

**Los vendedores ambulantes de chapinero: Un reflejo del
vínculo formalidad/ informalidad**

**Moreno Parra Paola Andrea
Tamayo Sánchez Claudia Marcela**

**Pontificia Universidad Javeriana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Administración de Empresas
Bogotá
2012**

CONTENIDO

- 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**
- 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**
- 3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**
- 4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**
 - 4.1 Objetivo General
 - 4.2 Objetivos Específicos
- 5. MARCO TEÓRICO**
- 6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**
- 7. CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA FORMAL EN LA GENERACIÓN DE EMPLEOS INFORMALES EN LA LOCALIDAD DE CHAPINERO DE BOGOTÁ.**
- 8. CARACTERIZACIÓN DE LOS VENDEDORES AMBULANTES INFORMALES SEMIESTACIONARIOS EN LA LOCALIDAD DE CHAPINERO DE BOGOTÁ.**
 - 8.1 Variables sociodemográficas de los vendedores ambulantes informales semiestacionarios en la localidad de Chapinero de Bogotá.
 - 8.2 Historia y deseo de vinculación laboral de los vendedores ambulantes informales semiestacionarios en la localidad de Chapinero de Bogotá.
- 9. CARACTERIZACIÓN DE LOS VÍNCULOS DE DISTRIBUCIÓN EXISTENTES ENTRE LA EMPRESA FORMAL Y LOS VENDEDORES AMBULANTES INFORMALES SEMIESTACIONARIOS DE LA LOCALIDAD DE CHAPINERO DE BOGOTÁ.**
- 10. CARACTERIZACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA FORMAL EN EL MANTENIMIENTO DE LA INFORMALIDAD EN LA LOCALIDAD DE CHAPINERO DE BOGOTÁ.**
- 11. CONCLUSIONES**
- 12. BIBLIOGRAFÍA**
- 13. ANEXOS**
 - 13.1 Mapa de los vendedores ambulantes semiestacionarios en el sector de chapinero de Bogotá, área comprendida sobre la Carrera 13, entre las calles 39 y 63.
 - 13.2 Instrumento definitivo.

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Los vendedores ambulantes de chapinero: un reflejo del vínculo formalidad/ informalidad.”

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo (PND), en el año 2009 los trabajadores informales en Colombia representaron el 61.1% de los ocupados, concentrados principalmente en los sectores de comercio (33%), agricultura (20%) y servicios (18,8%) (DNP, 2010). En Bogotá, la Cámara de Comercio indica que a julio de 2010 la informalidad laboral correspondía al 49% de la población ocupada, y se concentraba principalmente en actividades relacionadas con el comercio y servicios (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010).

La informalidad se asocia con la pobreza al encontrar que un gran porcentaje de los ocupados que está por debajo de la línea de pobreza son informales. La informalidad también se reconoce como una barrera para el crecimiento económico por sus efectos negativos sobre las condiciones de trabajo, la productividad y la financiación del Sistema de Protección Social (SPS). (DNP, 2010). Además, se considera una fuente de evasión tributaria, repercutiendo en los recursos que tiene disponible el Estado para invertir. Conociendo la relevancia y las implicaciones de la existencia de un sector informal para el desarrollo del país, se hace necesario conocer el rol del sector privado formal en la promoción de la informalidad laboral.

En Colombia se observa la existencia de pequeños negocios informales en la calle que venden productos provenientes de empresas formales del sector privado. Adicionalmente, en las calles de las principales ciudades del país se observan vendedores, en algunos casos uniformados, los cuales ofrecen productos de empresas formales. Estos vendedores ambulantes, que se asocian con la informalidad,¹ terminan siendo distribuidores directos de la empresa formal, pero en muchos casos no tienen una relación contractual laboral con la misma.

Bajo esta premisa, se podría pensar que la empresa formal distribuye parte de sus productos a través de negocios y vendedores ambulantes informales, es decir, estos hacen parte de su cadena de valor al ser un canal de distribución para la misma y un medio para acrecentar sus utilidades. No obstante, pareciera que la empresa formal no se hace responsable por la formalidad de los negocios a los que vende, o de los vendedores que distribuyen sus productos. Es así como a través de estos vínculos que la empresa formal puede estar contribuyendo a la generación y al mantenimiento del fenómeno de la informalidad laboral.²

Bajo este planteamiento, el problema hace referencia a los vínculos laborales y de distribución que existen entre las empresas formales y los vendedores ambulantes informales en la ciudad de Bogotá, y específicamente en la localidad de Chapinero, con lo cual las primeras podrían estar contribuyendo a la generación y/o al mantenimiento

¹ Los vendedores ambulantes o de la calle han sido reconocidos como uno de los subgrupos más grandes de la fuerza laboral informal en países en desarrollo (OIT, 2002). Así mismo, las ventas informales en el espacio público físico se han asociado con la precariedad tanto empresarial, como laboral (Castañeda, 2007).

² Probablemente la empresa formal también está contribuyendo a la informalidad empresarial, pero este aspecto queda por fuera del ámbito de estudio del proyecto.

del fenómeno de la informalidad laboral en dicha área metropolitana. En este contexto la pregunta que orienta esta investigación es:

¿Contribuye la empresa formal a la generación y/o al mantenimiento de la informalidad laboral en la localidad de Chapinero de Bogotá?

3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de investigación busca ampliar el estudio de los vínculos entre la economía formal e informal, y la forma en que estos pueden estar generando mayor informalización del trabajo. De esta manera, el proyecto contribuirá al conocimiento de la informalidad buscando factores generadores o promotores desde el sector formal mismo.³ Particularmente, la investigación buscará aportar a la idea de que los vendedores ambulantes informales cumplen una importante función en la distribución de productos de la empresa formal; y por tanto, deberían tener acceso a la capacitación técnica, a la financiación de su negocio y a beneficios de salud, vivienda, y educación a los que tienen acceso los demás trabajadores vinculados a la economía formal del país. (Gómez, 1979).

Los resultados del proyecto deberán arrojar información referente a si la distribución y/o venta ambulante de productos de empresas formales es efectivamente un motor generador de informalidad. Adicionalmente, los resultados permitirán encontrar algunos indicios de si esta informalidad inducida, independientemente de que sea o no responsabilidad de la empresa, constituye una oportunidad o un mecanismo de supervivencia para personas que de cualquier otra forma son excluidas del mercado laboral formal.

Los resultados de este proyecto podrán contribuir al diseño posterior de políticas públicas desde las que se incentive o se provea un rol al sector privado, y quizás una mayor responsabilidad por parte de las empresas formales que lo comprenden. Además, podrán soportar la evidencia existente acerca de la importancia de abolir o disminuir las rigideces del mercado laboral impuestas por el Estado, buscando favorecer la inserción de trabajadores informales.⁴

³ La investigación acerca de la informalidad laboral se ha centrado principalmente en lo referente a la forma como debe ser definida, medida, o a los factores que inciden en su crecimiento como las políticas públicas relacionadas con salarios mínimos legales, y otros costos no salariales. No obstante, es poco el estudio acerca del rol de la empresa privada como posible generador del fenómeno.

⁴ Entre las rigideces del mercado laboral está el salario mínimo legal vigente, y los costos no salariales que incluyen contribuciones de salud y pensión, impuestos sobre los salarios, y subsidios de transporte.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar la influencia de la empresa formal en la generación y el mantenimiento de la informalidad, a través de sus vínculos laborales y de distribución con vendedores ambulantes informales de sus productos en la localidad de Chapinero de la ciudad de Bogotá.⁵

4.2 Objetivos Específicos

1. Medir la contribución de la empresa formal en la generación de empleos informales en la localidad de Chapinero de Bogotá, a través de la identificación del número de vendedores ambulantes de sus productos que son informales.⁶
2. Caracterizar socio demográficamente a los vendedores informales en la localidad de Chapinero de Bogotá.
3. Caracterizar los vínculos de distribución existentes entre la empresa formal y vendedores ambulantes informales de la localidad de Chapinero de Bogotá; examinando aspectos como proveedores e intermediarios, condiciones y formas de compra, frecuencia de compra, estructura de precios y capital de trabajo.
4. Medir la contribución de la empresa formal en el mantenimiento de la informalidad, a través de la generación de ingresos y la situación laboral de vendedores ambulantes informales de la localidad de Chapinero de Bogotá.

5. MARCO TEÓRICO

De acuerdo con Yusuff (2011), después de la segunda guerra mundial se observó la existencia de una actividad económica desregulada en el tercer mundo, que posteriormente se reconocería como el sector informal o economía informal, y que en ese momento se atribuyó al subdesarrollo y al remanente de modos tradicionales pre capitalistas de producción. Los informales constituían un exceso de oferta de mano de obra, marginalizada que se encontraba por fuera de la economía moderna y su mercado laboral, porque no contaba con la educación y las habilidades necesarias para ser incluida. Se creía que con la industrialización o modernización de los países del tercer mundo, los informales, al ser menos costosos, terminarían reemplazando a los trabajadores formales y por tanto, el fenómeno de la informalidad tendería a

⁵ Específicamente con referencia a un producto por cada empresa seleccionada. Solo se escogieron productos de empresas nacionales.

⁶ En este proyecto la informalidad laboral hace referencia a la categoría de empleo que tiene el trabajador, incluyendo aspectos como el estatus del contrato laboral, y los aportes a la seguridad social. De esta forma, se considerarán como informales los trabajadores por cuenta propia que no sean profesionales o técnicos, trabajadores dependientes o bajo la figura de comisión pero que no cuenten con un contrato laboral, y todos aquellos que no realicen aportes al sistema de salud y/o pensiones (régimen contributivo).

desaparecer. Este fenómeno se mantuvo y fue documentado en la década de los setentas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y por Keith Hart, un antropólogo alemán a quien se atribuye el término “sector informal”, con el cual se refirió a la parte de la fuerza laboral urbana que trabajaba por fuera del mercado laboral formal.

Posteriormente, seguidores de la teoría de la dependencia continuaron observando la informalidad desde esa misma visión estructural, bajo la cual reside un mercado de trabajo segmentado compuesto por un sector formal e informal. El sector formal se caracteriza por una mano de obra calificada que es absorbida por la economía moderna, y el informal, es un sector productivo subordinado al formal, en términos tecnológicos que se expande en espacios no ocupados por la economía moderna (Apella, 2009). Además, en él se espera encontrar a trabajadores expulsados del mercado laboral formal, los cuales buscan sobrevivir y se conciben como vulnerables, desprotegidos y asociados a la pobreza. (Yusuff, 2011). De esta forma, la visión estructuralista concibe a la informalidad como una estructura de producción alterna que no responde a la decisión del individuo expulsado y que evade las leyes laborales impuestas (Apella, 2009).

De acuerdo con Soto (1987), desde la perspectiva institucional, la informalidad es un fenómeno en contra del mercantilismo de las instituciones legales que se caracteriza por un difícil o imposible acceso a la empresa privada por parte de las clases populares, normatividad legal excesiva y engorrosa, grandes burocracias públicas y privadas, y la intervención del Estado en todas las actividades. Así mismo, el autor menciona que dicho fenómeno se produce cuando el derecho establece normas que exceden el marco normativo socialmente aceptado, y además no ampara las expectativas, elecciones y preferencias de quien no puede cumplir dichas reglas y el Estado no tiene la capacidad coercitiva suficiente. Por último, el autor establece que la informalidad no se atañe al individuo sino a sus hechos y actividades; y es una zona gris que tiene una amplia frontera con el mundo legal, y en donde se refugian los individuos cuando los costos de cumplir las leyes exceden sus beneficios.

La existencia de estas dos visiones de informalidad - la estructuralista y la institucional, y su relación con la expulsión y la decisión del individuo- demarca el contexto de debate y discusión sobre cómo entender este concepto, lo cual ha generado que sea sujeto de diferentes métodos de medición y definiciones (Yusuff, 2011). Es decir, a hoy parece no existir un consenso acerca de un solo concepto de informalidad, ni una única forma de abordar su estudio. (Apella, 2009).

Entre algunos de los conceptos contemporáneos, Feige (1990), define la economía informal como aquella que abarca actividades económicas que omiten el costo de cumplimiento de las leyes y normas administrativas que rigen las relaciones de propiedad, el otorgamiento de licencias comerciales, los contratos de trabajo, los daños, el crédito financiero y los sistemas de seguridad social, y que están excluidas de los beneficios y derechos incorporados en las mismas. Adicionalmente, de acuerdo a Portes

y Haller (2004), las actividades informales se pueden clasificar de acuerdo a sus objetivos en tres grandes grupos: (1) de supervivencia, cuando permiten la supervivencia de una persona o un hogar a través de la producción directa o la venta de bienes y servicios en el mercado; (2) de explotación dependiente, cuando buscan flexibilizar la gestión y reducir los costos laborales; (3) de crecimiento, cuando diversas unidades productivas se organizan acumulando capital, logrando mayor flexibilidad y menores costos.

Por otra parte, la OIT (2002) a través de la resolución referente al trabajo decente y la economía informal que fue adoptada en la Conferencia Internacional del Trabajo (CIT) del 2002, se refiere a la economía informal como “el conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto.”

En Colombia, de acuerdo con Bernal (2009), las definiciones más comunes de informalidad son: (1) la usada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que abarca a empleados y empleadores que laboran en empresas hasta con diez trabajadores, trabajadores familiares sin remuneración, trabajadores domésticos, y trabajadores por propia cuenta quienes no son profesionales o técnicos; y (2) la que se refiere a empleados no cubiertos por el sistema de salud y/o pensiones. Tradicionalmente la informalidad se ha medido usando la definición del DANE basada en el tamaño de la empresa y la ocupación. No obstante, en el año 2006, se incluyó un módulo específico de informalidad en la encuesta⁷ que utiliza esta entidad con el fin de explorar los resultados de otras posibles definiciones del fenómeno, como la relacionada con las contribuciones a salud y/o pensión, y para conocer mejor el perfil de la población informal en el país, sus motivaciones, y la trayectoria laboral de los trabajadores.

En cuanto a los factores que se han reconocido como generadores de informalidad en el ámbito internacional están los impuestos, las contribuciones a la seguridad social, la regulación de los mercados laborales, el desempleo, la deslealtad hacia las instituciones públicas y el uso de los mismos impuestos, entre otras (Schneider y Enste, 2000). Adicionalmente, se han identificado factores que excluyen a los informales o los privan de los beneficios de la formalización como barreras de entrada a los mercados y la falta de acceso a información sobre el mercado, los servicios públicos, los seguros, la tecnología y la formación (OIT, 2002). En Colombia específicamente, se ha encontrado que los costos laborales no salariales y el salario mínimo tienen una correlación positiva con la informalidad (Escobar, 2007). Kugler y Kugler (2009) aseguran que un incremento en los impuestos sobre los salarios disminuye los empleos formales; Mondragón-Velez, Peña y Wills (2010), observan que las rigideces del mercado laboral, como los costos no salariales,⁸ incrementan el tamaño del sector informal.

⁷ Se denomina Gran Encuesta Integrada de Hogares a partir de Agosto de 2006.

⁸ Incluyen contribuciones de salud y pensión, impuestos sobre los salarios, y subsidios de transporte.

De esta forma, el estudio de la informalidad en el ámbito nacional e internacional se ha enfocado principalmente en su definición y en los métodos adecuados para su medición.⁹ Igualmente, se ha enfocado en conocer los factores determinantes de la misma, incluyendo las rigideces impuestas por ley que pueden incrementar su incidencia.

A pesar de las diversas definiciones y formas de medición, se reconoce que usualmente las actividades informales están relacionadas con bienes y servicios lícitos, y que la informalidad se da en su proceso de producción o de distribución. Es decir, la diferencia entre la economía formal y la informal no guarda relación con las características del producto final, sino con la forma en que éste es producido o intercambiado eludiendo los canales oficiales (Portes et al., 2004). En el tema de vinculaciones durante el proceso de producción, Pieters, Moreno-Monroy, y Erumban (2010), establecen que los sectores formal e informal moderno¹⁰ son complementarios y que el primero es un cliente de los productos informales a través de ventas directas y *oustourcing* (tercerización).

En cuanto al tema central del proyecto que son las vinculaciones en la distribución de los bienes y servicios, Yusuff (2011) menciona que existe evidencia en Nigeria y Suráfrica acerca de cómo productores y distribuidores del sector formal, usan operadores informales para extender sus mercados a un público más amplio, e incluso hacia áreas rurales. Böhme y Thiele (2011), encontraron evidencia en seis países de África Occidental, de conexiones entre el sector informal y formal referente a los canales de distribución de los productos, observando que los bienes informales son difícilmente comprados a través de canales de distribución formales.

Estas experiencias añaden evidencia a la idea de que ciertos actores de la economía informal juegan un papel significativo en la producción y más particularmente en la venta al por menor de bienes, es decir, en las cadenas de valor de las organizaciones responsables por los mismos. Estos vínculos entre la economía formal e informal han generado mayor informalización del trabajo en la economía formal, al ser un medio para mejorar las utilidades de las firmas (Xaba, Horn y Motal, 2002). Adicionalmente, según Yusuff (2011), la informalidad como resultado de la producción y la distribución de bienes formales tiene consecuencias perversas para la protección del trabajador y del consumidor, las cuales se reflejan en largas horas de trabajo, baja remuneración, uso inadecuado de maquinaria, e insalubridad, y poca protección al consumidor por productos adulterados, vencidos, o contaminados.

En el ámbito nacional, se observan algunos estudios académicos que analizan los vínculos productivos o de distribución, entre el sector formal e informal. En cuanto a los

⁹ Las discrepancias en la definición del concepto también se han visto reflejadas en los diferentes métodos de medición del fenómeno de la informalidad. Adicionalmente, al llevarse a cabo al margen de la ley, la informalidad acarrea problemas de precisión en la medición, pues sus participantes están reticentes a proveer información.

¹⁰ Este sector moderno se distingue del tradicional, porque el último tiene capacidad limitada para responder a la cantidad y calidad de requerimientos del sector formal.

vínculos productivos, Birkbeck (1978) recrea el caso de los recogedores de basura en la ciudad de Cali, quienes bajo una figura de tercerización (*outsourcing*) suplen a compañías recicladoras sin encontrarse directamente empleados por las mismas. Con respecto a vínculos de distribución, Bromley (1978) expone que más de la mitad de los vendedores ambulantes o de la calle en la ciudad de Cali trabajan por su cuenta, pero el restante trabaja bajo la figura de comisión y/o es dependiente. La figura de comisión fue asociada con compañías reconocidas de bebidas, periódicos y helados.

En el ámbito nacional también se observan artículos periodísticos que exponen casos de compañías productoras de tarjetas telefónicas, helados, cigarrillos, loterías y periódicos, las cuales usan distribuidores informales para la venta de sus productos. En ellos se menciona que los vendedores ambulantes se convirtieron en la mayor fuerza de ventas de productos legales, y que son una solución de bajo costo para llegar a los consumidores de estas empresas. En ellos también se reconoce la figura de venta bajo comisión para el vendedor ambulante y la presencia de distribuidores que subcontratan a otros para entregar la mercancía a los vendedores ambulantes (Dinero, 2000; Dinero, 2004; Ochoa, 2004).

En el caso de Bogotá, Gómez (1979) estableció que la actividad de vendedor ambulante o de la calle en la ciudad de Bogotá, no constituye un subempleo o empleo disfrazado, sino que por el contrario representa una actividad importante dentro del sector terciario de la economía, sirviendo como canal de distribución; elevando las ventas de los grandes fabricantes de productos alimenticios tales como pasabocas, chicles, dulces y chocolatinas.¹¹ Cierta tipo de estos vendedores,¹² distribuye más de 600 productos de 130 empresas legalmente constituidas (IPES, 2006).

De acuerdo con Castañeda (2007), este tipo de estrategia comercial que se lleva a cabo en el espacio público físico por parte de estas empresas responde a: la evasión y elusión de responsabilidades tributarias, laborales y de seguridad social con el fin de incrementar márgenes de ganancia; el aprovechamiento de la localización privilegiada de los vendedores informales, quienes al ubicarse donde hay un alto flujo de personas se convierten en una canal de comercialización único; y a la derivación de beneficios económicos por la ausencia o debilidad de la regulación de las actividades económicas en el espacio público físico.

Desde la perspectiva comercial, Kotler (2003) y Gómez (1979) coinciden en que el objetivo del canal de distribución es facilitar a los consumidores el acceso a los productos que requieren para satisfacer sus necesidades. Este canal es una cadena cuyos eslabones son los intermediarios que están ubicados entre los productores y los consumidores finales, y algunos de ellos son quienes venden directamente los productos, facilitando a las empresas funciones de publicidad a menor costo. De esta

¹¹ Gómez Duran Tatiana.(1979). El Cajonero: Su ubicación dentro del contexto socio –económico y su función como canal de distribución.

¹² Particularmente los *chaceros* que ofrecen productos manufacturados como dulces, los cigarrillos, alimentos preelaborados, y tarjetas de telefonía, entre otros, que se ofrecen al paso del peatón.

forma, las funciones desempeñadas por los intermediarios resultan de vital importancia en la cadena que representa todo canal de distribución.

Para Gómez (1979), existen algunas variables que son importantes para que el productor elija el canal adecuado, entre estas se encuentran, las características del producto, la composición del mercado, los hábitos de los consumidores, los recursos de la empresa y la disponibilidad de distribuidores. De acuerdo a esto, para esta autora, existen cuatro opciones importantes de distribución. La primera es el canal directo, integrado por vendedores directos de la fábrica, caracterizado por la no existencia de intermediarios, en donde el productor asume toda la responsabilidad y el costo de distribución. La segunda, es el canal de un solo eslabón, en donde el productor crea una relación con un minorista a través de un vendedor directo, y a su vez el minorista se relaciona con el consumidor a través de un vendedor de mostrador.

La tercera opción es el canal de dos eslabones, en donde aparece un segundo intermediario o mayorista que se ubica en la cadena entre el productor y el minorista. El productor solo se relaciona con el mayorista y este a su vez, se relaciona con el minorista, quien es el que establece la relación con el consumidor final. Por último, está el canal de tres eslabones, en donde aparece un tercer jugador denominado distribuidor, el cual casi siempre está situado entre el productor y el mayorista. Generalmente, el productor comercializa directamente con el distribuidor, luego éste se relaciona con el mayorista, seguido por el minorista), quien es el que llega por último al consumidor final.

Al analizar las opciones de canales de distribución propuestas por Gómez (1979), se observa que los vendedores ambulantes son un tipo de intermediario minorista, que se utiliza en los tres últimos canales descritos, y que tiene acceso directo al consumidor final.

Para Kotler (2003), los canales de distribución se han ido transformando en función de los hábitos de los consumidores, los recursos de los países, las condiciones de los mercados, las innovaciones tecnológicas, los avances en la comunicación y la evolución en los medios de transporte. Sin embargo, para los países en desarrollo, pareciera que estas transformaciones no han tenido efecto sobre el uso, por parte de los productores, de vendedores ambulantes como intermediarios y minoristas dentro de su canal de distribución. Según Gómez (1979), el uso de este tipo de vendedores se justifica en las ventajas que ofrecen como manejar una pequeña línea de productos, brindar atención personalizada a los clientes, y su ubicación estratégica para llegar a la mayoría de personas que transitan por la calle.

De acuerdo a Kotler (2003) y a Gómez (1979), actualmente, los vendedores ambulantes representan uno de los canales de distribución de alimentos preelaborados más importantes, y por esto se establecen como foco de este estudio. Además, porque aunque tienen gran valor dentro de la función de comercialización y hacen que las empresas modifiquen sus sistemas de distribución para atenderlos directamente, no obtienen, ni se les garantizan los mismos derechos y beneficios de un trabajador

vinculado a la formalidad. Al considerar a Kotler (2003) y a Gómez (1979), se hace visible la existencia de una dependencia mutua, en donde parece que quien mas se beneficia es el productor porque asegura sus ventas y reduce sus costos al vincular a los vendedores ambulantes, mientras que estos últimos obtienen un medio de subsistencia pero en condiciones laborales precarias.

Según la Corte Constitucional (2003),¹³ el uso de esta estrategia es una práctica de competencia desleal con aquellas empresas comerciales que operan en forma regular. Además, considera que es un aprovechamiento indebido de la situación social y económica de los vendedores ambulantes por parte de las empresas que se benefician de la comercialización irregular de sus productos, las cuales son fácilmente identificables porque se distribuyen en la calle con plena identificación de marca. La Corte también considera que dicho aprovechamiento debe ser solucionado por el Estado a nivel de las empresas.

De esta forma, los vendedores ambulantes tienen relevancia dentro de la economía formal y su relación con las grandes empresas es mas la norma que la excepción debido que muchos de los productos de estas empresas son suministrados a los vendedores en el puesto de trabajo de manera directa (como en el caso de la venta de periódicos, cigarrillos, gaseosas y algunos alimentos preelaborados)¹⁴ (Castañeda, 2007). Es así como se evidencia el papel de la empresa formal como elemento dinamizador y vehículo para la existencia y multiplicación de las ventas informales en el espacio público físico en el caso de Bogotá (Castañeda, 2007).

Tomando como referencia estos hallazgos, el presente proyecto busca añadir evidencia local, acerca de las conexiones del sector formal e informal que se generan en el proceso de distribución de bienes y servicios lícitos. El proyecto propone que se observe al sector formal como un posible sustentador del fenómeno de la informalidad - a través de sus vínculos laborales y de distribución con vendedores ambulantes informales semiestacionarios¹⁵ - que busca obtener utilidades, sin advertir la desprotección del trabajador y del consumidor, y la evasión de pagos al Estado. La realización del proyecto es relevante porque buscará observar los vínculos entre tres empresas formales y este tipo de vendedores, además de permitir una actualización¹⁶ de la caracterización del perfil del vendedor ambulante informal y de esta manera, tratar de demostrar y

¹³ Sentencia T -772 de 2003.

¹⁴ Estos productos se consideran de consumo inmediato.

¹⁵ Los vendedores ambulantes, según Sentencia T-772 de 2003 de la Corte Constitucional, son aquellos vendedores callejeros que portan físicamente sobre su persona los bienes y mercancías que aplican a su labor: Estos individuos no obstruyen el tránsito de personas y vehículos más allá de su presencia física personal; por ejemplo, el vendedor que carga la mercancía sobre su cuerpo. Los vendedores semiestacionarios, según la misma Sentencia, son aquellos vendedores callejeros que no ocupan de manera permanente un área determinada del espacio público, pero no obstante, por las características de los bienes que utilizan en su labor y las mercancías que comercializan, necesariamente deben ocupar en forma transitoria un determinado segmento del espacio público; por ejemplo, el vendedor de perros calientes y hamburguesas, o quienes empujan carros de fruta o de comestibles por las calles. Por último, los vendedores ambulantes estacionarios según la misma Sentencia, son aquellos vendedores callejeros que se instalan junto con los bienes, implementos y mercancías que aplican a su labor en forma fija, en un determinado segmento del espacio público, excluyendo el uso y disfrute del mismo por las demás personas de manera permanente, de forma que la ocupación del espacio subsiste aún en las horas en que el vendedor se ausenta del lugar, por ejemplo, mediante una caseta o un toldo. Cámara de Comercio de Bogotá (2009).

¹⁶ Los estudios en los que se describe un perfil de los vendedores ambulantes son Castañeda, A. y Bañales, J. G. (2007), Orozco, H., Barreto I. y Sánchez, V. (2008) y Cámara de Comercio de Bogotá (2010).

validar cómo la distribución y venta de productos preelaborados reconocibles es tal vez un factor determinante que condiciona al vendedor ambulante informal semiestacionario a preferir esta forma de trabajo.

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto se basó en una investigación de tipo descriptivo. Para poder cumplir con los objetivos del proyecto, se inició haciendo un recorrido, en donde se realizó un conteo de los vendedores ambulantes semiestacionarios¹⁷ en el sector de Chapinero de Bogotá, específicamente el área comprendida sobre la Carrera 13, entre las calles 39 y 63.¹⁸ Este conteo permitió identificar tres productos de tres empresas formales que son de gran oferta por parte de vendedores ambulantes en el área. Los productos identificados fueron los siguientes: Papas, Bon Bon Bum y Chocoramo, correspondientes a las siguientes empresas nacionales respectivamente: Margarita, Colombina y Ramo.¹⁹

El conteo también permitió determinar la población objetivo del estudio, o el universo de vendedores ambulantes semiestacionarios de esos tres productos en el área mencionada, de donde se calculó una muestra por conveniencia²⁰ de los mismos. La población objetivo según el conteo realizado fue de 60 vendedores ambulantes semiestacionarios. De allí, se definió una muestra por conveniencia de 30 vendedores, número que representa el 50% del total de vendedores de este tipo en el área puntual según el conteo realizado y que al menos garantiza la normalidad.²¹ De esta forma, la fuente de información primaria del proyecto fue constituida por los vendedores ambulantes semiestacionarios mencionados.²²

Seguidamente, se diseñó²³ y validó²⁴ un instrumento para la recolección de la información primaria que permitió caracterizar a los vendedores ambulantes

¹⁷Con respecto a la Sentencia T-772 de 2003 de la Corte Constitucional, se escogió únicamente al vendedor ambulante semiestacionario, porque podría haber sido difícil el conteo y acceso a los vendedores ambulantes debido a que están en movimiento constante; y porque los vendedores ambulantes estacionarios usualmente cuentan con un espacio público fijo provisto por la administración local quien podría haber requerido su afiliación al sistema de seguridad social, con lo cual quedarían excluidos de la definición de informalidad propuesta en el proyecto .

¹⁸ Se escogió esta área específica debido a su alto flujo peatonal y de transporte que incidía en la probabilidad de la presencia de vendedores ambulantes semiestacionarios. Además, incluía el reconocido Parque de Lourdes de la ciudad.

¹⁹ Se seleccionaron tres productos por observación porque se contaba con solo dos estudiantes de pregrado haciendo el trabajo de campo. Además, se seleccionó un producto por empresa del sector Alimentos, Bebidas, y Tabaco porque éstos bienes son considerados de consumo inmediato (Castañeda, 2007), excluyendo los bienes que son elaborados por el vendedor mismo y que están fuera del propósito del proyecto. Así mismo, se excluyeron productos del sector que pudieran haber sido importados ya que podrían estar sujetos al fenómeno del contrabando.

²⁰ El muestreo por conveniencia es un método no aleatorio de una muestra cuyas características son similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreo la "representatividad" la determina el investigador de modo subjetivo. Este tipo de muestreo puede incluir individuos próximos a la media o no, pero casi nunca representará la variabilidad de la población, que normalmente quedará subestimada. (Gumperz, 1981)

²¹Garantiza la normalidad porque es un grupo homogéneo, de acuerdo a características como ser vendedor ambulante semiestacionario y vender productos preelaborados de empresas nacionales. Se seleccionaron 30 encuestados por restricciones al obtener la información.

²² Debido al alcance del proyecto, las empresas formales responsables de los productos seleccionados no fueron consideradas como fuentes de información primaria. Estas empresas podrán incluirse en un proyecto de investigación posterior.

²³ De acuerdo a la definición de informalidad del DANE y con base en la encuesta del DANE y el estudio de Gómez (1979), se diseñó e implementó el instrumento de recolección de información (encuesta), para concluir si el vendedor ambulante semiestacionario hacía parte de la formalidad o de la informalidad.

²⁴ La validación del instrumento se llevó a cabo a través de una prueba piloto aplicada al 20% de la muestra definida, se aplicó el instrumento a seis (6) vendedores ambulantes semiestacionarios, de donde se encontró que solo tres de ellos estaban dispuestos a responder el instrumento.

semiestacionarios de los productos seleccionados, y sus vínculos con las empresas formales en la distribución de los mismos. Después de su validación o prueba piloto, el instrumento se ajustó en algunas de las preguntas²⁵ relacionadas con las afiliaciones de los vendedores al sistema de seguridad social en salud, sus vínculos como parte de los canales de distribución, y sus ingresos y respectivas ganancias. El instrumento ajustado se aplicó de forma presencial en el área delimitada por el proyecto con algunas restricciones²⁶.

Para establecer la contribución de la empresa formal en la generación de empleos informales, se indagó a los vendedores ambulantes semiestacionarios que vendían los productos preelaborados seleccionados, acerca de su vinculación laboral²⁷ y su afiliación al sistema de seguridad social en salud (salud²⁸ y pensión) de acuerdo a las definiciones propuestas por el DANE para determinar su informalidad.

Para la caracterización sociodemográfica se indagó acerca de aspectos como género, edad, nivel de educación (primaria, secundaria, superior), procedencia, experiencia y años de experiencia, trabajo previo, razones por las que se dedica a la actividad actual (exclusión del mercado laboral formal, o por salida voluntaria, migración), horario de trabajo, y deseo de vinculación formal.

Para la caracterización de los vínculos de distribución existentes entre las empresas formales responsables de los productos seleccionados y los vendedores informales, se indagó a través del instrumento acerca de aspectos como presencia de intermediarios como distribuidores o subdistribuidores, formas y plazos de cobro, formas y decisión de compra.

Para medir la contribución de la empresa formal en el mantenimiento de la informalidad, se indagó acerca de la generación de ingresos o ganancias diarias, a través de aspectos como la frecuencia de compra y el valor de las ventas totales diarias. De igual forma se indagó acerca del porcentaje de ganancia que obtiene el vendedor sobre esas ventas diarias para conocer la utilidad que el negocio como un todo le brinda, debido a que no fue posible obtener información específica de cada producto seleccionado.²⁹

²⁵ Se modificaron las siguientes preguntas: Está afiliado, es cotizante o es beneficiario de alguna entidad de seguridad social en salud? (Empresa Promotora de Salud - EPS o Administradora de Régimen Subsidiado - ARS), ¿En qué horario realiza su trabajo principal? ¿Cuántas personas en total tiene la empresa, negocio, industria, oficina, firma, finca o sitio donde trabaja?., ¿Dónde realiza principalmente su trabajo?, Tipo de Cliente, ¿De qué forma promueve la venta de sus productos? Quien atiende su negocio, entre otras.

²⁶ Al realizar la encuesta, la mayor restricción que se presentó fue la falta de confianza y disponibilidad de los vendedores ambulantes para responder con claridad las preguntas. En muchas ocasiones se limitaron a responder solo en monosílabos para no dar cabida a profundizar en temas como por ejemplo, la relación contractual con la empresa formal.

²⁷ Trabajador independiente o dependiente.

²⁸ Contributivo, Subsidiado, SISBEN.

²⁹ Esta información hubiera proveído evidencia acerca de la sostenibilidad financiera de la venta de los productos seleccionados, y por tanto, involucraría a las empresas responsables de los mismos como sustentadores de la informalidad. Se podría pensar que entre más alto hubiera sido el ingreso percibido por esos bienes, mas sustentadora sería la empresa responsable, pero dada la dificultad para obtener información acerca de las ganancias por producto y acerca de la relación contractual de la empresa con el vendedor, no se logró establecer si la empresa realmente ayudaba o no a mantener la informalidad. Sin embargo, según los resultados que se

El tratamiento de las fuentes de información primarias fue coherente con el marco teórico, porque la informalidad es un fenómeno sobre el cual se indaga a través de la aplicación de encuestas.³⁰ Adicionalmente, para el desarrollo del proyecto se usó de manera consultiva otras fuentes de información como bases de datos acerca de la informalidad del DANE y de la administración local, censos de la localidad de Chapinero y artículos de investigación relacionados con el tema. Por último, el levantamiento de información a través de la encuesta consideró los aspectos éticos convencionales de este tipo de trabajo como el anonimato, confidencialidad, y consentimiento informado. Después de recolectar la información, se tabularon los resultados en el programa Microsoft Excel.

Posteriormente, y de acuerdo al objetivo principal de la investigación, se analizaron los datos recolectados con la finalidad de conocer la situación sociodemográfica del vendedor informal ambulante semiestacionario, la contribución de la empresa formal en la generación de empleos informales y el mantenimiento de la informalidad, y los vínculos de distribución existentes entre las empresas responsables de los productos seleccionados y los vendedores informales.

7 Contribución de la empresa formal en la generación de empleos informales en la localidad de Chapinero de Bogotá.

Como se mencionó, la población objetivo observada fue de 60 vendedores ambulantes semiestacionarios que ofertaban los productos seleccionados en el área. Con base en esta población se definió una muestra por conveniencia de 30 vendedores ambulantes semiestacionarios. Para los vendedores que hicieron parte de la muestra por conveniencia, se confirmó visualmente que ofrecían los productos preelaborados (Papas Margarita, Bon Bon Bum de Colombina y Chocoramo de Ramo) seleccionados y se indagó, a través del instrumento, acerca de su afiliación y contribuciones al sistema de seguridad social y vinculación laboral para determinar su informalidad según las definiciones del DANE.

En primera instancia, se indagó acerca de la afiliación a seguridad social en salud, en donde se reportó que un 80% se encuentra afiliado a alguna entidad de seguridad social en salud, del cual el 43% es beneficiario, de este porcentaje, el 77% hacen parte del SISBEN y el 23% son beneficiarios de otras entidades de salud pero son trabajadores familiares sin remuneración; el siguiente 37% es cotizante en alguna entidad promotora de salud, de donde se observó que los cotizantes en salud, se encuentran en la informalidad porque el 82% de ellos, no cuentan con un nivel superior de estudios, el restante 18% a pesar de tener un nivel superior de estudios, no cotizan a pensión y son

presentan mas adelante, se podría señalar que todos los productos preelaborados que en general venden si ayudan a mantenerla de acuerdo a los ingresos reportados por ellos.

³⁰ La revisión de la literatura nacional indica que la medición de la informalidad se realiza a través de la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE (Escobar, 2007).

empleadores de menos de 10 trabajadores y el 100% de ellos no tienen un contrato laboral establecido.

Así mismo, el 17% que no cuentan con una afiliación a seguridad social en salud hacen parte de la informalidad, por cubrir las dos definiciones de informalidad del DANE, es decir no están cubiertos por el sistema de salud y/o pensión y además son trabajadores por cuenta propia quienes no son profesionales o técnicos. Por último, el 3% que no brinda información acerca de su afiliación a salud, hace parte de la informalidad porque es trabajador dependiente sin un contrato establecido, no tiene estudios superiores y no cotiza a pensión (Ver figura 1). De esta forma el 100% de los encuestados se considerarían informales.

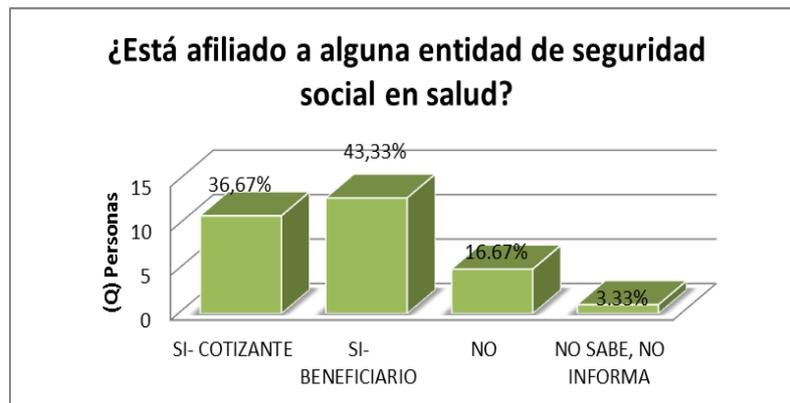


Figura 1. Afiliación a seguridad social en salud de los encuestados.

En segundo lugar, un 90% de los vendedores no está cotizando actualmente en un fondo de pensiones, mientras que el restante 10% sí lo está haciendo. Ese 10% reporta estar cotizando al fondo privado del Seguro Social, y estar pagando la totalidad de la afiliación pero son empleados y empleadores que trabajan para familiares sin remuneración, y no son profesionales o técnicos. (Ver figura 2).



Figura 2. Afiliación actual de los encuestados a un fondo de pensiones.

De acuerdo a las dos definiciones del DANE, se encuentra que el 100% de los encuestados hacen parte de la informalidad, porque se ubican en alguna de las definiciones o comprende las dos (Ver cuadro 1).

SEGÚN DEFINICIONES DE INFORMALIDAD DEL DANE		(Q) Personas	Porcentaje
1	Abarca empleados y empleadores que laboran en empresas hasta con diez trabajadores, trabajadores familiares sin remuneración, trabajadores domésticos, y trabajadores por cuenta propia quienes no son profesionales o técnicos.	3	10%
2	Se refiere a empleados no cubiertos por el sistema de salud y/o pensiones.	1	3%
3	Comprende las dos definiciones anteriores	26	87%
Total Vendedores ambulantes informales semiestacionarios encuestados		30	100%

Cuadro 1. Resultados del estudio para definir el total de encuestados en la informalidad. “Realizado por encuestadores”.

En tercer lugar, el 37% de los encuestados manifestó que en caso de enfermedad cubriría los costos médicos y los medicamentos con ahorros personales, seguido de un 20% quienes reportaron que lo haría con la ayuda de los hijos o familiares. Un 17% mencionó que los cubriría con dinero prestado y otro 17% que reporta no haber considerado esta situación.

Al analizar que el 100% de los vendedores ambulantes semiestacionarios encuestados, de los productos seleccionados, se encuentran dentro de la categoría de informales según las definiciones del DANE, se podría asumir que efectivamente las empresas señaladas sí están contribuyendo a la generación de empleos informales en la localidad de Chapinero (Carrera 13, calle 39 a 63), al acceder a la distribución y venta de sus productos por medio de ellos.

8. Caracterización de los vendedores ambulantes informales semiestacionarios en la localidad de Chapinero de Bogotá.

8.1 Variables sociodemográficas de los vendedores ambulantes informales semiestacionarios en la localidad de Chapinero de Bogotá.

En primera instancia, los rangos de edad que predominaron entre las 30 personas encuestadas fueron: “entre los 18 y los 29 años”, y “entre los 40 y los 49 años”, con un 30% cada uno. Así mismo, el 20% de los trabajadores encuestados está dentro del rango “Entre 30 y 39 años” (Ver figura 3). Lo anterior indica que la edad que prima para trabajar en la informalidad, en los vendedores ambulantes informales encuestados es entre los 18 y 49 años de edad, a diferencia del estudio de la Cámara de Comercio (2010), que señala que la edad que prima para trabajar en la informalidad, esta entre los 30 y 59 años.

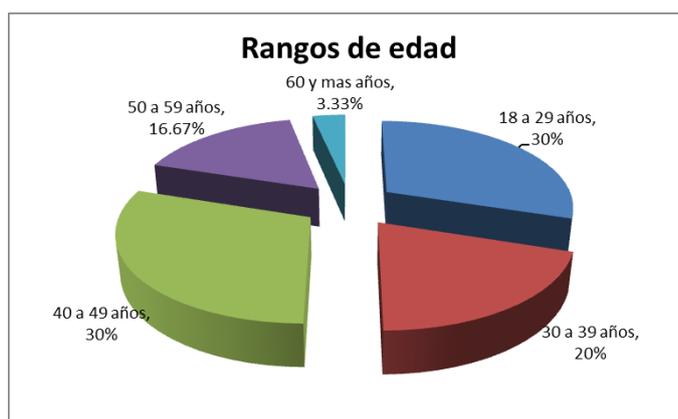


Figura 3. Edad de los vendedores ambulantes informales semiestacionarios encuestados.

En segunda instancia, el 53% de los encuestados declaró haber nacido en Bogotá, mientras que el 47% respondió que nació en otras ciudades del país. De ese 47% la mayoría nació en el departamento de Antioquia y Tolima (30%). De esta manera, la informalidad, no solo responde a problemas de migración interna, sino también a otro tipo de factores entre los que podrían estar la pobreza, el desempleo, y la inconformidad con los salarios, tal y como se presentará más adelante, y que ya han sido corroborados en otros estudios similares (Orozco, H., Barreto I. y Sánchez, V. 2008)³¹.

En tercer lugar, de los encuestados el 63% son mujeres y el 37% son hombres (Ver figura 4). De acuerdo a la muestra, parece que el rol de la mujer ha tomado fuerza en la venta ambulante informal semiestacionaria quizá por las problemáticas sociales e intrafamiliares y la necesidad de ser sustentadora del hogar o cabeza de familia. En comparación a otros estudios, (Orozco, H., Barreto I. y Sánchez, V. 2008),³² la mujer aparece como protagonista en la búsqueda de mayores ingresos y mejor calidad de vida para el hogar.

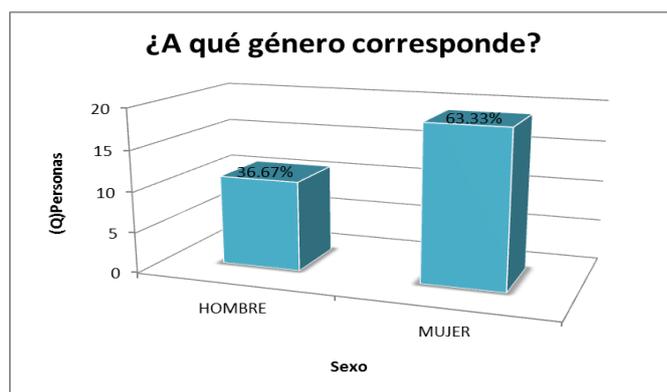


Figura 4. Género de los vendedores ambulantes informales semiestacionarios encuestados.

³¹ En su estudio "Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de Chapinero frente a sus condiciones laborales y políticas", estos autores encontraron, que al contrario de lo que se podría esperar por problemáticas sociales como el desplazamiento forzado y el conflicto en las zonas rurales, se encuentra que del total de participantes entrevistados el 54,84% son nacidos en Bogotá, mientras que el 41,94% son de otras ciudades del país. Lo anterior sugiere que, además del desplazamiento pueden existir otras condiciones sociales que pueden generar ventas callejeras, tales como la pobreza y el desempleo.

³² En este estudio el 54.84% eran hombres y el 45.16% correspondía a mujeres.

En lo referente al estado civil, el porcentaje mas alto (30%) reportó ser soltero, de este porcentaje, el 56% corresponde a hombres con un promedio de edad de 33 años, y el restante 44% corresponde a mujeres con un promedio de edad de 35 años. Después se encuentra un 27% en estado de unión libre, del cual el 63% son hombres con edad promedio de 37 años, el otro 38% son mujeres con edad promedio de 31 años y por ultimo se observa que de un 23% que dice estar casado, el 71% son hombres y el 29% son mujeres, los dos con el mismo promedio de edad de 41 años. (Ver figura 5). A diferencia de otros estudios (Orozco, H., Barreto I. y Sánchez, V. 2008),³³ se evidencia que el estado de soltería predomina sobre los estados de unión libre y casado, aunque aproximadamente el 50% de los encuestados tienen al menos un compañero o familia para sostener y podría por tanto, estar encontrando el sustento de su hogar en la informalidad.

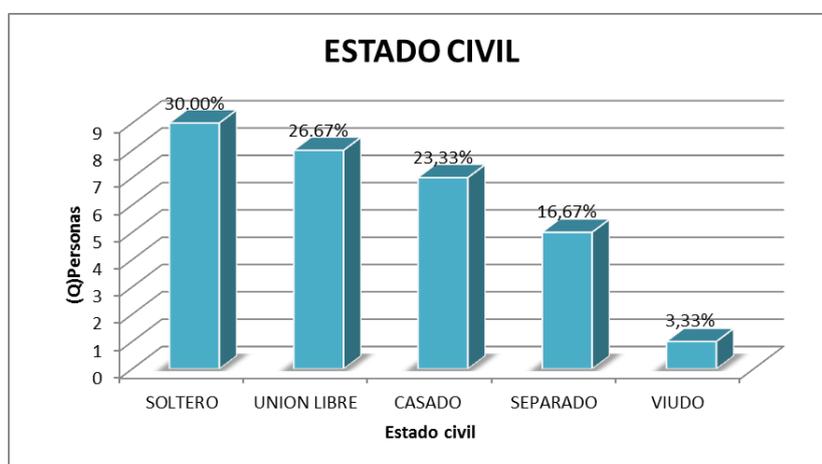


Figura 5. Estado civil de los encuestados.

Del grupo de vendedores ambulantes informales semiestacionarios encuestados, el 60% reporta vivir en estrato socioeconómico dos, seguido de un 23% en estrato uno, y un 13% en estrato tres dentro de la ciudad de Bogotá (Ver figura 6). De esta forma, la actividad informal semiestacionaria, se concentra en los estratos socioeconómicos más bajos con el 83% de los encuestados perteneciendo a ellos. Esto podría indicar que efectivamente la informalidad se asocia con la pobreza (definida por los estratos), haciendo a los mas desprotegidos victimas de la informalidad.

Estos resultados corroboran lo encontrado en estudios previos (Orozco, H., Barreto I. y Sánchez, V. 2008), en donde se identificó que el 78% vive en lugares de la ciudad de Bogotá de estrato dos (2).

³³ En lo que se refiere al estado civil, el 51,61% reportó vivir en unión libre, el 22.56% soltero y el 12.90% casado.

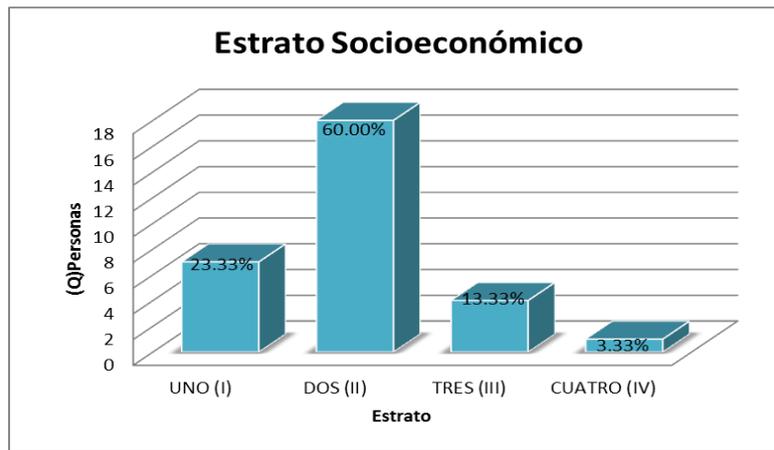


Figura 6. Estrato socioeconómico de los encuestados.

Con respecto al nivel educativo alcanzado por el vendedor ambulante informal semiestacionario, se evidencia que solo el 10% de los encuestados cuentan con estudios técnicos y/o universitarios. Por otro lado, un 37% reporta haber estudiado hasta el bachillerato, y un 30% tiene un nivel de básica primaria (Ver figura 7). Con respecto a la muestra, y a diferencia de otros estudios (Orozco, H., Barreto I. y Sánchez, V. 2008),³⁴ se podría decir que en la informalidad se están incluyendo personas con estudios superiores (técnico y universitario), aunque con bajo porcentaje. Al igual que el estudio de Orozco y Sánchez el 87% de los encuestados no supera el bachillerato, confirmando de esta manera que el nivel educativo bajo continúa siendo asociado con la informalidad.

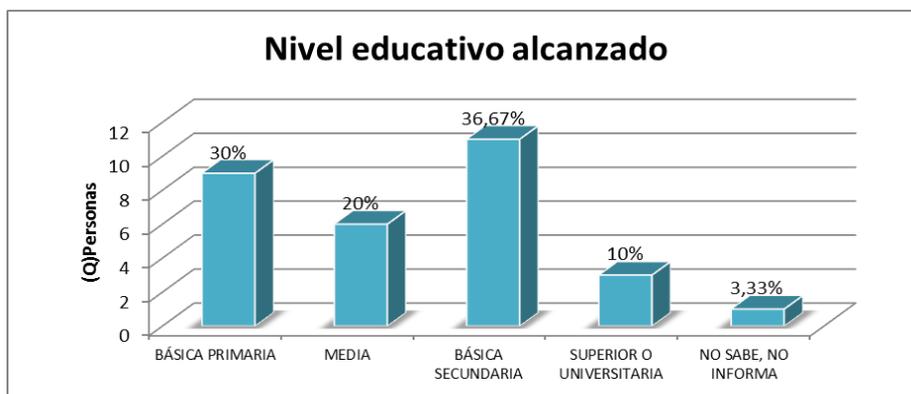


Figura 7. Nivel educativo alcanzado por los encuestados.

Por otro lado, la vivienda que ocupa el vendedor ambulante informal semiestacionario y su familia principalmente es en arriendo con un 57%, seguida por un 30% que habitan vivienda propia que están pagando. Esto parece evidenciar que para el vendedor

³⁴ En lo que se refiere al nivel educativo, el total de los participantes no tienen estudios técnicos o universitarios. El nivel máximo de formación es el grado de bachiller con un 25,81%, la primaria completa fue el nivel educativo con el mayor porcentaje obtenido, con un 32,26%

ambulante informal semiestacionario es difícil obtener una vivienda propia, ya sea porque la actividad comercial que ejerce no le brinda la solvencia económica para aplicar a un crédito, o para la compra directa de una vivienda propia

Con respecto a la conformación del grupo familiar, se encontró que en la mayoría de los encuestados (73%), el hogar lo integran entre cuatro y seis personas, siendo el vendedor ambulante informal semiestacionario, quien provee ingresos al hogar y por su necesidad busca incorporarse a la informalidad, tal vez, porque es el único medio en donde puede encontrar con facilidad una forma de trabajo.

8.2 Historia y deseo de vinculación laboral de los vendedores ambulantes informales semiestacionarios en la localidad de Chapinero de Bogotá.

A la pregunta, ¿Antes de realizar esta actividad, había tenido algún otro trabajo?, el 87% respondió que sí, especificando oficios como, vigilancia, oficios varios etc. De ese 87%, el 38% expresó que se retiró por mal salario, seguido por un 13% que renunció por el horario, y otros (28%) quienes reportaron haber dejado la formalidad por la no renovación del contrato, cambio de ciudad, maltrato laboral etc., (Ver figura 8). A diferencia de otros estudios (Orozco, H., Barreto I. y Sánchez, V. 2008)³⁵, el vendedor ya no pertenece a la informalidad solo por falta de empleo y estudio, sino que ahora podría estar prefiriendo la independencia que le genera el trabajo ambulante informal semiestacionario porque satisface sus expectativas y preferencias en horario y salario.

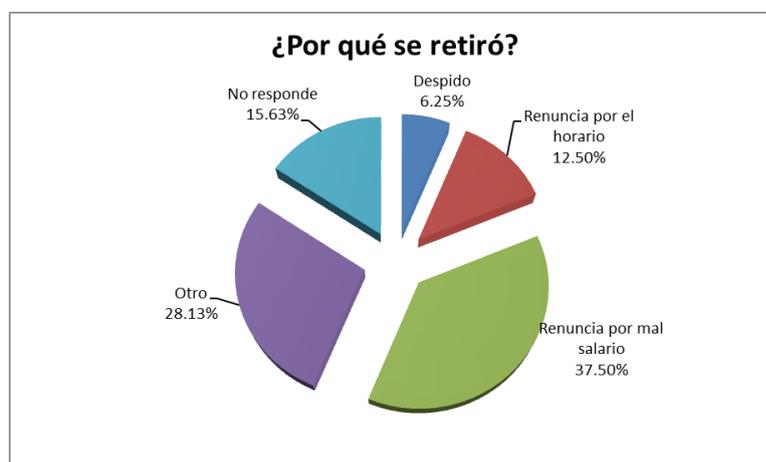


Figura 8. Razones de los encuestados para retirarse laboralmente.

³⁵ Al contrario de las múltiples causas derivadas del conflicto y el desplazamiento forzado, los vendedores manifiestan dedicarse a las ventas callejeras por la falta de empleo y estudio. Este último aspecto se identificó anteriormente en el nivel de formación académica, en el cual el 73,55% tiene estudios entre primaria y secundaria y el 6,45% reporta no tener ningún grado educativo.

Del total de los encuestados, el 57% reportó que no les gustaría conseguir un trabajo remunerado y/o permanente, debido a que la mayoría se siente con libertad de manejar su tiempo y sus ingresos. Un 40% de todos los encuestados, reportan que sí les interesaría un tipo de trabajo formal porque contarían con una estabilidad laboral, sueldo fijo y experiencia laboral. Sin embargo, el 70% de todos los encuestados no están activamente aplicando a ningún trabajo formal.

Del total de los encuestados se encuentra que un 37% trabaja entre 70 y 79 horas a la semana, seguido por un 23% quien dice trabajar entre 60 y 69 horas semanales. A diferencia de las cuarenta y ocho (48) horas semanales que trabaja una persona en la formalidad, los vendedores estarían prefiriendo dedicar más tiempo a su microestablecimiento³⁶ o al de un familiar, que trabajar para alguna empresa privada.

A pesar de su preferencia, se puede concluir que en comparación con lo estipulado en el Código Sustantivo del trabajo,³⁷ el vendedor informal ambulante semiestacionario encuestado estaría sobrecargando su actividad laboral, y estaría obteniendo menos beneficios como afiliaciones a salud, pensión y riesgos profesionales, además de un sueldo fijo y estabilidad laboral (Ver figura 9).

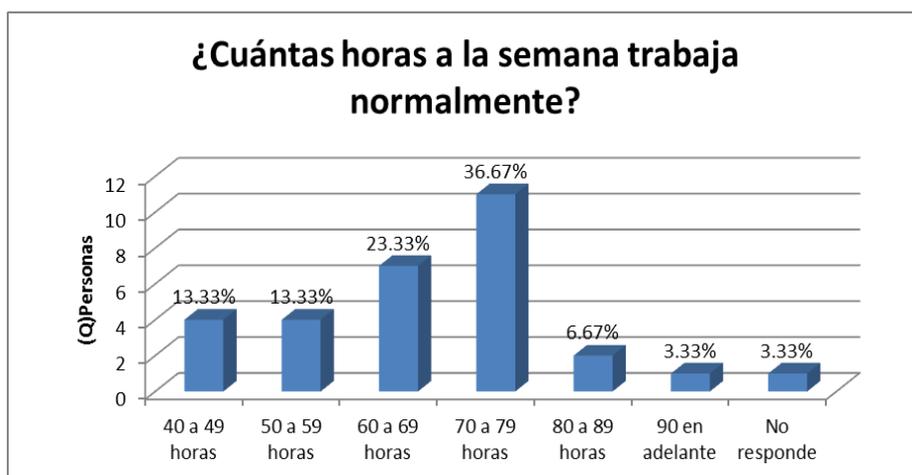


Figura 9. Horas trabajadas semanalmente según los encuestados.

El resultado del análisis sociodemográfico, brinda información acerca de cómo el vendedor ambulante informal semiestacionario, se continúa relacionando con estratos bajos, niveles educativos medios³⁸ y vivienda arrendada. En cuanto a la temporalidad del trabajo del vendedor ambulante informal semiestacionario, el 90% reporta que el trabajo actual es permanente, en donde un 70% trabaja de lunes a sábado, seguido de un

³⁶ Se define por el espacio físico utilizado para desarrollar una actividad económica de comercio, servicio o industria donde laboran hasta 9 personas. DANE 2009.

³⁷ Código Sustantivo del trabajo, Capítulo II, Jornada Máxima, Art. 161. La duración máxima de la jornada ordinaria de trabajo es de ocho (8) horas al día y cuarenta y ocho (48) horas a la semana.

³⁸ Debido a que solo el 10% logra un nivel técnico o universitario, y el mayor porcentaje de la muestra logra un nivel de básica secundaria.

17% que trabaja de domingo a domingo. En términos de la informalidad, estas características se asocian más con la visión institucional debido a que estos vendedores, no están buscando vincularse en un trabajo formal, porque consideran que les dan malos salarios y existe una rigidez en el horario y a pesar de sus negociaciones con contratos laborales legales, sus condiciones actuales no son las mejores.

9. Caracterización de los vínculos de distribución existentes entre la empresa formal y los vendedores ambulantes informales semiestacionarios de la localidad de Chapinero de Bogotá.

Por medio del instrumento, se indagó acerca de los vínculos de distribución existentes entre las empresas responsables de los productos seleccionados por observación y los vendedores ambulantes informales semiestacionarios, de la siguiente manera.

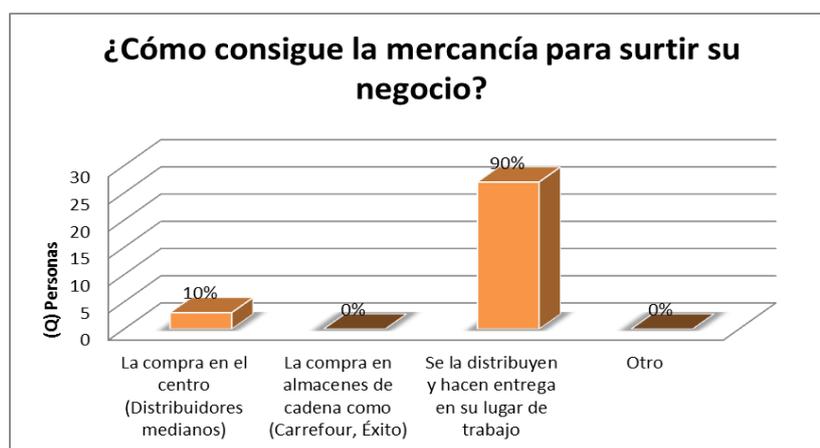


Figura 10. Intermediarios a través de cuales los encuestados obtienen la mercancía.

El 90% del total de los encuestados reportó que la mercancía para surtir su negocio era distribuida y entregada por los proveedores en el sitio de trabajo de cada vendedor ambulante informal semiestacionario. Al igual que Gómez (1979)³⁹ se podría confirmar, que empresas como Ramo, Margarita y Colombina, cuentan con un canal de distribución específico, que surte a los vendedores ambulantes informales semiestacionarios. Estos distribuidores llevan el logo de la empresa en el uniforme de trabajo y un vehículo de transporte con pleno reconocimiento de marca, llegando al sitio en donde el vendedor se ubica y le entregan los respectivos productos. La información brindada por la muestra, no garantiza que los distribuidores sean parte de la empresa o hagan parte de una subcontratación que realiza la empresa responsable, pero de todas formas realizan publicidad a la empresa y comercializan sus productos. El restante 10%

³⁹ Empresas como Ramo, Margarita y Colombina, confiesan tener un canal de distribución específico para surtir a los vendedores ambulantes.

de vendedores, reportó ir al centro, a comprar la mercancía donde distribuidores medianos los surten (Ver figura 10).

Según el 80% de los encuestados, su forma de pagar la mercancía, es de contado, y el 20% restante menciona que su forma de pago es a crédito. Esto indica que para el vendedor ambulante informal semiestacionario podría existir una desventaja, porque puede que no cuente con el efectivo suficiente para mantener su microestablecimiento, debido a que requiere vender como mínimo \$100.000 para lograr una ganancia (se mostrara mas adelante), mientras que si generaría una ventaja para el distribuidor quien en la mayoría de las veces exige un pago de contado, garantizando su venta.

Con respecto a la decisión de compra, un 51% decide comprar mercancía para surtir el negocio, cada que se acaba el inventario. De acuerdo a la información brindada por los encuestados, el inventario no lo registra por escrito, sino que lo calculan mentalmente. Esto podría hacer que incurran en un exceso de compra de mercancía, y por ende, en costos de almacenamiento y problemas de calidad de la misma, porque la mercancía podría no venderse rápidamente y se vería afectada por el clima y las fechas de vencimiento de fábrica. De igual manera, la decisión de compra de mercancía la realizan de acuerdo al producto que más venden (26.32%), entre los que se encuentran los chicles, las papas, los cigarrillos, etc. (Ver figura 11).

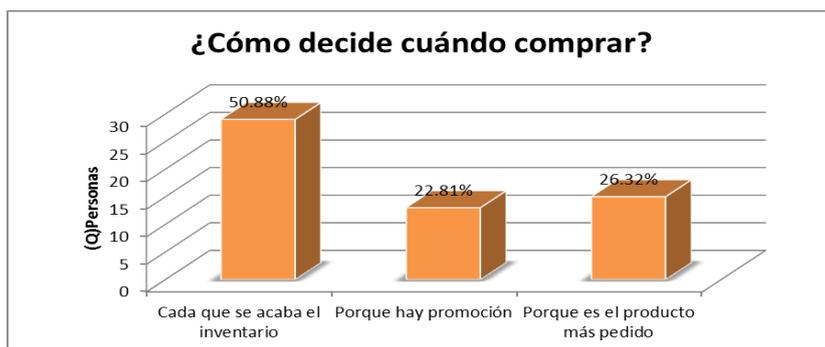


Figura 11. Decisión de compra de la mercancía según los encuestados.

En cuanto a la forma de venta de los productos, la mayoría (73%) vende de contado, mientras que un 27% vende a crédito, dependiendo de si es ocasional o de si la gente es conocida.

Por otro lado el 63% de los encuestados establece los precios de venta tomando como referente el costo del producto y de acuerdo al margen de contribución que esperan obtener. Este margen de contribución lo establecen individualmente o de manera colectiva, dependiendo de la cercanía que tengan con otros vendedores ambulantes semiestacionarios. Le sigue un 20% que menciona que los precios son establecidos por el distribuidor. Ese 20% estaría en desventaja con respecto a los vendedores ambulantes informales semiestacionarios que establecen sus precios con respecto al costo y de acuerdo al margen que desean obtener.

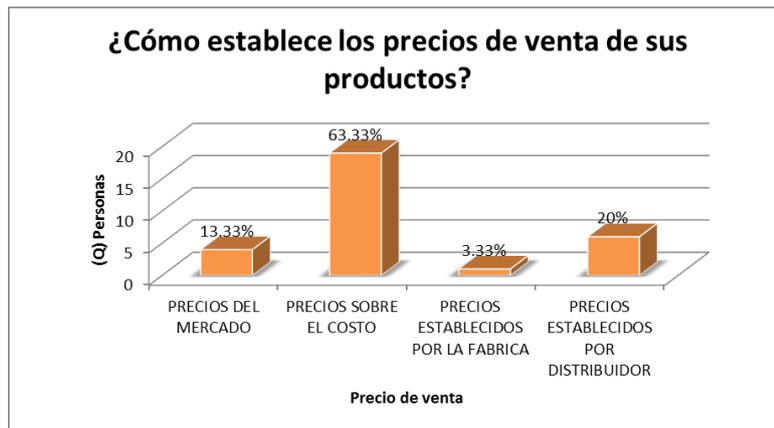


Figura 12. Determinación de los precios según los encuestados

Con respecto a los vínculos de distribución existentes entre la empresa formal y los vendedores ambulantes informales, se confirma con otros estudios Gómez (1979), que empresas como Colombina, Margarita y Ramo, tienen distribuidores específicos para llegar a ese segmento de la venta ambulante permitiéndoles a los vendedores ambulantes informales semiestacionarios garantizar una forma de empleo y generación de ingresos.

10. Caracterización de la contribución de la empresa formal en el mantenimiento de la informalidad en la localidad de Chapinero de Bogotá.

Con respecto a las ventas diarias, un 30% de los encuestados reportó vender más de \$100.000 pesos en promedio, seguido de un 27% que vende entre \$80.000 y \$100.000 pesos diarios (Ver figura 13).

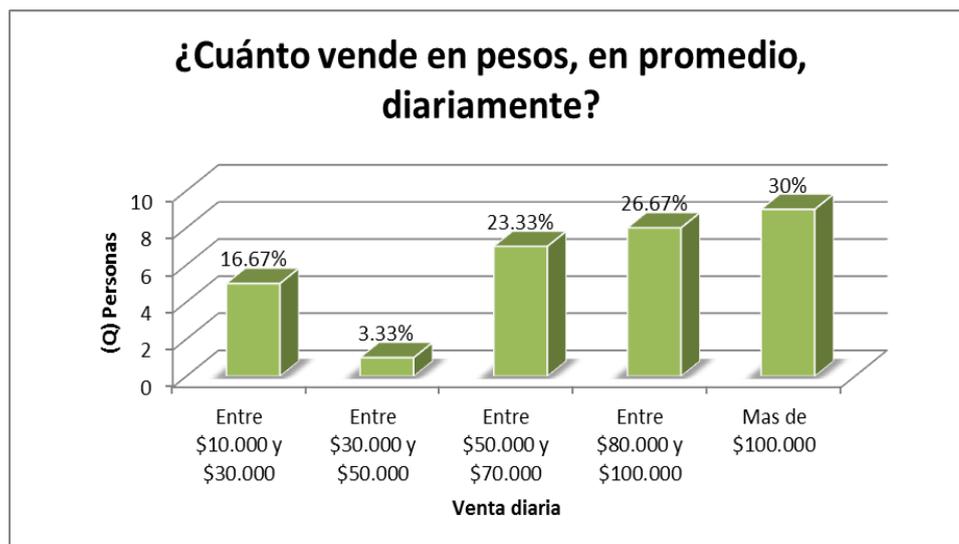


Figura 13. Ventas diarias según los encuestados.

Con respecto a la ganancia sobre la venta diaria, un 33% reporta ganarle un porcentaje entre el 20% y el 25%, seguido de un 30% quien reporta ganarle entre el 30% y el 35% (Ver figura 14).

Tomando como referencia el porcentaje de ganancia mas elegido (25%), un vendedor ambulante que vende \$100.000 diarios, trabajando 26 días, ganaría de esa venta (\$25.000 diarios), sin realizar aportes a salud ni a pensión, este vendedor devengaría un salario mensual de, \$650.000; si este mismo vendedor aportara a salud (4%), devengaría un salario mensual de, \$627.332. En comparación con el salario mínimo legal vigente del 2012, un empleado en la formalidad gana un salario neto de \$589.164, porque el salario base legal vigente es de \$566.700, sobre el cual se le retiene el 8% para aportes a salud y pensión (\$45.336) mas un subsidio de transporte que es de \$67.800. Esto indica que el primer vendedor ambulante informal, se estaría ganando \$60.836 más que un trabajador formal y en el segundo caso el vendedor también ganaría \$38.168 más que un trabajador en la formalidad. Con estos resultados, se podría pensar que las empresas que venden sus productos a través de ellos, pueden estar ayudando al mantenimiento de la informalidad. Sin embargo, como el vendedor informal no esta afiliado a salud tendrá que asumir cualquier gasto relacionado con ésta, y además, esta perdiendo la oportunidad de tener una pensión futura, o contar con cesantías para una vivienda, desaprovechando oportunidades para mejorar en el largo plazo su calidad de vida.

Por otro lado, está el caso de un vendedor que tiene ingresos por ventas de \$80.000 diarios, con un porcentaje de ganancia del 20%, trabajando 26 días al mes, y sin realizar aportes ni a salud ni a pensión, devengaría un salario mensual de \$416.000. Si este vendedor realizara cotización a salud, devengaría \$399.360 mensuales. Éste vendedor estaría perdiendo tanto económicamente como en tener posibilidad de mejorar su calidad de vida, porque sin cotizar salud, estaría devengando una cifra inferior de \$173.164 al salario mínimo legal vigente a 2012. El que llegara a cotizar solo salud, devengaría \$189.804 menos que un trabajador formal con salario mínimo.

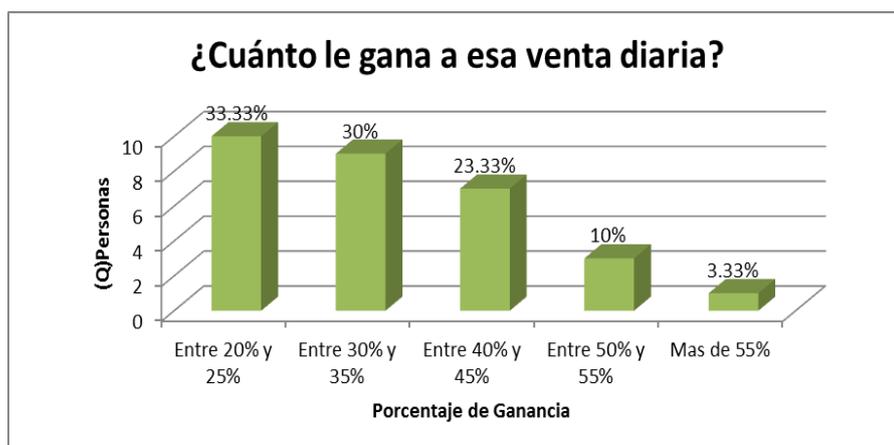


Figura 14. Ganancias diarias según los encuestados

Al indagar acerca de la cantidad de dinero necesaria para la inversión inicial del negocio ambulante semiestacionario, se arrojó que en promedio se requerían \$508.276, y se

reportó una moda de \$1.000.000. Para el 23% la inversión inicial requerida está entre \$151.000 y \$250.000 o por encima de \$500.000 (Ver figura 15).

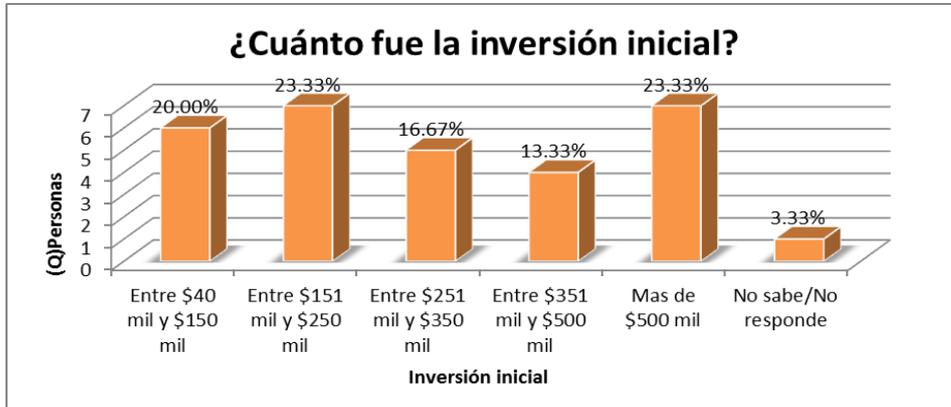


Figura 15. Capital inicial requerido según los encuestados.

De acuerdo a los datos de ingresos de un vendedor ambulante informal semiestacionario, se observa que todo aquel que este con ingresos inferiores a \$100.000 lograría recuperar la inversión inicial después de dos meses de trabajo en adelante.

Así mismo, un 64% de los encuestados, obtiene el dinero para iniciar el negocio por medio de préstamos y un 27% de los encuestados por medio de ahorros. Evidenciando la falta de recursos económicos y las necesidades en que incurren los vendedores al iniciar una actividad comercial informal.

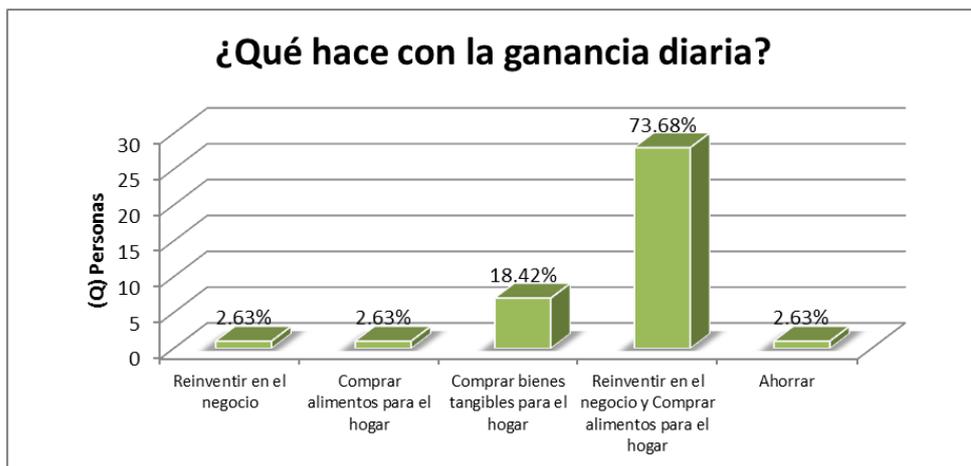


Figura 16. Uso de las ganancias diarias según los encuestados

Finalmente, un 74% de los encuestados reportó que con esa ganancia diaria, lo que hace es mantener el negocio y comprar alimentos para el hogar, seguido de un 18% que compra bienes tangibles para el hogar (Ver figura 16). Lo que podría indicar que en la

lógica de los vendedores ambulantes si se debe reinvertir en el negocio porque les permite continuar manteniendo a sus hogares.

Sin embargo, estos ingresos mensuales que les genera la venta ambulante informal semiestacionaria, no son suficientes para que los vendedores puedan aspirar a mejores condiciones de calidad de vida.

11. CONCLUSIONES

Con respecto a los objetivos planteados en la investigación, se puede concluir que si existe la contribución de la empresa formal en la generación y/o al mantenimiento de la informalidad laboral en la localidad de Chapinero de Bogotá, de acuerdo a los siguientes resultados:

1. En términos de generación de informalidad se encontró que de los 30 encuestados todos eran informales, de acuerdo a la definición del DANE, el 100% de los encuestados se situó en alguna de estas categorías: 1. Trabajadores por cuenta propia que no sean profesionales o técnicos, (en la muestra, independientes beneficiarios al SISBEN) 2. Trabajadores dependientes o bajo la figura de comisión pero que no cuenten con un contrato laboral, (en la muestra, dependientes sin ningún contrato laboral establecido, y cotizando como independiente) y 3. Todos aquellos que no realicen aportes al sistema de salud y/o pensiones, (en la muestra, la mayoría no cotizan a un fondo de pensiones ni cuentan con acceso a cesantías ni ningún tipo de prestación social). De esta forma, como todos los encuestados vendían productos como papas, bon bon bum y chocoramo de las empresas Margarita, Colombina y Ramo, respectivamente, se podría concluir que para el total de la muestra definida, estas empresas si estarían contribuyendo a la generación de empleos informales en el área de estudio.
2. Sociodemográficamente se encontró que para la muestra, la informalidad se encuentra asociada con la pobreza (de acuerdo al estrato socioeconómico), la falta de nivel educativo y el tipo de vivienda, entre otras, con las personas que no pueden cumplir con las exigencias del mercado. Estas características ya habían sido observadas por estudios mencionados anteriormente, ratificando de esta manera que para las personas que incurren en la formalidad, les será mas difícil encontrar oportunidades para mejorar su calidad de vida, dadas sus preferencias laborales. Las características de operación del negocio del vendedor ambulante semiestacionario, permiten clasificar esta actividad dentro del subempleo, porque la jornada de trabajo se encuentra entre las 70 y 79 horas a la semana. Según lo estudiado, el vendedor ambulante informal semiestacionario estaría sobrecargando su actividad laboral, en condiciones precarias, difíciles horarios de trabajo y mayor número de días trabajados, de acuerdo a la literatura encontrada (Código Sustantivo del Trabajo).

3. De acuerdo al marco teórico y al análisis, se concluye que el mercado laboral podría tener un efecto de cambio institucional, porque el empleo en la informalidad, es una opción para el vendedor, cuando este no desea vincularse en un trabajo formal, porque consideran que les dan malos salarios y existe una rigidez en el horario; a pesar de la negación que existe entre los vendedores ambulantes informales estacionarios a tener un contrato laboral legal, son consientes que sus condiciones actuales no son las mejores para conseguir una mejor estabilidad laboral y mejores escenarios de vida.
4. Dentro del canal de distribución, el vendedor ambulante informal semiestacionario, se encuentra excluido a un nivel de minorista, debido a que hace parte de la distribución de productos de la empresa formal, pero no tiene las mismas condiciones laborales de un trabajador en la formalidad. Se permitiría afirmar que la empresa formal si se beneficia de estos minoristas, porque por un lado actúan como un medio de publicidad y por otro, no le genera ningún costo, pero si utilidad.
5. Aunque los vendedores ambulantes informales semiestacionarios no cumplan con la tramitología y algunos pagos requeridos para ser formales, pareciera que dinamizan la economía porque contribuyen a incrementar las utilidades de las empresas productoras formales al vender y promocionar sus productos.
6. Se puede concluir que en algunos casos, los ingresos que obtiene el vendedor ambulante informal semiestacionario, por medio de la distribución de productos de la empresa formal, podrían contribuir al mantenimiento de la informalidad porque, aunque no cumplan con los pagos de seguridad social establecidos por el Gobierno, quedando desprotegidos, si les genera un poco mas de ingresos con respecto al salario mínimo legal vigente.

12. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Apella, I. (2009) Economía Informal: Conceptos, Medición y Política Pública. Recuperado de: http://www.cedes.org/informacion/ci/novedades_ci/seminario-oit/Apella-Resultados-Ciclo-Serminario.pdf
- Bernal, R. (2009). El mercado laboral informal en Colombia: identificación y caracterización. Desarrollo Social No. 63. Recuperado de: http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?pid=S0120-35842009000100005&script=sci_arttext
- Birkbeck, Chris, (1978). "Self-employed Proletarians in an informal factory: The case of Cali's garbage dump," World Development, Elsevier, vol. 6(9-10), pages 1173-1185
http://www.wiego.org/publications/RegionCountry/LatinAmerica/Birkbeck_self_employed_proletarians.pdf

- Böhme, M y Thiele, R. (2011). Is the Informal Sector Constrained from the Demand Side? Evidence for Six West African Capitals. Working Paper No. 1683. Kiel Institute for the World Economy. Recuperado de: <http://www.ifw-members.ifw-kiel.de/publications/is-the-informal-sector-constrained-from-the-demand-side-evidence-for-six-west-african-capitals/kap-1683>
- Bromley, R. (1978a) 'Organization, Regulation and Exploitation in the So-Called 'Urban Informal Sector': The Street Traders of Cali, Colombia', World Development 6(9/110): 1161-1171
- Cámara de Comercio de Bogotá (2010). Informalidad laboral y empresarial en Bogotá. Boletín No. 4 - Dirección de Estudios e Investigaciones. Recuperado de: http://camara.ccb.org.co/documentos/7434_boletininformalidad.pdf
- Castañeda, A. y Bañales, J. G. (2007). Hábitat y espacio público: El caso de los vendedores informales en el espacio público físico de Bogotá. Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría de Gobierno, Instituto para la Economía Social, PNUD, ONU-Hábitat. Recuperado de: http://www.ipes.gov.co/ipes/admin/UserFiles/File/DESCARGAS/Habitat_y_Espacio_Publico_II.pdf
- Corte Constitucional (2003). Sentencia T -772 Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=9984>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2009) Metodología informalidad gran encuesta integrada de hogares GEIH. Página 12. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/metodologia_informalidad.pdf
- Departamento Nacional de Planeación. (2010) Plan Nacional de Desarrollo: Crecimiento sostenible y competitividad. Recuperado de: <http://www.dnp.gov.co/PORTALWEB/LinkClick.aspx?fileticket=6yjofaugVUQ%3d&tabid=1238>
- De Soto, H. (1987). El Otro Sendero. Editorial Oveja Negra
- Dinero (Julio, 2000). En la calle, ¿algo bueno va pasar?. Revista Dinero. No. 113. pp. 62 - 68. Recuperado en: http://www.dinero.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=17027&IdTab=1
- Dinero (Febrero, 2004). Negocios informales, qué hay detrás. Revista Dinero. No. 198. pp. 28 – 35. Recuperado en: http://www.dinero.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=7868&IdTab=1
- Escobar, A. (2007). Informalidad Laboral y Empresarial en Colombia. Departamento Nacional de Planeación - DNP. Presentación Power Point. Recuperado de: [http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/Presentaciones_Escobar/Presenta_Escobar_Informalidad\(Oct_04_07\).pdf](http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/Presentaciones_Escobar/Presenta_Escobar_Informalidad(Oct_04_07).pdf)
- Feige, E., (1990). Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economics Approach. World Development 18(7):989-1002. Recuperado de <http://129.3.20.41/eps/dev/papers/0312/0312003.pdf>

- Gómez, Duran Tatiana. (1979). El Cajonero: Su ubicación dentro del contexto socio-económico y su función como canal de distribución. Bogotá: Tesis de grado de la Universidad de los Andes.
- Gumperz, J. (1981). Hammersley, M. y Atkinson, P. etnografía: Métodos de investigación. Barcelona
- Instituto para la Economía Social (IPES) (2006). Cuantificación de las ventas de productos de consumo en el espacio público de Bogotá.
- Kotler Philip y Armstrong Gary. (2003) Fundamentos de Marketing, Sexta Edición
- Kugler, A. and M. Kugler (2009) "The Labor Market Effects of Payroll Taxes in a middle Income country: Evidence from Colombia" Economic Development and Cultural Change, January. Recuperado en:
http://www.uh.edu/~adkugler/Kugler&Kugler_EDCC.pdf
- Mondragón-Vélez, C., Peña, X., y Wills, D. (2010). "Labor Market Rigidities and Informality in Colombia," Documentos Cede 006717, Universidad de los Andes-CEDE. Recuperado de:
<http://siteresources.worldbank.org/EXTLACOFFICEOFCE/Resources/870892-1265238560114/Informality.pdf>
- Ochoa, P. (2004) Economía Subterránea. Revista Semana, p. 2. Recuperado en:
<http://www.semana.com/noticias-economia/economia-subterranea/83835.aspx>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2002). Resolución relativa al trabajo decente y la economía informal: Conferencia General de la OIT. Recuperado de:
<http://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/pr-25res.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2002). Women and Men in the Informal Economy, A Statistical Picture. Recuperado de:
<http://info.worldbank.org/etools/docs/library/76309/dc2002/proceedings/pdfpaper/module6ilo3.pdf>
- Orozco, H., Barreto I. y Sanchez, V. (2008). Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de Chapinero frente a sus condiciones laborales y políticas. Revista Diversitas - Perspectivas en Psicología - Vol. 4, No 2. Recuperado en:
http://www.usta.edu.co/otras_pag/revistas/diversitas/doc_pdf/diversitas_8/vol.4no.2/articulo_5.pdf
- Pieters, J., Moreno-Monroy, A. y Erumban, A. (2010) Formal-informal linkages and informal sector dynamics: evidence from India. University of Groningen, Paper Prepared for the 31st General Conference of The International Association for Research in Income and Wealth. Recuperado de:
<http://www.iariw.org/papers/2010/poster2Pieters.pdf>
- Portes, A. y Haller, W. (2004) La Economía Informal. Serie Políticas Sociales, CEPAL. Recuperado de:
http://www.eclac.org/publicaciones/xml/5/20845/sps100_lcl2218.pdf
- Schneider, F. y Enste, D. (2000). Shadow Economies: Size, Causes, and Consequences. Journal of Economic Literature. Vol. XXXVIII pp. 77-114. Recuperado de:
[http://darp.lse.ac.uk/papersdb/Schneider-Enste_\(JEL00\).pdf](http://darp.lse.ac.uk/papersdb/Schneider-Enste_(JEL00).pdf)

- Xaba, J., Horn, P., y Motal, S. (2002). EMPLOYMENT SECTOR 2002/10. Working Paper on the Informal Economy: The Informal Sector in Sub-Saharan Africa. Employment Sector, International Labour Organization. Recuperado de http://www.wiego.org/papers/2005/unifem/29_ILO_WP_10_IS_SubSaharan_Africa_Horn.pdf
- Yusuff, Olabisi Sherifat (2011). A Theoretical Analysis of the Concept of Informal Economy and Informality in Developing Countries. European Journal of Social Sciences – Volume 20, Number 4. Recuperado de: http://www.eurojournals.com/EJSS_20_4_12.pdf.

13. ANEXOS

13.1 Mapa de los vendedores ambulantes semiestacionarios en el sector de chapinero de Bogotá, área comprendida sobre la Carrera 13, entre las calles 39 y 63.

13.2 Instrumento definitivo.

ENCUESTA SOBRE EL VINCULO FORMALIDAD –INFORMALIDAD

Caracterización Socio demográfica DATOS DEL ENCUESTADO

Nombre: _____ Edad: _____

1. Lugar de nacimiento: _____

2. Sexo: Hombre _____ Mujer _____

3. Estado civil:
- a. Soltero
 - b. Casado
 - c. Separado
 - d. Viudo
 - e. Unión Libre

4. Estrato: _____

5. ¿Cuál es el nivel educativo alcanzado por usted?

- a. Preescolar
- b. Básica primaria
- c. Media
- d. Básica secundaria
- e. Superior o universitaria
- f. No sabe, no informa

6. La vivienda ocupada por su usted es:

- a. Propia, totalmente pagada
- b. Propia, la están pagando
- c. En arriendo o subarriendo
- d. Posesión sin título (Ocupante)
- e. Otra, ¿cuál? _____

7. El tipo de vivienda es:

- a. Casa
- b. Apartamento
- c. Cuarto (s) en inquilinato
- d. Cuarto (s) en otro tipo de estructura
- e. Vivienda indígena

8. ¿Cuántas personas conforman su hogar? Y ¿Cuántas dependen económicamente de usted?

9. ¿Antes de realizar esta actividad, había tenido algún otro trabajo? ¿Cuál? Si dice No, pase a la pregunta 11.

-
10. ¿Por qué se retiro?
- a. Despido ¿Por qué? _____
 - b. Renuncia por el horario
 - c. Renuncia por mal salario
 - d. Otro. ¿Cuál? _____

11. ¿Le gustaría conseguir un trabajo remunerado y/o permanente? ¿Por qué?
- a. Sí. _____
 - b. No. _____

12. ¿Está activamente aplicando a alguno? ¿Cuál?
-

DE ACUERDO A LA DEFINICIÓN DE INFORMALIDAD (DANE)

13. ¿Está afiliado, a alguna entidad de seguridad social en salud?, si responde No, pase a la pregunta 15.

- a. Si, cotizante, ¿Cuál? _____
- b. Si, beneficiario, ¿Cuál? _____
- a. No
- b. No sabe, no informa

14. ¿Quién paga mensualmente por la afiliación a la seguridad social en salud?

- a. Usted paga una parte y otra la empresa o patrón
- b. Le descuentan de la pensión
- c. Paga la totalidad de la afiliación
- d. Paga completamente la empresa o patrón donde trabaja
- e. No paga, es beneficiario
- f. No sabe, no informa

15. ¿En caso de enfermedad como cubriría los costos médicos y los medicamentos?

- a. Con ahorros personales
- b. Con ayudas de los hijos o familiares
- c. Con otro tipo de seguro o cubrimiento
- d. Pidiendo dinero prestado
- e. Vendería su vivienda o bienes del hogar
- f. Empeñaría bienes del hogar
- g. No lo ha considerado
- h. No tiene recursos
- i. Otro, ¿cuál? _____

16. ¿Esta cotizando actualmente a un fondo de pensiones? Si dice No, pasar a la pregunta numero 20.

- a. Si

- b. No
 - c. Ya es pensionado
17. ¿Cuántos años lleva cotizando al fondo de pensiones? _____ Años
18. ¿A cuál de los siguientes fondos cotiza actualmente:
- a. Fondo privado _____ cuál?
 - b. Regímenes especiales (FFMM, Ecopetrol etc)
 - c. Fondo Subsidiado (Prosperar)
19. ¿Quién paga mensualmente por la afiliación al fondo de pensiones?
- a. Usted paga una parte y otra la empresa o patrón
 - b. Usted paga la totalidad de la afiliación
 - c. Paga completamente la empresa ó patrón
20. Su trabajo actual es:
- a. Ocasional (De vez en cuando)
 - b. Estacional (En ciertas épocas del año)
 - c. Permanente
 - d. Otro? especifique _____
21. ¿Cuántas horas a la semana trabaja normalmente? _____ Horas
22. ¿Qué días a la semana trabaja normalmente?
- a. Lunes a Viernes
 - b. Lunes a Sábado
 - c. Domingo a Domingo
 - d. Otro. ¿Cuál? _____
23. ¿Es usted el dueño del negocio? Si responde No, pase a la pregunta 25.
- a. Sí
 - b. No
24. Tiene empleados? Si__ NO__Si, si, Cuántos? Si tiene empleados, ¿Cuánto les paga por día? _____
25. ¿Para quién trabaja y Cuántos mas trabajan con usted para esa persona o empresa?
- _____

VENDEDORES AMBULANTES COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN

26. Cómo inició este negocio:
- a. ¿Cuánto fue la inversión inicial?
- _____

- b. ¿Cómo obtuvo el dinero para iniciarlo?

27. Si es vitrina o carro, en donde lo guarda por las noches? (costo, tipo de protección)

28. ¿Cómo consigue la mercancía para surtir su negocio?
- a. La compra en el centro (Distribuidores medianos) O es una empresa específica. ¿Cuál? _____
 - b. La compra en almacenes de cadena como (Carrefour, Éxito)
 - c. Se la distribuyen y hacen entrega en su lugar de trabajo. ___ ¿Quiénes?

 - ¿Vienen con uniforme?
 - d. Otro. ¿Cuál? _____
29. ¿Cómo paga la mercancía?
- a. Crédito
 - b. Contado
30. ¿Cómo decide cuando comprar?
- a. Cada que se acaba el inventario
 - b. Porque hay promoción
 - c. Porque es el producto más pedido. ¿Cuál?(es)

 - d. Otro. ¿Cuál? _____
31. Cuando necesita dinero para su negocio y no lo tiene, ¿Quién le presta y en qué condiciones?
- a. Un familiar. ___%
 - b. Un amigo. ___%
 - c. Gota a gota. ___%
 - d. Banco. ___%
 - e. Otro. ¿Cuál? _____
32. Forma de Venta:
- a. Contado
 - b. Crédito (¿A cuánto tiempo?) _____
33. Como establece los precios de venta de sus productos:
- a. Precios del mercado
 - b. Precios sobre el costo
 - c. Precios establecidos por la fábrica
 - d. Precios establecidos por el distribuidor ¿Cuál? _____

34. ¿Cuánto vende en pesos, en promedio, diariamente?

- a. Entre \$10.000 y \$30.000
- b. Entre \$30.000 y \$50.000
- c. Entre \$50.000 y \$70.000
- d. Entre \$80.000 y \$100.000
- e. Otro. ¿Cuál? _____

35. ¿Cuánto le gana a esa venta diaria?

36. ¿Qué hace con la ganancia diaria?

- a. Reinvertir en el negocio
- b. Comprar alimentos para el hogar
- c. Comprar bienes tangibles para el hogar
- d. a y b
- e. Otro. ¿Cuál? _____

