulantes informales, se da por fuerza de las dinámicas socioeconómicas que dentro de ella se desarrollan.

Robledo et al. (2015) presentan el estudio: “Caracterización sociodemográfica de los vendedores ambulantes de la zona céntrica de Santiago de Cali”; su objetivo fue: “...identificar las condiciones socioeconómicas, la satisfacción con la vida, los ingresos, y el estado actual de los negocios de 527 vendedores ambulantes”. (Robledo et al., 2015, p. 4); los investigadores afirman que los vendedores ambulantes tienen una precarización de sus condiciones de vida, producto de las condiciones de trabajo que ejerce como vendedor ambulante, por lo que es urgente, según los autores, una reubicación y mejoramiento laboral de estas personas.

Por su parte, Hernández (2016) tiene el estudio: “Decadencia y apogeo del espacio. Dimensiones culturales del cambio socioeconómico en un caso de renovación urbana en Colombia; este se llevó a cabo en la ciudad de Pereira”, y su principal fin fue: “...analizar la valoración simbólica de un espacio urbano a lo largo de un periodo de transformaciones económicas en Pereira, Colombia”. (Hernández, 2016, p. 249); este autor habla sobre las

percepciones que tienen los pobladores de la ciudad sobre su espacio físico y simbólico que se considera como urbano, común y público.

Igualmente, Pavas, Torres y Umaña (2016) tienen una Investigación sobre: “Vendedores ambulantes en Bogotá: análisis económico de la estructura institucional para la formación de capital social en términos de las políticas públicas y el desarrollo humano”; cuyo objetivo fue: “...analizar la estructura institucional en cuanto a los incentivos para la asociatividad y cooperación de los vendedores ambulantes en Bogotá.” (Pavas et al., 2016, p. 14). Mediante ello, Pavas et al. (2016) afirman que el desarrollo humano está condicionado por el capital social, y este a su vez por las políticas públicas.

Sánchez (2017) muestra los resultados del trabajo: “Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá”; y su principal objetivo fue presentar la caracterización de los vendedores ambulantes de la zona comercial de San Victorino y analizar las formas de inserción laboral que se presentan en este caso específico”. (Sánchez, 2017, p. 328) Este autor afirma que los vendedores ambulantes tienen una alta tasa de tránsito de empleo - pasar de uno a otro, de similares características-, baja remuneración, precarización en sus relaciones socioeconómicas y altos índices de desempleo.

Garzón-Duque, Cardona-Arango, Rodríguez-Ospina y Segura-Cardona (2017) investigaron sobre la: “Informalidad y vulnerabilidad laboral: aplicación en vendedores con empleos de subsistencia”; este trabajo buscaba: “Describir el origen, evolución y aplicación del concepto de vulnerabilidad laboral en trabajadores con empleos de subsistencia en las ventas callejeras”.

(Garzón-Duque et al., 2017, p. 1). Los investigadores mencionan que los vendedores ambulantes tienen una alta propensión a ser vulnerados en sus condiciones económicas, esto dado por sus condiciones de trabajo o de subtrabajo que solo les aporta lo estrictamente necesario y, en muchos casos, el ingreso no permite llegar a la subsistencia

Moncada y Ordóñez (2018) hicieron un estudio sobre las: “Prácticas de ventas informales en Bogotá: significado y motivaciones para vendedores y compradores”; cuyo objetivo fue: “Definir cuáles son las motivaciones que tienen los vendedores ambulantes y sus compradores”.

(Moncada y Ordóñez, 2018, p 8) Las autoras dicen que la informalidad es un problema que abraza varias dimensiones del ser humano como agente social, entre estos se encuentran la salud, el acceso a la educación, el bajo poder adquisitivo, la marginalidad, la vulneración de derechos, entre otros.

En esta misma línea, Badillo y Quiroga (2018) tienen el estudio: “Construcción de significados del trabajo informal y calidad de vida en vendedores ambulantes de la localidad mártires en Bogotá”; cuyo propósito fue: “Comprender los significados del trabajo informal y la calidad de vida de vendedores ambulantes de alimentos en la localidad Mártires en Bogotá y cómo estos inciden en sus dimensiones física, psicológica, social y económica.” (Badillo y Quiroga, 2018, p. 5) De allí, que estas autoras mencionen que el trabajo informal y la calidad de vida de los vendedores estén ligadas a la construcción de significados que ellos hacen de sus propias condiciones laborales.

En este mismo tenor, Betín y Machado (2018) llevaron a cabo la investigación:

“Transformación urbana y calidad de vida de los vendedores ambulantes de un sector céntrico de la ciudad de Montería”; la cual tuvo como fin: “Evaluar los cambios socio-laborales ocurridos en los vendedores ambulantes o informales mediante el análisis de las condiciones de vida y oportunidades de acceso al trabajo y los ingresos a partir de los procesos de transformación urbana...” (Betín y Machado, 2018, p. 8)

Las investigadoras aseveran que la transformación urbana es un factor preponderante en la visión de los vendedores ambulantes, y a su vez es la que determina su futuro laboral, y este último elemento permite identificar elementos que lleven a estudiar la calidad de vida de esta población.

## **Marco teórico**

Este marco teórico se centra en los aportes teóricos de diferentes autores que han estudiado aspectos como el desarrollo y, específicamente, el desarrollo humano, con las características propuestas por Amartia Sen. También los estudios que aportan a la fundamentación de aspectos importantes en esta investigación, como desarrollo y calidad de vida y, productividad, competitividad, movilidad social, informalidad laboral, vendedores informales y vendedores estacionarios.

### **Desarrollo y calidad de vida**

La estrecha relación entre la calidad de vida de las personas y su manifestación en el desarrollo (Suárez, Jiménez y Millán, 2015), lleva a las concepciones, que en el marco de esta interrelación, se tienen, de esta manera, se llega a las concepciones de autores como London y Formichella (2006), quienes a partir de los preuestos teóricos de Sen afirman que al tratar el tema del desarrollo, es fundamental e insoslayable, analizar el contexto socio-histórico de las personas que hacen parte de esa sociedad. Por lo tanto, el desarrollo económico de una sociedad es el desarrollo socioeconómico de las personas que viven en ella (Sen, 1999).

El desarrollo, por lo mismo, es inherentemente una condición ligada al contexto socioeconómico de una comunidad (Sen, 1999, 2000) y a la calidad de vida de las personas que la conforman. Por lo mismo, hablar de desarrollo es hacerlo en torno a los individuos y a la

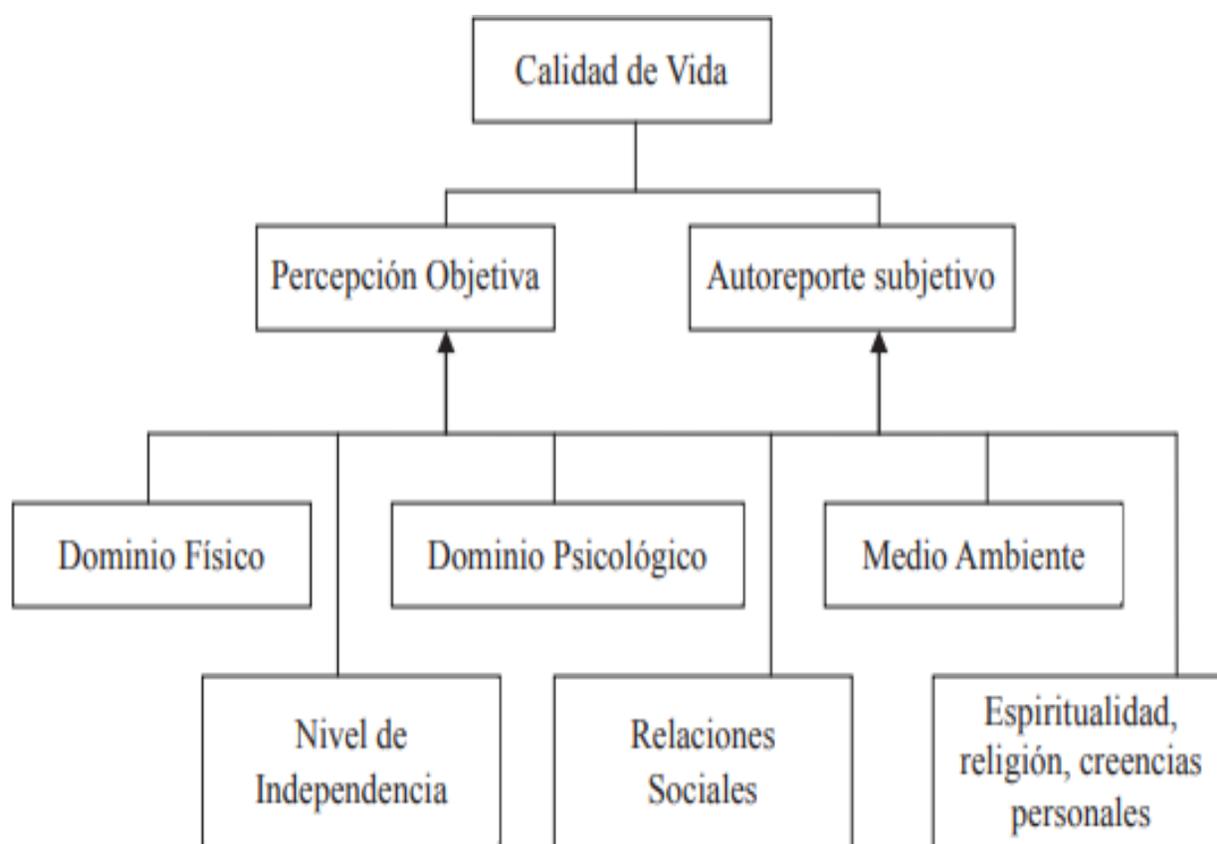
posición económica que estos coadyuvan a que su estadio socio-histórico logre. Lo anterior es una mirada paradigmática del desarrollo, que es propuesta por Sen (como es citado en London y Formichella, 2006), en la que el desarrollo ya no está subyugado, exclusivamente, al aparato económico que sostiene a una sociedad, sino que entiende que es mediante el mejoramiento de la calidad de vida que se propulsa el desarrollo.

En esta medida se llega, ineluctablemente, al desarrollo humano, entendido este como la capacidad que tiene cada individuo para ejercer sus propios derechos y la libertad para ser y estar en el mundo de la mejor forma posible. Por supuesto, esto está en consonancia con lo expuesto por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-. (2016): “El desarrollo humano tiene por objeto las libertades humanas: la libertad de desarrollar todo el potencial de cada vida humana...” (p. 3). De allí, que el desarrollo humano sea un elemento fundamental en la actualidad para entender determinantes sociales, culturales, políticos y económicos que sustentan y alimentan las realidades socio-históricas que determinan a cada sujeto en específico.

El desarrollo humano, como factor que instituye y le posibilita a cada persona ser y estar en el mundo, de forma autónoma, sin ningún tipo de coerción, permite que la calidad de vida sea mejor. En razón de ello, se concibe a la calidad de vida con *ser* antes que *tener*; como bien lo menciona Nava (2012), al hablar que el desarrollo va más allá de las condiciones económicas de un constructo social, sino que este desarrollo se inserta en las posibilidades que tienen las personas para ser parte integral de su contexto.

De tal modo, que la calidad de vida es un concepto que está ligado al desarrollo, y particularmente al desarrollo humano. Por cuanto, la calidad de vida es una percepción -subjetiva que se puede objetivar- de las condiciones de vida que determinan al ser humano en su contexto socio-histórico. De acuerdo con lo planteado por Urzúa y Caqueo-Urizar (2012), este trabajo adopta la definición que da la Organización Mundial de la Salud -OMS- (ver figura 7).

**Figura 7. Diagrama del modelo conceptual de la OMS**



**Fuente: Urzúa y Caqueo-Urizar (2012, p. 65).**

Como bien se puede observar en el diagrama anterior, la calidad de vida tiene dos vertientes:

1. la percepción objetiva del individuo, que se alimenta del dominio físico y psicológico; y
2. el auto-reporte que está alineado con el medio ambiente; y en estas dos vertientes, por supuesto, se

entrelaza el mundo tangible del intangible -satisfacción/insatisfacción; poder adquisitivo/poco o nulo poder adquisitivo, etc.- (Urzúa y Caqueo-Urizar, 2012). De ahí, que el deterioro o mejora en la calidad de vida de las personas se manifiesta de múltiples maneras, entre ellas, las relacionadas con la economía y el ascenso social. Asimismo, es de tener en cuenta lo que dice Hombrados (2010); por cuanto, este autor dice que la calidad de vida tiene tres niveles de estudio, a saber: el microsistema -familia, amigos, etc.-, el mesosistema -barrio, comunidad, asociaciones, etc.- y el macrosistema -conformado por el sistema económico-político y sociocultural-.

En el marco de este estudio se tendrán en cuenta la productividad y la competitividad de los trabajadores informales del centro comercial del café, así como, las posibilidades de movilidad social que estas les generan para lograr identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de estos vendedores estacionarios. De acuerdo con lo anterior y siguiendo a Urzúa y Caqueo-Urizar (2012), la calidad de vida está relacionada con los niveles de productividad y la movilidad social (Gutiérrez, 2012). Por lo tanto, es necesario tener claridad sobre estas dos categorías que permitirán vertebrar este estudio.

## **Productividad**

La productividad es una medida que permite entender la eficiencia del trabajo, y que deriva en el capital económico. En este orden de ideas, un alto índice de productividad trae consigo que se incremente el valor económico, sin tener que sacrificar más recursos -económicos, humanos, etc.- Así pues, que Felsing y Runza (2002) dicen que la productividad es: "...una relación entre

recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos humanos, capital, tierra, etc. son usados para producir bienes y servicios en el mercado” (p. 3) En razón de ello, se es más productivo en función directa con los propósitos establecidos como alcanzables y medibles.

Lo que lleva, ineluctablemente, a entender que la productividad es un factor que influye dentro de las dinámicas sociales, culturales, políticas, económicas y ecológicas de un contexto determinado, como bien lo afirma Prokopenko (1989): “...aunque la productividad puede significar cosas diferentes para diferentes personas, el concepto básico es siempre la relación entre la cantidad y calidad de bienes o servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados para producirlos.” (p. 3) Como es de esperar, la productividad es una ecuación más o menos estable y constante entre costo/beneficio. De allí, que la productividad se intente con miradas de lo humano y de lo económico que entiende que esta es una relación sinérgica.

En este orden de ideas, la productividad se entrama con factores endógenos y exógenos que sustentan esas miradas de lo macro y de lo microeconómico, y posibilitan, entonces, cerrar las brechas de desigualdad que se asumen profundas y que cada vez más pareciera que se ahondan, con lo que se perpetúa la pobreza; en este sentido, Pagés (2010) asevera que aumentar la productividad es sinónimo de emplear, de forma adecuada, los recursos de los que se disponen; y eso, según este autor, es proporcional al nivel de vida que puede alcanzar una sociedad en su conjunto. Por lo tanto, la productividad está ligada, de forma intrínseca, al desarrollo humano y a la competitividad, que llevan al desarrollo, a la movilidad social y a que la calidad de vida mejore.

## **Competitividad**

Competitividad es, en palabras de Suñol (2006), un término amplio, variopinto y rico en matices que no se restringe solamente a verlo como el indicador correlacionado de una empresa con otra en el mercado, sino que, como dentro de la competitividad emergen diversos factores que llevan a ella, entonces esta debe entenderse como la confluencia orquestada de elementos - recursos humanos, económicos, generación y transmisión de conocimiento, aprovechamiento de los recursos físicos, etc., que logran que ella se dé: "...conseguir una auténtica competitividad sostenible a través del tiempo exige de la implementación de una diversidad de políticas que permitan la superación de los obstáculos existentes para lograrla." (Suñol, 2006, p. 180)

Por lo mismo, la competitividad debe ser un elemento a tener en cuenta si lo que se persigue es que haya un desarrollo socioeconómico importante y trascendente que impacte, de forma positiva, en las personas de un determinado contexto socio-histórico; porque más allá de medidas que empujen a la competitividad, se deben tener en cuenta todos los factores que dentro de ella se dan cita, para que esta sea una realidad y no una quimera. Así, en la competitividad destaca el recurso humano como uno de los más importantes para que esta sea asertiva (Oficina Internacional del Trabajo, OIT, 2016).

## **Movilidad social**

Con todo, la productividad y la competitividad traen beneficios para los sujetos, en lo particular, y para las sociedades, en lo general; entre estos beneficios se cuenta la movilidad

social, que hace referencia a los cambios que pueden llegar a experimentar los miembros de determinado grupo social en su posición socioeconómica (Galvis y Meisel, 2014; Gutiérrez, 2012). De allí, que la movilidad social es un concepto a tener muy en cuenta dentro de las dinámicas sociales, culturales, políticas, económicas y ecológicas que confluyen dentro de un nicho socio-histórico específico; ya que permite evidenciar las múltiples problemáticas, así como las diversas oportunidades que tienen los miembros de una sociedad para avanzar en sus condiciones socioeconómicas.

Esta movilidad social puede ser entendida en dos direcciones, tanto en ascendente como en descendente (movilidad social vertical) (Dalle, 2014). Ahora bien, la movilidad social que interesa a este trabajo de investigación es la que tiene que ver con el “...proceso en que se interrelacionan las oportunidades ocupacionales que se abren o cierran a nivel macrosocial, las limitaciones y opciones que brinda la familia en que las personas crecen y se desarrollan” (Dalle, 2014, p. 31) Porque la movilidad social permite aproximarse y entender distintos fenómenos que se interrelacionan para que una persona ascienda en su nivel de vida -movilidad social vertical- (Requena, 2010; Polanía y Hernández, 2015; Ricardi, 2017), por factores y elementos económicos, sociales, culturales, políticos y ecológicos que lo llevan a que su estatus no sea igual con el cual nació (Gutiérrez, 2012).

Es claro pues, que la movilidad social está unida indisolublemente al desarrollo y este es dado por la productividad y la competitividad que llevan, a su vez, a una calidad de vida mejor. Por lo que la movilidad social, entendida en este texto, es la de carácter ascendente; es decir, es el

ascenso en el nivel educativo, económico, de calidad de vida, de oportunidades que tienen las personas dentro de su contexto socio-histórico (Polanía y Hernández, 2015).

Así, que la movilidad social ascendente (vertical), posibilita que las personas, en este caso en específico los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del café, tengan la posibilidad de mejorar su calidad de vida y, por supuesto, que sus condiciones socioeconómicas los lleven a esta movilidad social; porque, siguiendo a Galvis y Meisel (2014), esta se puede lograr gracias a un cambio paradigmático en el estadio laboral, lo que se realizó cuando estos vendedores aceptaron la reubicación dentro del espacio del centro comercial.

### **Informalidad laboral**

La informalidad laboral es un resultado directo de las tasas tan altas de desempleo dentro de la ciudad de Armenia. Fenómeno que se debe también, en gran medida, al crecimiento demográfico -por la inmigración de extranjeros (Observatorio de Venezuela, 2018) y el retorno de emigrados connacionales (Molina, 2013)-, al bajo, nulo o escaso nivel académico de las personas (Consejo privado de competitividad, 2017), a la falta de infraestructura empresarial (Observatorio Departamental del Quindío, 2017), entre otros factores, lo que obliga a los ciudadanos a buscar otros medios de subsistencia, entre ellos las ventas ambulantes o estacionarias en el centro de la ciudad de Armenia, en el departamento del Quindío; bien lo menciona Freije (2002): “La mayor parte de los estudios identifican al mismo grupo de trabajadores: aquéllos con menos experiencia y educación.” (p. 7)

De allí, que las problemáticas que se originan por las condiciones laborales que afrontan los vendedores ambulantes estacionarios, se conviertan en un tema que implica a una población vulnerable (Rocha, Sánchez y García, 2009; Isaza, Rojas, Cubillos y Farné, 2015); pues las condiciones de trabajo no son las más adecuadas, con relación a las directrices emanadas de los ministerios del Trabajo, y de Salud y Protección Social, que dicen que se debe tener un piso pensional y de salud que le permita a las personas acceder a mínimos vitales que le garanticen una vida digna. Por cuanto, según el Ministerio del Trabajo (2019), el 75 % de los trabajadores colombianos son informales, y de estos un 44 % tienen un ingreso inferior al salario mínimo legal vigente mensual.

En este orden de ideas, el tipo de trabajadores informales se ven expuestos, por lo mismo, a diferentes problemáticas, entre otras, a la precariedad laboral, a la baja remuneración, a jornadas de más de 10 horas día, lo que, en muchas ocasiones, afecta la salud directamente, en este caso las personas que se benefician del trabajo informal, presentan condiciones no favorables en el lugar de trabajo por lo que es necesario (Rincón-Báez y Soler-Hurtado, 2016; Rocha et al, 2009)

Por su parte, según la ley 23 de 2012 decreta que: “Las personas que se dediquen voluntariamente al comercio de bienes o servicios en el espacio público, como medio básico de subsistencia, se denominarán vendedores informales.” Por lo tanto, el propósito de los vendedores estacionarios es obtener ingresos para la educación, la alimentación, la vivienda, el vestuario, los servicios públicos, entre otros. De esta manera, el comercio informal logra satisfacer varias de las necesidades básicas de las familias (Rincón-Báez y Soler-Hurtado, 2016).

## Vendedores estacionarios

Los vendedores informales es un constructo que permea a todas las esferas de la sociedad, y que se instala como una fracción que cohesiona al tejido sociocultural (Valero, 2013; Rincón-Báez y Soler-Hurtado, 2016), puesto que la informalidad es un dinamizador de la economía interna de uno o varios sectores de una ciudad -microeconomía- y que mueve, en consecuencia, la del país -macroeconomía-: “Se conoce ampliamente la importancia que ha venido alcanzando la economía informal no sólo en la región, sino en el ámbito nacional y latinoamericano (...) habida cuenta de su importancia en la generación de empleo.” (López, Torres, Gil y Ruiz, 2008, p. 10).

En concomitancia, desconocer en la informalidad -en este caso a los vendedores estacionarios- su condición dinamizante de la economía y su indudable posición como generador de empleo (Perdomo, 2016), es omitir toda una realidad que posibilita que aquellas personas excluidas, por diversas razones, del empleo formal se entiendan como productivas dentro de la misma maquinaria económica que los excluyó (OIT-, 2018); Bustamante (2011) en torno a esto menciona: “En Colombia se observa que, independiente de la definición, la economía informal tiene una alta incidencia en la economía...” Lo que lleva, ineluctablemente, a pensar, repensar y reflexionar el paradigma de la informalidad desde un espectro más amplio que acepte otros discursos, tanto políticos, económicos, sociales, culturales, otras representaciones, otras miradas, y no solo el de *todo está mal* (OIT, 2013)

Ahora bien, siguiendo a Galeano y Beltrán (2008) la informalidad laboral, como concepto, es definido a partir del contexto socio-histórico; por lo mismo, no se le puede dar una acepción unívoca, puntual y taxativa a este fenómeno. Sin embargo, la informalidad es antonomasia de lo formal, de lo que tiene forma, de lo que está enfermo o desajustado (Galeano y Beltrán, 2008). Es así que una de las características del fenómeno de la informalidad laboral y de los vendedores ambulantes, es la dificultad al momento de intentar una aproximación a su conceptualización, toda vez que depende de la óptica bajo la que se mire, además de quién la dé, así como del contexto histórico, cultural, político y económico en la que se geste.

En otras palabras, como bien se puede dilucidar, acceder a una única definición de la economía informal es una empresa difícil, porque esto cambia entre países y existe, por lo tanto, variadas metodologías que miden este fenómeno (Jiménez, 2012). Lo que resulta innegable es la carga semántica negativa que tiene el término *informalidad*. Dado que la *in-formalidad* es todo aquello que está al margen de lo formal, que está en la periferia de lo aceptado como el canon, que no se instituye como modelo a seguir, que queda relegado y rezagado a los niveles inferiores.

Ahora bien, se pueden mencionar a este respecto dos enfoques que definen a la informalidad como fenómeno social, cultural, económico y político: el enfoque estructuralista y el enfoque institucionalista. El primero, que nace en el seno de la sociología, se encarga de delimitar la formalidad de la informalidad con base en la estructura de las empresas (tamaño de la compañía, cantidad de empleados, condiciones laborales, pagos de impuestos y contributivos, etc.) y de las características del empleo (un horario más o menos rígido, horas diarias trabajadas, días a la semana de trabajo, tener expectativas de mejorar laboralmente, entre otros) (Jiménez, 2012).

Mientras que el segundo enfoque, que nace de una mirada particularmente económica, deja dentro de la informalidad a todas aquellas personas que evaden, de alguna forma, sus obligaciones tributarias para con el Estado, sean empleadas o independientes (Jiménez, 2012). En este orden de ideas, las explicaciones que pueda tener el fenómeno del trabajo informal está supeditado a qué enfoque se tome. Por otra parte, la informalidad es concebida desde lo que plantea el Departamento Nacional de Planeación -DNP-. (2018) que deja a los trabajadores informales en Colombia, como aquellos que no cotizan al sistema de seguridad social en pensiones.

En otras palabras, el DNP (2018) considera a los trabajadores informales a aquellos colombianos que no cotizan en pensión; en este mismo sentido, cabe citar lo que concibe el DANE (2015) como informalidad en Colombia: los trabajadores informales son aquellos que no reportan afiliación a la seguridad social, ni cotizan pensión. O sea, el Estado colombiano considera a los trabajadores informales a aquellos empleados que no cotizan en salud o pensión, lo que va en línea directa con la idea que se tiene comúnmente de vendedores informales ambulantes.

Toda vez, que al hacer la revisión de la literatura, a saber: Contreras et al., (2013); Molina (2013); Pulgarín et al. (2014); Sánchez, et al. (2014); Piedrahíta (2014); Robledo et al. (2015); Hernández (2016); Sánchez (2017); Garzón-Duque et al. (2017); Moncada y Ordóñez (2018); Guataquí et al. (2011); García (2009); el DANE (2015) y el DNP (2018), en referencia a este tópico, se percibe que el vendedor informal ambulante no es contribuyente y por lo mismo esta concepción del DANE está relacionada con el enfoque institucionalista ya mencionado.

Por su parte, Guataquí, García-Suaza y Rodríguez-Acosta (2011) caracterizan al empleo informal de la siguiente forma: 1. No tiene seguridad social y su salario mínimo no está regulado por la legislación. 2. Este tipo de trabajador es marginado: desempleados, migrantes, desescolarizados o discapacitados. 3. Este trabajo tiene problemas insalubres y de salud que son inferiores al del trabajo formal. Desde esta concepción de informalidad los vendedores informales ambulantes tienen un lugar en el que se delimita su empleo como informal por lo inmediatamente dicho. Por último, es importante tener presente lo que la informalidad, como fenómeno social, ha ganado relevancia en el plano económico de las sociedades, como generador de empleo (García, 2009).

Sea como fuere la informalidad es un fenómeno más económico que social y más político que cultural, pero que transversaliza todos los contextos en los que el ser humano se mueve y se construye. Es decir, que la informalidad escapa a una mirada taxativa o axiomática sobre el fenómeno objeto de estudio; pero no por ello deja de ser una realidad cercana a lo público, donde todo este constructo cobra sentido desde lo social, lo económico, lo político, lo cultural y lo ecológico.

Ahora bien, ya con una mejor visión de lo que es la informalidad, es necesario hacer lo mismo con el concepto de vendedores informales ambulantes, para lo cual Landinez (2004) (citado por Borja, Barreto y Sánchez, 2008) afirma que la venta ambulante es todo aquella actividad que se lleva a cabo en la vía pública o en escenarios que son explicativos para el tráfico -vehicular o peatonal-. Es determinante lo que escribe Landinez (2004) (citado por Borja, Barreto y Sánchez,

2008), puesto que permite tener una definición mucho más específica del fenómeno de los vendedores informales, que interesa para el propósito que persigue este trabajo.

Asimismo, Landínez y Rojas (2004) profieren que: “La actividad económica informal callejera es aquella que se realiza en lugares de la vía pública o en lugares catalogados como *“espacio público”* [cursivas y comillas en texto fuente] Todos los autores citados enmarcan a los vendedores informales ambulantes en un contexto espacial determinado: los espacios públicos. Lo que determina que sea en este espacio donde cobra transcendencia como construcción social del fenómeno que aquí se da cita; Gómez-Palencia, et al. (2012) también caracterizan a los vendedores informales ambulantes como una población altamente vulnerable: “El sector de trabajo informal reúne a una población vulnerable, es mal remunerado, las jornadas son largas y extenuantes, y en general las precarias condiciones laborales afectan las condiciones de vida y salud.” (Gómez-Palencia, et al., 2012, p. 448).

De allí, que las ventas ambulantes, determina a las personas que trabajan de esta forma: en condiciones precarias, en exteriores, con ínfimas garantías de seguridad, bajo las cuales buscan una manera de pervivir en un régimen que no admite a sujetos improductivos. La informalidad es percibida o englobada por factores puntuales de la formalidad, como el pago de impuestos, el número de empleados en la empresa, acatar el régimen contributivo de salud y pensión, etc.; mientras que las ventas ambulantes obedecen al contexto espacial en el que se produce la transacción de oferta y demanda, de compra-venta: el espacio público.

Aunado a ello es imperante indicar que todos los vendedores ambulantes entran en la categoría de la informalidad, pero no todos los que están dentro de la informalidad son vendedores ambulantes. Además Galeano y Beltrán (2008) manifiestan que: "...la informalidad se expresa también en la ocupación ilegal de andenes por el comercio organizado en estratos medios y altos, en el uso privativo de bienes colectivos, en el cerramiento y apropiación de espacios públicos para la ciudad, etc." (p. 292) Lo que lleva a interpretar que la informalidad atañe a todos los estratos sociales, desde los más bajos hasta los más altos, en una suerte de paradoja social.

De lo que se desemboca invariablemente en una taxonomía que es forzosa para entender un poco mejor todo lo que se aglomera en medio de las ventas informales ambulantes. En consecuencia con esto, este tipo de ventas tienen tres modalidades distintas entre sí, a saber: estacionarias, semiestacionarias y ambulantes. En primer lugar, los vendedores informales estacionarios son aquellas personas que tienen un lugar fijo en el espacio donde venden sus mercancías, bien puede ser un kiosco, una carpa, una caseta, etc. y que, por lo tanto, su puesto de trabajo permanece incluso sino está el vendedor ejerciendo su labor informal; a este grupo se le considera como un poco más formal, puesto que el vendedor ya es reconocido por muchos miembros de la ciudad y goza de una trayectoria en el comercio más acentuada. Sin embargo, el vendedor informal ambulante estacionario no entra en la categoría de formalidad que se sintetizó en páginas anteriores.

En segundo lugar, están los vendedores informales semiestacionarios, en este rango se inscriben los individuos que no ocupan, de forma permanente, un área determinada del espacio

público, ya que trabajan en el espacio público, pero cuando necesitan dejar de vender recogen sus productos o mercancías y los guardan cerca al sitio en el que realizan sus labores. En este campo entran quienes venden frutas sobre carretas, las chazas de los dulceros, los carros de productos fríos, los que ofrecen llamadas telefónicas, los artesanos que extienden sus mercancías sobre telas y demás. Cabe señalar que estos están en la línea media entre el vendedor estacionario y el vendedor ambulante, pues su permanencia en un lugar en específico obedece únicamente a la afluencia constante de público allí, lo que hace que esté de manera provisional en una zona o que se dirija a otra donde él crea que tendrá mayores transacciones comerciales y que le aseguren ganancias inmediatas.

Por último, están los vendedores informales ambulantes, quienes sin ocupar un espacio público fijo se mueven por muchos lugares llevando consigo todos los bienes y las mercancías que aplican a su labor; dentro de esta categoría se ubican los vendedores de tintos en termos, los expendedores de cigarrillos, los lustrabotas, los que expenden productos alimenticios procesados, entre otros; este tipo de vendedores no obstruyen el tránsito de personas y vehículos más allá de su presencia física personal, sin embargo son a ellos los que la sociedad entiende como vendedores informales ambulantes. (Alfonso, 2010) Las dos categorías finales: los vendedores semiestacionarios y los ambulantes son los que están más visibilizados por la sociedad y, amén de eso, es sobre quienes recaen todas las medidas –políticas, económicas, represivas, ambientales- adoptadas por el Estado en general, y las representaciones sociales, en particular.

Para terminar, no se pueden desconocer las sentencias que ha proferido la Corte Constitucional a este respecto: Sentencia T-231/14, Sentencia T-204/14, Sentencia T-607/15,

Sentencia T-334/15, Sentencia C-211/17, Sentencia T-067/17; Sentencia 701/17; Sentencia T-243/19, Sentencia C-489/19, Sentencia T-499/19, Sentencia T-090/20; todas estas se direccionan hacia la protección efectiva que debe hacer el Estado de las personas que se dedican a las ventas informales (ambulantes, estacionarias y semiestacionarias).

### **La informalidad laboral en la ciudad de Armenia**

En una sociedad donde se tienen limitantes explícitas y evidentes en torno a la economía formal, como es el caso de Colombia, en lo general, y de la ciudad de Armenia, Quindío, en lo particular, se hace imprescindible entonces tener un acercamiento objetivo, consciente y asertivo de lo que es la economía informal como medio de subsistencia en la ciudad de Armenia, que según las cifras actuales el desempleo está en el país en un 10,8 % (Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-, 2019a) y la ciudad referida ocupa, con el 19,4 %<sup>2</sup> (DANE, 2019a), un deshonroso segundo lugar, después de Quibdó, con mayor desempleo en el territorio nacional.

Por otra parte, la tasa de informalidad está en el orden -en la media nacional que fue medida en 23 ciudades y áreas metropolitanas- del 47,3 %, mientras que en Armenia la tasa está en un 55,7 %<sup>3</sup> (DANE, 2019b)<sup>4</sup>. Una gran parte de la población se ve abocada a la actividad informal como oportunidad de empleo para satisfacer sus necesidades de subsistencia mínima, y así lograr, en algo, su bienestar. Es de decir, que la problemática de la informalidad laboral se debe,

---

<sup>2</sup> Cifras para el mes de marzo del año 2019.

<sup>3</sup> Cifras para el mes de febrero del año 2019

<sup>4</sup> Esas cifras se actualizan constantemente por el DANE.

principalmente, a los pocos actores generadores de empleo, para brindar espacios asertivos a los trabajadores que están en el sector informal (Molina, 2013).

En este orden de ideas, es de destacar que en Colombia se observa un problema de desempleo que debe ser afrontado por el Estado desde todas las dimensiones socio- históricas y biológicas, psicológicas y sociales -biopsicosociales-, mucho más en una ciudad como Armenia. Ya que este segundo lugar en la tasa más alta de desempleo del territorio colombiano, es una situación preocupante para el grueso de la población de la capital quindiana y para aquellos que tienen el poder de decisión política en la ciudad y que propenden por la estabilidad de todos los sectores. Puesto que el trabajo digno, remunerado y acorde con las capacidades y expectativas del individuo es uno de los factores que se instituye como agente fundamental para que las personas sean conscientes de su propio devenir y el de los demás, condición necesaria para que la pluralidad de discursos y la multiculturalidad sea eje transversal en un Estado Social de Derecho como el colombiano que propugna por la democracia.

## **Marco metodológico**

El enfoque de este estudio es mixto por cuanto en él confluyen dos miradas distintas, por un lado, las cualidades del objeto de estudio, y por otro su cuantificación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Ahora bien, se plantea un estudio de tipo descriptivo y de diseño no experimental, ya que no se manipulan las variables, de forma que solo se observa y se analiza el fenómeno tal y como se presenta en su contexto real, para la recopilación de datos en un momento único, lo que define esta investigación como transeccional o transversal (Hernández et al., 2009).

### **Universo**

La población de este estudio está integrada por los vendedores informales de la ciudad de Armenia reubicados en el Centro Comercial del Café, que cuenta con un universo poblacional de 610 vendedores con variedad de artículos y de negocios.

### **Muestra**

La muestra se toma de la población, y está constituida por 10 vendedores estacionarios ubicados en el Centro Comercial del Café. Para lograr esta muestra poblacional se contó con los siguientes criterios de inclusión:

- Estar reubicado en el Centro Comercial del Café para el periodo comprendido del segundo semestre del 2019.
- Llevar más de 18 meses trabajando en el Centro Comercial del Café.
- Ser propietario del negocio.
- Estar en un grupo etario de entre los 25 y los 55 años.
- No tener más de dos locales arrendados dentro del Centro del Centro Comercial del Café.
- Ser el mismo propietario quien atienda su negocio.
- No tener subarrendado el local dentro Centro Comercial del Café.
- No tener multas vigentes por invasión del espacio público.
- Abrir su negocio más de 3 días por semana de forma continua.
- No estar atrasado con el pago de servicios públicos dentro del Centro Comercial del Café.
- No estar atrasado por más de dos cánones de arrendamiento del local.
- Los vendedores seleccionados recibirán información sobre el propósito de la investigación, la importancia de su participación y se espera el consentimiento voluntario de ellos en el estudio (ver anexo 1).

Estos criterios de selección permitirán que se cuente con una muestra pertinente sobre lo que se busca dentro de la investigación. Por cuanto, estos criterios posibilitan que se tenga acceso a la población sujeto de estudio; además de lograr que no se tuvieran sesgos ideológicos, o de cualquier otro tipo, por parte de la investigadora al momento de incluir o de excluir a la población en el estudio. Por otra parte, por cuestiones bioéticas a los vendedores seleccionados se les pedirá que, de forma voluntaria, participen dentro del trabajo, mediante un consentimiento informado (ver anexo 1), y además se les asignará un código para preservar la confidencialidad

de su identidad: “Cuando los investigadores emplean estudios de caso para describir su investigación, tienen prohibido revelar “información personal confidencial identificable concerniente a sus pacientes, individuos u organizaciones, estudiantes, participantes en la investigación...” [comillas en texto fuente] (American Psychological Association -APA-, 2010, p. 16). De esta forma, quedarán así: S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9 y S10.

### **Técnicas de recolección de información**

Para obtener la información se emplearán una entrevista semiestructurada (instrumento cualitativo) y una encuesta (instrumento cuantitativo), diseñados por la investigadora con el propósito de identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. En esa medida, la entrevista está conformada por tres dimensiones: productividad, competitividad, movilidad social, se incluyen, además, 11 preguntas que indagan por la información sociodemográfica y por cuestiones propias de su labor como vendedor ambulante reubicado.

Es de tener en cuenta, además, que estos instrumentos fueron sometidos a prueba de validación juicio de expertos metodológicos y disciplinares, y que estuvieron supeditadas a prueba de confiabilidad, mediante prueba piloto con una población de 4 sujetos, con características similares a los de la muestra, y que no participarán en este estudio. Asimismo, los datos obtenidos se procesarán y analizarán mediante la triangulación de los datos; para el análisis cualitativo y cuantitativo de los datos, con presentación de tablas de frecuencias y porcentajes.

Así, en primer lugar, la entrevista permitirá tener el aporte cualitativo (Yuni y Urbano, 2014): las percepciones de los sujetos participantes de este estudio. Por su parte, la encuesta hará asequible que se midan datos numéricos (Yuni y Urbano, 2014) de datos sociodemográficos, de las condiciones laborales antes y después de antes de la reubicación en el Centro Comercial del Café; lo que se enmarca dentro de la línea de investigación Intersubjetividades, contextos y Desarrollo, de la sublínea: Justicia Social. En esta medida, Murillo y Hernández (2011) afirman que la justicia social debe ser un proyecto que se forma en y por sus propias dinámicas, las de la sociedad y las del individuo; por tanto, este no se completa ni se generaliza en la completud. Puesto que, la justicia social debe estar en la reflexión y en la continua mejora.

De lo enunciado por Murillo y Hernández (2011) es pues evidente que este trabajo se entrama dentro de las diversas dinámicas y las múltiples perspectivas que emergen en la justicia social; ya que esta investigación se interesó por la relación que hay entre la informalidad laboral y la calidad de vida de una población de vendedores estacionarios reubicados. Dado que, es impajaritable que se entiendan los procesos que tienen estos actores sociales en sus propios constructos sociales, históricos, culturales, ecológicos, políticos y económicos.

### **Entrevista semiestructurada**

Estas entrevistas contienen preguntas de base y un derrotero o guía de entrevista (ver anexo 2), lo que permite, a su vez, el diálogo entre entrevistador e interlocutor así es posible desarrollar otras preguntas surgidas en el momento de la entrevista. La entrevista se establece como un proceso de cooperación entre los participantes del diálogo, en la que se implementarán

estrategias que motiven la discusión y que el discurso fluya, a recordar eventos que pueden ser contados y a expresar ideas que se tienen en torno al tema tratado, como lo refieren Cortés e Iglesias (2004) al hablar de la entrevista como método de recolección de datos: “El éxito de esta técnica radica en la comunicación personal, en el vínculo que se establezca persona a persona.” (p. 37), por ello la entrevista se convierte, para el entrevistador, en el espacio para acceder a la vivencia y experiencia del sujeto entrevistado, lo que no solo facilita el acceso e interacción con un nuevo conocimiento, sino que fortalece nuevas relaciones sociales.

### **Encuesta**

Es necesario, para ser congruentes con el componente metodológico de carácter cuantitativo, que se tenga un instrumento que lo soporte; para el caso específico de esta investigación será la encuesta (ver anexo 3); ya que, como bien lo afirma López-Roldán y Fachelli (2015), este instrumento es idóneo para recoger datos objetivos, mediante preguntas preestablecidas. Así, la encuesta se convierte en un instrumento válido para que el sujeto investigador y el sujeto investigado entablen un diálogo coherente y cohesionado en función del propósito principal del estudio.

## Procedimiento

**Tabla 2.**

<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnica de recolección</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Actividad</b>
Objetivo específico 1: Caracterizar socio-demográficamente a los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.	Encuesta.	El documento de la encuesta, con todas las preguntas que son el derrotero.	Actividad 1. Visitas presenciales al centro comercial del café. Llevar a cabo la encuesta a los sujetos de estudio.
Objetivo específico 2: Determinar la productividad y la competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.	Entrevista semiestructurada	El documento de la entrevista semiestructurada con cada una de las preguntas que la componen	Actividad 2. Visitas presenciales al centro comercial del Café. Aplicar la entrevista semiestructurada a los sujetos de estudio.
Café. Objetivo específico 3: Identificar las posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.	Entrevista semiestructurada	El instrumento de la entrevista semiestructurada, mediante las preguntas que la componen	Actividad 2. Visitas presenciales al centro comercial del Café. Aplicar la entrevista semiestructurada a los sujetos de estudio.

**Procedimiento. Fuente: Elaboración propia.**

## **Análisis de la información**

En primer lugar, es de acotar que en este estudio, que se encuadra en el paradigma metodológico mixto, de tipo descriptivo y de diseño no experimental, el análisis de la información se hace a partir de los discursos que se desarrollaron en el marco de los instrumentos para la recolección de la información -entrevista semiestructurada y encuesta-; por lo tanto, este análisis de los resultados se hizo de la siguiente forma:

En primer lugar, para caracterizar socio-demográficamente a los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, se llevó a cabo una encuesta y una entrevista semiestructurada; así, se les preguntó:

1. Lugar de residencia
2. Municipio.
3. Estrato socioeconómico.
4. ¿A qué régimen pertenece?
5. Si la vivienda es propia, arrendada, familiar u otro.
6. Nivel educativo.
7. Si estudia actualmente.
8. Si practica algún deporte.
9. Si el lugar donde vive es: de alta, mediana, baja o ninguna peligrosidad.
10. Si es propietario del negocio.

En segundo lugar, para determinar la productividad y la competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, se utilizó la entrevista y la encuesta, con las siguientes preguntas:

1. ¿Manejan normas dentro del centro Comercial del Café?
2. ¿Está de acuerdo con las normas dentro del centro Comercial del Café?
3. ¿Está afiliado ante la Cámara de Comercio de Armenia?
4. ¿Considera que las ventas han mejorado dentro del Centro Comercial el Café?
5. ¿Considera que las ventas han caído dentro del Centro Comercial el Café?
6. ¿En su negocio intenta crear una estrategia particular para atraer a sus clientes?
7. ¿Considera usted que los recursos que posee son suficientes para realizar su trabajo o actividades diarias?
8. ¿Cómo le parece el ambiente de trabajo dentro del Centro Comercial el Café?
9. ¿Considera usted que estar dentro del centro comercial del café favorece sus actividades, o perjudica su desempeño?
10. ¿El trabajo en el Centro Comercial del Café está en coherencia con sus intereses?
11. ¿Cómo le parece el ambiente de trabajo como vendedor ambulante o estacionario en la calle?
12. ¿Si tuviera que volver a la calle como vendedor ambulante o estacionario lo haría?
13. ¿Si tuviera la oportunidad de mostrarles las bondades de estar dentro del Centro Comercial el Café a amigos y conocidos que ejercen el trabajo como vendedores ambulantes o estacionarios lo haría?
14. ¿Siente que sus expectativas en torno a la reubicación en el Centro Comercial el Café fueron satisfechas?

15. ¿En el tiempo que lleva reubicado en el Centro Comercial el Café ha vuelto a las calles como vendedor ambulante o estacionario?
16. ¿Sus ingresos eran mejores como vendedor ambulante o estacionario en la calle?
17. ¿Tiene vigente la matrícula mercantil de Cámara de Comercio de Armenia?; \*¿Paga impuestos de industria y comercio?
18. ¿Paga impuestos de la Organización Sayco-Acinpro?
19. ¿Cuántos vendedores del Centro Comercial del Café comercializan productos iguales o similares a los que usted vende?

Por último, para identificar las posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, se tomaron las respuestas a los siguientes planteamientos hechos en la entrevista y en la encuesta:

1. ¿Hace cuánto tiempo fue reubicado(a) en el Centro Comercial el Café?
2. ¿Usted fue reubicado al Centro Comercial el Café?
3. ¿Considera que su estilo de vida cambió después de ser reubicado en el Centro comercial del café?
4. ¿Después de ser reubicado en el centro comercial el café se ha cambiado de lugar de residencia?
5. ¿Su trabajo es formal?
6. ¿Paga aportes a la seguridad social?
7. ¿Tiene socios dentro de este negocio?

8. Sus ingresos mensuales por concepto de ventas dentro del Centro Comercial el Café están en el rango de...
9. ¿Han aumentado sus ingresos desde que se encuentra en el Centro Comercial del Café?
10. ¿Considera usted que estar dentro del centro comercial del café favorece sus ganancias, o le genera pérdidas económicas?
11. ¿Tiene empleado o cuanta con alguien a quien le paga por ayudarlo en las ventas?
12. Si la respuesta anterior fue SÍ, el pago es que hace está en el rango de...

En este orden de ideas, es de tener en cuenta lo que menciona Parra (2005), en torno al análisis de la información, ya que según esta autora este se hace mediante el análisis de los discursos, de los sujetos de estudio, observados con la teoría. Por tanto, ya obtenidos los datos, el análisis de la información se realizó gracias a la triangulación de los datos; es con esta que, en un primer momento, se identificaron las categorías que surgieron. Esta categorización se logró, como ya se dijo, sustentada en la triangulación; ya que sus hallazgos emergen, según esta postura metodológica, fundamentada en los datos recolectados: “Como estrategia de investigación, mediante la triangulación perseguimos una mayor comprensión de la realidad estudiada.” (Aguilar y Barroso, 2015, p. 79)

Por lo tanto, esta se logra, gracias a los datos recolectados: “Se trata de un proceso no lineal (aunque había que representarlo de alguna manera para su comprensión). Resulta sumamente iterativo (vamos y regresamos)” (Hernández et al., 2014, p. 422). Por lo mismo, la triangulación, según lo exponen Hernández et al. (2014), permite contrastar las teorías con los antecedentes y con los datos recopilados, junto con el discurso de la investigadora.

Por lo mismo, para lograr el análisis de la información, mediante la triangulación de los datos, se deben tener en cuenta que, en las investigaciones mixtas, el análisis es un proceso ecléctico, no axiomático, y no se puede ver como incólume (Hernández et al., 2014). Por lo que este tipo de análisis de la información, y la discusión de los resultados, es un proceso uniforme y heterogéneo que obliga a que se haga un trabajo de interpretación de los discursos de los entrevistados, a la luz del estado del arte y de las posturas de la investigadora (triangulación): “Como cualquier tipo de análisis, el cualitativo es sumamente contextual y no es un análisis “paso a paso”, sino que consiste en estudiar cada dato en sí mismo y en relación con los demás (“como armar un rompecabezas”).” [comillas en texto fuente] (Hernández et al., 2014, p. 419) Es de reafirmar que este análisis, que se llevó a cabo aquí, no se entiende desde la configuración asistida por software para tal fin, sino que: “El análisis es moldeado por los datos (lo que los participantes o casos van revelando y lo que el investigador va descubriendo).” (Hernández et al., 2014, p. 419)

Por lo tanto, la triangulación de los datos, según lo exponen Okuda y Gómez-Restrepo (2005), es la que permite que las categorías emerjan gracias al trabajo realizado aquí por medio de sesiones y que, a su vez, estas se contrasten con las teorías y con los antecedentes dentro de la triangulación; de acuerdo con ello, todo esto cobra forma y sentido en la teoría fundamentada (Okuda y Gómez-Restrepo, 2005). Aunado a esto, en el análisis de la información, que se hace gracias a la triangulación, se deben traer a colación los testimonios reales de los participantes del trabajo, en este caso en especial, se tendrán las respuestas literales -tal cual lo dijeron los sujetos de estudio- (Hernández et al., 2014).

## **Análisis de resultados**

Después de realizar este trabajo de investigación es fundamental, para el mismo proceso investigativo, que se lleve a cabo una relación de todo lo encontrado mediante el uso de los instrumentos de medición y técnicas de recolección de información. Gracias a ello se hace asequible darle respuesta a la pregunta que signó este estudio: ¿Cuál es la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el centro comercial del café?

En primer lugar, para tener un acercamiento al fenómeno de estudio, es imprescindible que se tengan en cuenta aspectos sociales y demográficos de los sujetos de estudio; para este caso, es de recordar que se tomaron diez (10) personas para que hicieran parte de este trabajo. Estas cumplieron con los siguientes criterios de inclusión: estar reubicado en el Centro Comercial del Café para el periodo comprendido del segundo semestre del 2019; llevar más de 18 meses trabajando en este centro comercial; ser propietario del negocio; estar una edad comprendida entre los 25 y los 75 años; no contar con más de dos locales dentro del Centro del Centro Comercial; ser el mismo propietario quien atiende su negocio; no tener subarrendado el local; no tener multas vigentes por invasión del espacio público; abrir su negocio más de 3 días por semana de forma continua; no estar atrasado con el pago de servicios públicos dentro del centro comercial; no estar atrasado por más de dos cánones de arrendamiento del local.

Ahora bien, en estos resultados emergen las siguientes 3 categorías, a saber: 1)

Caracterización socio-demográfica de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. 2) Productividad y competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. 3) Posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.

### **Caracterización socio-demográfica de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café**

En primer lugar, se debe decir que todos los sujetos de estudio, entrevistados, residen en la ciudad de Armenia, en el departamento del Quindío; ahora bien, es de indicar que estas personas viven en diversas partes de la ciudad, no bastante ninguna pertenece a estratos socioeconómicos 4, 5 o 6. Por su parte, la ciudad cuenta con 22 veredas y 312 barrios, estos últimos están divididos en comunas (ver figura 8), estas son:

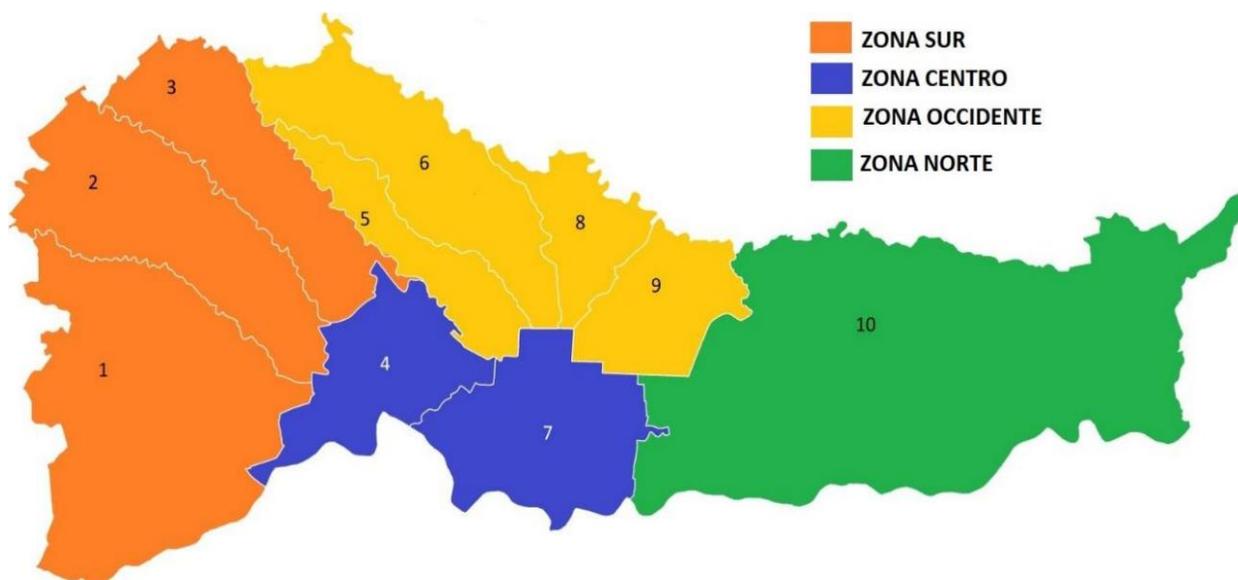
*Zona Sur:* Comuna 1: Centenario; Comuna 2: Rufino José Cuervo Sur; Comuna 3: Alfonso López.

*Zona Centro:* Comuna 4: Francisco de Paula Santander; Comuna 7: El Cafetero.

*Zona Occidente:* Comuna 5: El Bosque; Comuna 6: San José; Comuna 8: Libertadores; Comuna 9: Los Fundadores

*Zona Norte:* Comuna 10: Quimbaya (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2015).

**Figura 8. Mapa de Armenia dividido por comunas.**



**Fuente: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2015, p. 5).**

En este sentido, los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, que aquí se entrevistaron, dicen que viven en los siguientes barrios:

*Comuna 2:* S5: Jardines de la Fachada, S8: La Fachada. S10: Santa Rita.

*Comuna 3:* S9: La Adféla.

*Comuna 6:* S4: La Clarita, S7: Villa Carolina.

*Comuna 9:* S1: La Arboleda, S2: Las Palmas, S6: La Cabaña.

*Comuna 10:* S3: Asentamiento Salvador Allende.

Por lo mismo, se hace tácito que estos vendedores residen en la misma ciudad donde ejercen su trabajo. Asimismo, antes de continuar se muestra un mapa de las ventas estacionarias y ambulante en el centro de esta ciudad (ver figura 9), con lo que se puede ver que este fenómeno, antes que disminuir se acrecienta; esto se ve en una en los discursos de los medios de

comunicación locales (La Crónica del Quindío, 2019), que apuntan, señalan y denuncian, según ellos, la proliferación (dicen invasión, con vehemencia) de las ventas estacionarias y ambulantes por toda la ciudad:

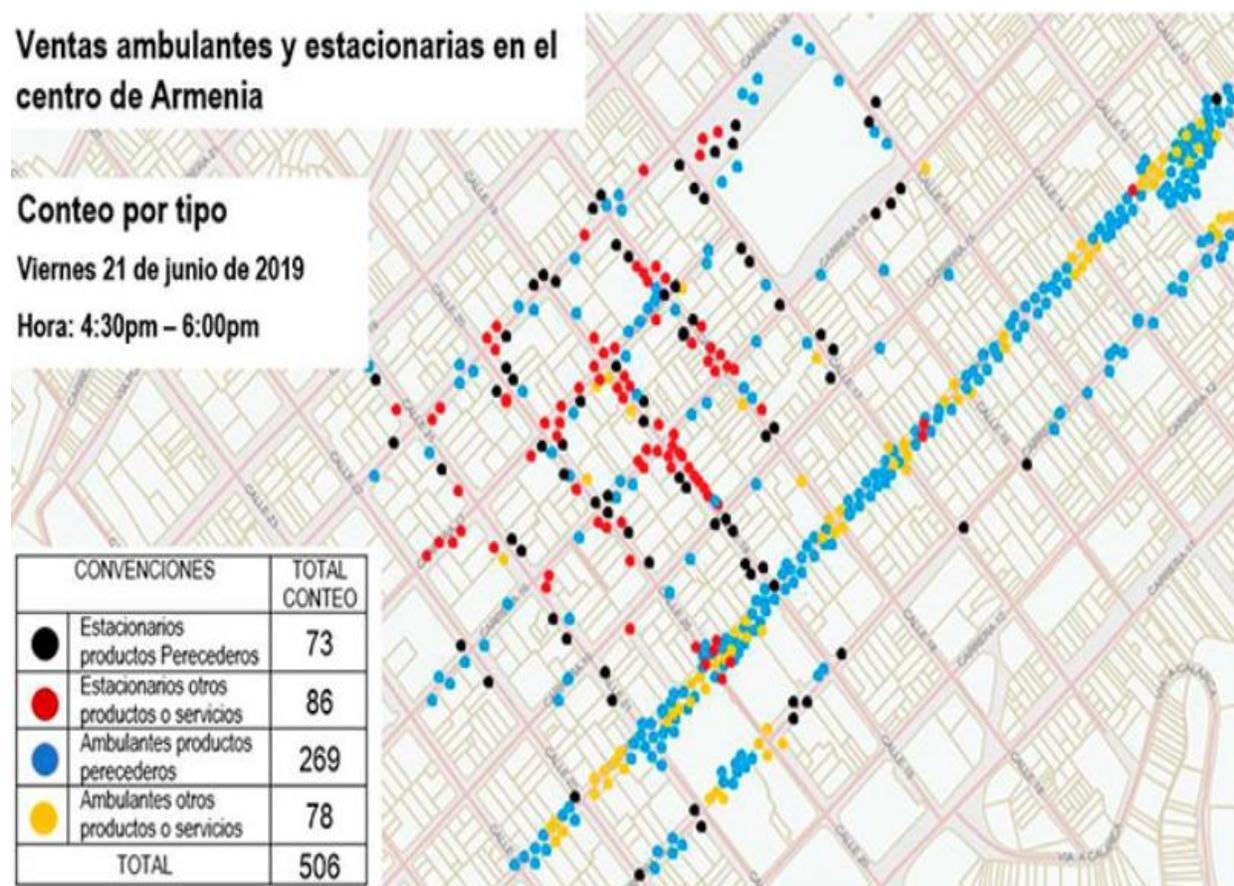
En este mismo orden de ideas, se hace interesante tener en consideración que la Corte Constitucional, en la Sentencia C-211/17, dice que:

Histórica y socialmente esta actividad ha sido objeto de discriminación, estigmatización y, en mayor o menor medida, de persecución y hostigamiento por parte de las autoridades. La oferta informal de bienes y servicios en lugares considerados como espacio público no es un fenómeno nuevo, por el contrario, para el caso colombiano data del periodo prehispánico y está presente a lo largo de nuestra historia colonial y republicana, teniendo como fundamento social las carencias de la población económicamente más vulnerable, que se acrecientan o disminuyen según las ondulaciones y vaivenes de la economía nacional, circunstancias que condicionan los ingresos y el nivel de vida de las personas. (...) Generalmente las personas que se dedican al comercio informal ocupando el espacio público pertenecen a grupos vulnerables por faltas de oportunidades académicas y laborales, muchos hacen parte de la población desplazada debido al conflicto armado interno que les obliga a abandonar áreas rurales para ubicarse en las urbes, a lo cual se suma el desempleo constante y, muchas veces, la falta de programas estatales para la inserción de las personas en la vida social y económica, de manera que puedan contar con la asistencia que ofrece el Estado.

Por supuesto, con esto en mente, se evidencia que los vendedores informales -ambulantes o estacionarios-, y en el caso específico de este trabajo: los reubicados en un espacio

acondicionado para ello, son señalados de causar problemáticas como: la ocupación indebida del espacio público, el desmedro de los lugares donde sus actividades tienen ocurrencia, los altos índices de inseguridad, el deterioro estético de las calles, etc. (Rocha et al., 2009; Rincón-Báez y Soler-Hurtado, 2016; Perdomo, 2016); y como ya se ha mencionado, la ciudad de Armenia, en el departamento del Quindío, al tener una alta tasa de desempleo, es un nicho propicio para que profieren este tipo de ventas informales, como se puede ver en el siguiente mapa (ver figura 9).

**Figura 9. Mapa de las ventas estacionarias y ambulantes en el centro de Armenia, Quindío**



Fuente: La Crónica del Quindío (2019).

Este mapa permite observar la magnitud de la problemática que se vive en esta ciudad, pues el desempleo es latente y creciente, lo que obliga a que sus habitantes se dediquen al campo del trabajo informal. De allí, que se hace diáfano que quienes ejercen esta labor, como única opción de encontrar su sustento diario, vivan en esta misma ciudad, esto por cuestiones de distancia, pago de transporte y demás elementos que llevan a que los pobladores de Armenia vean en la informalidad una manera de trabajo.

Así mismo, se les preguntó a qué estrato socioeconómico pertenecen; ya que esta información se convierte en un indicador clave sobre sus posibles niveles de ingresos: bajos o altos. En relación a lo anterior, es menester decir que la estratificación se establece de acuerdo con lo establecido en el manual de estratificación del DNP (Secretaría Distrital de Planeación -SDP-, s.f.), para la clasificación que se hacen de las viviendas en Colombia, se toman dos fuentes. Una es la base catastral predial. Y la otra son los formularios de vivienda que se recolectan *in situ*. Por su parte, es de apuntar que en esta clasificación se tienen en cuenta la estructura de la vivienda, sus acabados, la cocina y el baño principal<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> En Colombia existen 2 indicadores oficiales y complementarios para la medición de pobreza: 1) la pobreza monetaria, que mide el porcentaje de la población con ingresos por debajo del mínimo de ingresos mensuales definidos como necesarios para cubrir sus necesidades básicas, y 2) la pobreza multidimensional, calculada con el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM), que mide los hogares con privaciones en 5 dimensiones básicas de bienestar, distintas a la carencia de ingresos. Si bien ambas mediciones buscan aproximarse al nivel de pobreza de la población, las 2 lo hacen desde diferentes enfoques. Por un lado, la noción de pobreza monetaria es unidimensional y solo se concibe como la falta de ingresos. Por otro lado, la noción multidimensional define la pobreza como la ausencia de oportunidades o de acceso a unos mínimos de “capacidades” necesarios para el desarrollo de cada persona. (DNP, 2017, p. 1)

**Gráfica 1. Estrato socioeconómico.**

**Fuente: Elaboración propia.**

Así, en la gráfica 1 se puede notar que la población está estratificada de la siguiente forma: en el nivel socioeconómico 1 hay un 40 %, lo que son 4 participantes; en el nivel 2 un 50 %, que corresponde a 5 sujetos de estudio y en el nivel 3 un 10 % que solo es una persona. En este orden de ideas, el estrato socioeconómico es un importante indicador en torno a la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. Ya que, es a partir de sus propias carencias y necesidades que se incentiva y se motiva por cambios paradigmáticos en los estilos de vida.

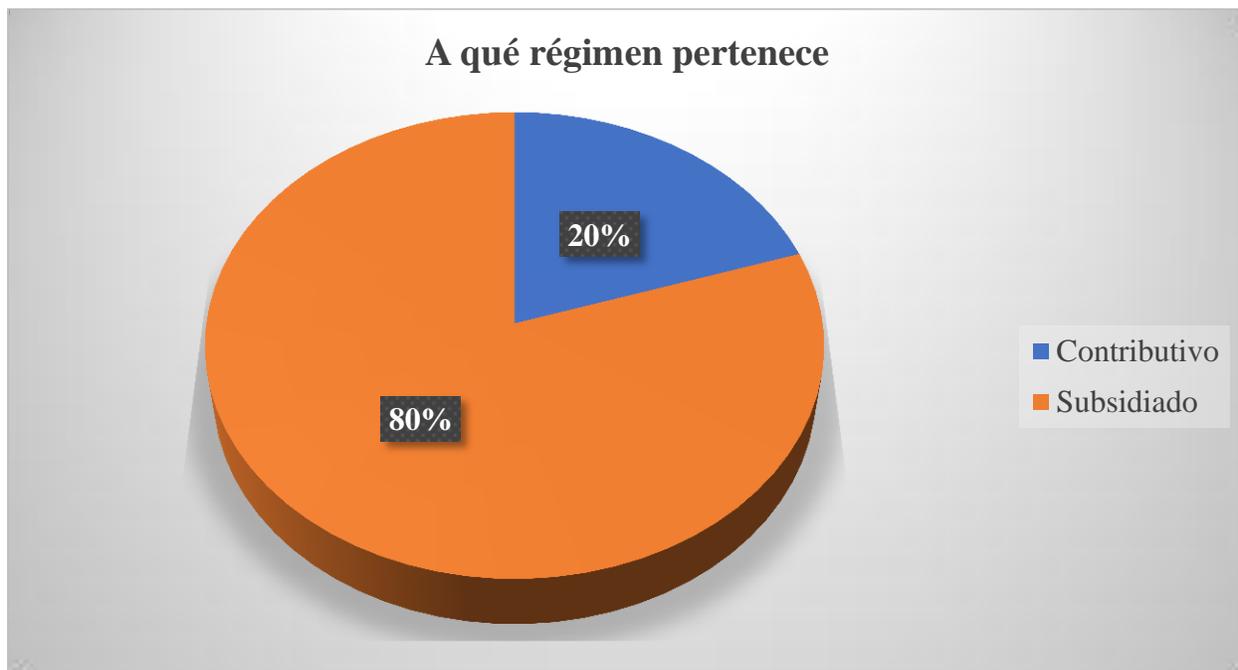
Con base en ello, se puede inferir que el estrato socioeconómico está ligado a las carencias materiales y a las deficiencias en salud, seguridad, educación, etc., que se pueden presentar en los estratos bajos (Suárez et al., 2015). Por supuesto, hablar de lo anterior, hace urgente tratar el

tema de la movilidad social; por cuanto, este último lleva a hacer mención al capital social como constructo que posibilita esa movilidad. De suerte, que es importante tener en cuenta lo que dice Gaete y Vásquez (2008): “...la construcción de capital social no parte sólo del establecimiento de vínculos estrechos, sino también de la capacidad de los actores para establecer diferentes relaciones fuera de su grupo de pertenencia.”

Así, la población, sujeto de estudio, converge en las visiones teóricas que afirman que la movilidad social está supeditada al capital social y este, a su vez, a las dinámicas relacionales que emergen y que se tejen dentro de los constructos sociales, culturales, políticos, económicos y ecológicos. De allí, que el capital social, posibilite que la persona propulse y construya sus redes sociales (Gutiérrez, 2012).

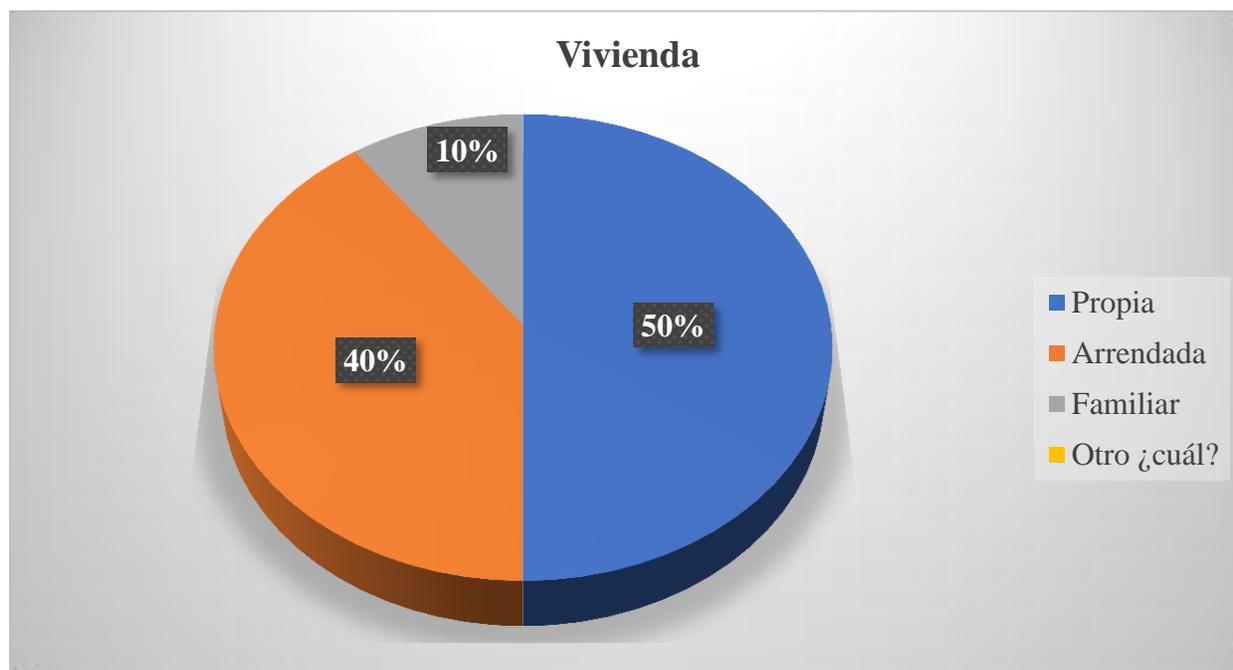
Por lo tanto, los estratos que imperan dentro del fenómeno de la informalidad laboral en Armenia indican que la clase social es media baja. En este orden de ideas, se puede inferir que esto es fundamental para hacer asequible que los individuos se entiendan como personas que pueden pasar de un estrato a otro, lo que es la movilidad social. La movilidad social hace referencia a los cambios que pueden llegar a experimentar los miembros de determinado grupo social en su posición socioeconómica (Galvis y Meisel, 2014). Esto hizo obligado que se les preguntara por el Sistema General de Seguridad Social en Salud -SGSSS-; por lo que se les preguntó por el régimen al cual pertenecen.

**Gráfica 2. ¿A qué régimen pertenece?**



**Fuente: Elaboración propia.**

Como se puede apreciar en la gráfica 2, un 80 % de los vendedores reubicados están dentro de régimen subsidiado: “Para lograr la afiliación de la población pobre y vulnerable del país al SGSSS, el Estado colombiano ha definido al Régimen Subsidiado en Salud como su vía de acceso efectiva al ejercicio del Derecho fundamental de la Salud.” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2019). De acuerdo con esto, y teniendo en cuenta el estrato socioeconómico al cual pertenecen, se puede decir que los sujetos de estudio son población pobre. Ahora bien, en torno a la vivienda donde habitan, es necesario conocer si es propia, arrendada o familiar.

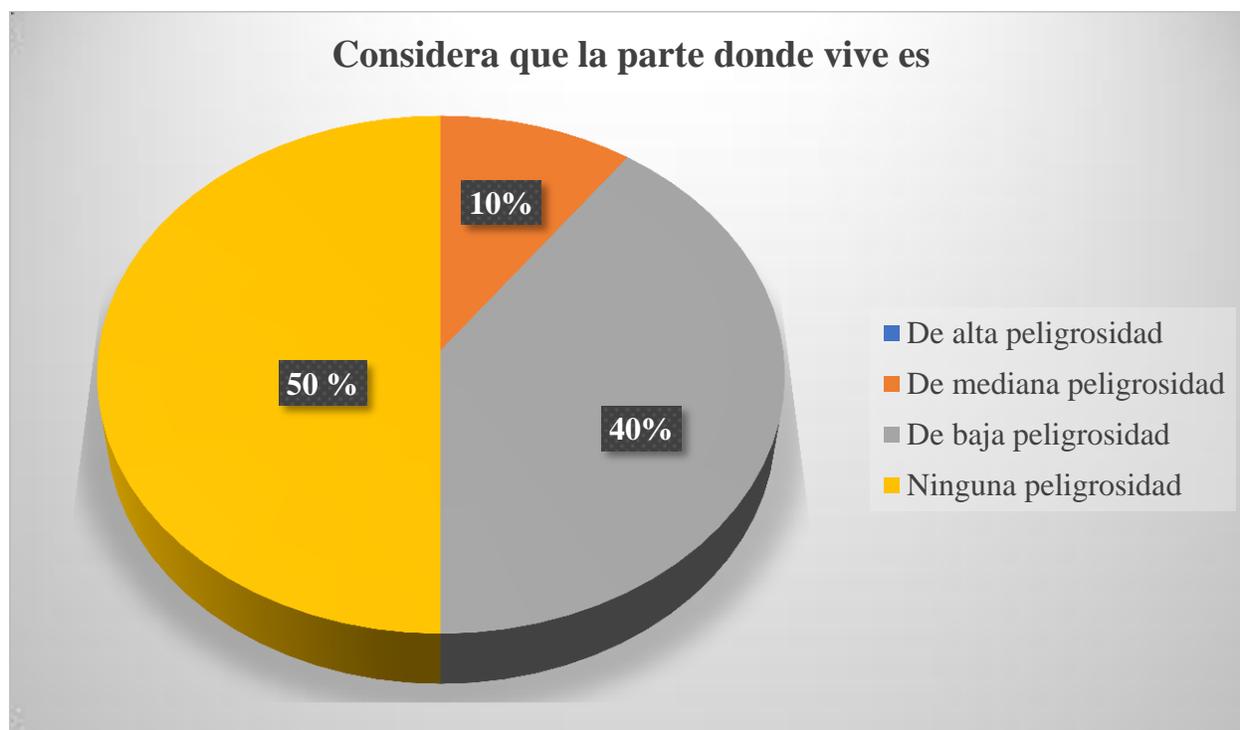
**Gráfica 3. Vivienda.**

**Fuente: Elaboración propia.**

Así, se puede observar en la gráfica 3 que un 50 % tienen vivienda propia, un 40 % dicen que es arrendada y un 10 % aduce que es una vivienda familiar. Esto se puede deber a que en las zonas de estratos 1, 2 y 3 los precios de las viviendas, los cánones de arrendamiento y los servicios públicos -alcantarillado, energía eléctrica o gas- son bajos en comparación con viviendas de similares características en estratos más altos. Lo cual motiva a que esta población busque este tipo de viviendas en estos escenarios, con la idea de bajar costos de vida. De esta forma, el escenario de estratificación baja representa, para muchas familias, una buena opción para conseguir una vivienda que se acomode a sus niveles de ingresos económicos. Pues, como ya se ha apuntado, los ingresos no son los mejores y, a veces, están por debajo del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente -SMMLV- en Colombia. Lo que determina el nivel de vida que esta población y sus familias puedan llegar a tener.

Sin embargo, es de apuntar, que dentro de los contextos de bajos ingresos o de estratificaciones bajas, también emergen otras problemáticas, como el de la seguridad.

**Gráfica 4. Seguridad del sector donde vive.**



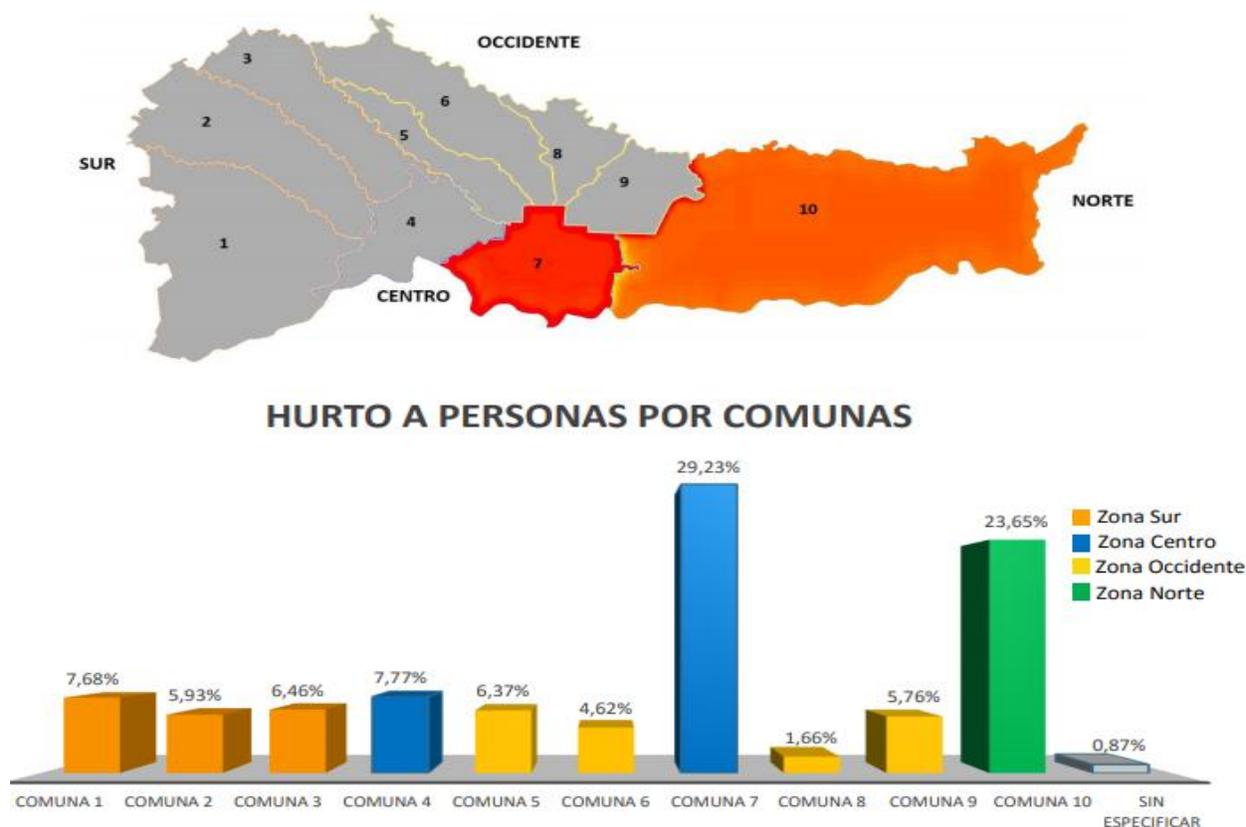
**Fuente: Elaboración propia.**

Según la gráfica 4, los sujetos de estudio dicen que en un 50 % no perciben ninguna peligrosidad donde viven, un 40 % afirman que su lugar de residencia es de baja peligrosidad, y un 10 % expresa que donde vive es de mediana peligrosidad. Lo anterior, es fundamental si se entiende que el lugar de residencia impacta en la calidad de vida de las personas; ya que, siguiendo a Badillo y Quiroga (2018), la calidad de vida se entrama con factores como vivienda digna y percepción de seguridad de su propio contexto habitacional. De suerte, que es imprescindible que se tenga en cuenta que a mayor percepción de peligrosidad sobre una zona

menor será la calidad de vida de las personas que viven en el lugar; ya que, esta percepción alta del delito incide en la cohesión social y en las dinámicas societales de los sujetos (Cook, 2009).

Para tener una visión panorámica sobre la situación de seguridad en esta ciudad, se muestran a continuación algunos mapas que detallan este tema:

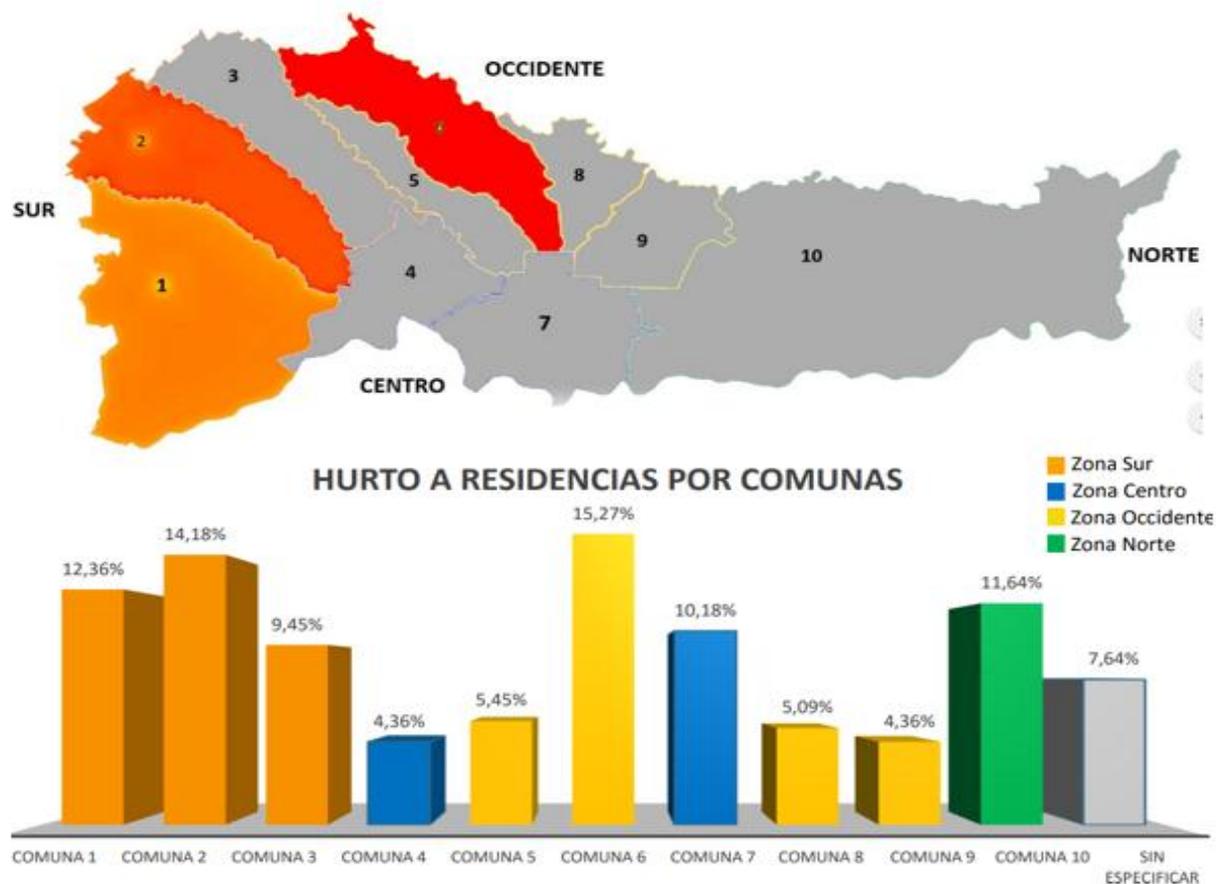
**Figura 10. Hurto a personas por comunas en Armenia, Quindío.**



**Fuente: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2015, p. 7).**

Como se puede ver en la figura 10, para el año 2015, era el centro de la ciudad donde más hurtos se presentaron; y es en el centro el escenario donde más hay ocurrencia del fenómeno de las ventas informales.

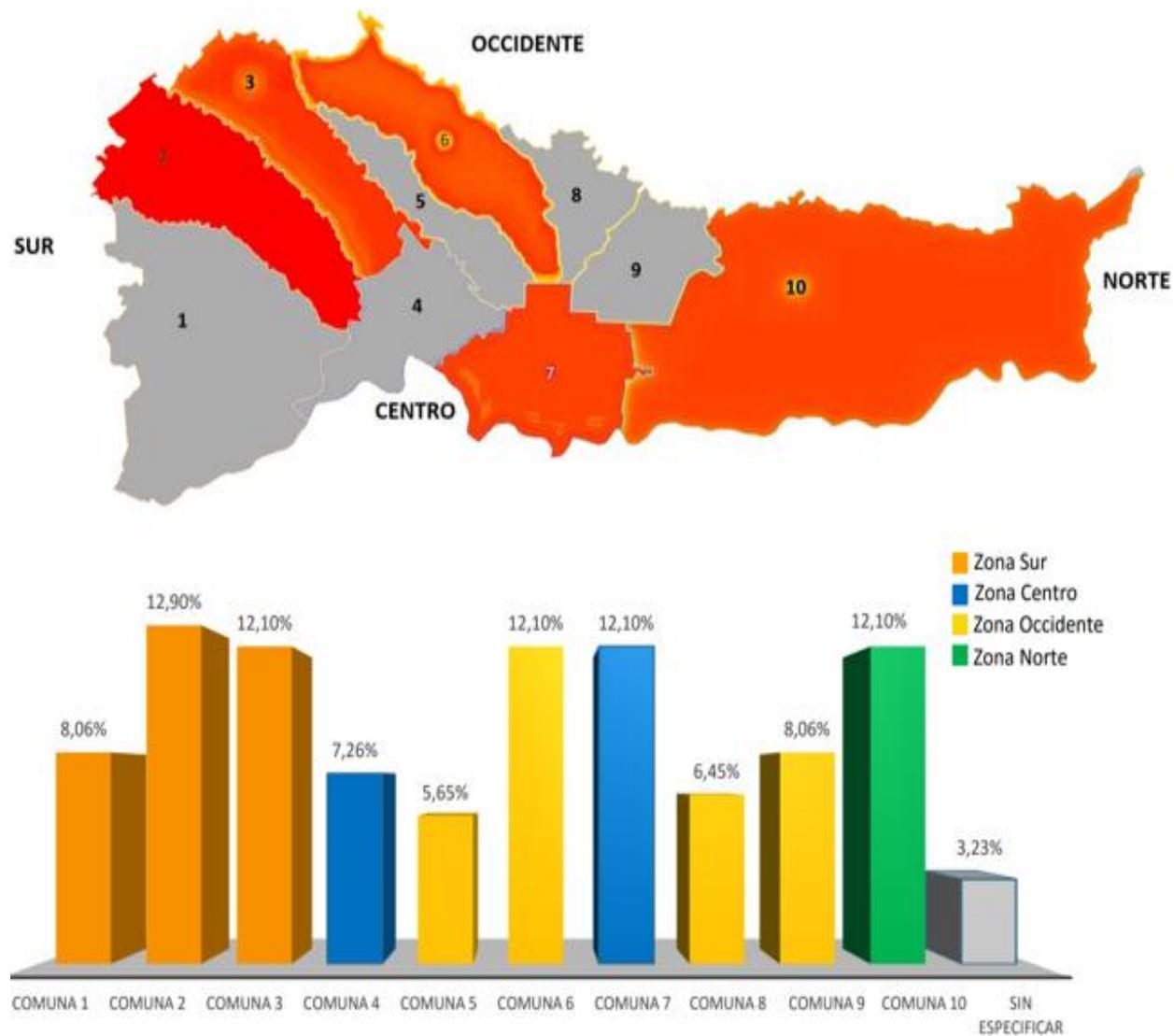
**Figura 11. Hurto a residencias por comunas en Armenia, Quindío.**



**Fuente: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2015, p. 9).**

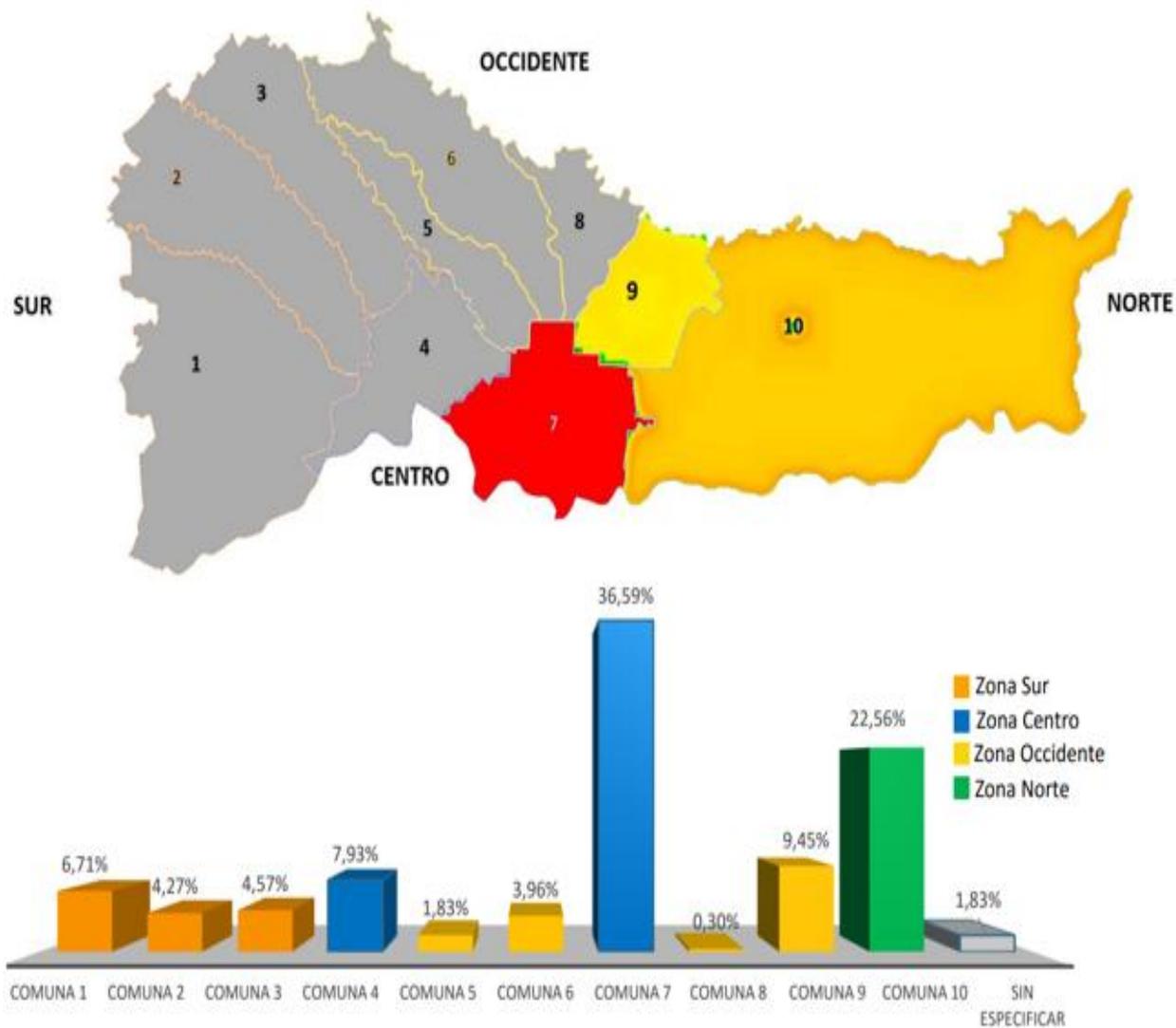
En este mismo tenor, la figura 11 se muestra que el hurto a residencias encuentra, en la parte sur de la ciudad, su mayor problema; es de recordar que estos sujetos de estudio viven en las comunas 2, 3, 6, 9 y 10; así, son las comunas 6, 2, 1 y 3 tienen mayor número de hurtos respectivamente.

Figura 12. Hurto a vehículos por comunas en Armenia, Quindío.



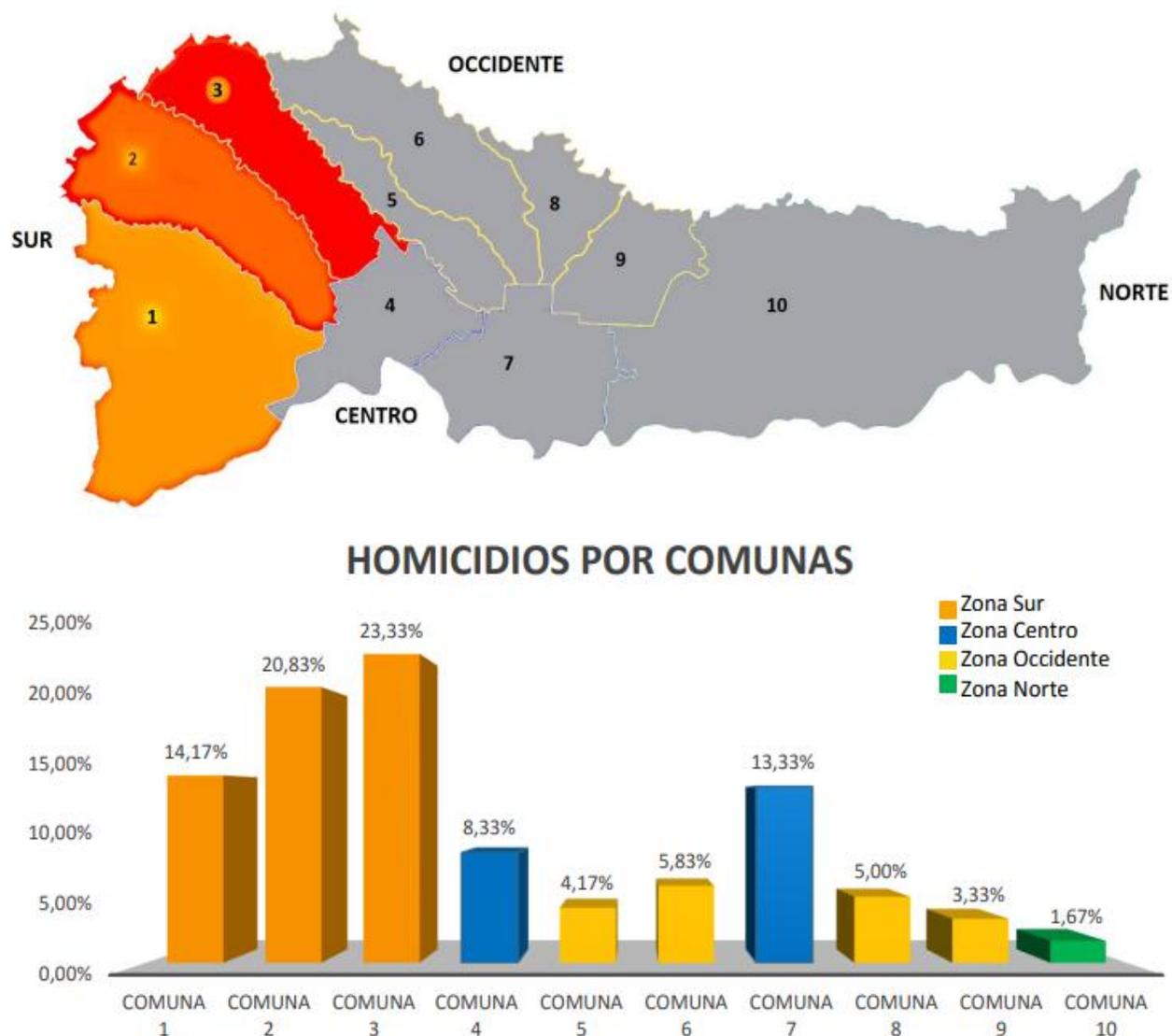
Fuente: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2015, p. 11).

**Figura 13. Hurto al comercio por comunas en Armenia, Quindío.**



**Fuente: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2015, p. 13).**

**Figura 14. Homicidios por comunas en Armenia, Quindío.**



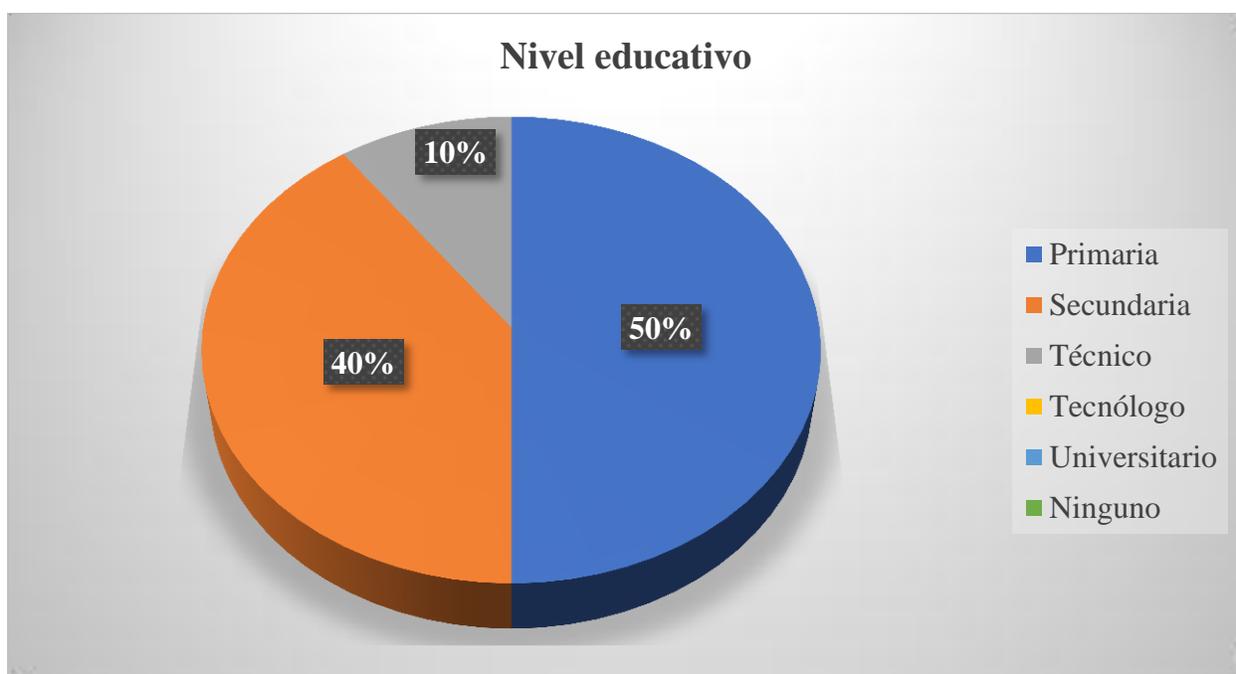
**Fuente: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2015, p. 19).**

Es claro que estos mapas dejan ver que las comunas donde residen los sujetos estudio de este trabajo, son zonas que presenta múltiples problemáticas de seguridad; problemáticas que están en el orden de hurtos -a personas, a viviendas y de vehículos- y homicidios. Razón esta, que lleva a decir que la seguridad del sector en donde se vive es un elemento importante para la calidad de

vida. Dado que, hay una fuerte relación entre la calidad de vida y la satisfacción con el contexto de comunidad donde se convive (Hombrados, 2010).

Entonces la calidad de vida está determinada, también, por el factor del barrio donde habita, cohabita y convive con otras personas; y de su percepción de seguridad.

**Gráfica 5. Nivel educativo.**



**Fuente: Elaboración propia.**

Por su parte, en la gráfica 5 se evidencia que los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café tienen un nivel bajo de escolaridad; ya que un 50 % no superaron la primaria, un 40 % están en secundaria, y solo un 10 % posee un grado técnico. Esto deja en evidencia una de las problemáticas que más golpea a las economías en la globalización: la desescolarización. Esto es concordante con lo dicho por Bustamante (2011): “La informalidad

laboral en América Latina está caracterizada por niveles de educación bajos y Colombia no es la excepción ya que el 53.2% de los trabajadores informales tienen nivel educativo secundario y el 29.6% tienen sólo primaria.” (p. 14)

**Gráfica 6. ¿Usted es el propietario del negocio?**



**Fuente: Elaboración propia.**

En relación al negocio, se muestra en la gráfica 6 que un 70 % de los encuestados, que corresponde a 7 sujetos de estudio, indicaron que sí son los propietarios del negocio; y el 30 % restante, que expresan no serlo, dijeron que son familiares del dueño. Todo lo anterior, indica que las condiciones socio-demográficas de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, permite decir que esta población vive en barrios de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, que tienen carencias que se pueden catalogar dentro de la pobreza

multidimensional, que se entrama con la carencia de oportunidades reales y de mínimos de capacidades para el desarrollo década una de las personas (DNP, 2017).

Lo que permite decir que esta población se enmarca dentro de esta definición del DNP (2017); ya que son personas desescolarizadas, que viven en zonas que se consideran como inseguras, y que no tienen las condiciones para ejercer un trabajo formal; lo que puede derivar en que su calidad de vida no sea la mejor.

### **Productividad y competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café**

Por otra parte, ya en esta segunda categoría, se les preguntó, a los sujetos de estudio, si tienen vigente la matrícula mercantil de Cámara de Comercio de Armenia, a lo cual respondieron, en su totalidad, que no; al preguntárseles por qué no cuentan con esta matrícula, ellos dijeron:

*S1: La mayoría no está de acuerdo en esos impuestos tan costosos. Para todo es impuestos, y entonces las ganancias que le quedan a uno se van en pagar impuestos.*

*S2: Estos locales fueron dados a comerciantes informales, donde las ventas y las deudas no superan un monto alto como para pagar Cámara de comercio.*

*S3: No alcanza el presupuesto para estar afiliada, y hay que tener en cuenta que son muchos los gastos en este negocio. Entonces si pago una cosa no pago la otra.*

*S4: Porque el proceso de reubicación todavía no ha terminado; y pues dijeron que cuando esto quedara listo nosotros debíamos afiliarnos a la Cámara de Comercio.*

*S5: Aquí no nos lo exigen.*

*S6: No es necesario tenerla.*

*S7: Este local no da para eso; además de que la Cámara de Comercio no nos motiva.*

*S8: Aquí no han exigido esto; porque el Centro Comercial no fue entregado terminado; y porque también hay muchos puestos cerrados.*

*S9: Somos independientes y pues no da para pagarlo.*

*S10: Esto aquí no da para pagar Cámara de Comercio, porque no se vende en forma; inclusive me he alcanzado en el arriendo.*

Queda explícito que los comerciantes que fueron reubicados a este Centro Comercial no ven la necesidad manifiesta de estar afiliados ante la Cámara de Comercio; aun cuando contar con el registro mercantil ante esta entidad reviste de legalidad el negocio que se tiene. En torno a esto, la Cámara de Comercio de Bogotá (2020a) expone que la matrícula mercantil es el registro que todo comerciante debe hacer para dar cumplimiento a sus obligaciones mercantiles, que están estipulados en el Código del Comercio colombiano.

Como bien queda expuesto por la Cámara de Comercio de Bogotá, es una obligación de todo comerciante matricularse en el registro mercantil (Decreto 410 de 1971, Artículo 19); y en esta misma línea argumental la Cámara de Comercio de Bogotá (2020b) menciona los que hay una

serie de beneficios para los comerciantes al estar registrados, por ejemplo: recibir asesorías contables o jurídicas, descontar, posiblemente, el IVA que la empresa factura, entre otros.

Además, tampoco pagan impuestos de industria y comercio, que es normado por la Ley 14 de 1983, que en el Artículo 33 dictamina, que este impuesto grava todas las actividades comerciantes, industriales y de servicio. Este gravamen gubernamental fue refrendado en el Artículo 195 del Decreto 1333 de 1986; y declarado exequible en la Sentencia C-121-06 proferida por la Corte Constitucional. Asimismo, esta población de vendedores estacionarios reubicados tampoco tributa lo indicado por la Organización Sayco-Acinpro, para la difusión de obras musicales dentro de sus locales comerciales.

Por supuesto ello está normado por la Ley 23 de 1982. Así pues, que aun cuando los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, crean que su negocio es formal, todo indica que no lo es; puesto que, tampoco cotizan al sistema de seguridad social en pensiones, y pertenecen al régimen subsidiado de SGSSS; ya que recordando lo que dice el DNP-. (2018) y el DANE (2015), al afirmar que la cotización a pensiones es un factor importante en la reducción de la pobreza. Por tanto, se entiende a los trabajadores informales a todos aquellos que no cotizan en pensión o en SGSSS. Razón esta, para que se manifieste la confusión ya mencionada.

Por otra parte, los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café coinciden en que trabajar en la calle es muy difícil, como resultado de las condiciones propias de esos escenarios, como el tiempo atmosférico cambiante, los conflictos -no siempre pacíficos- que

se tiene con la policía por la recuperación del espacio público, la delincuencia común, el ambiente de trabajo no es el mejor, etc. En contraposición con las condiciones de trabajo que se dan dentro de este Centro Comercial; por lo mismo, se les preguntó: ¿Cómo le parece el ambiente de trabajo como vendedor ambulante o estacionario en la calle?, estas fueron sus respuestas:

*S1: La calle es horrible, porque se sufre mucho; por el agua, el sol, porque uno come a deshoras, a las carreras y mal. El ambiente con los otros vendedores es pesado, y abundan los gota-gota.*

*S3: La calle es muy, muy dura, hay que estar pilas con todo, que si llueve, que si viene la ley a quitarle a uno las cositas, que si uno se duerme lo roba la misma gente, que si hace sol uno sale quemado, bueno, y así, pero en la calle, a pesar de todo, se mueve la plata. Aquí uno no se moja ni está pendiente de nada de eso, pero es más duro.*

*S5: En la calle se trabaja más incómodo que aquí, uno está aquí a la sombra.*

*S7: Todo hay que decirlo, en la calle es mejor un 100 % en lo que corresponde a las ventas. Pero, por otra parte, en la calle se sufre porque lo insultan a uno, le menosprecian la mercancía; y solo lo miran a uno los estratos bajos.*

*S8: No, pues aquí uno no se moja, y tampoco pega tan duro el sol; y lo otro es que uno no tiene que estar corriéndole a la policía, porque aquí uno tiene el derecho a estar en su local. Entonces si uno va a comparar estar aquí con estar en la calle, pues la diferencia es mucha; pero el problema radica en plata, hay muchos que prefieren estar a la intemperie, pero vendiendo hartos.*

*S9: El ambiente es pésimo. No hay futuro. Hay muchos ruegos y mucha inseguridad. Tampoco hay estabilidad, y esta se da en todo, tanto en lo*

*personal como en lo económico. En la calle, por lo mismo, uno está en una constante zozobra.*

*S10: No, en la calle hay que guerrearla mucho, es muy difícil por todo.*

Con las anteriores narrativas se evidencia que el Centro Comercial del Café sí les brinda una buena oportunidad a esta población de vendedores, para que su calidad de vida, en referencia a condiciones de trabajo como: resguardarse del clima agreste, de seguridad y de legalidad -ante los entes de control del espacio público-, llevan a que la reubicación de ellos en este escenario sea una ocasión para que la forma en que han trabajado cambie. Así, se les preguntó: ¿Considera usted que estar dentro del centro comercial del café favorece sus actividades, o perjudica su desempeño?:

*S1: Perjudica las ventas, porque el sitio lo desacreditan por el punto donde se encuentra ubicado: en el CAM.*

*S2: Perjudica el desempeño, debido a que somos un proceso antiguo y por la mala reubicación, los del proceso que venimos hace 20 años atrás nos dejaron en los rincones más ocultos. Y así las ventas son muy pocas para el sostenimiento de la vida cotidiana. No nos vamos porque este Centro Comercial es la alternativa de los vendedores informales y ambulantes y para particulares, como pretende la administración.*

*S3: Sí, ha sido bueno, porque uno no se moja, no hay zancudos, se encuentra en un ambiente de trabajo mejor al que estaba antes.*

*S4: Sí, favorece mis actividades, con sacrificio se va mejorando la situación y se va aprendiendo rodos los días al estar aquí en el Centro Comercial.*

*S5: Normal, porque a uno le toca seguir realizando su trabajo aquí o afuera.*

*S6: Estar aquí me perjudica, porque las ventas no son las esperadas, lo que conlleva a que no hayan los suficientes ingresos.*

*S7: No, porque estoy perdiendo plata. A veces no me da ni para el almuerzo y el transporte.*

*S8: La verdad, estar aquí adentro, me ha perjudicado mucho; porque he estado enfermo y me van a operar de la próstata. Pero aquí no hay un apoyo económico en una calamidad, y las ventas son muy duras aquí, más duras que en la calle.*

*S9: Sí, aquí hay seguridad. Además hay agua y restaurante, y por la salud es mejor que estar en la calle, exponiéndose a toda hora.*

*S10: Sigue igual la situación; porque la gente entra muy poco; y los que entran compran muy poco.*

Algo que resalta, dentro de estas respuestas, es lo que exponen S1 y S2, al hablar de la ubicación del Centro Comercial del Café, pues este es un sitio, históricamente, que en la ciudad de Armenia ha sido de una alta prevalencia delincuencial; ya que allí quedaba la galería del mercado, hasta que el 25 de enero de 1999 ocurrió la catástrofe del terremoto que la destruyó en su totalidad. Luego de estos penosos acontecimientos la adecuaron para que en su lugar se emplazara al CAM, que es el conglomerado de todo el aparato político-administrativo de esta ciudad. No obstante, con la Alcaldía, el concejo y todas las dependencias gubernamentales apostadas allí, el CAM, como lugar -no como administración- en el imaginario de los cuyabros es sinónimo de inseguridad; a este respecto la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

(2018) manifiestan que muy a pesar de los esfuerzos que se han hecho, el espacio público aún es el escenario de las ventas informales en la capital quindiana.

Por supuesto, esta es una problemática que se agudiza al dialogar, dentro del marco de la investigación, con los vendedores reubicados en el Centro Comercial del Café; por cuanto ellos concuerdan en que las ventas no son las mejores. Lo anterior afecta, de forma directa, intrínseca y tangible, la productividad de estos vendedores. Productividad que se relaciona con el nivel de ingresos que se tienen, y más aún, como bien lo menciona Pagés (2010): "...el comercio impulsa la productividad." (, p. 111) Problemáticas que, sin lugar a dudas, afectan y entorpecen las dinámicas comerciales y económicas de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café; por cuanto, este centro comercial está rodeado de un ambiente deprimente e inseguro (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2018).

Con base en lo anterior, la ubicación del Centro Comercial del Café supone una de las barreras para que no haya una gran afluencia de clientes para los vendedores. Porque, según se infiere de las observaciones hechas dentro de este lugar y a sus alrededores, junto con los diálogos que se sostuvieron con algunas personas que circulaban por el lugar, el sector del CAM es percibido como de alta peligrosidad, esto producto de la delincuencia, del consumo de Sustancias Psicoactivas -SPA-, de la prostitución, etc. (ver figura 15).

**Figura 15. Centro Administrativo Municipal -CAM-.**



**Fuente: Ramírez (2018).**

Es pues evidente que una de las más importantes razones que tienen los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, para afirmar que las ventas en este lugar no son las mejores, es el tema de la inseguridad y de la percepción que tienen los potenciales compradores sobre el mismo. De allí, que se les preguntara a esta población, sujeto de estudio, lo siguiente: ¿Considera que las ventas han mejorado dentro del Centro Comercial el Café?:

*S1: Bueno, esto de ser comerciantes es difícil, y las ventas no son constantes.*

*Por ejemplo, ahora es bueno, porque la temporada favorece mucho las ventas.*

*Pero el resto del año la situación es difícil. Mientras que otros vendedores en la calle tienen casetas grandes aquí los locales son pequeñitos y escondidos.*

*S2: Pensamos que al ser el nuevo Centro Comercial de Armenia, la gente iba a venir, pero no, eso no ha pasado, y a nosotros nos toca esperar a que lleguen estas temporadas para ver gente.*

*S3: Pues a veces, porque a veces entran clientes nuevos y con estos se trata uno de sostener.*

*S4: Para nada, porque no hay orden administrativo, y porque los alrededores son peligrosos y las personas evitan entrar; por tal motivo, las ventas son malas, y porque los vendedores aún están en la calle y tienen los locales para las bodegas.*

*S5: Para mí son iguales, porque aún mantengo una clientelita que viene y me busca.*

*S6: No se ve casi gente en este piso, y por eso las ventas son bajas.*

*S7: Aquí no hay un comercio activo que responda a las necesidades, a lo que se aspira de un centro comercial que dé para los gastos. Las ventas no responden.*

*S8: Han empeorado; aquí no se vende nada. A veces se va uno sin hacerse nada, ni para el bus.*

*S9: Muy regular, a veces sube y otras baja.*

*S10: Aún hay muchos vendedores que tienen local aquí y que están en las calles. Los locales están cerrados o los utilizan para bodegas.*

Como se ve, las ventas, dentro de este Centro Comercial, son bajas, según las narrativas de los sujetos de estudio; esto puede tener varias razones; no obstante, tiene casi que una única consecuencia: una baja calidad de vida. Esto está en consonancia con Pavas et al. (2016), puesto que estos autores dicen que la precariedad laboral que sufren los vendedores informales tiene una repercusión directa en todas las esferas de sus vidas. De tal suerte, que en referencia a ello se

debe mencionar que las condiciones socioeconómicas que emergen de las dinámicas laborales que se desarrollan dentro del Centro Comercial del Café llevan a que los vendedores reubicados tengan una percepción negativa de esa reubicación.

De allí, que los sujetos de estudio, más allá de sus propias capacidades, dicen sentirse frustrados con las condiciones que se dan dentro del Centro Comercial; esto se patentiza mucho mejor con la siguiente pregunta: ¿Siente que sus expectativas en torno a la reubicación en el Centro Comercial el Café fueron satisfechas? A esto, en su totalidad, los sujetos participantes de este estudio dijeron que no, y sus razones son las que siguen:

*S1: No entregaron los locales como ya nos habían dicho. Además toda la infraestructura fue entregada en obra gris. Y si a eso se le suma que no hay suficiente publicidad para acreditar el Centro Comercial, pues no tenemos nada.*

*S2: Hubo vulneración a los que veníamos del proceso viejo de reubicación. Además, no nos cumplieron como debía ser, porque los locales no son los mejores, porque el Centro Comercial no tiene publicidad, lo que no nos mejoró el trabajo.*

*S3: No cumplieron lo que prometieron, como por ejemplo, los locales son de 2 x 2 m<sup>2</sup>, el piso está en obra gris, no está el salón de una guardería para los niños de los vendedores que trabajamos aquí, también dijeron que iba a haber una cancha sintética y nada de eso.*

*S4: Todo ha sido mentira, nos dijeron que las ventas iban a ser mejor aquí que en la calle, y que nuestra calidad de vida iba a mejorar, pero nada de eso se ha cumplido.*

*S5: Eso ofrecieron muchas cosas, como ascensores, escalares eléctricas y pues nada de nos lo cumplieron.*

*S6: Cuando, al principio, hablaron con nosotros para lo de la reubicación aquí, nos prometieron de todo, pero han cumplido muy poco. Hasta un puente peatonal nos dijeron que iba a tener esto.*

*S7: Esperaba algo mejor. Por ejemplo, se suponía que le iban a hacer mucha publicidad al centro comercial y nada, desde el principio nada de nada. Por ejemplo, la página del Facebook de aquí no tiene nada, no dicen nada de lo que aquí se vende. Tanto es que afuera, en la entrada, hay una valla electrónica gigante, y ahí le hacen publicidad al que pague, pero nada de los que estamos aquí.*

*S8: Aquí no se ven las ganancias; lo que ellos prometieron es una cosa muerta; esto lo entregaron sin terminar. A nosotros mismos nos tocó poner lámparas y hasta el cielorraso y poner un plástico el piso para que no se vea tan feo.*

*S9: Toda la infraestructura está inconclusa, hasta se entra el agua y el parqueadero todavía lo están haciendo.*

*S10: la infraestructura no fue entregada en las condiciones que nos prometieron.*

Con todo ello, se explicita que el Centro Comercial del Café no cumple con las expectativas de los vendedores estacionarios reubicados en él. Ya que, estas condiciones, sumadas a las problemáticas que presenta el sector del CAM, hacen que las personas -potenciales clientes- no

acudan a sus instalaciones a comprar los productos que ellos comercializan. De ello, emerge, como una constante, que este centro comercial no cuenta con la publicidad necesaria, acorde y decidida, que lleve a que la competitividad de los vendedores ambulantes, que están dentro de sus instalaciones, sea real y asertiva. En esta medida, Suñol (2006) dice que la productividad está permeada por varios factores que la enriquecen y que la robustecen, entre estos se deben mencionar: una infraestructura adecuada, niveles altos de seguridad dentro y fuera del sitio de trabajo, publicidad atrayente para los clientes nuevos o antiguos (Consejo privado de competitividad, 2017) y otros elementos que, evidentemente, no cumple el Centro Comercial del Café.

De tal suerte, que más allá de que la reubicación sea un hecho factico que atiende a las ordenanzas que el Estado<sup>6</sup> les dé a las administraciones locales, esta debe estar alineada con las necesidades, intereses, expectativas, realidades, motivaciones y horizontes que tengan los vendedores reubicados; porque de nada sirve que los expulsen del espacio público si el lugar a donde los llevan no les brinda la oportunidad de mejorar su situación laboral y de ingresos. Puesto que, este tipo de reubicaciones requieren de oportunidades reales y asertivas de mejorar sus ventas, o al menos de mantener el mismo nivel que tenían en las calles (Pavas et al., 2016).

De acuerdo con lo anterior, es difícil que los vendedores informales, que fueron reubicados en el Centro Comercial del Café, no añoren las calles o que se conviertan en parte positiva de testimonios para que los vendedores que están en el espacio público se animen a iniciar sus propios procesos de reubicación. Esto se materializa con las siguiente pregunta: ¿Si tuviera la

---

<sup>6</sup> Sentencia T-067/17; Sentencia 701/17; Sentencia T-243/19, entre otros.

oportunidad de mostrarles las bondades de estar dentro del Centro Comercial el Café a amigos y conocidos que ejercen el trabajo como vendedores ambulantes o estacionarios lo haría?:

*S1: Ya todo el mundo sabe cómo es aquí adentro, y pues como saben que es solo no les interesa; y hay muchos que tienen los locales como bodegas.*

*S2: Claro que sí, pero solo si aquí se estuviera en óptimas condiciones o en mejores, pero no es así.*

*S3: Yo les he dicho que es bueno; pero mis amigos dicen que bueno con hambre no es bueno.*

*S4: Me gusta hablar positivamente del Centro Comercial, porque al final es mi puesto de trabajo, así que siempre hablo bien de aquí, por convicción y por ética.*

*S5: Claro, todo el tiempo hablo bien del Centro Comercial, aunque sea para que vengan y lo conozcan.*

*S6: Yo hablo mucho con ellos, pero todo me dicen que si aquí hubieran mejores condiciones para las ventas se vendrían, pero que por el momento no.*

*S7: Aquí hay personas que en todo el tiempo que llevaron aquí no tuvieron ningún beneficio, y por eso han vuelto a las calles; y ellos son los que no abren los locales y los tienen como bodegas.*

*S8: Aquí no hay beneficios, sería bueno si hay publicidad, si hay parlantes que motiven a la gente a entrar, para que las ventas sean mejores, pero no hacen nada, entonces los de la calle saben que aquí es muy apagado y muy duro vender.*

*S9: Por mí parte intento mostrar las bondades del centro Comercial; entonces uno los concientiza y los sensibiliza, pero ellos no entienden nada de los*

*beneficios que ahí aquí. Porque creen que en la calle no pagan nada; pero igual pagan por guardar la carreta, y salen por lo mismo y no hay garantías ni seguridad.*

*S10: Uno aquí está a la sombra, no se está mojando la mercancía, ni se daña por el sol y el polvo; eso es lo bueno de estar aquí; en cambio en la calle si llueve corra a tapar la mercancía y uno también se enferma.*

Es claro que como hay beneficios de estar dentro del Centro Comercial del Café, también se encuentran dificultades; lo que llevó a que muchos de los vendedores informales que recibieron un local, como parte de su proceso de reubicación del espacio público, hayan vuelto a las calles a ejercer su actividad comercial: ¿Si tuviera que volver a la calle como vendedor ambulante o estacionario lo haría?:

*S1: Claro que sí, es que en calle se vende mejor, es más productivo en la calle.*

*S2: Sí claro, al no haber más alternativa aquí, pues me tocaría salir a buscar mi sustento diario en la calle.*

*S3: La verdad, pues no, no me gustaría.*

*S4: Sí, porque allá los compañeros son más organizados y unidos, y aquí la administración no cumple con los convenios.*

*S5: Lo pensaría, pero no creo, la .calle es muy brava.*

*S6: Claro, porque allá se generan más ingresos, y la mercancía tiene más visibilidad y rota más; así que uno se acostumbra a las incomodidades en la calle porque la recompensa de las ventas es buena.*

*S7: No, porque mi salud ya no me lo permite, pero si tuviera 10 años menos sí lo haría. Ya en la actualidad con 73 años me toca estar aquí, y digo que me*

*toca, porque aunque la calle es dura, siempre le da a uno para el sustento diario.*

*S8: En la calle sí se consigue el sustento diario, estamos aquí por la edad; pero si me toca salir, pues me voy. Porque es muy duro estar aquí todo el día y no vender nada.*

*S9: No, no volvería a la calle; porque en la calle no se puede organizar, no se piensa en el cambio, no se trasciende; siempre se está en lo mismo.*

*S10: La calle es horrible, yo no volvería, y de hacerlo sería ya por la última.*

Es evidente que la perspectiva de trabajo que se les presenta a estos vendedores en el espacio público, como recurso para conseguir ingresos, y que les haga asequible tener una vida digna, no los cautiva; porque, como ya se ha mostrado, las condiciones laborales en la calle es en suma difícil y compleja, porque trae consigo problemáticas en todas las esferas de la vida de una persona, y que, por supuesto, tienen un impacto negativo en la calidad de vida de ellos. De tal suerte, que aun cuando su productividad no es la esperada, ellos resisten dentro del sitio de reubicación. Por lo tanto, se les hizo la siguiente pregunta: ¿cómo le parece el ambiente de trabajo dentro del Centro Comercial el Café?, a lo que ellos respondieron como queda plasmado:

*S1: A veces pesado, se ve mucha envidia.*

*S2: Me parece pesado, porque no hay administración interna que se preocupe por las anomalías que ocurren en mi local y en general en el centro comercial.*

*S3: Me parece bien; me siento conforme.*

*S4: Bueno; porque los compañeros son bueno, como ya nos conocemos de donde antes trabajábamos, y pues no entendemos y hay buen tolerancia entre todos.*

*S5: Es pesado, porque la envidia, los comentarios indeseados, y los chismes son pan de cada día aquí.*

*S6: Es bueno, porque uno aquí ya se siente como alrededor de la familia.*

*S7: El ambiente der trabajo es bueno, porque entre todos nos comprendemos. Pero lo que no ayuda son las ventas.*

*S8: El ambiente es bueno en lo social, porque hay armonía, pero en lo económico es muy difícil.*

*S9: Regular, porque hay chismes, también por la misma presión que tenenos de vender; así que es una dinámica difícil.*

*S10: Bueno, porque esta es la casa de uno; aquí mantengo la mayor parte del tiempo, uno va a la casa a dormir.*

Se puede inferir, de lo anterior, que dentro del Centro Comercial del Café hay unas dinámicas sociales, culturales, económicas y políticas que convergen y que se entretajan entre los sujetos, y que los llevan a que existan choques, rupturas o conflictos. En concordancia, el conflicto es, como bien reflexiona Jares (2009), un proceso indisoluble de la interacción con un *otro* “...el conflicto y la convivencia, como dos procesos inseparables y consustanciales en toda relación humana....” (p. 47) Así, el conflicto no es ajeno a la conjugación de seres sociales dentro de un contexto social. En esta medida, es importante entender que “El conflicto supone lucha de intereses opuestos o confrontación entre personas o grupos...” (Calvo y Marreo, 2004, p. 36)

Con base en esto, dentro de las dinámicas relacionales que se dan cita en el escenario del centro comercial, el conflicto se puede concebir como el choque de dos o más fuerzas - voluntades, cosmovisiones, intereses, expectativas- que se contraponen e intentan yuxtaponerse unas a otras: "...tampoco podemos olvidar que los diversos ámbitos de socialización pueden, y de hecho entran también en conflicto." (Jares, 2001, p. 73)

Como se puede ver el conflicto se presenta a medida que se está con un *otro* con lo que se llega a que el conflicto es el resultado, ineluctable, de la interacción y de la actuación de seres gregarios dentro de contextos determinados. Por lo tanto, según los sujetos de estudio, dentro del Centro Comercial del Café sí se manejan normas, entre ellas se pueden mencionar las siguientes normas: \* No pueden entrar Mascotas. \* No pueden entrar vendedores de tintos, dulces u otros comestibles. \* Los vendedores reubicados en el Centro Comercial no pueden vender en los locales artículos que no hayan sido informados, con anterioridad, a la administración. \* Mantener el lugar de trabajo limpio y en orden. \* El horario es de las 8 de la mañana a las 7 de la noche. \* Se debe pagar, de forma cumplida, el canon de arrendamiento. \* No se puede subarrendar el local. \* Hay un manual de convivencia. \* No se puede sacar, a los pasillos, sillas o vitrinas. \* No se puede vender licor. \* Se sanciona la mala convivencia que se tenga con otras personas<sup>7</sup> \* Los locales no pueden ser usados por bodegas.

Estas son las normas que se deben seguir y que se deben respetar dentro del Centro Comercial del Café, pero en relación a ellas S6 menciona:

---

<sup>7</sup> La sanción por una inadecuada convivencia, según lo manifestó S8, es el cerramiento del local por 15 días calendario

*S6: La gente casi no sigue las normas, porque no están de acuerdo con la administración.*

Y S2 va más allá, e indica:

*S2: Tenemos unas normas que, jurídicamente, no han sido establecidas como lo dice la Ley; porque no se han organizado ante una asamblea, sino que se hizo entre unas cuantas personas.*

En este tenor, se les preguntó si están de acuerdo o no con esas normas y el porqué:

*S1: No, porque la ley es para todos. Porque si dice la norma que uno aquí no puede vender nada diferente a la mercancía, entonces por qué los vigilantes sí puede ofrecer tamales, lasañas. También entran personas de la calle a ofrecer comida y uno que tiene el local no puede vender nada de eso*

*S2: No, son normas que van en conveniencia de unos cuantos, perjudicando a algunos y beneficiando a otros dentro de una comunidad, por ejemplo el manual de convivencia que fue hecho por muy pocas personas.*

*S3: Sí, las normas son necesarias para que todos trabajemos bien y tengamos las mismas condiciones y que las personas no hagan lo que quieran.*

*S4: No, porque el proyecto no ha sido totalmente terminado, como para poder rendir en los cumplimientos administrativos, y también para eso se deben tener mejores condiciones en la infraestructura, y me parece terrible que nos cobren la entrada a los baños*

*S5: No, porque muchos no las cumplen.*

*S6: No, porque la administración ni siquiera las cumple, a veces no está la persona encargada para hacer algún reclamo o si hay robos a nadie se le puede decir.*

*S7: No estoy de acuerdo con algunas, en el sentido de que cuando hay una calamidad de enfermedad no permiten que otra persona venga y abra el local y lo remplace a uno. Así mismo, se debe cerrar el local para hacer vueltas personales, etc.*

*S8: Con algunas sí, por ejemplo con el manejo de los espacios; pero contras no, porque no son coherentes.*

*S9: No, porque no hay muchas falencias y vacíos en las normas que majea la administración interna.*

*S10: No, ya que no hay una administración que verdaderamente sea comprometida.*

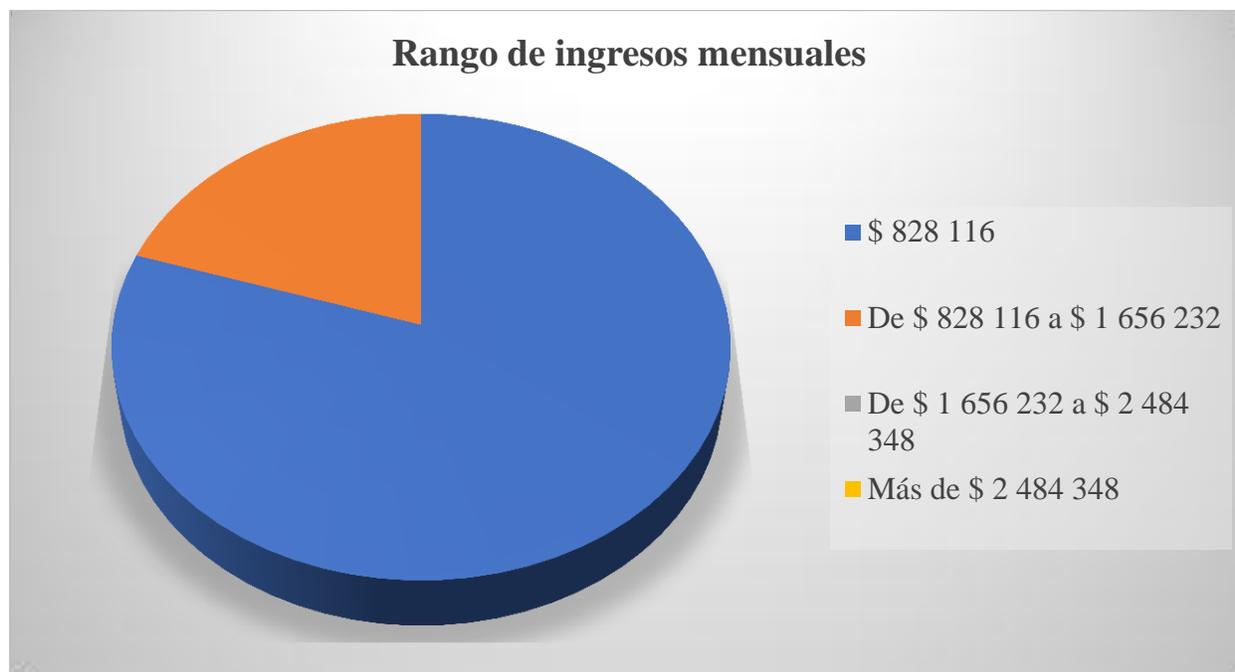
Con todo esto se hace imperante decir que esta población aún no encuentra un nicho laboral que los satisfaga en sus expectativas, intereses y necesidades, porque aun cuando fueron reubicados en un lugar un poco más cómodo que las calles, para que sigan ejerciendo sus actividades mercantiles, ellos se sienten insatisfechos con sus condiciones actuales dentro del centro Comercial del Café, defraudados con la administración local de la ciudad de Armenia, porque les prometieron una infraestructura que no fue cumplida y unas dinámicas socioeconómicas que no son reales y tangibles; también se sienten coartados dentro de los locales, porque creen que no tienen libertad de movimiento.

## **Posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café**

En esta última categoría se debe decir que los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café tienen una confusión tácita sobre lo que es formal e informal; porque se les preguntó si su negocio es formal, a lo que los vendedores respondieron que sí. No obstante, al indagar por los aportes a la seguridad social se evidencia que solo hay un vendedor que paga estos aportes (salvo la Aseguradora de Riesgos Laborales -ARL-) y uno más que goza de una pensión.

Ahora bien, también se les preguntó a los sujetos de estudio: *¿Después de ser reubicado en el centro comercial el café se ha cambiado de lugar de residencia?*, a lo que la totalidad de los encuestados respondieron que no; lo que pone de manifiesto que no ha tenido lugar una movilidad social real y tangible dentro de esta población. Por cuanto, estos siguen dentro de una estratificación baja y pertenecen a una clase social que puede tener carencias en el orden de la educación, la seguridad social, la recreación, el cubrimiento de sus necesidades básicas, etc. (Galvis y Meisel, 2014; Dalle, 2016) Lo anterior también está ligado al nivel de ingresos económicos que tiene la persona, en este caso, en específico se les dio opciones de acuerdo con el SMMLV del 2019.

**Gráfica 7. Sus ingresos mensuales por concepto de ventas dentro del Centro Comercial del Café están en el Rango de...**



**Fuente: Elaboración propia.**

De acuerdo con la gráfica 7, se evidencia que los ingresos mensuales, de los vendedores estacionarios reubicados, por concepto de ventas dentro del Centro Comercial el Café, están en el rango de un SMMLV del 2019; ya que un 80 % así lo exponen; mientras que solo un 20 % aseveran que sus ingresos están entre uno y dos SMMLV del 2019. Esto permite inferir que el nivel socioeconómico de esta población se encuentra limitada y que su nivel adquisitivo es bajo. Por lo tanto, y atendiendo al DNP (2017), cuando habla de los dos 2 indicadores que tiene Colombia para medir pobreza: 1) pobreza monetaria, y 2) el índice de pobreza multidimensional; se puede deducir que la población aquí estudiada se encuentra dentro de lo que se entiende como pobre.

En esta misma línea, se les preguntó a los sujetos de estudio: ¿Considera usted que estar dentro del centro comercial del café favorece sus ganancias, o le genera pérdidas económicas?:

*S1: Algunas veces pérdidas y deudas; ya que a los proveedores que dejan la mercancía hay que pagarles siempre, de venda o no se venda; uno siempre tiene que responder, y pues aquí adentro no se mueve tanto.*

*S2: Me genera pérdidas, porque se me ha ido perdiendo el capital; toda vez, que la administración toma la iniciativa de movernos, supuestamente ellos, para mejorar nuestro sitio de trabajo y lo único que hacen es acabar con los pocos clientes que aún nos quedan.*

*S3: Es complicado, porque el problema está en que aquí entra mucha gente, pero todos van a pagar los recibos del agua. Entonces el tercer piso mantiene lleno y nosotros, que somos todos, mantenemos desocupados.*

*S4: A veces me va bien y otras me blanqueo.*

*S5: Pues más mal que bien. Aquí es más solo que en la calle, aquí no hay mucha gente para ofrecer lo que uno vende.*

*S6: Claro, aquí no se vende como se vende en la calle, uno se la pasa aquí encerrado todo el día.*

*S7: Me ha dejado pérdidas y preocupaciones, porque al no haber utilidad no se da cumplimiento a los deberes como jefe de hogar y como comerciante.*

*S8: Me ha dejado pérdidas, si me sacan de aquí yo sí me voy otra vez para la calle.*

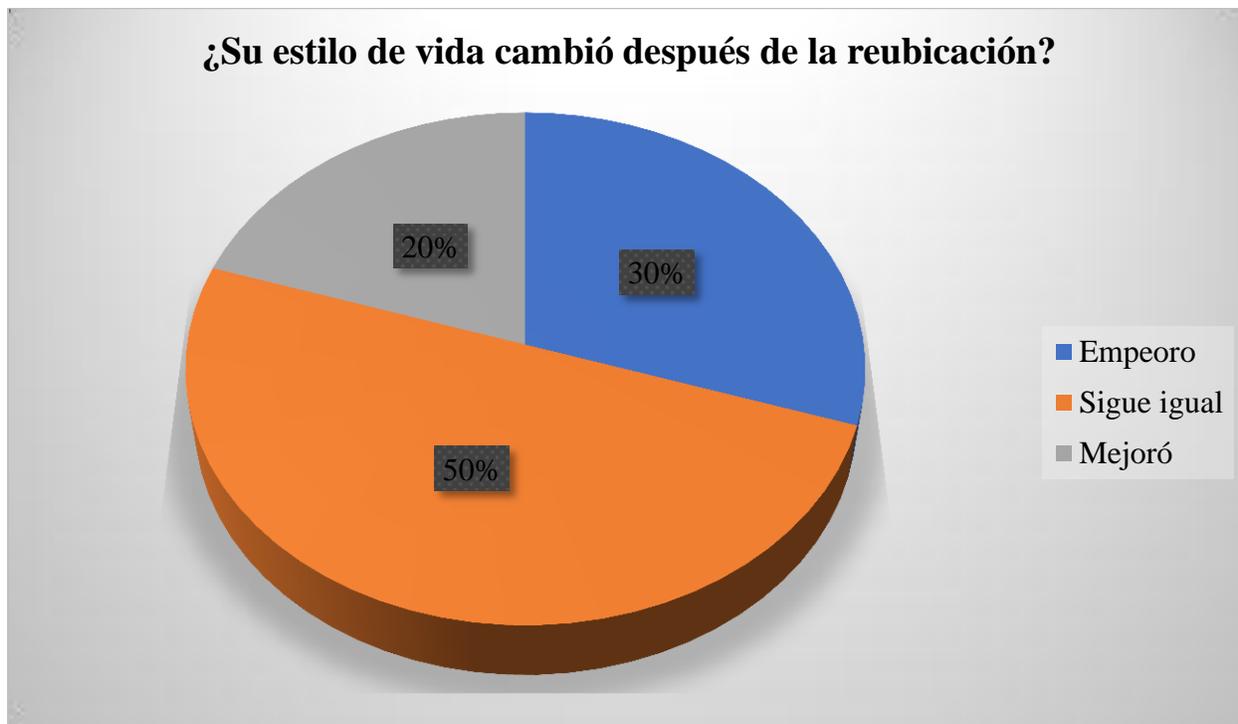
*S9: He tenido ganancias muy regulares, así que estoy aquí tratando de sostenerme.*

*S10: Se han tenido pérdidas, porque a veces no se vende las mercancías, y pues como no se vende tampoco rota. Por lo mismo, no hay suficiente plata para mantener bien surtido el local.*

Con esta mirada, de los prepuestos económicos que tienen los vendedores reubicados, se puede decir que las ganancias, dentro del Centro Comercial del Café, no son las mejores o las esperadas. Dado que, es el fin último de esta población: la subsistencia de ellos y de sus familias, a partir de sus labores como vendedores informales (Badillo y Quiroga, 2018, p. 14).

De suerte, que al no tener las ganancias suficientes o necesarias, producto de su trabajo dentro del Centro Comercial, sus expectativas de mejorar su calidad de vida se difuminan. Mucho más si el lugar de reubicación no les ofrece las garantías de ventas acordes con el cubrimiento de sus necesidades básicas. Ahora bien, esto se debe, posiblemente, a lo que ya se mencionaron S1 y S2, y que es ratificado por la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío (2018), y que gravita en torno a las diversas problemáticas sociales que se presentan en el sector del CAM.

**Gráfica 8. ¿Considera que su estilo de vida cambió después de ser reubicado en el Centro Comercial del Café?**



**Fuente: Elaboración propia.**

Ahora bien, en la gráfica 8 se denota que un 50 % de los sujetos, que participaron dentro de este estudio, aducen que luego de ser reubicados en el Centro Comercial del Café su vida sigue igual; por su parte, un 30 % dice que empeoró y solo un 20 % afirma que ha tenido un cambio significativo hacia la mejoría. De allí, que las condiciones de vida estén ligadas, de forma estrecha, con el trabajo que se ejerce, con el nivel de ingresos que se tenga y con otras variables. En este orden de ideas, el sujeto S9 es uno de los que dicen que su nivel de vida mejoró luego de la reubicación, y es uno de lo que, además, dice que sus ingresos están entre uno y dos SMMLV del 2019.

En esta misma línea, se les preguntó a los vendedores reubicados cuánto tiempo llevan dentro del Centro Comercial del Café, y se percibe que casi todos están desde su misma inauguración en el 2017, salvo los casos de S3, S5, S7 y S8, que llegaron después. Sin embargo, todos coinciden en que antes de estar en el Centro Comercial del Café, trabajaban, algunos como vendedores ambulantes y otros como vendedores estacionarios, en el centro de la ciudad de Armenia, pero que gracias a las gestiones propias y a la voluntad política de la administración local lograron adquirir un local.

Con todo, es de mencionar que las posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, se encuentra limitada por las deficiencias evidentes en sus ingresos, producto de sus labores dentro de ese escenario de comercio.

## Conclusiones

Es intrínseco al mismo estudio plasmar unas conclusiones que permitan dar cuenta de todo el trabajo que se realizó a lo largo de estas páginas y que se propusieron, como objetivo general, identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café. Conclusiones que posibilitan arrojar luces de toda la amalgama de situaciones que se generan dentro de las dinámicas sociales que se desarrollan con los vendedores que fueron reubicados en este centro comercial. Por tanto, a continuación se exponen algunas conclusiones que se suscitan:

- La población, sujeto de este estudio, se entiende como vendedores informales estacionarios, que ejercían sus actividades mercantiles en las calles de Armenia, y que, luego de algunos procesos políticos y sociales, fueron reubicados en el Centro Comercial del Café. Es de acotar que son informales, porque, siguiendo las pautas que da el DANE (2015) del que no cotizan en pensión o en seguridad social en salud.
- Esta población pertenece a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, con lo que se debe mencionar que su condición es de bajos recursos, y algunos están en niveles de pobreza; además su nivel de escolarización es baja, por cuanto la mayoría dicen no haber ascendido más allá de la básica primaria. Por lo tanto, las dinámicas socioeconómicas que se desarrollan dentro del Centro Comercial del café, con los vendedores informales estacionarios reubicados en sus instalaciones, están en el

- orden de la búsqueda, por medio de sus actividades, de su sustento diario, sin más pretensiones que mejorar su calidad de vida.
- La productividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café es baja, ya que, según ellos lo mencionan a lo largo de este trabajo, su situación dentro de este centro comercial, no es la mejor. Por cuanto, sus ganancias, ligadas de forma intrínseca a las ventas de sus mercancías y productos, no son altas ni constantes, esto dado por varias razones, entre las que destacan: la percepción de inseguridad que tienen los habitantes sobre el Centro Administrativo Municipal -CAM-, en el que hay prostitución, delincuencia, consumo de SPA, etc.
  - La competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, está estrechamente ligada con las condiciones que ofrece el centro comercial, y según lo recogido a lo largo de esta investigación, se puede ver, claramente, que la infraestructura no es la mejor; ya que ellos recibieron los locales en obra gris; asimismo, con una visita *in situ* se puede observar de primera mano, que el Centro Comercial del Café no cuenta con unas instalaciones estéticas, pues sus pisos están agrietados, su techo es en zinc, las paredes de los locales son hechos en madera, y aunque cuenta con tres pisos, los locales son de un tamaño reducido (2 x 2 m<sup>2</sup>). Aunado a ello, este centro comercial no cuenta con publicidad que invite y motive a consumidores a que entre allí.
  - Las posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café, es exigua; por cuanto, ellos no cuentan con los ingresos necesarios y suficientes para mejorar su calidad de vida y, por ende, tener una movilidad social real y asertiva.

## Recomendaciones

Se hace tácito, con todo lo que se ha evidenciado dentro de este trabajo de investigación, la informalidad laboral impacta en la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café Ya que, esto hace que las dinámicas sociales se configuren y se reconfiguren, a partir de esas mismas dinámicas. En correlación a esto, a continuación se dan algunas recomendaciones que se originan a lo largo de esta labor metodológica y en la consecución de la misma. Recomendaciones que bajo ninguna circunstancia se convierten en imposiciones. Sin embargo, la investigadora supone que si son apreciadas podrán mejorar los derroteros del programa académico de la Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario, adscrito a la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, CCAV Dosquebradas:

- Es importante suscitar este tipo de labores de investigación, con el fin de ahondar en la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios.
- Que el programa académico de la Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario le dé e incentive las oportunidades para que sus estudiantes se aproximen a la calidad de vida de los vendedores estacionarios.
- Que se promueva la investigación que se interese por poblaciones como las que aquí se trataron y que intente acercarse a la calidad de vida de los vendedores estacionarios.
- Que las políticas públicas se direccionen a este tipo de poblaciones, vulnerables y vulneradas, en el marco de un desarrollo alternativo, sostenible y solidario.

### Referencias bibliográficas

- Aguilar, S. y Barroso, J. (2015). La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. *Píxel-Bit*, (47), 73-88.
- Alfonso, W. (2010). Politización de las ventas ambulantes en Bogotá. Revista de *arquitectura*, (12), 4-16.
- American Psychological Association -APA-. (2010). *Manual de publicaciones*. México D. F.: Manual Moderno.
- Badillo, M. C. y Quiroga, J. K. (2018). *Construcción de significados del trabajo informal y calidad de vida en vendedores ambulantes de la localidad mártires en Bogotá*. Universidad Santo Tomás, Bogotá.
- Betín, L. M. y Machado, L. L. (2018). *Transformación urbana y calidad de vida de los vendedores ambulantes de un sector céntrico de la ciudad de Montería*. Universidad de Córdoba, Montería, Córdoba.
- Borja, H., Barreto, I. y Sánchez, V. (2008). Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de Chapinero frente a sus condiciones laborales y políticas. *Diversitas*, 4(2), 279-290.
- Bustamante, J. P. (2011). Los retos de la economía informal en Colombia. Notas fiscales, (9) Recuperado el 10/11/2018, de:  
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/F92EE46AD221CB7605257D7A0074FC80/\\$FILE/RetosEconomiaInformalColombia.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/F92EE46AD221CB7605257D7A0074FC80/$FILE/RetosEconomiaInformalColombia.pdf)
- Calvo, P. y Marreo, G. (2004). La mediación: técnica de resolución de conflictos en contextos escolares. *Anuario de filosofía, psicología y sociología*, (7), 35-48.

Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2015). Observatorio de seguridad de la ciudad de Armenia 2015. Armenia. Recuperado el 10/07/2020, de: <http://camaraarmenia.org.co/files/SEGURIDAD%20ARMENIA.pdf>

Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2018). A recuperar el sector del CAM. Recuperado el 14/12/2019, de: <https://camaraarmenia.org.co/noticias-empresarial/a-recuperar-el-sector-del-cam/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020a). ¿Qué es la matrícula mercantil? Recuperado el 10/07/2020, de: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-la-matricula-mercantil>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020b). Beneficios de la formalidad y riesgos de la informalidad. Recuperado el 10/07/2020, de: <https://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Temas-destacados/Formalice-su-empresa/Beneficios-de-la-formalidad-y-riesgos-de-la-informalidad>

Centro Comercial del Café. (2019). Fan Page. Facebook Recuperado el 21/12/2019, de: <https://es-la.facebook.com/pg/ccdelcafe/posts/>

Congreso de la República de Colombia. (1983). Ley 14 del 06 de julio de 1983. *Por la cual se fortalecen los fiscos de las entidades territoriales y dictan otras disposiciones*. Bogotá: Congreso de la República de Colombia.

Congreso de la República de Colombia. (1982). Ley 23 del 28 de enero de 1982. *Sobre derechos de autor*. Bogotá: Congreso de la República de Colombia

Consejo privado de competitividad. (2017). *Informalidad. Una nueva visión para Colombia*. Bogotá: Congreso de la República de Colombia

- Contreras, R., Feria, S., González, A. y Heredia, K. (2013). *Percepciones alrededor de las dinámicas de uso comercial del espacio público en el centro histórico de Cartagena: caso San Diego, Santo Domingo y de La Trinidad*. Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias.
- Cook, P. (2009). El miedo al delito en el contexto urbano. Maneras de medirlo y estrategias para controlarlo. En Cámara de Comercio de Bogotá, *Perspectivas y enfoques sobre percepción de seguridad ciudadana*. (pp. 43-54). Bogotá.
- Corte Constitucional de la República de Colombia. (Febrero 22 del 2006). Sentencia C-121-06. Recuperado el 25/07/2020, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2006/C-121-06.htm#:~:text=Sentencia%20C%2D121%2F06&text=La%20Corte%20estima%20que%20el,las%20entidades%20municipales%20y%20distritales>.
- Corte Constitucional de la República de Colombia. (Abril 01 del 2014). Sentencia T-204/14. Recuperado el 26/12/2019, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2014/T-204-14.htm>
- Corte Constitucional de la República de Colombia. (Abril 09 del 2014). Sentencia T-231/14. Recuperado el 26/12/2019, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2014/T-231-14.htm>
- Corte Constitucional de la República de Colombia. (Junio 01 del 2015). Sentencia T-334/15. Recuperado el 26/12/2019, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2015/T-334-15.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Septiembre 21 del 2015). Sentencia T-607/15. Recuperado el 26/12/2019, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2015/T-607-15.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Febrero 03 del 2017). Sentencia T-067/17. Recuperado el 26/12/2019, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2017/T-067-17.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Abril 05 del 2017). Sentencia C-211/17. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2017/C-211-17.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Noviembre 28 del 2017). Sentencia 701/17 . Recuperado el 26/12/2019, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2017/T-701-17.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Mayo 31 del 2019). Sentencia T-243/19. Recuperado el 26/12/2019, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2019/T-243-19.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Octubre 22 del 2019). Sentencia C-489/19. Recuperado el 15/10/2020, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2019/C-489-19.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Octubre 22 del 2019). Sentencia T-499/19. Recuperado el 15/10/2020, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2019/t-499-19.htm>

Corte Constitucional de la República de Colombia. (Marzo 02 del 2020). Sentencia T-090/20. Recuperado el 15/10/2020, de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2020/T-090-20.htm>

Dalle, P. (2016). *Movilidad social desde las clases populares: un estudio sociológico en el Área Metropolitana de Buenos Aires 1960-2013*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires; Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-. (2015). Comunicado de prensa. Recuperado el 26/10/2018, de: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech\\_informalidad/CP\\_informalidad\\_jul\\_sep15.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/CP_informalidad_jul_sep15.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-. (Abril 30 de 2019a). Comunicado de prensa. Indicadores de mercado laboral. Marzo de 2019. Recuperado el 30/04/2019, de: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP\\_empleo\\_mar\\_19.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP_empleo_mar_19.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-. (Marzo 29 de 2019b). Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Diciembre 2018 – febrero 2019. Recuperado el 30/04/2019, de: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_ago\\_18.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_ago_18.pdf)

Departamento Nacional de Planeación -DNP-. (2017). *Panorama regional. Pobreza monetaria y multidimensional departamental: necesidad de políticas públicas diferenciadas*. Bogotá.

Departamento Nacional de Planeación -DNP-. (2018). *Pobreza monetaria y pobreza multidimensional. Análisis 2010-2017*. Bogotá.

El Tiempo. (Agosto 03 de 2016). El Centro Comercial Armenia tiene locales hechos en café. Recuperado el 02/03/2019. En: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/el-centro-comercial-armenia-tiene-locales-hechos-en-cafe-38653>

- Felsinger, É. y Runza, P. M. (2002). *Productividad: Un estudio de caso en un departamento de siniestros*. Universidad del CEMA, Buenos Aires.
- Freije, S. (2002). *El Empleo Informal en América Latina y el Caribe: causas, consecuencias y recomendaciones de política*. Caracas: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Galeano, S. M y Beltrán, A. B. (2008). Ciudad, informalidad y políticas públicas: Una reflexión desde la sociología de lo cotidiano. *Cuadernos de vivienda y urbanismo*, 1(2), 280-297.
- Galvis, L. A. y Meisel, A. (2014). Aspectos regionales de la movilidad social y la igualdad de oportunidades en Colombia. *Documentos de trabajo sobre economía regional*, (196). Recuperado el 20/07/2017. En: [http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura\\_finanzas/pdf/dtser\\_196.pdf](http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_196.pdf)
- García, G. A. (2009). Evolución de la informalidad laboral en Colombia: Determinantes macro y efectos locales. *Archivos de economía*. Recuperado el 06/11/2018, de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Econmicos/360.pdf>
- Garzón-Duque, M. O., Cardona-Arango, M. D., Rodríguez-Ospina, F. B. y Segura-Cardona, A. M. (2017). Informalidad y vulnerabilidad laboral: aplicación en vendedores con empleos de subsistencia. *Revista de Saúde Pública*, 51(89), 1-17.
- Gobernación del Quindío. (2013) Mapa político del Quindío. Recuperado el 14/05/2019, de: <https://quindio.gov.co/el-departamento/simbolos/mapa-politico-del-quindio>
- Gobernación del Quindío. (2016). *Plan departamental de desarrollo 2016-2019. En defensa del bien común*.
- Google Maps. (2019). Recuperado el 22/06/2019, de: <https://www.google.com.co/maps/place/Armenia,+Quind%C3%ADo/@4.5423562,->

75.7155693,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e38f5ade6653bc1:0xc2c6ca4ab95d8808  
!8m2!3d4.5350004!4d-75.6756888

Gómez-Palencia, I., Castillo-Ávila, I., Banquez-Salas, A., Castro-Ortega, A. y Lara-Escalante, H. (2012). Condiciones de trabajo y salud de vendedores informales estacionarios del mercado de Bazurto, en Cartagena. *Revista de salud pública*, 14(3), 446-457.

Guataquí, J., García-Suaza, A. y Rodríguez-Acosta, A. (2011). El perfil de la informalidad laboral en Colombia. Serie documentos de trabajo, (95), Universidad del Rosario.

Gutiérrez, A. (2012). Reflexiones en torno al análisis de las redes sociales en la pobreza. *Sociológica*, 27(76), 149-188.

Hernández, G. (2016). *Decadencia y apogeo del espacio. Dimensiones culturales del cambio socioeconómico en un caso de renovación urbana en Colombia. Horizontes Antropológicos*, 22(45), 249-278.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGraw-Hill.

Hombrados, M. I. (2010). Calidad de vida y sentido de comunidad en la ciudad. *Uciencia*, (3), 38-41.

Isaza, J., Rojas, N., Cubillos, R. y Farné, S. (2015). *Macroeconomía y empleo en Colombia*. Lima, Perú: Organización Internacional del Trabajo.

Jares, X. (2001). Conflictos y experiencias de educación para la convivencia en el ámbito escolar. *Ponencia. 12 Jornadas de consejos escolares de las comunidades autónomas y del estado*. (pp. 71-99). Santiago de Compostela: Consejo escolar de Galicia.

Jares, X. (2009). *Pedagogía de la convivencia*. Barcelona: Grao.

Jiménez, D M. (2012). La informalidad laboral en américa latina: ¿explicación estructuralista o institucionalista? *Cuadernos de Economía*, 31(58), 113-143.

La Crónica del Quindío. (Julio 15 del 2019). Comerciantes informales, nuevamente se apoderaron de las calles. En La Crónica del Quindío. Recuperado el 19/07/2020, de: <https://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-comerciantes-informales-nuevamente-se-apoderaron-de-las-calles-cronica-del-quindio-nota-131671>

La Crónica del Quindío. (Julio 30 del 2019). En Armenia se concentran hasta 506 ventas ambulantes y estacionarias. En La Crónica del Quindío. Recuperado el 19/07/2020, de: <https://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-en-armenia-se-concentran-hasta-506-ventas-ambulantes-y-estacionarias-cronica-del-quindio-nota-131967#:~:text=En%20Armenia%20se%20concentran%20hasta,Quind%C3%ADo%2C%20Colombia%20y%20el%20mundo>

Landínez, E. y Rojas, H. (2004). *Caracterización del comercio informal callejero en la ciudad de Bucaramanga*. Universidad industrial de Santander, Bucaramanga, Colombia.

Lectura del contexto. (2013). Una mirada integral a la investigación del contexto. Armenia. Recuperado el 14/06/2019, de: <https://lecturadelcontexto.wordpress.com/2013/08/27/armenia/>

London, S. y Formichella, M. M. (2006). El concepto de desarrollo de Sen y su vinculación con la Educación. *Economía y Sociedad*, 9(17), 17-32.

López, E. (2012). El comercio informal en Colombia: causas y consecuencias. *In Vestigium Ire*, 5, 109-116.

- López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). La encuesta. En P. López-Roldán y S. Fachelli, *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- López, S., Torres, A., Gil, A. y Ruiz, L. (2008). *Plan integral de manejo de vendedores informales en Pereira. El estudio socioeconómico zona Cuba y centro de Pereira*. Universidad Carolina Popular de Risaralda, Pereira.
- Ministerio del Trabajo. (2019). En Colombia el 75% de los empleados son informales, según MinTrabajo. Recuperado el 22/03/2019, de: [http://www.mintrabajo.gov.co/prensa/mintrabajo-es-noticia/2019/-/asset\\_publisher/5xJ9xhWdt7lp/content/en-colombia-el-75-de-los-empleados-son-informales-segun-mintrabajo](http://www.mintrabajo.gov.co/prensa/mintrabajo-es-noticia/2019/-/asset_publisher/5xJ9xhWdt7lp/content/en-colombia-el-75-de-los-empleados-son-informales-segun-mintrabajo)
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2019). Régimen Subsidiado. Recuperado el 22/12/2019, de: <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/R%C3%A9gimenSubsidiado.aspx>
- Molina, J. A. (2013). Informalidad en Armenia: ¿un obstáculo para el crecimiento y desarrollo económico local? En L. A. Giraldo, J. H. Cruz, S. L. González, J. A. Molina y E. Gómez (Comp.), *Economía, Desarrollo y Región*. (pp. 23-42). Armenia: Universidad La Gran Colombia.
- Moncada, C. y Ordóñez, L. M (2018). *Prácticas de ventas informales en Bogotá: significado y motivaciones para vendedores y compradores*. Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- Murillo, F. J. y Hernández, R. (2011). Hacia un Concepto de Justicia Social. *REICE*, 9(4), 7-23.

- Nava, G. (2012). La calidad de vida: análisis multidimensional. *Enfermería Neurológica*, 11(3), 129-137.
- Observatorio Departamental del Quindío. (2017). *Mercado laboral. 2018*. Armenia: Gobernación del Quindío.
- Observatorio de Venezuela. (2018). *Retos y oportunidades de la movilidad humana venezolana en la construcción de una política migratoria colombiana*. Universidad del Rosario: Bogotá.
- Oficina Internacional del Trabajo -OIT-. (2016). *Mejore su negocio: el recurso humano y la productividad*. Ginebra.
- Okuda, M. y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124.
- Organización Sayco-Acinpro. (2020). Preguntas frecuentes. Recuperado el 21/07/2020, de: <https://www.osa.org.co/preguntas-frecuentes>
- Organización Internacional del Trabajo -OIT-. (2013). *La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Turín, Italia: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo -OIT-. (2014). OIT: La informalidad laboral en las micro y pequeñas empresas de América Latina llega a 60%. Recuperado el 15/10/2020, de: [https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS\\_319078/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_319078/lang--es/index.htm)
- Organización Internacional del Trabajo -OIT-. (2015). *Transitando de la informalidad a la formalidad*. Lima, Perú: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo -OIT-. (2018). La economía informal emplea más de 60 por ciento de la población activa en el mundo, según la OIT. Recuperado el 15/10/2020,

de: [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_627202/lang-es/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_627202/lang-es/index.htm)

Organización Internacional del Trabajo -OIT-. (s.f.). El trabajo decente y la economía informal.

Recuperado el 15/10/2020, de: [http://ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_policy/documents/publication/wcms\\_229449.pdf](http://ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229449.pdf)

Pagés, C. (2010). *La era de la productividad. Cómo transformar las economías desde sus cimientos*. New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Parra, M. E. (2005). *Fundamentos epistemológicos, metodológicos y teóricos que sustentan un modelo de investigación cualitativa en las ciencias sociales*. Universidad de Chile, Santiago de Chile.

Pavas, J. A., Torres D. G. y Umaña K. X. (2016). *Vendedores ambulantes en Bogotá: análisis económico de la estructura institucional para la formación de capital social en términos de las políticas públicas y el desarrollo humano*. Universidad de la Salle, Bogotá.

Perdomo, J. G. (2016). *Tensiones socio-espaciales por las ventas ambulantes en el espacio público en Bogotá a partir del Decreto 456 de 2013. Estudio de caso: Plazoleta del Rosario*. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Bogotá.

Piedrahíta, C. (2014). *Configuraciones del espacio público en el centro tradicional de la ciudad de Pereira: criterios de sectorización espacial, delimitación del centro y simbolización del espacio de trabajo*. *Virajes*, 16(2), 103-122.

Polanía, Y. T. y Hernández, E. J. (2015). *Movilidad social en comunidades rurales*. Universidad Sergio Arboleda, Bogotá.

Presidente de la República de Colombia. (1971). Decreto 410 del 27 de marzo de 1971. *Por el cual se expide el Código de Comercio*. Bogotá: Presidencia de la República de Colombia.

- Presidente de la República de Colombia. (1986). Decreto 1333 del 25 abril de 1986. *Por el cual se expide el Código de Régimen Municipal*. Bogotá.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-. (2016). *Panorama general. Informe sobre Desarrollo Humano 2016. Desarrollo humano para todos*. Nueva York.
- Prokopenko, J. (1989). *La gestión de la productividad. Manual práctico*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo
- Pulgarín, J. A., Alarcón, D. y Mejía, C. (2014). *Espacios públicos ordenados. Experiencias de implementación de la Sentencia T-772/2003 de la Corte Constitucional sobre espacio público y ventas informales - Comercio en Calle. Pereira - Armenia, Colombia. 2003-2013*. Escuela Superior De Administración Pública -ESAP-, Armenia, Quindío.
- Ramírez, M. F. (Septiembre 01 de 2017). Este sábado, centro comercial del Café abrirá puertas al público. En La Crónica del Quindío. Recuperado el 27/05/2019, de: [http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-este\\_sbado\\_centro\\_comercial\\_del\\_caf\\_abrir\\_puertas\\_al\\_pblico-seccion-la\\_ciudad-nota-113437](http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-este_sbado_centro_comercial_del_caf_abrir_puertas_al_pblico-seccion-la_ciudad-nota-113437)
- Requena, F. (2010). Desarrollo y movilidad social. Análisis comparado entre Andalucía y Cataluña. *Papers*, 95(4), 935-952.
- Ricardi, C. A. (2017). Análisis de la movilidad social intergeneracional en perspectiva comparada entre Chile y México. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.
- Rincón-Báez, W. U. y Soler-Hurtado, A. J. (2016). Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero, en Bogotá, Colombia. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 107-124.

- Robledo, A., Solarte, A. F., Echeverry, D., Cruz, M., Gómez, J. A., Tirado, O. A. y Caicedo, S. (2015). *Caracterización sociodemográfica de los vendedores ambulantes de la zona céntrica de Santiago de Cali*. Universidad ICESI, Santiago de Cali.
- Rocha, R., Sánchez, F. y García, L. (2009). Ventas callejeras y espacio público: efectos sobre el comercio de Bogotá. *Desarrollo y sociedad*, (63), 245-268.
- Rojas, M. Á. (2010). Los nombres de los municipios del Quindío. Academia de Historia del Quindío (Ed.), *Ensayos de Historia Quindiana*. (pp. 95-118). Armenia: Gobernación del Quindío; Universidad del Quindío.
- Rojas, M. Á. (Junio 29 de 2011). ¿Cuyabro raizal? En La Crónica del Quindío. Recuperado el 01/06/2019, de: [http://www.cronicadelquindio.com/noticia-noticia\\_opinion-op-3952.htm](http://www.cronicadelquindio.com/noticia-noticia_opinion-op-3952.htm)
- Sánchez, C. A., Tovar, N. A. y Gómez, Z. (2014). *Diagnóstico de la evolución de los procesos de gestión del espacio público en la ciudad de Armenia Quindío del año 2010 a 2014*. Universidad Católica de Colombia, Bogotá D.C.
- Sánchez, R. M. (2017). Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá. *Trabajo y Sociedad*, (29), 327-351.
- Secretaria Distrital de Planeación -SDP- (s.f.). Estratificación socioeconómica. Metodologías de estratificación. Recuperado el 19/12/2019, de: <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/metodologias>
- Sen, A. (1999). *La libertad individual como compromiso social*. Quito: Abya-Yala.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Buenos Aires: Planeta.
- Suárez, D. F., Jiménez, I. F. y Millán, M. F. (2017). Calidad de vida según la estratificación socioeconómica. *Ploutos*, 6(1), 22-31.
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 31(2), 179-198.

Urzúa, A. M. y Caqueo-Urizar, A. (2012). Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto.

*Terapia psicológica*, 30(1), 61-71.

Valero, M. (2013). Vendedores ambulantes: Viejos y nuevos actores en ciudad de fronteras:

Caso San Cristóbal-Venezuela. *Aldea Mundo*, 18(35), 59-72.

Yuni, J. A. y Urbano, C. A. (2014). *Técnicas para investigar -Recursos metodológicos para la*

*preparación de proyectos de investigación. Vol. 2.* Córdoba, Argentina: Brujas.

## Anexos

### Anexo A. Consentimiento informado.

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD**  
**Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades**  
**Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario**  
**CCAV Dosquebradas**  
**2019**

El propósito de esta ficha de **consentimiento** es proveer, a los participantes -sujetos de estudio- de esta investigación, de una explicación detallada de la naturaleza de esta labor metodológica, así como de su rol en ella como participante.

Así, la presente investigación, que tiene por nombre: *Informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados: el caso de Centro Comercial del Café*; que es llevada a cabo por: María Dora Arenas Suárez, estudiante del Programa de Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario, adscrito a la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD-.

Es de suma importancia, en este sentido, hacer explícito en que el propósito de la información que se recoja será exclusivamente con fines académicos. Además, la información se usará de forma confidencial y no tendrá otro propósito diferente al estipulado en esta investigación. Es de resaltar que si tiene alguna duda sobre este estudio, puede hacer preguntas en cualquier momento

durante su participación en él, y si lo que dure la ejecución de la investigación tiene alguna inconformidad usted tiene el pleno derecho de hacérselo saber al investigador.

De igual forma, este consentimiento también se extiende para hacer uso de los datos fotográficos, de video o de audio que se recopilen a lo largo de la investigación, y que permitan sustentar lo evidenciado.

**Desde ya le agradecemos su participación.**

Yo \_\_\_\_\_ identificado con la cédula de ciudadanía #: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ acepto participar voluntariamente en la investigación: *Informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados: el caso de Centro Comercial del Café*; que es llevada a cabo por: María Dora Arenas Suárez, estudiante del Programa de Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario, adscrito a la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD-. Acepto que he sido informado de que esta investigación es académica con fines científicos.

De igual manera, reconozco que la información que yo provea, en el curso de esta investigación (fotografías, videos o audios), es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento; también, entiendo que una copia de

esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido.

***Consentimiento informado***

---

Firma

Nombre del participante:

Cédula de ciudadanía:

**Anexo B. Entrevista semiestructurada.**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD**  
**Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades**  
**Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario**  
**CCAV Dosquebradas**

**Guia de entrevista semiestructurada**

**Nombre de la investigadora:** María Dora Arenas Suárez.

**Nombre de la investigación:** *Informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados: el caso de Centro Comercial del Café.*

**Objetivo general:** Identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.

Lugar de entrevista: \_\_\_\_\_

Fecha de entrevista: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Identificación: \_\_\_\_\_

Lugar de residencia: \_\_\_\_\_

Municipio: \_\_\_\_\_

¿Hace cuánto tiempo fue reubicado(a) en el Centro Comercial el Café?

---

---

---

¿Manejan normas dentro del centro Comercial del Café? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Puede nombrar algunas?:

---

---

---

---

---

---

¿Está de acuerdo con las normas dentro del centro Comercial del Café?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?:

---

---

---

---

---

---

¿Está afiliado ante la Cámara de Comercio de Armenia? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?:

---

---

---

---

---

---

---

¿Considera que las ventas han mejorado dentro del Centro Comercial el Café?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

¿Considera que las ventas han caído dentro del Centro Comercial el Café?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

¿Han aumentado sus ingresos desde que se encuentra en el Centro Comercial del Café?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

---

¿En su negocio intenta crear una estrategia particular para atraer a sus clientes?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

---

¿Considera usted que los recursos que posee son suficientes para realizar su trabajo o actividades

diarias? Sí \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

¿Cómo le parece el ambiente de trabajo dentro del Centro Comercial el Café?

---

---

---

---

---

---

---

¿Considera usted que estar dentro del centro comercial del café favorece sus actividades, o perjudica su desempeño? Sí \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

¿El trabajo en el Centro Comercial del Café está en coherencia con sus intereses?

Sí \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

---

¿Cómo le parece el ambiente de trabajo como vendedor ambulante o estacionario en la calle?

---

---

---

---

---

---

---

---

¿Si tuviera que volver a la calle como vendedor ambulante o estacionario lo haría?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

¿Si tuviera la oportunidad de mostrarles las bondades de estar dentro del Centro Comercial el Café a amigos y conocidos que ejercen el trabajo como vendedores ambulantes o estacionarios lo haría? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

---

¿Siente que sus expectativas en torno a la reubicación en el Centro Comercial el Café fueron satisfechas? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?

---

---

---

---

---

---

---

---

¿Considera usted que estar dentro del centro comercial del café favorece sus ganancias, o le genera pérdidas económicas? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?:

---

---

---

---

---

---

---

¿En el tiempo que lleva reubicado en el Centro Comercial el Café ha vuelto a las calles como vendedor ambulante o estacionario? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?:

---

---

---

---

---

---

---

¿Sus ingresos eran mejores como vendedor ambulante o estacionario en la calle? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ ¿Por qué?:

---

---

---

---

---

---

Para hacer esta entrevista, se pasará local por local de las diez (10) personas que participarán dentro de esta investigación. Esto para no incomodar ni interferir en sus funciones diarias. Así, esta entrevista está diseñada para ser llevada a cabo en un periodo de aproximadamente 20 minutos, en la que se hará un diálogo entre la investigadora y la persona entrevistada. En este orden de ideas, este instrumento da respuesta a los dos objetivos específicos:

- ✓ Determinar la productividad y la competitividad de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.
- ✓ Identificar las posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.

**Anexo C. Encuesta.**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD**  
**Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades**  
**Maestría en Desarrollo Alternativo, Sostenible y Solidario**  
**CCAV Dosquebradas**

**Encuesta**

**Nombre de la investigadora:** María Dora Arenas Suárez.

**Nombre de la investigación:** *Informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados: el caso de Centro Comercial del Café.*

**Objetivo general:** Identificar la relación entre la informalidad laboral y la calidad de vida de los vendedores estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.

Lugar de la encuesta: \_\_\_\_\_

Fecha de la encuesta: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Identificación: \_\_\_\_\_

Estrato socioeconómico: 1: \_\_\_\_\_ 2: \_\_\_\_\_ 3: \_\_\_\_\_ 4: \_\_\_\_\_ 5: \_\_\_\_\_ 6: \_\_\_\_\_

Vivienda: propia: \_\_\_\_\_ arrendada: \_\_\_\_\_ familiar: \_\_\_\_\_ Otro: \_\_\_\_\_ ¿Cuál?

---

---

---

---

---

---

---

Nivel educativo: Primaria: \_\_\_\_\_ Secundaria: \_\_\_\_\_ Técnico: \_\_\_\_\_ Tecnólogo: \_\_\_\_\_

Universitario: \_\_\_\_\_ Ninguno: \_\_\_\_\_

Estudia actualmente: Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ Nivel: \_\_\_\_\_

¿Usted fue reubicado al Centro Comercial el Café? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

¿Considera que su estilo de vida cambió después de ser reubicado en el Centro comercial del café?

a. Empeoró: \_\_\_\_\_

b. Sigue igual: \_\_\_\_\_

c. Mejoró: \_\_\_\_\_

¿Práctica algún deporte? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ Cuál:

a. Fútbol: \_\_\_\_\_

b. Microfútbol: \_\_\_\_\_

- c. Basquetbol: \_\_\_\_\_
- d. Natación: \_\_\_\_\_
- e. Atletismo: \_\_\_\_\_
- f. Boxeo: \_\_\_\_\_
- g. Lucha libre: \_\_\_\_\_
- h. Ciclismo: \_\_\_\_\_
- i. Otro: \_\_\_\_\_ cuál: \_\_\_\_\_

Considera que la parte donde vive es:

- a. De alta peligrosidad: \_\_\_\_\_
- b. De mediana peligrosidad: \_\_\_\_\_
- c. De baja peligrosidad: \_\_\_\_\_
- d. Ninguna peligrosidad: \_\_\_\_\_

¿Después de ser reubicado en el centro comercial el café se ha cambiado de lugar de residencia?:

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

¿Su trabajo es formal? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

¿Paga aportes a la seguridad social?: Salud: \_\_\_\_\_ Pensión: \_\_\_\_\_ Cesantías: \_\_\_\_\_

Aseguradora de Riesgos Laborales -ARL-: \_\_\_\_\_

A qué régimen pertenece: contributivo: \_\_\_\_\_ subsidiado: \_\_\_\_\_

¿Es usted el propietario del negocio? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

¿Tiene socios dentro de este negocio? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

Sus ingresos mensuales por concepto de ventas dentro del Centro Comercial el Café están en el rango de:

- a. Menos de \$ 828.116: \_\_\_\_\_
- b. De \$ 828.116 a \$1 656 232: \_\_\_\_\_
- c. De \$1 656 232 a \$2 484 348: \_\_\_\_\_
- d. Más de 2 484 348: \_\_\_\_\_

¿Tiene empleado o cuanta con alguien a quien le paga por ayudarle en las ventas?

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

Si la respuesta anterior fue SÍ, el pago es que hace está en el rango de:

- a. Menos de \$ 828.116: \_\_\_\_\_
- b. De \$ 828.116 a \$1 656 232: \_\_\_\_\_
- c. De \$1 656 232 a \$2 484 348: \_\_\_\_\_
- d. Más de 2 484 348: \_\_\_\_\_

¿Tiene vigente la matrícula mercantil de Cámara de Comercio de Armenia? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

¿Paga impuestos de industria y comercio? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

¿Paga impuestos de la Organización Sayco-Acinpro? Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

¿Cuántos vendedores del Centro Comercial del Café comercializan productos iguales o similares a los que usted vende?

- a. Ninguno: \_\_\_\_\_
- b. Entre 1 y 5: \_\_\_\_\_
- c. Entre 5 y 10: \_\_\_\_\_
- d. Entre 10 y 15: \_\_\_\_\_
- e. Más de 15 vendedores: \_\_\_\_\_

Al igual que en la entrevista, para hacer esta encuesta se pasará local por local. Este instrumento da respuesta a los objetivos específicos:

- ✓ Caracterizar socio-demográficamente a los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.
- ✓ Identificar las posibilidades de movilidad social de los vendedores informales estacionarios reubicados en el Centro Comercial del Café.

Esta tendrá una duración aproximada de 20 minutos.

#### **Anexo D. Evidencias fotográficas.**



