

**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN SOCIAL PARA LA
REUBICACIÓN DE VENEDORES AMBULANTES EN QUIOSCOS DE LA RED
PÚBLICA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS AL USUARIO DEL ESPACIO PÚBLICO
-REDEP EN LA LOCALIDAD DE CHAPINERO, BOGOTÁ.**

Informe de Práctica Maestría en Estudios Sociales - Profundización

Tabla de Contenido

Introducción.....	3
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Justificación.....	7
Planteamiento del problema.....	10
1. Diagnóstico.....	11
1.1. Vendedores ambulantes en Bogotá, una aproximación al caso de Chapinero.....	11
1.2. La localidad de Chapinero.....	15
1.3. Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP).....	18
1.4. Componentes de la REDEP.....	21
1.5. Los quioscos.....	24
1.6. Criterios para la focalización de la población beneficiaria. Evidencia de la ausencia de un componente social en la estrategia REDEP.....	31
1.7. Sistema de Evaluación y Seguimiento (SSE) de la alternativa quioscos REDEP.....	38
1.8. Abordaje interinstitucional: las entidades distritales y la REDEP.....	42
2. Marco Normativo.....	44
3. Marco Conceptual.....	56
3.1. Vendedores ambulantes y espacio público.....	57
3.2. Pobreza urbana.....	61
3.3. Economía informal.....	67
3.4. Decisión de permanencia en el sector informal.....	72
3.5. Trabajo Decente.....	73
4. Metodología.....	76
4.1. Tipo de Investigación.....	76
4.2. Unidad de Análisis.....	77
4.3. Instrumentos y Técnicas.....	77
4.4. Aproximación Etnográfica.....	78
4.5. Entrevista.....	78
4.6. Revisión documental.....	79
4.7. Seguimiento y evaluación de proyectos de intervención social como lineamiento metodológico de análisis.....	81
5. Resultados.....	82
5.1. Arquitectura institucional.....	83
5.2. Componente social.....	104
6. Conclusiones.....	109
7. Recomendaciones.....	111
Anexos.....	115
Referencias.....	127

Tablas

Tabla 1. Criterios de Focalización de la población para la estrategia	33
Tabla 2. Enfoques de análisis para la intervención social, sujeto de intervención.	37
Tabla 3. Categorías de análisis, instrumentos y técnicas	80
Tabla 4. Censo aproximado en observación etnográfica entre semana entre 11 am y 3 pm, durante el periodo septiembre- octubre.	85
Tabla 5. Vendedores informales inscritos en el registro IPES con corte a 31 de diciembre de 2014.	86
Tabla 6. Fuente de adquisición de productos comercializados en los quioscos.....	103
Tabla 7. Cantidad de familiares que trabajan en ventas informales	105
Tabla 8. Zona de origen y tiempo de residencia en Bogotá.....	105
Tabla 9. Características actuales de los vendedores de Chapinero	106
Tabla 10. Propuesta de criterios a incluir desde la perspectiva del componente social.....	114

Fotografías

Fotografía 1. Panorámica plazoleta de Lourdes, 10 am	89
Fotografía 2. Carteles de recuperación del espacio en inmediaciones de la Universidad Javeriana.	90
Fotografía 3. Puestos y productos alrededor de la Universidad Pedagógica Calle 72-Carrera 11.	91
Fotografía 4. Puestos dispersos a lo largo de la carrera 11	92
Fotografía 5. Puestos calle 68 con carrera 13	93
Fotografía 6. Venta de alimentos preparados.....	94
Fotografía 7. Puestos y productos carrera 13 entre calles 58 y 60	95
Fotografía 8. Vendedores ecuatorianos que trabajan en la Localidad de Chapinero	96
Fotografía 9. Carrera 13 con 61	97
Fotografía 10. Aditamentos de los quioscos	101
Fotografía 11. Productos permitidos y comúnmente ofertados en quioscos y chazas	103
Fotografía 12. Chazas y quioscos cercanos a instituciones educativas, espacios de socialización.	108

Gráficas

Gráfica 1. Línea de tiempo marco normativo	55
Gráfica 2. Mapa de uso del espacio por vendedores ambulantes y ubicación quioscos REDEP.	88
Gráfica 3. Resumen de productos predominantes y horarios de venta ambulante en Chapinero	98
Gráfica 4. Valor de alquiler diario que pagan los vendedores	102
Gráfica 5. Módulo REDEP – Quiosco. Fuente: www.dadep.gov.co	115
Gráfica 6. Planta inferior quiosco REDEP. Fuente: www.idu.gov.co	116
Gráfica 7. Alzada lateral y planta quiosco REDEP. Fuente: www.idu.gov.co	117
Gráfica 8. Alzada frontal y planta quiosco REDEP. Fuente: www.idu.gov.co	118
Gráfica 9. Alzada frontal y axonometría quiosco REDEP. Fuente: www.idu.gov.co	119

**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN SOCIAL PARA LA
REUBICACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES EN QUIOSCOS DE LA RED
PÚBLICA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS AL USUARIO DEL ESPACIO PÚBLICO
-REDEP EN LA LOCALIDAD DE CHAPINERO, BOGOTÁ.**

Informe de Práctica Maestría en Estudios Sociales - Profundización

Damaris Ramos Vega[¶]

Universidad Del Rosario

Introducción

Los vendedores informales hacen parte de uno de los grupos sociales que genera un profundo interés para los investigadores de las ciencias sociales y humanas, por la confluencia de situaciones que implica esta actividad; factores psicológicos, sociales, políticos y económicos, así como su multicausalidad, hacen que nuestra atención se vuelque hacia ellos:

(...) los vendedores ambulantes tienen un origen y una historia que contar (...) el nacimiento y el desarrollo de este fenómeno implica distintos acontecimientos que van desde la violencia de los años veinte, la depresión económica de los años treinta, el desplazamiento de campesinos –como consecuencia del conflicto armado en la década del cuarenta y del aumento en la década del ochenta por enfrentamientos entre las guerrillas, el Estado y grupos paramilitares– que se vienen a establecer en la periferia de las principales ciudades. (Borja Orozco, Barreto, & Sánchez, 2008, pág. 280)

Por ser un fenómeno multicausado e históricamente presente en nuestro contexto, en los últimos años, ha sido objeto de diversas intervenciones que se entrecruzan en abordajes legales-normativos, así como económicos y sociales, sin embargo, el impacto de estos abordajes ha sido cuestionado a partir de las evidencias de los resultados de estrategias distritales a cargo del Instituto para la Economía Social (IPES), entre ellas, la estrategia de quioscos para la reubicación

[¶] Psicóloga. Estudiante de Maestría en Estudios Sociales, línea de Profundización. Escuela de Ciencias Humanas.

de vendedores informales de la Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP) que funciona como un sistema administrativo regido por multiplicidad de políticas que conjugan la intervención de varios organismos y entidades del orden distrital como la Alcaldía Mayor, las Alcaldías Locales, el IPES, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP), la Secretaría de Desarrollo Económico (SDDE), el Instituto de Desarrollo Urbano (IDU).

Este sistema que en su interior funciona como un programa creado para la generación de ingresos de las poblaciones que presentan un alto grado de vulnerabilidad socioeconómica, mediante el aprovechamiento económico del espacio público, está constituido por dos ejes administrativos fundamentales. El primero de ellos, constituido por el mobiliario urbano (quioscos y puntos de encuentro, dos espacios para la formalización del trabajo y la economía del vendedor ambulante), y el segundo, compuesto por una red de distribución de mercancías, centros de acopio, y un sistema de control de calidad. (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

El interés del presente informe de práctica es presentar un análisis sobre la implementación de la estrategia de quioscos, desde el caso específico de la localidad de Chapinero en Bogotá. Estrategia que fue planteada por sus ejecutores como una alternativa de reubicación de vendedores informales en el marco de la formalización de la economía para un uso económicamente productivo -para la ciudad- del espacio público. Para esto, se realizó la revisión de los informes de gestión de la REDEP, de los informes de auditorías emitidos por los entes de control distritales, e investigaciones académicas que aportan datos de lo que ha sido el fenómeno de las ventas informales, las formas en que se ha abordado y los resultados que han dado hasta el momento.

Los hallazgos de trabajo de campo, que permitieron realizar el análisis e identificar la débil presencia del componente de intervención social en la estrategia de quioscos REDEP y sustentar las recomendaciones formuladas a partir de ellos, fueron recabados en el ejercicio de la práctica profesional de la Maestría en Estudios Sociales, en el marco del proyecto *Recovering Public Space: Violence, Migration and Informal Vending in Bogota, Colombia*, llevado a cabo por la profesora Lorena Muñoz Ph.D., docente del Departamento de Geografía, Medio Ambiente y Sociedad, de la Universidad de Minnesota.

Durante este ejercicio práctico, en el que participé como coordinadora asistente de investigación, en conjunto con tres asistentes de investigación, que se encargaron de cubrir varias zonas de la ciudad; acompañé actividades de preparación de materiales de entrenamiento, el diseño metodológico y desarrollé observaciones etnográficas, mapeos de la ciudad y conduje entrevistas semi-estructuradas con informantes clave de la Localidad de Chapinero. Lo encontrado en el campo, en contraste con los resultados disponibles de la estrategia de quioscos REDEP, deja por sentado que existe una deficiencia en el diagnóstico y la ejecución de la misma; haciendo pertinente que esta deba ser reformulada desde una visión social integral que contemple también, la estructuración de un sistema de seguimiento y evaluación para ejercer control y corrección de los inconvenientes técnicos y operativos que presenta.

Objetivo General

Realizar un análisis de la estrategia de intervención social para la reubicación de los vendedores ambulantes a través de los quioscos de la Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP) a cargo del Instituto para la Economía Social (IPES), en la localidad de Chapinero.

Objetivos Específicos

Analizar el proceso institucional para el diseño e implementación de la estrategia de reubicación de vendedores ambulantes en el espacio público de la localidad de Chapinero a través de los quioscos.

Examinar el componente social de la estrategia de asignación de quioscos de la REDEP para los vendedores ambulantes de la localidad de Chapinero.

Formular recomendaciones que aporten una visión integral y un abordaje social del fenómeno para fortalecer la estrategia de intervención de reubicación de vendedores ambulantes de la localidad de Chapinero a través de los quioscos REDEP.

Justificación

Siendo una problemática social con importante impacto en la ciudad, y debido a que aún se encuentra en vigencia la implementación de la estrategia de quioscos, que según el Informe de Gestión de 2014 emitido por el IPES, está proyectada para ejecución hasta el año 2020, se hace necesario realizar un análisis diagnóstico de la misma. De acuerdo con reportes del IPES, se ha identificado una proporción considerable de devoluciones o abandono de quioscos por parte de la población beneficiada por la estrategia (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015, pág. 15); con el ánimo de generar recomendaciones que aporten una visión integral y un abordaje social del fenómeno, cobra relevancia que desde las herramientas brindadas por la Maestría en Estudios Sociales, se construya este aporte.

Las cifras y la consecuente caracterización que sustentan, son constantes en la literatura revisada, los documentos de políticas públicas, sentencias y de investigaciones académicas reiteran esta información. En el rastreo realizado, se evidencia un discurso que circunda la caracterización del vendedor ambulante bogotano desde perspectivas económicas y del uso del espacio público físico, pero se profundiza poco en los procesos sociales que subyacen a esta actividad y que permean al sujeto mismo de la intervención, este es uno de los factores sobre los que el presente documento hace hincapié para la construcción de recomendaciones que fortalezcan la alternativa de intervención como una alternativa social integral y no fraccionada en asuntos puramente económicos o políticos.

De acuerdo con los abordajes asumidos por las diferentes administraciones distritales y la literatura en general, pareciera ser, que el carácter definitorio del vendedor ambulante se enmarca, de manera obligada, entre el uso del espacio y las relaciones económicas. Debido a esta caracterización y la invisibilización del componente social de la estrategia, se especifica en el

desarrollo de este análisis, las características del ejercicio de las ventas ambulantes y las condiciones sociales que deberían ser tenidas en cuenta en dicha intervención.

Por lo general, las ventas ambulantes se relacionan con la informalidad que a su vez es asociada a situaciones de pobreza, marginalidad y subempleo, poniendo énfasis en la exclusión de los trabajadores del sector formal, y su tránsito a ‘el sector informal’, como se deriva de los trabajos de Boeke (1953), Lewis (1954) y Harris & Todaro (1970). (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012)

Se entiende en el presente documento el componente social como aquellos elementos y acciones que buscan visibilizar los intereses, necesidades y posibilidades de los actores, así mismo fomentar su participación en la construcción de soluciones, acorde con lo señalado por la Secretaría Distrital de Planeación (2012) “los sujetos que habitan y transitan en el territorio son gestores de su propio desarrollo, capaces de repensar las dinámicas socio culturales (...) en favor de mejorar la calidad de vida de la población de territorios específicos. Es así como la planeación participativa requiere de escenarios de dialogo e interpelación con los actores comunitarios para poder articular tanto los “saberes populares” “saberes académicos” “saberes técnicos” en la construcción de una propuesta...” (Secretaría Distrital de Planeacion, 2012, pág. 4)

Los abordajes de este fenómeno se han centrado en respuestas a la dimensión estética, a los atributos de movilidad y espacio público; relegando el componente social a un segundo plano en las intervenciones y la articulación institucional. La estrategia de quioscos de la REDEP, se desarrolla en sus inicios, en el marco de una perspectiva de solidaridad, participación ciudadana, respeto por los derechos humanos y la reconciliación entre ciudadanos. Con el objetivo de generar una cultura ciudadana sobre el uso adecuado y regulado del espacio público por parte de los vendedores informales y promoviendo una mejor calidad de vida, con el fin de mejorar sus

ingresos y nuevas formas de trabajo digno que fortalezcan los circuitos económicos populares de la ciudad (Instituto para la Economía Social - IPES , 2015, pág. En Prensa).

El análisis está focalizado en la localidad de Chapinero, escogida por tener una amplia oferta de servicios comerciales y educativos, lo que incrementa su densidad poblacional, integrada por residentes y visitantes o población flotante -en comparación con otras zonas con ventas ambulantes-, como lo señalan Donovan, Roever y Pérez, el contraste entre la pugna por la preservación del espacio público y el derecho al trabajo, permite evidenciar que esta zona posee una riqueza inapalable para el análisis de esta problemática. (Donovan, 2002, 2008 en Roever, 2006 y Pérez 2010).

Por otro lado, la relevancia de esta localidad aumenta de acuerdo con la dinámica empresarial que posee, siendo la quinta localidad con más empresas creadas en la ciudad desde 2011 hasta la fecha, en total, en se crearon 5.828 empresas durante el 2011. (Bogotá Cómo Vamos, 2013, pág. 39). Así mismo, Chapinero cuenta con un alto potencial empresarial y económico, factor que podría ser aprovechado para la optimización de la estrategia. Sin embargo, es llamativo que debido a las características descritas en su plan de desarrollo local, no se mencionen en ese documento acciones específicas encaminadas a atender el fenómeno de las ventas ambulantes, contando con escasos datos que den cuenta de la intervención específica de la estrategia en esta localidad, por tanto, otro de los focos de atención del análisis será el levantamiento de datos específicos para la localidad.

Cerca del 67% de los vendedores realizan su actividad comercial en una la localidad diferente a la de residencia, en donde, sus potenciales compradores son la población flotante, que a 2007 se estimaban en el millón de personas para la localidad de Chapinero. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007). Así mismo, en el informe emitido por la Contraloría (2009), a Diciembre de

2008, y en la actualidad, la localidad con mayor número de módulos instalados era Chapinero con 120, equivalentes a 240 puntos de venta. (Contraloría de Bogotá, 2009)

Planteamiento del problema

La estrategia de quioscos de la Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP), desde sus inicios fue concebida como estrategia de aprovechamiento económico del espacio público en la ciudad, más que como estrategia de intervención social para los vendedores informales. Durante los años de su implementación ha tenido un sinnúmero de altibajos. Se ha encontrado que los módulos (quioscos) no cubren todas las necesidades del vendedor, ni alcanzan a cabalidad los objetivos inicialmente propuestos, sin embargo, y pese a que múltiples estudios y evaluaciones, han señalado aspectos de mejora, pareciera ser que se ha hecho poco para remediarlo.

Así mismo, en la evaluación del nuevo Modelo Estándar de Control Interno-MECI 2014, de conformidad con el Decreto 943 de 2014, el IPES presenta un promedio de avance en las actividades de la estrategia a corte 31 de octubre de 2014, del 41.3%. El resultado debería estar entre el 80% al 100%, es decir presenta un retraso del 58.6% en la actualización. (Instituto para la Economía Social IPES, 2014, pág. 28). Así mismo, la Contraloría de Bogotá en su informe de 2009 señala que:

“(…) el diseño del quiosco fue objeto de un galardón entregado a sus diseñadores; sin embargo, este despacho [Contraloría de Bogotá] tiene múltiples observaciones con respecto al diseño. Una vez entregados para su funcionamiento se han detectado deficiencias, especialmente en la altura, nivel de cubrimiento, inclinación de los techos, es así que los productos de venta del quiosco se ven deteriorados por las condiciones climáticas existentes, los adjudicatarios han recurrido a la utilización parasoles, plásticos y demás elementos de protección contra la lluvia y el sol para protegerse y proteger así mismo, las mercancías, elementos estos que afectan la estética del entorno.” (Contraloría de Bogotá, 2009)

Por lo anterior se identifica una deficiencia en el diseño, implementación y seguimiento de la estrategia de reubicación de vendedores informales en los quioscos de la Red Pública de

Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP), así como una omisión del componente social en dicha estrategia a cargo del Instituto para la Economía Social (IPES), principalmente en la localidad de Chapinero.

1. Diagnóstico

Este capítulo describe el contexto en el que se enfoca el informe, en ocho apartados organizados de la siguiente forma: en primer lugar, se realiza una revisión desde los abordajes predominantes sobre la caracterización de los vendedores informales en la localidad de Chapinero de Bogotá, posteriormente, se realiza la descripción de la localidad. Un tercer sub-apartado describe lo que es la REDEP, acto seguido se exponen los componentes de la estrategia; se profundiza en la exploración de los quioscos, sus características, especificaciones y los servicios que buscan cubrir; así se da paso a los criterios de la estrategia para la focalización de los beneficiarios: se analiza el componente social y se presenta información existente acerca del sistema de evaluación y seguimiento de la alternativa quioscos REDEP; se continúa con la descripción del abordaje interinstitucional, las entidades distritales y su relación con la REDEP para atender la estrategia de quioscos.

1.1. Vendedores ambulantes en Bogotá, una aproximación al caso de Chapinero

En la literatura existen múltiples abordajes para caracterizar a esta población, sin embargo, y para efectos de la delimitación del contexto objeto de este análisis, se retomarán aquellas caracterizaciones que han sido soporte de las políticas y estrategias de intervención que se han generado desde la administración distrital, en el apartado conceptual se profundizará en estas caracterizaciones.

Se entiende, entonces, para efectos del presente documento, al vendedor ambulante, como una persona que, ubicada en el espacio público vende bienes y servicios, sin tener en cuenta la diferenciación entre aquel que posee un puesto fijo, semi-fijo o ambulante, atendiendo en su lugar más bien a la forma en cómo se da la configuración del espacio y del mercado dentro del trabajo informal, como lo propone Álvarez (2010), así mismo se opta por el adjetivo “ambulante” debido a que es el término más usado en la cotidianidad y en la calle, en lugar de “informal” que es un adjetivo más relacionado con la perspectiva económica que se abordará posteriormente.

Debido a esta caracterización, y acorde con las revisiones realizadas, la conceptualización acerca de las implicaciones sociales de ser vendedor ambulante en Bogotá, es difusa. Dificultando también el levantamiento de cifras y censos que den cuenta de la cantidad de vendedores ambulantes presentes en las calles bogotanas y sus características particulares. Esta carencia, hace que los abordajes realizados frente a la problemática, se enfoquen en aspectos de espacio público y economía, dejando de lado el componente social.

Las cifras sobre la cantidad de vendedores informales existentes en la ciudad de Bogotá, desde los inicios de la estrategia hasta la actualidad, siguen siendo estimaciones. De acuerdo con el IPES, citado por González (2014) en 2003 existían en Bogotá 79.290 vendedores informales en el espacio público (el 2,6 % de la población ocupada de la capital). Sin embargo, en el segundo trimestre de 2006 la ciudad contaba con 1.838.000 trabajadores informales, dentro de los que se incluía a la población de vendedores ambulantes; estando más involucrados en este fenómeno, las mujeres, los jóvenes y la población con menor educación.

Según la Contraloría (2009) a diciembre de 2008 existían 40.023 vendedores en el espacio público, con presencia en las localidades de Santa Fe, Los Mártires y Kennedy,

principalmente. Para abril de 2010, se encontraban registrados 42.238 vendedores informales de las 19 localidades de Bogotá (Castañeda, 2008). Sin embargo, y acorde con declaraciones de representantes del IPES a la prensa, “de acuerdo a las estimaciones realizadas, podrían llegar a ser cerca de 100 mil” (El Tiempo, 2012)

Del número de ocupados que registró Bogotá, aproximadamente la mitad de ellos fueron trabajadores informales; durante este intervalo, la tasa de informalidad laboral pasó del 51,1% en el 2007 al 50,1% en el 2010, en 2014 con relación al 2013, mejoró, al pasar de 56% a 56,3%. (Bogotá Cómo Vamos , 2015, pág. 116) A pesar de esta leve disminución, la informalidad se mantiene en niveles elevados y prácticamente constantes, mostrando el carácter estructural de este fenómeno, puesto que dentro de estas estimaciones se cuenta a los vendedores ambulantes, sin tener la claridad de cuántos de ellos en realidad se dedican a esta actividad. (Alcaldía Mayor de Bogotá. Equipo de trabajo para la generación de trabajo decente digno, 2013)

Acorde con el informe publicado en 2007 y que sustenta parte de la estrategia REDEP “*Hábitat y espacio público, el caso de los vendedores ambulantes de Bogotá*”, el 55% de los vendedores reportaba no saber leer ni escribir, el 4% reportaba solo haber asistido al preescolar, el 40,3% reportó primaria incompleta, y el 36, 3% reportó haberla culminado. En general, la población reside en las localidades más pobres de la ciudad, en donde 8 de cada de 10 vendedores reporta estudios máximos de primaria. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007). Pese a lo anterior, parece haberse dejado de lado que una importante cifra de vendedores ambulantes, carece de escolaridad, un factor que influye fuertemente en la adherencia a uno de los componentes de la estrategia, la capacitación. Demostrando una vez más la deficiencia del alcance del componente social de la estrategia.

De acuerdo con González (2014), el vendedor informal en Bogotá tiene una edad promedio de 41 años y la media de permanencia en la calle es de 11 años; el 4% son menores de 20 años, el 8,6% son adultos mayores; en general reportan bajos niveles de escolaridad y en una considerable proporción eligen esta actividad para complementar los ingresos familiares. Sin embargo, la Secretaría de Desarrollo de Bogotá, señala a la población joven como un sector vulnerable a este fenómeno, debido a la baja demanda laboral y a los niveles de formación precarios, así mismo, los niveles de salud son precarios, ya que el 11% de los vendedores no están cubiertos por ninguna entidad de seguridad social, mientras que el 75% pertenece a niveles 1 y 2 del SISBEN y solo el 14% pertenece al régimen contributivo en salud, lo que refuerza su vulnerabilidad económica y social. (Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012)

Los datos anteriores encontrados en varios documentos que hacen referencia a la problemática, son evidencia de un abordaje desde la perspectiva económica, en la que se contempla al vendedor ambulante como un sujeto que se encuentra inmerso en dinámicas laborales al margen de la formalidad, otro de los abordajes predominantes en los discursos que sustentan las intervenciones realizadas en el distrito.

En 2013, el Decreto de Aprovechamiento del Espacio Público ordena al IPES hacer un censo de los vendedores informales de Bogotá, al realizarlo, los resultados indicaron que en Bogotá hay entre 200.000 y 250.000 vendedores informales, de los cuales solo 46.488 están acreditados, es decir, inscritos en el IPES (Gómez, 2014). Esta situación, ilustra una limitante importante para la efectividad de las estrategias de intervención del fenómeno, ya que desde la misma caracterización se carece de herramientas que permitan dar una respuesta oportuna y acertada a las necesidades de esta población, cuyo perfil ha sido descrito en la literatura y por las

mismas entidades que buscan intervenir su situación, como un perfil puramente estadístico, dejando de lado variables relevantes para el diseño de una estrategia que atienda de manera más integral las características y necesidades de esta población.

Cerca del 67% de los vendedores realizan su actividad comercial en una localidad diferente a la de residencia, en donde, sus potenciales compradores son la población flotante¹, por ello, se desplazan a sectores como el centro y Chapinero. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007). De acuerdo con el informe de Bogotá Cómo Vamos 2014, este comportamiento se mantiene en la actualidad, señalando que paradójicamente, Chapinero es una de las localidades con los más bajos porcentajes de registros de vendedores informales (38 vendedores registrados oficialmente en la vigencia 2009-2014 y un conteo oficial de 2.290 que corresponde al 5,17% de la totalidad de inscritos en la Herramienta Misional-HEMI del IPES).

1.2. La localidad de Chapinero

Chapinero, está localizada entre las calles 39 y 100, al oriente del eje vial hasta el límite de Bogotá con otros municipios de Cundinamarca y al occidente con la Avenida Caracas y la Autopista Norte. En su territorio hay 137 barrios, en donde, de acuerdo con la Encuesta Multipropósito, para 2014 vivían 138.417 habitantes, correspondientes al 2% de la población total de Bogotá y transitaban a diario entre 1,5 y 2 millones de personas. (Secretaría Distrital de Planeación de Bogotá, 2015). En la página oficial de la localidad, se afirma que a 2015, se cuenta con aproximadamente 166.000 habitantes. (Alcaldía Mayor de Bogotá-Alcaldía Local de Chapinero, 2015)

¹ Se entiende, para el presente documento, como personas que se desplazan durante unas horas a un determinado lugar pero que tienen su lugar de habitación permanente en otro.

En total, la localidad tiene 61.841 residentes hombres (46,3%) y 71.630 residentes mujeres (53,7%). Chapinero es la única localidad en la que predomina la población de estratos altos (4, 5 y 6), y representa el 76,2% de los residentes. En 2011, el 3% de la población de Chapinero vivía por debajo de la línea de pobreza, por debajo de Bogotá que para ese mismo año se situó en 12%. En términos de igualdad, Chapinero tiene un elevado Coeficiente Gini, que en 2011 se ubicó en 0,58 por encima de la media de la ciudad para ese mismo año (0,57). (Bogotá Cómo Vamos, 2013, pág. 48)

Según la Alcaldía Local, el PIB de la localidad concentra el 51% del total de Bogotá, ciudad que cuenta con un total de 324.196 empresas, de las cuales el 85% corresponden a microempresas, el 11% a pequeñas empresas, 3% a medianas y 1% a grandes. Según la base de datos del Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá, el 65% de las empresas se concentran en seis localidades, una de ellas es Chapinero con el 8%. En términos de medianas empresas, el 27%, y de grandes empresas, el 44% de ellas se concentran en Chapinero. (Bogotá Cómo Vamos , 2015, pág. 307). En ese sentido, la localidad tiene la tasa de desempleo más baja de toda Bogotá, situada en 4,5% para el 2011, esta es, casi la mitad de la tasa de desempleo registrada para ese mismo año en la ciudad. (Bogotá Cómo Vamos, 2013, pág. 51)

A la vez, es una de las localidades con el mayor número de quioscos asignados; 120, equivalentes a 240 puntos de venta, solo 6 por debajo de la localidad de Santafé, que cuenta con el mayor número, y 180 (puntos de venta) más que las localidades de Antonio Nariño y La Candelaria. También es una de las localidades con mayor población flotante debido a que hay 7 colegios oficiales, 52 colegios privados, 65 universidades y 29 instituciones universitarias, también se concentra buena parte de la actividad empresarial de Bogotá. (Bogotá Cómo Vamos, 2013)

Es relevante señalar que, acorde con el Decreto 098 de 2004, son los alcaldes locales los responsables de realizar y actualizar el *Censo de vendedores informales* de su localidad. Las cifras con las que se cuenta para esta localidad, muestran un evidente y contradictorio panorama respecto a lo que se puede encontrar al recorrer sus calles y ver la gran actividad y concentración de comercio informal en su espacio público. (Bogotá Cómo Vamos , 2015, pág. 203). De acuerdo con la respuesta emitida por el IPES a Bogotá Cómo Vamos, en la localidad de Chapinero se contaba con 34 módulos sin ocupar en 2013, 49 módulos en 2014 y 60 módulos en lo que va de 2015, debido a procesos jurídicos, administrativos o para asignación. (IPES, 2015)

De acuerdo con el análisis de la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá sobre las localidades y su posición competitiva, éstas son evaluadas a partir de siete criterios. Tras la aplicación de estos siete criterios, la SDE propone tres portafolios de servicios que pueden ser ofrecidos por las localidades de la ciudad, acorde con ello, Chapinero se considera como una localidad con alto potencial de aglomeración, innovador y exportador, y se considera una de las localidades más importantes en la dinámica social y económica de la ciudad. (Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011) Estos criterios, en conjunto con los portafolios de servicios que delimitan pueden ser una importante consideración que aporte a varios de los aspectos considerados dentro de la ejecución de la estrategia.

- 1) Potencial de integración a las cadenas productivas (medido por el número de empresas que podrían vincularse a cadenas productivas).
- 2) Generación de empleo (tasa de ocupación).
- 3) Operaciones de comercio exterior (porcentaje de empresas de la localidad que realizan operaciones de comercio exterior).

- 4) Especialización relativa en una actividad o sector industrial (medida a partir de la construcción de un coeficiente de localización).
- 5) Especialización local (coeficiente de localización).
- 6) Producción exportable (base económica).
- 7) Potencial de innovación (porcentaje de manufacturas de media y alta tecnología en la industria)

Por todo lo anterior, el interés de focalizar el análisis en esta zona de la ciudad, sumado a ello, sus entidades, son conscientes del potencial que tiene, y esto es notorio en su Plan de Desarrollo Local. Sin embargo, en el mismo documento, no se explicitan acciones encaminadas a atender la población de vendedores ambulantes, como se evidencia en el siguiente apartado:

Chapinero en el 2016 será una Localidad Humana y modelo de desarrollo en la ciudad, acogedora, cultural, emprendedora, respetuosa de cualquier forma de vida, que actúa local e interinstitucionalmente, que desarrolla plenamente sus capacidades disponibles, en armonía con la naturaleza y en la que todos sus habitantes, residentes y flotantes, se sientan actores indispensables para lograr una convivencia armónica, basada en la solidaridad, mejorando así su calidad de vida. Para ello la Localidad pondrá sus recursos al servicio del bienestar colectivo, promoverá los derechos de la ciudadanía a través del fortalecimiento de lo público y alianzas entre las universidades, las organizaciones y la administración Local y Distrital generando un sentido de solidaridad y responsabilidad, e incentivando la participación decisoria de la ciudadanía. La localidad establecerá la ruta de navegación PROSPECTIVA que sentará las bases de la transformación para el año 2016 con un modelo de desarrollo donde participen y confluyan todos los actores que realicen una apuesta futura por una localidad sostenible en lo ambiental y en la que el ser humano sea el centro de la actividad pública, con altos estándares de vida en un espacio urbano, rural y humano. (Junta Administradora Local de Chapinero , 2012)

1.3. Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP)

La Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP) es un sistema administrativo distrital que se encarga principalmente de administrar estrategias para el aprovechamiento económico del espacio público de la ciudad, por tanto dentro de sus acciones

involucra vendedores informales callejeros con el propósito de suministrar una alternativa económica formal en el corto plazo y servir de base para la consolidación de un proyecto productivo formal a mediano y largo plazo. La REDEP surgió como consecuencia de la Sentencia T-772 del 04 de septiembre de 2003 correspondiente a la acción de tutela instaurada por el ciudadano Félix Arturo Palacios contra la Policía Metropolitana de Bogotá-Grupo de Espacio Público, en la que la Corte Constitucional ordena generar acciones para proteger y recuperar el espacio público sin violentar el derecho al trabajo, la libertad y la libre expresión de los ciudadanos. (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013, pág. 91)

En el marco de la Estrategia de Gestión Económica del Plan Maestro de Espacio Público, se señalaron las metas de diseño, construcción y puesta en marcha de la Red Pública para la Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP). Entre 2005 y 2008 se realizó la implementación y puesta en marcha de la REDEP, en las centralidades del Restrepo, el Centro Tradicional (Centro Histórico – Centro internacional) Chapinero, Calle 72 El Lago-Chico. Entre 2007 y 2010 la implementación en Siete de Agosto, Kennedy y las demás centralidades. Por determinación de la Mesa Técnica, la construcción de los módulos en una primera etapa estuvo a cargo del DADEP (154 quioscos) y del Instituto de Desarrollo Urbano IDU (150 quioscos). (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

El objetivo de los quioscos y puntos de encuentro es “garantizar y fortalecer la democratización de las oportunidades de participación e inclusión económica y social de los sectores más vulnerables, en el aprovechamiento económico del espacio público, mediante la vinculación organizada, regulada y controlada de los vendedores ambulantes a los espacios de aprovechamiento del espacio público y el fortalecimiento del capital social”. (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013, pág. 91). Por tanto se busca que la población atendida pueda

incrementar sus ingresos, fomentar iniciativas económicas y de emprendimiento, acceder a un proceso de formación, mejorar sus condiciones y calidad de vida, así como convertirse en emprendedores de la economía popular. (El Tiempo, 2012) Esta descripción deja ver claramente cómo el enfoque de la estrategia deja al componente social como un componente adicional y no central en su discurso y acción.

Para la asignación de los módulos de venta de la REDEP, se realizan sorteos con el acompañamiento de los entes de vigilancia y control como Alcaldías Locales, Comité Local de vendedores ambulantes y quienes de acuerdo al perfil sean invitados por el IPES. Los vendedores informales que cuenten con registro individual de vendedor informal (RIVI) de la base de datos IPES, y que cumplan los requisitos establecidos por las resoluciones IPES 068, 125 de 2007 y las 33 y 34 de 2009, podrán participar, tal y como lo señala esta entidad en respuesta a un derecho de petición de una ciudadana en marzo de 2015:

En atención a su solicitud, relacionada con la asignación de un quiosco o módulo donde pueda trabajar, de manera atenta me permito informarle que verificada la base de datos, Herramienta Misional HEMI, usted se encuentra inscrita en la Localidad Candelaria, por lo que se dará trámite a su solicitud de acuerdo al procedimiento establecido para la asignación de una de las alternativas comerciales administradas por el Instituto para la Economía Social - IPES. Como uno de los requisitos para la adjudicación de un quiosco o módulo en puntos comerciales, se realizará una visita domiciliaria por los profesionales de Redes Sociales. Respecto a Puntos Comerciales, la visita se solicitará y realizará una vez usted informe por escrito la decisión tomada respecto a la alternativa que sea de su interés, de acuerdo a la relación de disponibilidad de módulos en los Puntos Comerciales que se anexa. Con relación a la alternativa productiva de un Quiosco, es de informar que en el momento no se están realizando sorteos, toda vez que a la fecha no hay módulos disponibles para adjudicación y por tal razón, solo cuando sea posible contar con ellos, los priorizaremos conforme a la lista de espera conformada por personas que han solicitado asignación de los mismos. (IPES, Respuesta solicitud asignación de quiosco, 2015)

1.4. Componentes de la REDEP

Entre las alternativas que ofrece el IPES dentro de su misión de dar un uso regulado y económicamente aprovechable del espacio público, se encuentran: 1. Las Zonas de Transición; un espacio público que se habilita durante un tiempo determinado. Son calles en las que no se impacta la movilidad. 2. Las Ferias temporales: espacio público adecuado con carpas y servicios sanitarios. 3. Los Quioscos: actualmente en Bogotá hay 304 quioscos, cada uno con dos módulos, 608 personas se benefician con esta alternativa. 4. Los Centros comerciales: hay 36 en la ciudad, son estructuras con cubículos adecuados para la venta de diversos productos; el IPES quiere fortalecer esta alternativa instalando más servicios en estos lugares, como Internet y restaurantes. 5. Los Puntos de encuentro: se está experimentando esta alternativa, se trata de espacios adecuados en determinadas estaciones de TransMilenio para darles una utilidad económica. En estos hay dos servicios complementarios: baños públicos y parqueaderos para bicicletas. (Alcaldía Mayor de Bogotá. Instituto Para la Economía Social - IPES, 2009) El Proyecto de Inversión No. 7081 “Organización y Regulación de actividades comerciales informales, desarrolladas en el espacio público”; el Fondo de Ventas Populares fijó el objetivo del proyecto en la creación y búsqueda de alternativas de reubicación, organización, capacitación y asesoría para la consecución de recursos financieros para los vendedores ambulantes y estacionarios. Las acciones específicas dirigidas a vendedores informales, son principalmente, la capacitación, la reubicación temporal y el apoyo para el fortalecimiento empresarial. El IPES ha diseñado un modelo de intervención orientado a responder la demanda y necesidades sociales de la población de vendedores informales de la ciudad para dar cumplimiento a la Sentencia de Consejo de Estado del 2 de Febrero de 2012; la administración distrital debe generar alternativas productivas

para la relocalización y ubicación de cerca de 21.000 vendedores informales. (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015).

Para abandonar el espacio público, el IPES ofrece a los vendedores, programas de emprendimiento, fortalecimiento de unidades productivas, capacitación, asesoría en planes de negocio y acceso a crédito subsidiado (Instituto para la Economía Social - IPES , 2015) dentro de sus estrategias para dar solución a este complejo problema, ofrece alternativas de reubicación parcial o progresiva, un acompañamiento y asesoría para que mejoren sus niveles de asociación y capacidad comercial.

Aunque en la etapa inicial se buscaron beneficios directos para cerca de 70.000 personas que ejercen ventas informales en el espacio público; una vez efectuada la reforma administrativa, a través del Acuerdo 257 de 2006, cuando el Fondo de Ventas Populares se convirtió en el Instituto para la Economía Social, la reforma exigió ampliar el alcance, constituyéndose como nueva población, la totalidad del sector informal y, operativamente, el IPES se trazó el objetivo de ofrecer alternativas de relocalización comercial a la población sujeto de atención del IPES, que ejercen actividad económica en el espacio público. (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

Por esta razón el proyecto 7081, busca que los beneficiarios, a través de grupos asociativos, accedan con criterios de focalización de la inversión, a programas de formación en actividades comerciales y/o productivas para vincularlos a las redes de aprovechamiento económico y social que ofrece el Plan Maestro de Espacio Público (PMEP) mejorando sus niveles de ingreso a través de los programas que ejecuta el IPES para su inclusión económica. (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

El componente de capacitación para los beneficiarios de la estrategia a cargo de Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA por convenios interadministrativos y contempla 214 horas de formación en temáticas de proyecto de vida (34 horas), mercadeo y ventas (80 horas), contabilidad (80 horas) y economía solidaria (20 horas). Sin embargo, pareciera que esta oferta formativa no cubre las expectativas de la población ni es acorde con sus características, aspecto que deberá ser indagado a profundidad en el curso del análisis de la estrategia.

Como parte de las estrategias del IPES, dentro del proceso de fortalecimiento de sus unidades productivas, los vendedores recibirían acompañamiento, asesoría en la formulación de su planes de negocio y podrán acceder a crédito subsidiado, a través de la Corporación Minuto de Dios y el Banco Agrario, entidades que ya han otorgado más \$1.400 millones en recursos, durante la vigencia 2014. (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015)

Una acción que busca alcanzar los proyectos de vida es el ahorro programado de los adjudicatarios de los módulos para ello en la entidad Colpatria se depositan los recursos de esta estrategia por cada adjudicatario. En la Resolución IPES – DG – 155 – 07 , Capítulo Cuarto – de los derechos, deberes y prohibiciones de los beneficiarios y acompañantes, artículo 19 “Son Deberes de los beneficiarios, acompañantes y sus suplentes, los siguientes:”, literal 23: “Realizar, a través de la Organización encargada del desarrollo productivo, el ahorro programado que facilite la consolidación y formalización de las actividades comerciales o productivas del beneficiario” y literal 24: “Cumplir oportunamente, en las fechas establecidas para tal fin, con el pago de las cuotas de destinación específica tales como: cuota de ahorro programado y aportes a los fondos de garantías y solidaridad que se establezcan”. (Contraloría de Bogotá, 2009)

En el proyecto de inversión 725, las metas de atención de beneficiarios fueron ampliamente superadas, según el IPES:

En 2014 fueron atendidas 1.551 unidades productivas de la economía popular, el 57% del total de unidades asesoradas (2.009 unidades). (...) víctimas de la violencia armada, fueron atendidas 967 personas. En la ejecución de estas acciones prevaleció el enfoque diferencial, (...) fueron atendidas personas con discapacidad, adultos mayores e indígenas. La asesoría brindada contó con acompañamiento psicosocial transversal y promoción de la asociatividad. (...) los logros alcanzados están relacionados con la asesoría a planes de negocio y la entrega de microcréditos para el emprendimiento y fortalecimiento empresarial. En ese sentido, el IPES, a través de operadores otorgó 706 créditos por un monto cercano a los 1430 millones de pesos. Finalmente, el proyecto 725 en el marco de la política de reubicación de vendedores informales vinculó, a 31 de diciembre de 2014, 6.051 beneficiarios. Esto equivale a un cumplimiento del 115.3% de la meta de la vigencia y un avance en el cuatrienio del 76%, equivalente a 15.978 vendedores beneficiados. (...) reubicar vendedores en las diferentes alternativas comerciales: puntos comerciales, quioscos, mecató social, puntos de encuentro, ferias temporales y zonas de transición, entre otras. (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015)

Es claro que el énfasis de estas intervenciones ha sido el aprovechamiento económico del espacio público, mediante la vinculación organizada, regulada y controlada de los vendedores ambulantes a los espacios de aprovechamiento del espacio público y el fortalecimiento del capital social (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013). Reiterativamente, el actual director del IPES, Camilo Gómez Castro afirma que “El gobierno de la Bogotá Humana, busca regular el aprovechamiento del espacio público y contribuir a la sostenibilidad económica de los vendedores informales, preservando su independencia” (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015). Esto como parte del propósito de garantizar la armonización de los derechos del ciudadano y del peatón, prevenir problemáticas de invasión del espacio público, y garantizar el derecho al trabajo de los ciudadanos vendedores.

1.5. Los quioscos

El interés del presente documento recae específicamente sobre la alternativa de quioscos, cuyo servicio como parte del mobiliario urbano, es posibilitar la oferta de servicios comerciales, la oferta de servicios de venta de productos y de conveniencia al paso. Esto hace referencia a productos de satisfacción inmediata de necesidades, como golosinas, gafas, sombrillas, prensa, diarios oficiales, revistas, libros y Cd's originales. Servicios relacionados con los medios de

comunicación y dotación de los mismos, como la venta de tarjetas prepago, recargas para telefonía celular, servicios publicitarios y promocionales comerciales o estatales sin ánimo de lucro. (González , 2014)

Los módulos, de acuerdo con el decreto 603 de 2007, que determinó la estructura y diseño del módulo de servicio al ciudadano REDEP, tienen unas especificaciones técnicas que se encuentran contenidas en las fichas de la *Cartilla Mobiliario Urbano M -141 “Módulo de servicio al ciudadano REDEP”* (Secretaría Distrital de Planeación, 2007). Estos son requerimientos de fabricación y ubicación adecuadas a las necesidades del espacio público, principalmente (Ver Anexos). Los andenes en donde se instalan deben tener un ancho de más de cinco metros para que no interfieran con el espacio peatonal, deben ubicarse sobre ejes comerciales, teniendo prioridad ante los árboles, evitando alterar la visibilidad de las fachadas de comercio y con una distancia mínima de 15 metros de los Paraderos M-10. (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

El diseño estuvo a cargo de la Secretaría de Planeación Distrital y dentro de las especificaciones técnicas se consideraron materiales de larga durabilidad como el acero inoxidable que compone las cuatro columnas principales que se abren en el momento del funcionamiento y se cierran cuando el elemento está en desuso, dos tapas (inferior y superior) que sirven para las cuatro columnas y de pivote para las hojas móviles, por último, una cubierta elíptica (arriba) que cumple con la función de protección y resguardo. (Secretaría Distrital de Planeación, 2007)

Se esperaba que al ser un punto fijamente establecido y contemplado en la planeación del orden público, tuviese cercanía de canecas para el manejo de los desechos generados, aun así, esto no se cumple para todos los quioscos. Otro de los objetivos esperados era tener un espacio

diseñado para la exhibición y el almacenamiento de los productos, mantenerlos protegidos y en buen estado para el consumo, lo que beneficiaría directamente al consumidor, respecto al usuario (vendedor), cumpliría con funciones de protección y resguardo, respondiendo a la conformación del mobiliario general de la ciudad. (Val, 2012)

Con su implementación, se ha encontrado que estos módulos no cubren todos los intereses de ventas de los vendedores, sus necesidades de resguardo del clima, ni alcanzan a cabalidad los objetivos inicialmente propuestos, sin embargo, y pese a que múltiples estudios y evaluaciones, han señalado aspectos de mejora, pareciera ser que se ha hecho poco para remediarlo, desde 2009 los informes de la Contraloría de Bogotá, señalan varios aspectos que requieren revisión y atención, sin embargo, en el rastreo de la información no se han encontrado respuestas o soluciones específicas al respecto.

Por tanto, y a la luz de ellos, sería pertinente analizar para la localidad de Chapinero, aspectos constitutivos de la estrategia, como: la presencia o ausencia de los vendedores *free rider*²; posibles deficiencias en el diseño de los módulos; funcionamiento del mecanismo de ahorro programado como recurso para el proyecto productivo; existencia y funcionamiento de la red de distribución de mercancías y su centro de acopio; acceso de la población objeto a los emprendimientos a través del Fondo Emprender y a programas de crédito gestionados por la Secretaria de Desarrollo Económico – Banca Capital Bancoldex.

Este álgido fenómeno y sus respuestas de intervención han sido también objeto de control político en los debates del Concejo de la ciudad; en la administración de Lucho Garzón, los concejales afirmaban que existía un alto número de quioscos cerrados que no cumplían con su objetivo y en su entorno existen vendedores informales haciendo uso del espacio público, porque

² En la acepción que señala el documento técnico de soporte del PMEP, en cuya tipología de *free riders* incluye a “vendedores ambulantes y estacionarios de bienes de consumo masivo”. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2005, pág. 43)

la forma como se entregaron los quioscos no ha sido adecuada y porque falta autoridad para recuperar el espacio público. (Concejo de Bogotá. Comisión Segunda Permanente de Gobierno, 2012)

En uno de estos debates, representantes del IPES, resaltan logros como beneficiar 9.570 usuarios por los programas de la entidad, con proyectos productivos, capacitación y asesoría, resocialización (sic) de vendedores informales, 24.850 personas beneficiadas, 2.587 vendedores han sido reubicados, 18.412 han sido beneficiados por las ferias institucionales, se han beneficiado 3.800 personas con alternativas comerciales de espacio público como los quioscos, con un promedio mensual de ventas de \$1.800.000; se han formado 4.751 jóvenes desempleados en competencias laborales a través del SENA, 9.621 han sido formadas para el empleo y 7.094 microempresarios y emprendedores para créditos y 949 fortalecidos a través de eventos comerciales, el IPES administra 3.649 bodegas activas. (Concejo de Bogotá. Comisión Segunda Permanente de Gobierno, 2012)

En contraste, el Concejo afirma que para 2012, la ocupación fue de 154 quioscos en Santa fe y Candelaria, 85 % asignado y 15% por asignar, con 16 puntos en proceso de recuperación, en Chapinero y Antonio Nariño 93% de los quioscos estaban asignados y 7% por asignar. Por su parte el IPES afirma, que para 2012, la entidad realizó en los quioscos una encuesta, y se encontró que “el 48% tiene ventas entre \$750.000 y \$1.500.000, lo que significa un mejoramiento de sus ingresos. El 24 % tiene ventas inferiores a \$750.000 y el 16% vende entre \$1.500.000 y \$2.500.000; el 4% vende entre \$2.500.000 y \$5.000.000 al mes y el 4% tiene ventas superiores al \$5.000.000 de pesos. (Concejo de Bogotá. Comisión Segunda Permanente de Gobierno, 2012)

De igual forma, el IPES aclara, que el sistema de quioscos y puntos de venta organizados consiste en que los vendedores informales ahorren programadamente durante dos años con el fin de que realicen un proyecto de emprendimiento que les permita formalizarse y dejen el quiosco, con el fin de habilitar este quiosco para otro vendedor informal, de tal forma que a 2008 se han comprado 308 quioscos, no se encuentra claridad sobre los costos de adquisición. (Concejo de Bogotá. Comisión Segunda Permanente de Gobierno, 2012). Para ese mismo año, según el informe de auditoría de la Contraloría, se encontraban instalados en total en la ciudad, 308 puntos de venta, su nivel de ocupación al término de la vigencia 2008 fue de 211, es decir, el 68.51% de los 308 puntos de venta instalados (Contraloría de Bogotá, 2009)

Este tipo de información de cobertura de la REDEP parece ser una constante que se ha mantenido desde que se puso en marcha. De acuerdo con los reportes emitidos por el IPES sobre su gestión respecto a la asignación de los quioscos durante el año 2013, se realizaron cuatro (04) sorteos; el 30 de abril, el 23 de septiembre, el 27 de septiembre y el 30 de Octubre de 2013, sin embargo no se dispone de datos exactos acerca de la cantidad de beneficiados ni de las acciones de seguimiento (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013). Estas cifras, sin embargo, dan cuenta de una cobertura que pareciera carecer de seguimiento y verificación de los efectos sociales y económicos reales para los beneficiarios que han participado en cada uno de los programas.

Las cifras y respuestas más recientes con las que se cuenta y que han sido emitidas por el IPES, señalan: a diciembre 31 de 2014 de un total de 608 módulos se encuentran activos 436, equivalente a una ocupación del 71.71%. Existen 77 módulos por recuperar, 28 están disponibles para sorteo y 21 se asignaron en septiembre mediante sorteo. De los 21 módulos sorteados, la situación es la siguiente: se han entregado 14, cuatro (4) se encuentran en

mantenimiento para ser entregados y tres (3) beneficiarios no han completado la documentación solicitada para la elaboración del contrato. (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015, pág. 15). Según el informe de gestión del año 2014, fueron más de 200 vendedores los beneficiados con las estrategias del IPES, entre ellos, víctimas del conflicto armado, indígenas, afro-descendientes, miembros de la comunidad LGBTI, personas con discapacidad y adultos mayores. Así mismo, señala la entidad que durante la vigencia, más de 6 mil vendedores informales se han vinculado a las diversas alternativas económicas que ofrece el IPES, logrando su inserción en el mercado productivo de la ciudad (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015)

De acuerdo con el cumplimiento de metas para la vigencia 2014, el IPES informa: “La tercera meta: vincular 21.000 vendedores informales a procesos productivos de la economía popular”, entre 2012 y 2014 se han vinculado 15.978 personas en diferentes acciones, sin embargo, se carece de información que dé cuenta de seguimiento o efectos a largo plazo. En lo corrido del año a 31 de diciembre de 2014 se vincularon 6.051 beneficiarios, lo que equivale a un cumplimiento del 115.3% de la meta de la vigencia y un avance en el cuatrienio del 76%, equivalente a 15.978 vendedores beneficiados”.

Con actividades como ubicar 1.983 vendedores informales en puntos comerciales, 462 vendedores en Quioscos (REDEP), 38 vendedores en Puntos de Encuentro, 77 vendedores en Mecato Social; realizar ferias temporales con 3.013 vendedores beneficiados; gestionar las zonas de transición con 456 vendedores informales beneficiados y gestionar espacios análogos y conexos con 22 vendedores beneficiados. (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015)

En palabras del IPES, se observa, que el nivel de ocupación ha bajado debido a que algunos beneficiarios han devuelto la alternativa o han abandonado el proyecto; respecto a los módulos mal ubicados se tiene programado reubicarlos en puntos de mayor afluencia de

ciudadanos, con el nuevo contrato de mantenimiento. Manifiestan que el proceso de recuperación de módulos se ha trabajado desde el mes de octubre en coordinación con el área jurídica.

Así mismo, los 28 módulos disponibles, fueron sorteados el 13 de febrero del 2015, aún no se cuenta con cifras oficiales que informen acerca de este sorteo y el porcentaje de ocupación de los mismos. En la localidad de Chapinero, hasta la vigencia 2013, había 240 quioscos ubicados, 180 de ellos activos, es decir, 360 vendedores ubicados en ellos teniendo en cuenta que cada quiosco cuenta con dos puntos de servicio. Para esta misma vigencia se encontraban 60 quioscos cerrados en la localidad, bien sea porque los administraba otra entidad, porque se estaban recuperando o por una ubicación inadecuada. (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015)

Por otra parte, en declaraciones hechas a El Tiempo (2014), Camilo Gómez, director de redes del IPES, afirmó que tenían planeado poner en funcionamiento 750 quioscos con un nuevo diseño, que sería revelado en septiembre de 2014, que contarían con internet, un sistema de reciclaje de agua y una cámara con visión periférica, sin embargo, durante la indagación y seguimiento a esta información no se encontró evidencia que corroborara si se presentó o no el nuevo diseño; por tanto una de las tareas de este análisis, también será verificar la evidencia sobre el funcionamiento de estos nuevos quioscos.

Cómo fueron difundidos en sus inicios, los quioscos, surgen como una de las alternativas de relocalización comercial para los vendedores informales que se ubicaban en las calles, actividad que se considera interrumpe el tránsito peatonal. Se presentan como una solución para facilitar la movilidad, minimizar el desorden, la obstrucción del paso de peatones y proporcionar espacios más agradables y tranquilos en la ciudad. (Val, 2012).

Los quioscos, tenían la pretensión de garantizar el uso sostenible y productivo del espacio público físico, como una vía de construcción de una ciudad sin indiferencia que planteaba varios

componentes de intervención. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007). El IPES asume los gastos de operación como el costo del mantenimiento, el pago de la vigilancia privada y pago de los servicios públicos; los beneficiarios asumen una cuota de arrendamiento de carácter simbólico, por su bajo costo, se especula un valor que oscila entre 10 y 12 mil pesos mensuales, sin embargo, no se cuenta con información oficial que los corrobore.

El manejo administrativo por parte de la alcaldía se realiza gracias a esa renta que los vendedores pagan de los quioscos, sin embargo algunos vendedores manifiestan inconformidad con el monto cobrado, otros se ajustan a él, porque manifiestan que cuentan con condiciones de trabajo y una solución en cuanto a ubicación y distribución, lo que les garantiza un volumen de ventas y estabilidad económica. En lo referente a lo productivo se esperaba que este elemento constituyera una respuesta para mejorar la rentabilidad y el desempeño de los vendedores informales, proporcionándoles un espacio determinado y fijo para realizar la actividad y con el área requerida para que lo haga de una manera confortable y así pueda tener contacto directo con el cliente de una manera más atenta. (Val, 2012)

1.6. Criterios para la focalización de la población beneficiaria. Evidencia de la ausencia de un componente social en la estrategia REDEP.

Para la asignación de los quioscos, se realizan sorteos con el acompañamiento de los entes de vigilancia y control como Alcaldías Locales, Comité Local de Vendedores Ambulantes y quienes sean invitados por el IPES. Vendedores informales que cuenten con Registro Individual de Vendedor Informal (RIVI) de la base de datos del instituto para la economía social, y que cumplan los requisitos establecidos por las resoluciones IPES 068, 125 de 2007 y las 33 y 34 de 2009, podrán participar. (Val, 2012).

El IPES, dentro de sus políticas, define el proceso de ingreso de los vendedores informales a los quioscos REDEP, definiendo la focalización como una estrategia de la política pública, que fue aprobada en la Mesa Interinstitucional de Espacio Público en 2007. Establece diez (10) criterios de entrada a la estrategia, siete (7) criterios de priorización, diez (10) criterios para la asignación de quioscos, siete (7) criterios de permanencia o reglamentaciones y ocho (8) criterios para la salida de la estrategia; que se pueden ver en la siguiente tabla resumen:

CRITERIOS DE ENTRADA	CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN	CRITERIOS PARA ASIGNACIÓN DE QUIOSCO	CRITERIOS DE PERMANENCIA	CRITERIOS DE SALIDA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser vendedor informal registrado en la localidad en la cual se ofrece el programa REDEP (excepto para los aspirantes a los quioscos ubicados en los Puntos de Encuentro). 2. Ser ciudadano(a) colombiano(a) en ejercicio, que tenga capacidad legal para obligarse, de acuerdo con lo señalado en el artículo 1502 del Código Civil o residente extranjero con permiso para trabajar. 3. Ser propietario de máximo un inmueble que en parte o todo este destinado a vivienda familiar. 4. No contar con ningún tipo de pensión reconocida ni disfrutar de sueldo de retiro de las fuerzas militares o de policía. 5. No percibir ningún tipo de renta derivada de arrendamientos, rentista de capital o cualquier otra fuente de recursos económicos. Se incluye una sola persona por núcleo familiar. 6. Saber leer, escribir y tener manejo de las cuatro operaciones matemáticas básicas (suma, resta, multiplicación y división). 7. No estar disfrutando de otra alternativa comercial de generación de ingresos ofrecida por el IPES. 8. No haber sido excluido administrativamente o judicialmente de otro de los servicios que presta el IPES. 9. No ser deudor del IPES en otra alternativa comercial o servicio, en el cual se deba pagar derecho de uso. 10. No estar inhabilitado para contratar con el Estado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser víctima del conflicto armado, registrada en el Sistema de Información de Población Desplazada – SIPOD o en el Registro Único de Víctimas – RUV. 2. Pertenecer a alguna minoría étnica. 3. Pertenecer a la población LGBTI. 4. Ser persona con discapacidad funcional (certificada por autoridad médica competente). 5. Tener personas menores de edad a cargo. 6. Tener personas mayores de 60 años a cargo. 7. Tener personas con discapacidad a cargo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser jefe del hogar con nivel educativo inferior a quinto de primaria. 2. Residir en el Distrito Capital. 3. Residir en vivienda estrato 1 o 2. 3. Vivir en arriendo. 4. Haber asistido a la charla informativa del proyecto REDEP. 5. Validación de la información socioeconómica a través de visita domiciliaria. 6. Contar con los recursos económicos para poder surtir el módulo. 7. Adulto mayor con discapacidad funcional (certificada por autoridad médica competente). 8. Tener personas menores de edad a cargo. 9. Persona con discapacidad con personas mayores de 60 años a cargo. 10. Mayor tiempo en solicitud del servicio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La atención del punto de venta debe ser continua dentro de los horarios establecidos de manera diferenciada, según demanda de mercado. 2. El vendedor deberá garantizar que la atención del punto de venta la realice él o su acompañante registrado. 3. La actividad comercial y exhibición de productos deberá adelantarse únicamente dentro del mobiliario. 4. Se prohíbe la cesión o subarriendo. 5. Se prohíbe la instalación de publicidad. 6. Se prohíbe la afectación de las conexiones de servicios públicos de que goce el punto de venta. 7. Prohibir la adquisición y/o comercialización de mercancías a través de mecanismos ajenos a REDEP (sanciones agravadas para productos ilegales o no autorizados). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Por muerte del beneficiario o por incapacidad de atender el módulo comercial en las condiciones establecidas en el reglamento de funcionamiento del programa. 2. Por solicitud directa del beneficiario. 3. Por faltas graves establecida en el reglamento de funcionamiento del servicio. 4. Por abandono no justificado por más de diez (10) días calendario del módulo. 5. Por haber sido incluido en el régimen de inhabilidades. 6. Sobrevinientes para contratar con el Estado mediante sentencia judicial. 7. Por haber adquirido el derecho de pensión de vejez o sobrevivencia. 8. Por incumplimiento del reglamento intemo.

Tabla 1. Criterios de Focalización de la población para la estrategia. Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta que la estrategia ha sido pensada desde la perspectiva de recuperación y preservación del espacio público se comprende el enfoque normativo y coercitivo, sin embargo, a lo largo de los años de su funcionamiento es difícil entender cómo se ha omitido el componente social, es decir, la voz, experiencia, necesidades e intereses de los actores centrales de la problemática, y se han dejado pasar de largo lecciones aprendidas para su mejoramiento; es posible que ello se deba a la falta de claridad en su sistema de evaluación y seguimiento, aspecto que se abordará a continuación.

Como se aprecia en la Tabla 1., los criterios de entrada a la estrategia son amplios y específicos respecto a normatividad y exigencias formales, sin embargo, no hay presencia de criterios que contemplen enfoques desde lo social, incluso algunos de los criterios podrían generar un impacto contrario. La focalización es una de las evidencias de la no consideración de un componente social dentro de la estrategia quioscos REDEP.

El criterio 6, hace referencia al dominio de lecto-escritura y manejo de operaciones matemáticas básicas, si bien el objetivo de la estrategia no se centra en formar o nivelar en conocimientos fundamentales, es cierto que una persona con analfabetismo tiene menores posibilidades de proyección laboral o de emprendimiento rentable, por tanto debería ser un sujeto que reciba mayor atención y acompañamiento. De acuerdo con el documento de diagnóstico para la equidad, la escolaridad es una variable que influye considerablemente en la perpetuación generacional de la pobreza y el acceso a oportunidades

“...En promedio le va mucho mejor a las personas con padre o madre con niveles relativamente altos de escolaridad. Sin duda la escolaridad alcanzada (...) está asociada con (...) el nivel de gasto o ingreso per cápita del hogar en que nació y creció cada persona, el tipo de estímulo al que estuvo expuesta a través de la relación con sus padres y las oportunidades que estos pudieron darle.... (Departamento Nacional de Planeación - DNP, 2011, págs. 19, 20) Los (...) índices parciales de desigualdad de oportunidades para los casos del ingreso, el gasto y el ingreso laboral (...) la importancia relativa de la educación máxima de madre o padre como factor de

desigualdad, que en todos los casos supera la del área de nacimiento (rural o urbana).”

(Departamento Nacional de Planeación - DNP, 2011, pág. 26)

Por otra parte, los criterios de priorización atienden a enfoques de vulnerabilidad, riesgo y grupos minoritarios, sin embargo, es importante considerar y ponderar todas las posibles variables sociales que influyan en el éxito de la estrategia y el beneficio de la población objetivo.

Sobre los criterios de permanencia, que han sido orientados más como reglamentaciones, se puede generar también un enfoque con perspectiva social, en el que no solamente se describan prohibiciones, sino que se presenten oportunidades de retroalimentación de la efectividad de la estrategia. En este sentido, este eslabón de la estrategia estaría directamente ligado con un sistema de seguimiento y evaluación. De la manera en cómo está planteado, solamente se contemplan acciones de compromiso y cumplimiento por parte del beneficiario, sin contemplar la efectividad de los beneficios recibidos por parte de la población de vendedores.

Respecto a los criterios para la salida de la estrategia, también se nota un predominio de enfoque normativo y restrictivo, más que acciones que denoten la superación de condiciones de vulnerabilidad. Por tanto, es pertinente establecer los criterios necesarios y los suficientes para la salida, describiendo con claridad los logros que deben ser alcanzados por los beneficiarios, que pueden estar relacionados con variables como habitabilidad, salud, nutrición y educación.

En ese orden de ideas, se propone desde los enfoques de análisis para la intervención social, la inclusión de variables como el género, teniendo en cuenta los datos de caracterización de quienes participan en mayor proporción de la actividad de ventas ambulantes, así como desde el ciclo de vida ampliar la perspectiva desde la juventud, la

adulthood and the elderly. It is also recommended to take into account the behavior of street vendors at the municipal and local levels; the different characteristics and possibilities from the conditions of physical and cognitive disability. It is also relevant to consider and characterize the participation of different ethnic groups, cross-referencing and including with other variables of vulnerability and risk, as shown in Table 2.

	Sujeto de intervención / beneficiario			Género		Ciclo de vida					Contexto			Escala		Discapacidad				Grupo Étnicos					Vulnerabilidad y riesgo													
	Individuo	Familia	Grupo	Hombre	Mujer	1a Infancia	Infancia	Adolescencia	Juventud	Adultez	Adulto Mayor	Rural	Urbano	Local	Municipio	Localidad	Barrio	Visual	Motora	Auditiva	Cognitiva	Rrom Gitanos	Indígenas	Afrodescendientes	Raizales	Palenqueros	Campesinos	Desplazados	Reinsertados	Jefe de hogar	Pobreza	Pobreza extrema	Geográfica	Enfoque de género	SISBEN	Estrato		
Criterios incluidos en la estrategia Quioscos REDEP			X	X	X					X	X		X																								X	X
Criterios que deberían ser considerados en la estrategia de quioscos REDEP	X	X	X	X				X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X

Tabla 2. Enfoques de análisis para la intervención social, sujeto de intervención.

1.7. Sistema de Evaluación y Seguimiento (SSE) de la alternativa quioscos REDEP

Si bien, se ha hecho el rastreo y búsqueda sobre la estructuración del SSE para la estrategia, no se han encontrado hasta el momento datos concretos, sino una visión general del objetivo de un SSE y los componentes sugeridos para su estructuración dentro de la estrategia. La dificultad de acceso o debilidad en la estructuración del SSE como herramienta que permite valorar la eficacia y eficiencia de las acciones puestas en práctica, es otra de las razones por las que este análisis generaría un valioso aporte a la problemática.

De acuerdo con los lineamientos emitidos por la Alcaldía Mayor de Bogotá, el IPES, PNUD y PNU Hábitat (2007), el SSE de la estrategia debe incluir las siguientes acciones:

1. Revisar, evaluar, conceptuar y estructurar la línea de base de los beneficiarios del programa REDEP.
2. Diseñar y desarrollar el modelo funcional del sistema de información y control de calidad de REDEP.
3. Definir y estructurar un sistema de indicadores de gestión, calidad e información.
4. Diseñar e implementar el sistema de gestión de calidad de REDEP
5. Diseño e implementación de la evaluación de impacto económica y social del programa de la REDEP. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007)

En este orden de ideas, se requiere contar también con información de lo ejecutado en la vigencia 2014 respecto a lo planteado como retos en el informe de gestión de 2013. De acuerdo con el informe emitido por el IPES en 2013, los retos planteados para el año 2014 se pueden resumir en:

- Lograr una ocupación para el año 2014: Quioscos 80%, Puntos de Encuentro 100%.
- Campaña publicitaria para el relanzamiento del Programa y los formatos comerciales de la REDEP.
- Formulación de planes de negocio en Quioscos y Puntos de Encuentro, para convertir a los beneficiarios en emprendedores de la economía popular, con sus propias unidades productivas, y de esta forma, se cumple con el objeto del Programa y se da posibilidad a nuevas personas para ingresar al mismo, a través de las unidades productivas disponibles.
- Fortalecer la aplicación de los criterios de ingreso, asignación, permanencia y salida de cada uno de los formatos comerciales de la REDEP, estipulados mediante Circular 083 de 2013.
- Realizar el acompañamiento y seguimiento a las unidades productivas, haciendo una visita de mínimo una vez cada semana, tarea que será realizada por los equipos territoriales conformados para el 2014 como los equipos misionales del IPES.
- Ampliar la cobertura de servicios en los formatos de la REDEP, a través de la implementación de estrategias comerciales que permitan incrementar el volumen de ventas. (Venta Tu Llave, recargas, pago de recibos públicos, giros nacionales, corresponsal bancario). (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

Sobre este tema, la Contraloría, en su informe de auditoría del periodo 2014, publicado en marzo de 2015, alerta sobre varios aspectos que afectan el diseño, ejecución y seguimiento de la estrategia. Señala que respecto al control de resultados de los planes, programas y proyectos, específicamente en la formulación del proyecto 725 *“Desarrollo de iniciativas productivas para el fortalecimiento de la economía popular”* con origen en el Plan Distrital de Desarrollo 2012- 2016 *“Bogotá Humana”*, plantea su objetivo general y su

inclusión en el eje estratégico de reducción de la segregación y la discriminación. Fundamentación que sirve de base para el proyecto “*Desarrollo de iniciativas para el fortalecimiento de la economía popular*”, liderado por la SDE y ejecutado por el IPES, cuyo propósito:

“busca desarrollar alternativas económicas y comerciales, de emprendimiento y fortalecimiento de unidades productivas, que permitan el aumento sostenible de los ingresos de la población económicamente vulnerable, mitigando los efectos de la informalidad de los trabajadores y las unidades productivas, para mejorar sus condiciones y calidad de vida buscando con ello, garantizar y asegurar su sostenibilidad y mayor productividad en el ejercicio del derecho al trabajo, en condiciones de equidad y dignidad”. (Contraloría de Bogotá, 2015, pág. 46)

En dicho informe la Contraloría alerta que en el documento de formulación del proyecto, se asignan propósitos y objetivos sin que se haya realizado un diagnóstico ni una identificación del problema fundamental a intervenir, lo que deriva en carencias técnicas y metodológicas que claramente afectan los resultados e impacto de cualquier intervención. Así mismo señala que, en la sección que debía estar dedicada a la identificación de la problemática, presenta visiones teóricas sobre economía popular y solidaria, omitiendo también, análisis sobre condiciones de informalidad y pobreza, aspectos fundamentales para comprender la configuración de este fenómeno multicausado y que de manera tajante influirán en las decisiones sobre la manera de abordar la problemática y por ende en los resultados de esta intervención.

En esta misma línea, el informe señala tres de las problemáticas mencionadas en el Proyecto 725: en primer lugar, las deficientes capacidades y competencias laborales (resultados percibidos a través del desempleo, subempleo, inestabilidad laboral y dificultad de acceder al mercado laboral). En segundo lugar, los bajos niveles de escolaridad, asociados con dificultades para obtener empleo y/o mantenerse dentro de una actividad productiva. En tercer lugar, la precariedad de estas poblaciones, consecuencia de estas

problemáticas. Señala la Contraloría, *“las dos primeras problemáticas son de carácter educativo lo que significa que la solución se debe enfocar por formación académica, el adiestramiento técnico, la formación y capacitación administrativa (...) La tercera problemática planteada en realidad no lo es, porque se trata de una consecuencia de las dos anteriores”*. (Contraloría de Bogotá, 2015, pág. 47)

Lo anterior indica que los resultados y debates que se han tenido durante el tiempo de ejecución de la estrategia, pueden ser menos que alentadores. Sumado a ello, se identifica también que respecto a la producción y comercialización de los productos, se carece de estudios técnicos y de mercado que caractericen la problemática, se ignora el tipo de productos generados por el sector informal, no se identifica ni analiza los precios, cualidades técnicas y calidades del producto; aspectos fundamentales a comprender y abordar para brindar acceso a los vendedores informales a competir en el mercado formal. Como lo señala el informe, *“al carecer de estos estudios el documento de formulación del proyecto 725 carece del nivel técnico adecuado para apropiar e invertir los recursos públicos”*. (Contraloría de Bogotá, 2015, pág. 48) De nuevo y de manera consistente a lo señalado en informes precedentes y desde 2009, la Contraloría señala que: *“...se establece que el IPES no aporta elementos nuevos que permitan desvirtuar la observación. Por lo tanto, se debe formular el plan de mejoramiento que elabore la entidad con el objeto de subsanar el anterior hallazgo”*. (Contraloría de Bogotá, 2015, pág. 57)

1.8. Abordaje interinstitucional: las entidades distritales y la REDEP

Para el funcionamiento de las estrategias de REDEP se cuenta con el apoyo institucional en el marco de convenios interadministrativos y gestiones administrativas compartidas entre diversas entidades del distrito. La primera de ellas, es el Instituto para la Economía Social (IPES) que surge como producto de la transformación del Fondo de Ventas Populares (FVP), ordenada por el Acuerdo 257 de diciembre de 2006, empezando a funcionar a partir de 2007; cuya función es identificar, seleccionar y asignar los módulos de ventas a los vendedores ambulantes y realizar el proceso licitatorio para operar la red en asocio con el sector privado. (IPES, 2015).

La Secretaría de Planeación Distrital, a través del Taller del Espacio Público como encargada del diseño de los módulos de venta. El Departamento Administrativo de Defensoría del Espacio Público (DADEP), entidad encargada de la contratación para la construcción e instalación de los módulos. El Instituto de Desarrollo Urbano (IDU) entidad que tuvo a su cargo la construcción de 154 quioscos en la segunda fase.

Como parte de las estrategias del IPES, dentro del proceso de fortalecimiento de sus unidades productivas, los vendedores reciben acompañamiento, asesoría en las formulación de su planes de negocio y podrán acceder a crédito subsidiado, a través de la Corporación Minuto de Dios y el Banco Agrario, entidades que ya han otorgado más \$1.400 millones en recursos, durante la vigencia 2014. (Instituto para la Economía Social - IPES, 2015)

Para tal fin, el Distrito en 2013 firmó convenios con la Corporación Minuto de Dios, el Banco Agrario y la Cooperativa Financiera Confiar. Todos sumaron \$38.240 millones, de los cuales el Distrito puso \$30.400 millones. (El Espectador, 2015). Otros convenios

interadministrativos mediante los cuales fueron entregadas las unidades productivas para su administración a esta entidad son:

DADEP- IPES No 005 del 29/10/2007, fase I, localidades de Santa Fe y Candelaria; IDU- IPES No 017 del 4/12/2008, fase II, localidades de Chapinero y Antonio Nariño; Puntos de Encuentro: convenio IDU- IPES No 015 del 26 de junio del 2007. En el Distrito Capital actualmente, se encuentran ubicados 304 quioscos, los cuales se traducen en 608 unidades productivas, en las localidades de Santa Fe, Candelaria, Antonio Nariño y Chapinero. Igualmente se instalaron 66 módulos de venta en los Puntos de Encuentro que son: Aguas (Localidad Santafé), Alcalá (Localidad Usaqué), Mundo Aventura y Tintal (Localidad Kennedy). (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

Convenio con el IDU para la reubicación de los Módulos de Venta de los Puntos de Encuentro. Con el acompañamiento de la Subdirección Jurídica y Contratación, se realizará el proceso de renovación de los Contratos de Uso y Aprovechamiento Económico del Mobiliario Urbano, los cuales se encuentran vencidos (siendo este el único hallazgo de la Contraloría de Bogotá pendiente por cerrar). (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013)

Cabe anotar, que se evidencia una desarticulación entre el IPES y las alcaldías locales, desde la misma actualización de las cifras y censos de vendedores ambulantes en la herramienta HEMI, así como una *“posible falta de articulación y focalización de las actuaciones administrativas y de los recursos dirigidos a atender las problemáticas de invasión de los espacios públicos de la ciudad”*. (Bogotá Cómo Vamos , 2015, pág. 208)

2. Marco Normativo

Entre las primeras disposiciones normativas halladas que hacen referencia a los vendedores ambulantes, se encuentra el Acuerdo 37 de agosto 26 de 1932, “*por el cual se dictan varias medidas sobre el gremio de vendedores ambulantes y sobre ciertos expendios de mercancía*” documento en el que se aporta un carácter definitorio de lo implicaba ser vendedor ambulante, la división de estos en cuatro categorías; la primera de ellas, consistía en vendedores que ofrecen en las calles o casa de la ciudad, artículos hechos; la segunda, eran corredores de comercio y agentes viajeros que llevan consigo un muestrario; la tercera categoría, vendedores de variedades fabricadas por ellos mismos y la cuarta, vendedores de café y comestibles. Así mismo este acuerdo, exigía la expedición de un certificado de sanidad de la Dirección Municipal de Higiene. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008). Es notorio cómo en esta época se reconocía que existían diferentes productos que se comercializaban en las calles, aspecto que parece haber sido pasado por alto en intervenciones contemporáneas como la estrategia de quioscos.

En este recorrido normativo, es llamativa la forma en que se considera al fenómeno de las ventas ambulantes, si bien se reconocen algunos aspectos estructurales y consecuencias sociales, desde el lenguaje, se presenta como un problema que afecta la estética y la movilidad de la ciudad, invisibilizando el correlato social e influyendo fuertemente en las políticas y estrategias de intervención ejecutadas históricamente.

“A mediados de la veinteava centuria las migraciones desde las zonas rurales hacia la ciudad y el proceso de industrialización y modernización urbana redundaron en un crecimiento demográfico notable y acelerado lo cual amplió las demandas en materia de servicios públicos, salud, vivienda y empleo. Esta nueva circunstancia ocasionó el aumento de la *población dedicada a las ventas ambulantes, lo que produjo problemas de circulación, seguridad y aseo en las calles de Bogotá* (énfasis añadido).” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 6)

En ese orden de ideas, el Decreto 76 de 1950 modifica el carácter definitorio de vendedor ambulante, que es quien ejecuta actos de comercio sin tener un local establecido y destinado para ello, este decreto anuló las licencias anteriores y estableció nuevos requisitos, como estar afiliados a una asociación o sindicato y comprobar ante la Secretaría de Gobierno que se encuentra en perfecto estado sanitario, certificación que se debía revalidar cada seis meses; certificados de antecedentes de conducta; ser nacional colombiano; presentar la libreta militar, documento de identidad y recibo de pago del carnet; por último y resalto el lenguaje empleado, *“prueba de ser hombres mayores de 21 años y para el caso de los lisiados podían ser mayores de 15 años; en ningún caso se expedían licencias a mujeres.”* (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 6)

Para esta época, eran los sindicatos y agremiaciones quienes aprobaban a quién se le concedía el carnet de vendedor ambulante, quien debía pagar impuestos y se le prohibía anunciar en voz alta sus artículos, estacionarse en vías y lugares que la policía señalaba, y debían usar un uniforme acorde con la agremiación a la que pertenecían. En este decretó, el artículo 27, ordenó la construcción de quioscos especiales en lugares específicos para la venta de golosinas, flores, loterías, y prensa, los quioscos eran alquilados bajo licitación a las agremiaciones, y se prohibía el comercio ambulatorio en el sector de su ubicación.

De nuevo y bajo políticas de salubridad, tránsito, circulación y aseo, el alcalde mayor Fernando Mazuera Villegas, expidió un nuevo decreto, el Decreto 573 de julio 9 de 1957 *“por el cual se dictan algunas medidas en defensa de la tranquilidad y salubridad públicas”*, en el que se prohibía la actividad de ventas ambulantes en sectores como la carrera 7, desde la calle 9 a la calle 26; el Parque Santander; la Avenida Jiménez, desde la carrera 14 hasta la carrera 4; en la carrera 8, desde la calle 9 hasta la calle 26; y en la calle 22, entre las carreras 14 y 4, exceptuando a los vendedores de prensa y lotería.

Posteriormente, el Decreto 380 de 1963 de abril 20. *”por el cual se reglamenta los permisos para fotógrafos ambulantes”* y el Decreto 227 de 1964, reglamenta y exige la obligatoriedad de la licencia de la Secretaría de Gobierno y la licencia de la Secretaría de Salud Pública Distrital. Así mismo clasificó como vendedores estacionarios a los buhoneros cacharrereros, los vendedores de fruta y mercancías en general; y ambulantes o maneros; para los vendedores de fruta, cigarrillos, revistas y periódicos determinó que debían expender sus artículos en los quioscos, mientras que los buhoneros y cacharrereros debían ubicarse en las Galerías Nariño (antiguo parqueadero de San Victorino), entregando a su vez, indicaciones de las dimensiones que podían tener sus cajas de exhibición.

El Decreto 908 de septiembre 19 de 1969 *“por la cual se reorganiza la Secretaría de Gobierno Distrital”* se le asignó las funciones de las inspecciones dependientes de la Prefectura de Control Urbanístico y perteneciente a la Secretaría de Gobierno: *“dar curso a las solicitudes sobre ventas y oficios ambulantes y hacer cumplir las normas establecidas para dichas actividades, manteniendo actualizados los registros y localización de los vendedores que funcionan en la ciudad”* (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 9)

Decreto 78 del 6 de febrero de 1970. *”por el cual se reglamentan los artículos 709 y S.S. del Código de Policía de Bogotá y se adscriben funciones”*. De nuevo se modifica el carácter definitorio y la clasificación de los vendedores ambulantes y estacionarios, así: *“Se entiende por vendedores estacionarios aquellos que para expender sus mercancías se colocan en los sitios determinados mediante Resolución por la Secretaría de Gobierno, dentro de las zonas previamente señaladas por el Departamento de Planeación, en puestos fijos como kioskos, vitrinas, carros de tracción manual y mecánica...Son vendedores ambulantes o maneros los que venden u ofrecen mercancías a las puertas de los domicilios”* (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 8) Bajo este decreto, las licencias debían llevar también firma y sello del Inspector de Policía de la zona, se prohibía la venta de comestibles en las áreas aledañas a lugares históricos, museos, iglesias, clínicas, oficinas

públicas, cementerios y otros sitios que la autoridad de policía estimara inconveniente; así mismo las autoridades de salud pública estaban autorizadas para tomar muestras, decomisar o desnaturalizar los alimentos que consideraran.

El Decreto 0677 de 1972 delegaba en las Alcaldías Menores funciones como, “vigilar y controlar las ventas ambulantes, aparcaderos, y las obras que emprenda la administración Distrital en materia de ornato y embellecimiento dentro de su respectivo territorio”, en ese mismo año se establece el Fondo de Ventas Populares, precursor del IPES.

Mediante el Acuerdo 25 de diciembre 9 de 1972 del Concejo de Bogotá, se crea el Fondo de Ventas Populares como un organismo adscrito a la Secretaría de Gobierno, con personería jurídica, autonomía patrimonial y administrativa y con derecho a adquirir bienes, se transformaría poco a poco en el ente encargado de los programas para la reubicación de los vendedores ambulantes en la ciudad. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008)

Posteriormente, la Ley 9 de 1989, en el Artículo 7 aborda y emite las primeras regulaciones sobre el aprovechamiento económico del espacio público, en el que se autoriza a los municipios crear entidades responsables para administrar, desarrollar, mantener y apoyar financieramente proyectos relacionados.

El Fondo de Ventas Populares, reglamentó la actividad de los vendedores ambulantes en centros específicos a través de las siguientes Resoluciones:

Resolución 178 de 1990 de Junta Directiva “Por la cual se expide el reglamento interno que rige las actividades comerciales en Supercentro 61 y se crea la Junta Administrativa de dicho centro comercial”.

Resolución 001 de 1993 de Junta Directiva “Por la cual se expide el reglamento interno que rige la concentración comercial Puente Venecia ubicada bajo los puentes de la Autopista Sur con Avenida 68”.

Resolución 002 de 1993 de Junta Directiva “Por la cual se expide el reglamento interno que rige a Galerías Antonio Nariño, ubicada entre calles 12 y 13 con carrera 11 y 13 de esta ciudad”.

Resolución 003 de 1993 de Junta Directiva “Por la cual se expide el reglamento interno que rige el Centro Comercial Social Restrepo, ubicado en la Calle 13 Sur N° 19-40 y 20-04 de esta ciudad”.

Resolución 004 de 1993 de Junta Directiva “Por la cual se expide el reglamento interno que rige el Centro Comercial Supercentro 61, ubicado en la Carrera 13 N° 61-05 de esta ciudad”.

Resolución 006 de 1993 de Junta Directiva “Por la cual se expide el reglamento interno que rige la Galería de las Flores, ubicado en la Avenida Caracas con Calle 26”.

Resolución 007 de 1993 de Junta Directiva “Por la cual se expide el reglamento interno que rige el Parque de las Flores, ubicado en la Avenida Caracas con Calle 68”.

El Acuerdo 6, de 30 de mayo de 1998, se adoptó el Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas para Santa Fe de Bogotá, 1998–2001 “Por la Bogotá que Queremos”. Dentro del Programa de Recuperación, Mejoramiento y Ampliación del Espacio Público, se buscó ampliar y recuperar para el peatón, los espacios invadidos por múltiples actividades, entre los que se cuenta la ubicación de casetas y vendedores informales. En 1999 se crea la Defensoría del Espacio Público, con el objetivo de “*contribuir al mejoramiento de la calidad de vida en Santa Fe de Bogotá por medio de una eficaz defensa del Espacio Público, de una óptima administración del patrimonio inmobiliario de la ciudad y de la construcción de una*

nueva cultura del Espacio Público que garantice su uso y disfrute común y estimule la participación comunitaria” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 49)

Bajo esta lógica, para ese momento el marco normativo respecto a esta problemática, el marco normativo está centrado en el espacio público, la estética y la movilidad de la ciudad. Lo que llevó a las autoridades a ejercer desalojos y decomisos de mercancía, ante ello el 19 de mayo de 1999 la Corte Constitucional, por medio de la Sentencia SU 360 y dentro de las acciones de tutela instauradas por 1.016 vendedores estacionarios y ambulantes de diversos puntos de la ciudad, se pronunció ordenando la reubicación de los vendedores:

“Pese a que, el interés general de preservar el espacio público prima sobre el interés particular de los vendedores ambulantes y estacionarios, es necesario, según la jurisprudencia, conciliar proporcional y armoniosamente los derechos y deberes en conflicto. Por consiguiente, el desalojo del espacio público está permitido constitucionalmente, siempre y cuando exista un proceso judicial o policivo que lo autorice, con el cumplimiento de las reglas del debido proceso previo al desalojo y que se dispongan políticas que garanticen que los “ocupantes no queden desamparados porque estamos en un Estado Social de Derecho...” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 62)

Para el 2001 y dentro del Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas para Bogotá, D.C., 2001 – 2004 “Bogotá para vivir todos del mismo lado” la actividad del Fondo de Ventas Populares se enmarcó en los objetivos de Cultura Ciudadana, Justicia Social y Gestión Pública Admirable; cuya misión fue: “*generar y apoyar alternativas de organización, capacitación, formalización y/o reubicación de vendedores ambulantes y estacionarios*” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 71)

Por su parte, el Artículo 80 del Código de Policía de Bogotá, 20 diciembre de 2002 ordena proteger la integridad el espacio público físico, degradación ambiental y paisajística, movilidad vehicular y peatonal, integridad y bienestar de las personas. Considerando a las ventas como ocupación indebida del espacio público.

De otro lado y en respuesta a las acciones generadas por dichas consideraciones, la Sentencia T722 de la Corte constitucional del 4 de septiembre de 2003, en respuesta a la Acción de tutela instaurada por el ciudadano Félix Arturo Palacios Arenas, un vendedor de alimentos quien reclamaba la protección de sus derechos fundamentales, fue concedida a su favor ya que se le había vulnerado el derecho a la dignidad humana, a la igualdad, al libre desarrollo de la personalidad, a la libre locomoción, a la libertad de locomoción:

“...puso en evidencia que con el propósito de defender el espacio público, se estaban violando en algunos casos derechos fundamentales como el derecho al trabajo por parte de algunas autoridades y organismos distritales. Por tal motivo y de acuerdo con la formulación del Estado Social de Derecho para el Estado Colombiano, la Corte Constitucional declaró la obligación de las autoridades “para promover por los medios que estimen conducentes la corrección de las visibles desigualdades sociales de nuestro país, para así facilitar la inclusión y participación de los débiles, marginados y vulnerables en la vida económica y social de la Nación, y estimular un mejoramiento progresivo de las condiciones materiales de existencia de los sectores más deprimidos de la sociedad –que día a día se multiplican, y de hecho conforman, actualmente, la mayoría poblacional” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 75)

El Decreto 098 de abril 12 de 2004 y de conformidad con los puntos señalados y ordenados en la Sentencia T-722, dispuso de una nueva reglamentación en relación con la preservación del espacio público y su armonización con los derechos de los vendedores informales que la ocupan.

El Decreto 215 de Julio 7 de 2005 “*por el cual se adopta el Plan Maestro de Espacio Público para Bogotá Distrito Capital, y se dictan otras disposiciones*”. En ese mismo año, la Resolución 016 del 22 de diciembre de 2005 modificó la estructura organizacional del FVP, se ratificó su objeto y funciones, asignándosele la gestión y ejecución de la política del Distrito para los vendedores informales a través de diferentes estrategias que buscaban favorecer el incremento y la mejora de competencias y la capacidad de generación de ingresos, facilitar la inclusión a la economía formal y estimular

el mejoramiento progresivo del nivel de vida de los vendedores informales de la ciudad. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008, pág. 88)

Posteriormente y mediante el Acuerdo Distrital N° 257 del 30 de noviembre de 2006, en el artículo 76, se ordenó la transformación de FVP en Instituto para la Economía Social – IPES. En ese mismo año, el Decreto 419 de 2006 Reglamenta las Zonas de Transición de aprovechamientos Autorizados (ZTAA) y el trabajo conjunto con el DADEP. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007)

El documento CONPES 3718 de 2012 que describe la Política Nacional de Espacio Público, señala en como uno de los ejes problemáticos a atender, “la ocupación del espacio público por actividades económicas formales e informales, que responde en gran medida a una falta de reglamentación y control por parte de las autoridades locales; y que las ventas informales inciden de manera negativa en aspectos tales como el medio ambiente por producción y mala disposición de residuos sólidos, el aseo, la seguridad, la imagen comercial y las condiciones físicas de los elementos constitutivos” (Departamento Nacional de Planeación, 2012, pág. 16)

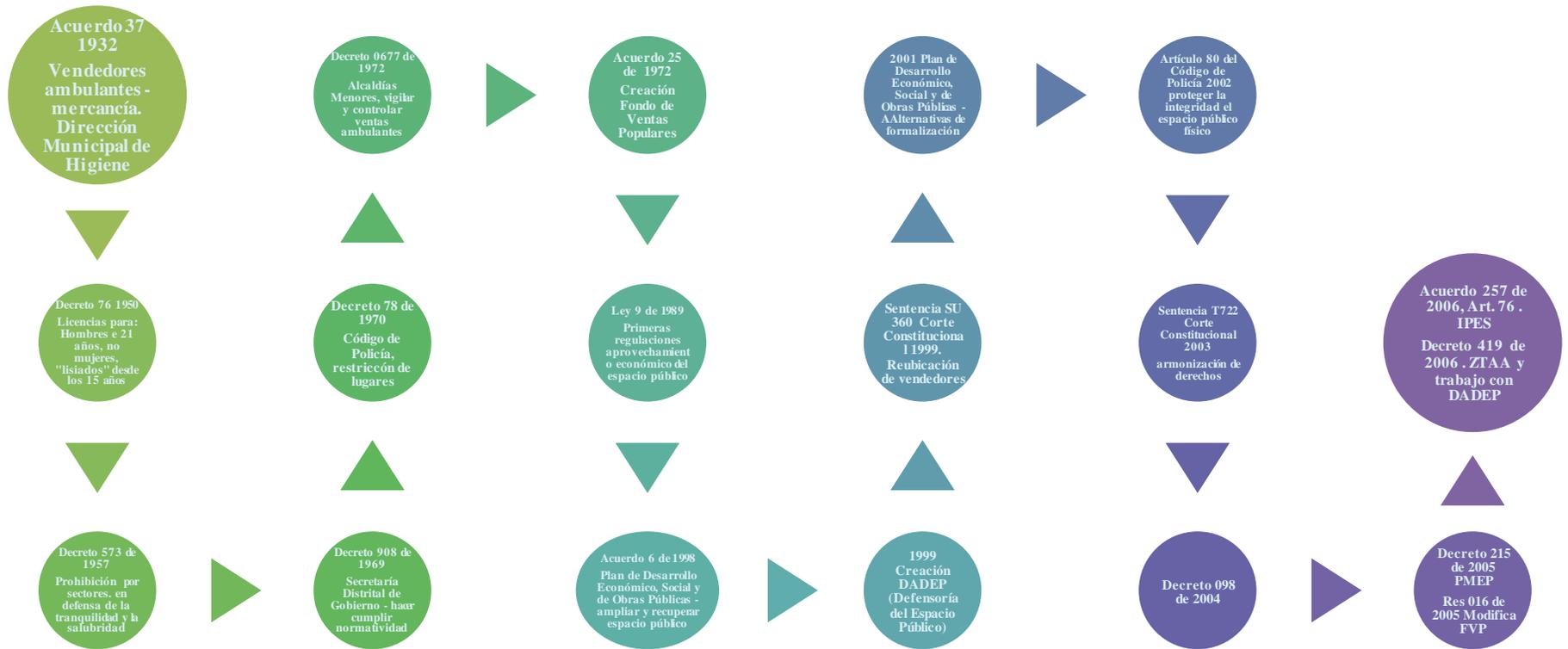
Determinando los lineamientos para la generación de herramientas administrativas, reguladoras y de seguimiento de las acciones relacionadas con la producción, recuperación y aprovechamiento del espacio público en el territorio nacional, establece las estrategias, planes de acción sectoriales y fuentes de financiación requeridas para atender al objetivo de disminuir el déficit cuantitativo y cualitativo de espacio público en los los municipios y distritos, “con énfasis en las zonas donde localiza la población más pobre, a través de la participación público-privada”. (Departamento Nacional de Planeación, 2012, pág. 18)

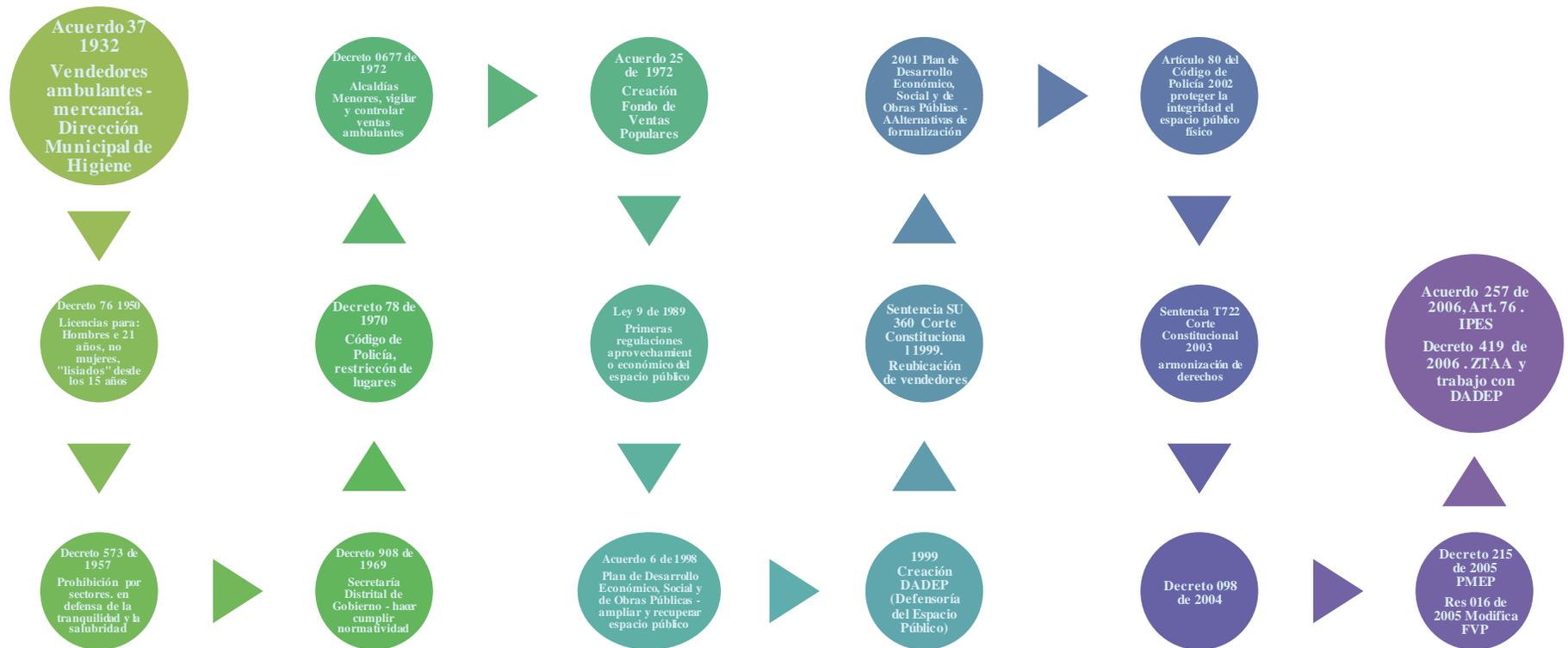
El Decreto 456 de 2013, Por el cual se adopta el Marco Regulatorio del Aprovechamiento Económico del Espacio Público en el Distrito Capital de Bogotá, en su artículo 4, señala como principios para el aprovechamiento económico del espacio público, la proporcionalidad de costos y beneficios, la publicidad, la sostenibilidad y mantenimiento, la recuperación y desarrollo del tejido social, la temporalidad y la legalidad. Así mismo, dentro de los fines contemplados en el artículo 5, se destaca “Armonizar el aprovechamiento económico del espacio público con el interés general o colectivo. (...) Distribuir justa y equitativamente las oportunidades para realizar actividades con motivación económica en el espacio público, de manera que se garantice la realización de acciones afirmativas en beneficio de los sectores sociales vulnerables, de conformidad con el principio constitucional de igualdad material. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2013, págs. 7,8,9)

Por otro lado, el Artículo 6, presenta la temporalidad para las actividades de aprovechamiento económico, contemplando como actividades de largo plazo, “aquellas que se realizan en mobiliario urbano destinado para el aprovechamiento económico del espacio público, que incluye los kioscos y puntos de encuentro de la REDEP (...) para su desarrollo se deben acatar las condiciones y procedimientos contenidos en los instrumentos de regulación y su ejecución comprende un periodo superior a cinco (5) años.” Y las actividades temporales de mediano plazo, las vinculadas a la población dedicada a las ventas informales en el espacio público con un periodo de ejecución superior a un (1) año e inferior a cinco (5) años.” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2013, pág. 14)

Finalmente, en el numeral 25 del mismo artículo, las Zonas de Aprovechamiento Económico Reguladas Temporales (ZAERT): están “destinadas para las actividades

temporales de aprovechamiento económico que realizan las personas pertenecientes a la población de vendedores informales, vinculadas a los programas del Instituto para la Economía Social (IPES). Estas zonas hacen parte de la Red Pública para la Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público y no constituyen per se la política de atención a la población de vendedores informales.” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2013, págs. 14, 15)





Fuente: Elaboración propia

Gráfica 1. Línea de tiempo marco normativo

3. Marco Conceptual

En este apartado se abordarán las concepciones predominantes acerca de los principales paradigmas que han dado sustento a las diversas lecturas e intervenciones que sobre el fenómeno de las ventas ambulantes se han empleado en las políticas públicas del distrito, así mismo, se explorarán las conceptualizaciones acerca de pobreza urbana y economía informal.

El capítulo, inicia con una revisión acerca de los abordajes empleados sobre el concepto de vendedor ambulante desde las posturas relacionadas con el espacio público como derecho ciudadano, sus regulaciones y usos. Así mismo se indagan las perspectivas de intervención para la pobreza urbana en Latinoamérica, debido a que desde los abordajes explorados se considera que es uno de los factores de vulnerabilidad de los vendedores ambulantes; se explora el entrecruzamiento que esta condición tiene con los vendedores ambulantes. Esto abre paso a la economía informal en contextos latinoamericanos y principalmente en contextos locales y su concomitancia con otras variables que se han considerado, pero también, con aquellas que han sido identificadas y omitidas en la intervención de la REDEP. Se describe así mismo el planteamiento acerca de la decisión de permanencia en el sector informal, factor importante a considerar y que no ha sido indagado aún para el caso de Bogotá. Finalmente, se presenta una breve revisión del concepto de trabajo decente, que ha sido una propuesta reciente a incluir en las políticas distritales.

3.1. *Vendedores ambulantes y espacio público*

En el momento en que la administración distrital de Bogotá, empieza a considerar las ventas ambulantes como objeto de atención, los vendedores ambulantes empiezan a ser caracterizados desde la perspectiva del uso del espacio. Por ejemplo, el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), “establece una diferencia entre el espacio público físico como trama y como equipamiento público; en razón de la forma en que es ocupado -el espacio público físico- por parte de los vendedores informales, estos se clasifican en tres grandes grupos (...)”, aunque también se consideran otras categorías, para el presente documento se tendrán en cuenta cuatro tipos de grupos de vendedores ambulantes. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007).

Los vendedores informales estacionarios, que se instalan junto con sus bienes, implementos y mercancías en un determinado segmento del espacio, en ocasiones la ocupación del espacio subsiste aun cuando el vendedor no se encuentre allí, como cuando dejan toldos o casetas; los vendedores informales semi-estacionarios, que ocupan de manera permanente un área determinada del espacio público o de manera transitoria como los puestos de perros calientes o frutas; los vendedores informales ambulantes, son quienes portan consigo sus bienes y mercancías desplazándose recurrentemente. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007)

Sin embargo, también se encuentran vendedores informales periódicos que son quienes realizan sus actividades en días específicos de la semana o del mes, o en determinadas horas del día, en jornadas que pueden llegar a ser inferiores a las ocho horas; los vendedores informales ocasionales o de temporada que realizan sus actividades en

temporadas o períodos específicos del año, ligados a festividades, o eventos como conmemoraciones especiales o temporadas escolares o de fin de año. (González , 2014)

De acuerdo con ONU-Hábitat, la ciudad es entendida como un espacio de encuentro físico, de relación personal y afectiva, intercambio económico, intelectual, cultural y social, de allí la importancia del acceso y participación de los habitantes en las distintas dimensiones (Alcaldía Mayor de Bogotá, Instituto para la Economía Social, PNUD, ONU Hábitat, 2007). Debido a este acceso y participación, se da la sociabilidad vecinal, definida por Grafmeyer (1998) “como el conjunto de relaciones con personas ajenas al grupo doméstico sobre la base de la proximidad espacial” (Girola, 2007, pág. 148)

Reconociendo los procesos de apropiación del espacio habitado, que aunque sigue siendo espacio público, cobra un sentido diferente, en el que se transforman las prácticas e interacciones, como lo señala Pérez Fernández (2010). La ciudad como una forma específica de hábitat, constituye el referente simbólico, histórico y social en el que se localiza fundamentalmente el ser humano de una manera multidimensional; puede entenderse entonces, la ciudad como un conjunto complejo de articulaciones entre sus atributos (suelo, servicios públicos, vivienda, equipamiento urbano, transporte, espacio público físico y patrimonio arquitectónico) y dimensiones (política, económica-social, estética, estético-urbanística y ambiental). (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007, pág. 35)

En general, el espacio público es definido como todo aquel espacio que no es estrictamente privado, agotándose en la trama urbana de la ciudad, siendo sus atributos, el suelo, los servicios públicos, las viviendas, el equipamiento público y la movilidad. Frente al equipamiento concreto destinado a usos específicos, el POT, por ejemplo hace referencia al espacio público como un sistema de espacios físicos, el conjunto conformado por parques, plazas, vías peatonales y andenes, controles ambientales de las vías arterias, el

subsuelo, las fachadas y cubiertas de los edificios, las alamedas y antejardines (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007, pág. 39)

Aguilar (2009) sostiene que el territorio y la gestión urbana deberían ser el foco de atención de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE). La forma como se aglomeran las personas en el espacio condiciona las modalidades del desarrollo (Krugman 1991, 1991 b). Las vecindades y la cercanía entre las personas, genera rendimientos crecientes a escala. Y este hecho hace que la aglomeración tenga ventajas intrínsecas que favorecen la productividad y la competitividad. Al afirmar que el territorio es el punto de partida se quiere decir que la aglomeración, o la localización de las personas en el espacio, tienen impactos directos sobre la actividad económica (nivel de demanda, rentabilidad, precios, etc.). La percepción de la aglomeración no se debe restringir exclusivamente a la dimensión geográfica, sino que debe indagar por la interacción entre localización espacial y capacidades de producción. (Aguilar, 2009, pág. 1)

En concordancia con los atributos y dimensiones de lo urbano que señala ONU-Hábitat, los abordajes de este fenómeno se han centrado en respuestas a la dimensión estética y a los atributos de movilidad y espacio público, relegando lo social en las intervenciones y la articulación institucional, por lo que cobra relevancia el análisis y evaluación de los programas que hasta el momento se han implementado.

Para abandonar el espacio público, el IPES ofrece a los vendedores programas de emprendimiento, fortalecimiento de unidades productivas, capacitación, asesoría en planes de negocio y acceso a crédito subsidiado. Esta actividad se desarrolla en el marco de la política pública de solidaridad, participación ciudadana, respeto por los derechos humanos y la reconciliación entre ciudadanos; con el objetivo de generar una cultura ciudadana sobre el uso adecuado y regulado del espacio público por parte de los vendedores informales y

promoviendo una mejor calidad de vida, con el fin de mejorar sus ingresos y nuevas formas de trabajo digno que fortalezcan los circuitos económicos populares de la ciudad (Instituto para la Economía Social - IPES , 2015). Específicamente la estrategia de quioscos de la REDEP del IPES, concebida desde sus inicios como una estrategia de aprovechamiento económico del espacio público que buscaba la reubicación de los vendedores ambulantes en la ciudad de Bogotá.

En ese orden de ideas, el bienestar de los bogotanos, se relaciona también con el acceso y disfrute del espacio público, el decreto 1504 de 1998, dice que cada habitante debe gozar de 15 m², el espacio público en Bogotá está definido y determinado por el Plan de Ordenamiento Territorial POT y por el Plan Maestro de Espacio Público (Decreto 215 de 2005). La articulación de los sistemas del espacio público, dan lugar al desarrollo de actividades sociales, económicas y políticas que determinan las condiciones ambientales y de habitabilidad de la ciudad. (Bogotá Cómo Vamos , 2015, pág. 19)

Otro aspecto central, en los abordajes que han dado sustento a las intervenciones del fenómeno de las ventas ambulantes respecto al espacio público, es su aprovechamiento económico. En 2013, a través del Decreto 456 de 2013 se definió el Marco Regulatorio del Aprovechamiento del Espacio Público MRAEEP. En este decreto se concretaron las políticas, las estrategias de gestión y los diferentes tipos de aprovechamiento económico en la ciudad, las actividades, sus principios y actores. Las modalidades de aprovechamiento económico en las que se emplaza la estrategia de intervención REDEP, son de corto plazo (hasta 1 año), mediano (entre 1 y 5 años) y largo plazo (más de 5 años). (Bogotá Cómo Vamos , 2015, pág. 193)

3.2. *Pobreza urbana*

Debido a sus características espaciales, administrativas y de interjuego cultural, su aglomeración, así como su economía de escala, la ciudad, según Baker (2008), provee oportunidades para muchos, particularmente para los pobres, que son atraídos por diversos prospectos de trabajo. Como lo afirma Fay (2005), vivir en una ciudad significa vivir en una economía monetaria, que exige la generación de efectivo para sobrevivir. En este aspecto, varias de las condiciones paralelas de la ciudad empiezan a generar efectos adversos en su población, sobretodo en aquella con niveles de habilidades bajos. Condiciones de superpoblación, congestión, desempleo, falta de redes sociales y comunitarias, grandes inequidades y problemas sociales paralizantes, señala Baker (2008, pág.1) aumentan las dificultades y desventajas para los pobres. Para ganar dinero, los pobres necesitan vincularse al mercado laboral. De acuerdo con Fay, los obstáculos para la integración de los pobres al mercado laboral, se relacionan menos con la falta de empleos y oportunidades, y más con la falta o deficiencia en sus habilidades. Habilidades que se ven disminuidas por aspectos como el acceso a transporte, las facilidades del cuidado infantil; la ausencia de relacionamiento social, el estigma asociado a vivir en tugurios, o normas culturales que impiden a las mujeres participen como fuerza laboral. (Fay, 2005, pág. 20)

En las últimas décadas, Latinoamérica y el Caribe se han constituido como regiones urbanas, con tres cuartos de su población viviendo en las ciudades. (Fay, 2005, pág. 1) Por lo general se asocia el aumento de la urbanización con desarrollos positivos: mayores ingresos, mayor acceso a los servicios, y menor incidencia de pobreza. Sin embargo, afirma Fay, en Latinoamérica la incidencia de pobreza es de 28%, y la incidencia de extrema pobreza, es de 12%, un tercio más que en las áreas rurales.

Debido a ello y a los altos valores de terreno en las ciudades, los pobres urbanos tienden a gastar una mayor proporción del total de su consumo doméstico que los pobres rurales. (Baker, 2008, pág. 6) Así mismo, se ha encontrado que los jefes de hogares pobres permanecen más en situación de desempleo que aquellos no pobres, por tanto, afirma Fay que en muchos países, la pobreza se reduciría si cayera el desempleo y el subempleo. (Fay, 2005, pág. 47)

El arraigo de la pobreza urbana, se encuentra también en políticas de gobierno inadecuadas tanto en el orden central como en el orden local; la falta de planeación para el crecimiento urbano y en su administración. Dadas las proyecciones de crecimiento de las ciudades, los desafíos administrativos se deberían encaminar a evitar que la situación empeore, ya que en la actualidad, se estima que un tercio de los residentes urbanos son pobres, y esto representa un cuarto del total de los pobres del mundo, según afirman Ravallion, Chen, y Sangraula, 2007, citados por Baker (2008).

Entre las deprivaciones que afectan la vida cotidiana de los pobres urbanos, señala Baker, el acceso limitado a ingresos y empleo, condiciones inadecuadas e inseguras de vivienda, pobre infraestructura y servicios, vulnerabilidad a desastres naturales, riesgos ambientales y de salud, segregación espacial, inhibición en la movilidad y el transporte; así como inequidad asociada a problemas de exclusión. (Baker, 2008, pág. 4)

Las dimensiones de la exclusión, por lo general, son definidas en tres categorías: exclusión económica para el acceso equitativo a recursos económicos/financieros, sociales, humanos y naturales. Exclusión en el acceso a servicios básicos. Exclusión social que les restringe para participar de condiciones justas de vida social local y nacional, tal y como lo señala el World Bank (2006) y lo reitera Baker, afirmando que para los pobres urbanos, la

exclusión es extremadamente evidente en la vida cotidiana, y va desde la inequidad educativa entre las escuelas hasta las barreras en el acceso al trabajo. (Baker, 2008, pág. 10)

En ese orden de ideas Fay (2005), señala que encontrar un trabajo es difícil para la gente pobre; y aún más lo es, encontrar un buen trabajo. Muchos de los trabajos a los que tienen acceso ofrecen bajos salarios, seguridad laboral limitada, protección social deficiente, pocas oportunidades para el avance, y condiciones laborales que representan riesgo e inseguridad. (Fay, 2005, pág. 51)

En algunos países, la ubicación de los barrios marginales, infraestructura inadecuada, y estigma negativo también son restricciones para el empleo, por tanto, la mayoría de los pobres urbanos trabajan en el sector informal. Según Baker, las estimaciones disponibles sugieren que el salario informal, oscila entre el 30 y 70% del PIB en países en vías de desarrollo. Si bien, el sector informal provee empleo para muchos que no pueden acceder al mercado laboral formal, se caracteriza también por condiciones laborales relativamente pobres, ausencia de seguridad social, operación fuera del sistema legal, y mayor vulnerabilidad a las fluctuaciones económicas. (Baker, 2008, pág. 5)

Para los pobres de Lationamérica, los ingresos laborales son alrededor de cuatro quintos del total de sus ingresos. Fay (2005), señala que la gente es pobre porque la economía falla en crear un número suficiente de (buenos) empleos o porque sus características no les permiten obtener los (buenos) trabajos que existen; esto implica que se requiera de tipos específicos de programas de protección social, así como de algunos ajustes en el diseño de los programas existentes. Tal es el caso de la estrategia de intervención de quioscos del IPES, como lo señala Fay (2005), en términos de ajustes de diseño, la focalización se hace más compleja y necesaria, los programas condicionados de

transferencias en efectivo, pueden necesitar adaptación en sus requerimientos y beneficios para la realidad urbana, y necesidades de empleos de emergencia. (Fay, 2005, pág. 14)

Los programas más extendidos y dirigidos a los pobres urbanos, se categorizan en tres tipos; los que buscan mejorar las condiciones de vida, los que buscan el mejoramiento de ingresos, la capacitación para el trabajo, el desarrollo de microempresas y el cuidado infantil, el tercer tipo de programas, los de protección social, buscan atender a los más vulnerables. (Baker, 2008, pág. 14) Entre los programas de ingresos y empleo, hay una gama de programas dirigidos a mejorar los ingresos, el entrenamiento laboral, el desarrollo de microempresas, y la provisión de cuidado infantil. Algunos de estos programas evidencian casos exitosos en diferentes países, como los centros de cuidado infantil y micro-créditos, que tienen enorme potencial para escalar en áreas de pobreza urbana. (Baker, 2008, pág. 17)

En ese orden de ideas, Kaztman (2003), afirma también que las políticas de utilización de los lugares públicos, las de prevención de la segmentación en los servicios básicos y las acciones relacionadas con el ordenamiento urbano posibilitan promover la sociabilidad pluriclasista y contrarrestar las tendencias a la privación y al aislamiento entre las clases. Es decir, que más que políticas específicas, lo que se requiere es *“la incorporación de una matiz que debe estar siempre presente en cada uno de los programas sectoriales, por el cual se da preferencia a todas aquellas iniciativas que conduzcan a una mayor frecuencia y calidad en la interacción entre desiguales”* (Kaztman, 2003, pág. 25). En concordancia con lo afirmado por ONU-HABITAT (2013) *“...Las acciones políticas pueden resultar en altos niveles de resiliencia a diferentes riesgos y a la minimización de los efectos de las crisis...Intervenciones espaciales pueden resultar en la provisión de equipamientos culturales y espacios públicos, y mejoramiento de la movilidad; todos los*

aspectos para materializar equidad en las ciudades y crear ciudades para la vida.” (ONU HABITAT, 2013, pág. 7)

Muestra de ello, son las evidencias citadas por Baker (2005) de cuatro evaluaciones de programas de formación para el trabajo en Latinoamérica (Argentina, Chile, Perú y Uruguay), estas muestran que la inversión intensiva que combina capacitación y experiencias de trabajo con otros servicios como el apoyo psicológico y la orientación vocacional, pueden ser benéficos (Baker, 2008). Esta implementación requiere de un papel importante de la sociedad civil y el sector privado, la prestación de servicios descentralizada, flexible y competitiva; por otra parte, se ha demostrado que la micro-financiación es un poderoso instrumento para la reducción de la pobreza y que permite a los pobres construir activos, aumentar sus ingresos y reducir su vulnerabilidad al estrés económico (CGAP, 2006 en Baker, 2008).

La pobreza urbana, afirma Fay, responde más a cualquier crecimiento que la rural; esto sugiere, que siguiendo intervenciones sociales estructuradas y ejecutadas bajo las características mencionadas, la reducción sostenible de la pobreza puede ser posible, y depende del grado de integración de los pobres en una economía urbana más amplia, su habilidad para acceder a trabajos y obtener activos para mantenerse a sí mismos fuera de la pobreza, sostenerse en épocas de crisis, y mejorar su acceso a programas de gobierno e instituciones. (Fay, 2005, pág. 39) De acuerdo con estudios llevados a cabo en Méjico, el trabajo se ve como la clave para mejorar las propias condiciones, el 43% de los encuestados, consideran el trabajo como la actividad central que pueden realizar para aumentar su estándar de vida. Mientras que otras acciones mencionadas incluyen tener trabajos que permitan el cuidado de los niños (13%) e iniciar su propio negocio (5%) (Fay, 2005, pág. 49)

En general, la dependencia de la economía monetaria en los pobres urbanos y la dificultad de diversificar las estrategias de afrontamiento de los hogares más allá de las labores de ventas, tienen una mayor incidencia en las condiciones de vida de los pobres. Acceder a otras estrategias diferentes a confiar en redes de apoyo informal, quizás sea más limitado en áreas urbanas que en áreas rurales, esto da cabida al sector informal, que “cuenta con cerca del 70% del empleo de los pobres urbanos, una participación mucho más alta que para los grupos ricos.” (Fay, 2005, pág. 58)

“...Un elemento que evidencia que muchos de los vínculos entre el sector informal y el formal se dan a través del movimiento de trabajadores con bajas habilidades, es la conexión entre habilidades y calidad laboral, como lo afirman Maloney 2002 y Calderon-Madrid, 2000. Esto sugiere que a pesar de la supuesta alta calidad de trabajos del sector formal, el tipo de empleo al que pueden acceder los trabajadores con bajas habilidades es igualmente pobre a través de los sectores. Este se soporta con hallazgos que confirman que la mayoría de las transiciones de salario formal al informal se dan de manera voluntaria y que la baja calidad de la educación disponible para los pobres, es el mayor obstáculo para acceder a mejores empleos.” (Fay, 2005, pág. 52)

A todo esto subyacen otras perspectivas que en el mismo documento, Fay, pone en discusión. El hecho de que el sector informal esté compuesto, en buena parte, por auto-empleados, la evidencia (revisada en Maloney 2002 por Fay, 2005) sugiere movimientos voluntarios de sector, más que movimientos forzosos por la estructura dual del mercado laboral. Frecuentemente, estos movimientos se presentan por habilidades, capital y contacto acumulado de experiencias laborales previas; por querer ser “su propio jefe”; o por enfrentar obstáculos en la progresión de las carreras en el sector formal. (Fay, 2005, pág. 59).

3.3. *Economía informal*

Uno de los abordajes más frecuentes que se hacen frente a la problemática de las ventas ambulantes, y que ha estado presente en la estrategia de quioscos REDEP, es el de la perspectiva económica. Por lo general, las ventas ambulantes se relacionan con la informalidad que a su vez es asociada a situaciones de pobreza, marginalidad y subempleo, poniendo énfasis en la exclusión de los trabajadores del sector formal. Según esto, la economía urbana puede descomponerse en dos sectores: uno moderno, en donde las firmas capitalistas dan a sus empleados ingresos relativamente altos y regulares. Esta concepción está presente en modelos adelantados en los años 50, 60 y 70, que trataron de dar una interpretación de las economías subdesarrolladas a través de la existencia de dos sectores, ‘el moderno’ y ‘el atrasado o de subsistencia’, que posteriormente sería identificado como ‘el sector informal’, como se deriva de los trabajos de Boeke (1953), Lewis (1954) y Harris & Todaro (1970). (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012).

El concepto de economía informal, desde la perspectiva económica, ha tenido múltiples significados, lo que, por su puesto, ha influido en el abordaje y el tipo de respuesta que se le ha dado históricamente a este fenómeno desde las diferentes administraciones. En 1970, como resultado de una serie de estudios para la Organización Internacional del Trabajo –OIT sobre mercados laborales urbanos en África, Keith Hart acuña el término, en dicho estudio, el autor señaló la dinámica y diversidad de las actividades que iban mucho más allá de “los limpiabotas y los vendedores de fósforos” (Portes & Haller, 2004).

Cuando el concepto se institucionaliza en la OIT, ese carácter dinámico del sector informal fue cambiando y se convirtió en un sinónimo de pobreza y exclusión. El contexto negativo del sector informal ha sido cuestionado por otros investigadores, entre otros,

Portes & Schauffler (1993), quienes relacionan la economía informal con actividades no reguladas que generan ganancias y se encuentran altamente relacionadas con el sector formal. (Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Bogotá, 2012, pág. 13)

En los países latinoamericanos el trabajo informal ha venido incursionando cada vez con mayor fuerza, en la década del noventa, el 80% de cada 100 nuevos empleos, los generó el sector informal; en el año 1990 el empleo informal urbano constituyó el 50% de la fuerza laboral, mientras que en 1997 llegó a ser del 58% (OIT, 2006 en González, 2014). De acuerdo a los resultados de medición del empleo informal, realizado por la OIT en 2006 para los países de América Latina y el Caribe, en el año 2005 el 48,5% de los ocupados de la región estaban trabajando en las empresas informales. Es decir, 49 personas de cada 100 ocupados en el área urbana trabajan en el sector informal. Colombia se encontraba entre los países con alta participación de informalidad junto con Bolivia, Paraguay, Nicaragua y Ecuador, mientras que se observaba una participación más baja en Panamá, Costa Rica y México. (González , 2014)

Mauri (2001), estudia la informalidad para el caso de Bogotá encontrando evidencia que soporta la visión estructuralista de exclusión y marginalidad del sector informal. Si bien se encuentran capacidades empresariales de algunas personas que conforman el sector informal, así como vínculos entre el sector formal y el informal, se sostiene que, en su mayoría, el sector informal está constituido por trabajadores que desarrollan actividades de subsistencia. En el caso específico de Bogotá, Bourguignon (1979) evidencia que la pobreza está presente en los dos sectores, moderno y tradicional y el diferencial de ingresos entre sectores se debe a diferencias estructurales en términos de educación, edad y horas trabajadas. (Alcaldía Mayor de Bogotá , 2007)

A corto plazo, podría haber poca competencia entre los dos sectores, pero a largo plazo, estos parecen complementarse. Flórez (2002), analiza la función del sector informal en el empleo colombiano durante el periodo 1984-2000, encontrando tres subsectores que integran el sector informal; trabajadores asalariados de grandes y pequeñas firmas, empresarios, y trabajadores de subsistencia (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012). De acuerdo con lo anterior, se entenderá en el presente documento por economía informal: “el conjunto de actividades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto que garanticen la calidad de vida de los empleados” (OIT, 2002, pág. 59)

La informalidad laboral como fenómeno urbano afecta a una proporción considerable de personas. En comparación con otras áreas metropolitanas, la informalidad económica en Bogotá, por lo general, ha sido de las más bajas en los últimos diez años, aun así, representa cifras considerables de población económicamente activa y tiene importantes implicaciones sociales. En el segundo trimestre de 2006, la informalidad laboral en las trece áreas metropolitanas del país representaba el 58,5% de la población ocupada (DANE, 2006 en González, 2014). Actualmente, la informalidad laboral no presenta mayores variaciones de un año a otro, registrando una tasa en el 2014 de 43,7%, lo que equivale a 1.829.273 personas trabajando en condiciones de informalidad, 4.691 personas más que en el 2013. Bogotá, entonces, es la segunda menor tasa de informalidad laboral, después de Manizales (43,6%). (Bogotá Cómo Vamos , 2015, págs. 116-117)

La distribución de la informalidad laboral, respecto a género, afecta en la misma proporción a hombres y mujeres. Si bien, según lo señala la SDE, las mujeres han aumentado su participación dentro del total de la población ocupada de Bogotá, de 45,8% en el 2007 a 46,4% en el 2010, también es cierto que han aumentado su contribución al

trabajo informal y a las actividades de baja remuneración. Mientras la participación masculina en el trabajo informal cayó del 53,4% en el 2007 al 51,2% en el 2010, la femenina aumentó del 46,6% en el 2007 al 48,8% en el 2010". (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012) Respecto a las tasas de informalidad laboral, la de las mujeres se mantiene prácticamente constante (pasó de 52% a 52,2% en el 2010) y la de los hombres disminuye continuamente (pasó de 50,4% a 48,4% en el 2010). (Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012)

Entre los múltiples estudios realizados, el de Toharia Cortes, ofrece un marco diagnóstico bastante claro sobre los puntos fuertes y las principales carencias de la situación económica y social de la ciudad de Bogotá. Como aspectos fuertes se desatacan las finanzas distritales saludables y su potencial de inversión para la transformación de las condiciones de bienestar de sus habitantes; así como la tendencia a la reducción de los índices de desempleo y el aumento del nivel educativo, que sumado al carácter industrial y comercial del Distrito en reorientación hacia una ciudad de servicios, constituye una buena base económica para afrontar los retos del futuro.

De igual forma, señala Toharia, el crecimiento del empleo de los últimos años ha redundado en una redistribución de la riqueza de los hogares menos desigual y en un incremento del empleo formal a pesar de sus bajos niveles existentes, la experiencia y amplitud de las políticas sociales y para el empleo en el Distrito constituyen un punto de partida de gran valor. (Toharia Cortes, y otros, 2007, pág. 157)

En dicho estudio se detectaron factores negativos que pueden disminuir las potencialidades del Distrito, destacándose, el predominio del modo informal de organización de la economía y del empleo, con un elevado nivel de subempleados y de trabajadores por cuenta propia, lo que fragiliza el crecimiento económico y aumenta su

vulnerabilidad. La fuerte desigualdad de la distribución de la riqueza, la extensión de la pobreza y el escaso nivel de renta de una parte muy amplia de la población.

Las elevadas tasas de analfabetismo, a pesar de las mejoras en educación de la población, la extensión de la infravivienda, y la escasa protección social ante las contingencias vitales reducen la potencialidad de productividad de los recursos humanos y se reflejan en la pérdida de posiciones del Índice de Desarrollo Humano; los problemas de estabilidad socio-política generan tensiones de movilidad de la población e inseguridad que actúan negativamente sobre la consolidación del el crecimiento económico. Las dificultades más preocupantes, a mi modo de ver, están constituidas por la escasa cualificación de la mano de obra, una reducida, y poco coordinada red de capacitación para el empleo, las deficiencias de coordinación entre los distintos departamentos del Distrito y la poca utilización de sistemas de monitoreo y evaluación, son un freno para la mejora de la productividad y para una mayor formalización de la economía del Distrito. (Toharia Cortes, y otros, 2007)

Como lo señala la SDE (2012), si bien varios estudios han logrado avanzar en la comprensión de la función del sector informal y su dualidad interna, así como en las decisiones que toman los individuos para pertenecer a alguno de los sectores (formal o informal), tal vez, la baja disponibilidad y caracterización inespecífica de la información estadística relacionada con las ventas ambulantes como actividad laboral informal, limita la comprensión de la movilidad de los trabajadores entre sectores, pero sobre todo de sus motivaciones para ubicarse en algún segmento del mercado de trabajo. (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012)

3.4. *Decisión de permanencia en el sector informal*

Recientemente, se ha planteado que los trabajadores deciden trabajar en el sector informal preferentemente que en el sector formal y que el sector informal tiene su propio dualismo interno, combinando los planteamientos tanto de la teoría de la búsqueda de empleo como de los modelos de mercado laboral segmentado. (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012, págs. 15-16)

La informalidad laboral como fenómeno multicausado, encuentra raíces también en los costos laborales y rigideces institucionales. Estudios como los de Sánchez, Ruiz & Duque (2009), Mondragón Vélez, Peña & Wills (2009), Santa María, García & Mujica (2009), muestran que aumentos en las regulaciones laborales aumentan la informalidad, el desempleo y su duración. De haber mantenido los costos laborales de 1990, la informalidad hubiese sido cerca de un 5% menor a lo observado durante el periodo 2000-2007 y que el aumento de 14 puntos porcentuales en los costos no salariales a partir de la reforma a la seguridad social (ley 100 de 1993) generó una pronunciada segmentación del mercado laboral que aumentó la informalidad, especialmente de los menos educados, por la falta de demanda de empleos formales por parte de las empresas y la reticencia de los trabajadores a asumir unos costos que no guardan una relación significativa con los beneficios que perciben. (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012)

La literatura sobre la voluntariedad del trabajo informal sostiene que un buen número de trabajadores se encuentran en el sector informal por elección. Entre los autores más representativos de esta visión se encuentra Maloney (1998), quien sostiene que los individuos racionales escogen voluntariamente ser informales y los empleos en el sector formal no se encuentran excesivamente racionados y que el sector informal se comporta

más como un sector empresarial desregulado que como un segmento desventajoso del mercado laboral.

Otros autores (Levenson & Maloney, 1998; Loayza, 1996; Sarte, 2000; Ihrig & Moe, 2004) han utilizado argumentos similares y sugieren que existen costos y beneficios de ser informal. Maloney (2003, 2004, Fiess, Fugazza, & Maloney, 2006; Bosch & Maloney 2006) ha presentado una serie de conclusiones que soportan la visión voluntarista del sector informal: el trabajo por cuenta propia en el sector informal suministra un paquete de ingresos, beneficios no salariales y condiciones de trabajo que son por lo menos tan atractivas para muchas personas como las que podrían recibir como empleados asalariados en el sector formal. Lo anterior implica la necesidad de modificar la perspectiva para la formulación de estrategias de intervención del fenómeno. Ejemplo de ello es Gasparini & Tornarolli (2007), quienes en un estudio sobre Latinoamérica y el Caribe, ofrecen pruebas a favor del autoempleo voluntario (Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, 2012, págs. 16-18)

Sin embargo, en la revisión de literatura no se encuentra evidencia o cifras que corroboren la proporción de vendedores ambulantes de la ciudad de Bogotá que se encuentren en estas actividades desarrolladas en el espacio público, por elección.

3.5. Trabajo Decente

En los últimos años se han firmado pactos nacionales e internacionales que incluyen una nueva noción, que ha empezado a ser considerada por las administraciones distritales, el trabajo decente, Ghai (2002) considera que la noción de Trabajo Decente no solo se aplica a los trabajadores en la economía formal, sino también a “trabajadores asalariados no regulados, trabajadores por cuenta propia y trabajadores en el hogar”, con lo cual realmente

se extiende el alcance del concepto de ‘Empleo Decente’ a ‘Trabajo Decente’. (Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012)

En la agenda hemisférica para el trabajo decente, se encuentra una de las áreas de intervención específicas para atender la economía informal (OIT, 2006, pág. 24). Según la OIT (2012, pág. 10) *“el Trabajo Decente es un concepto desarrollado por la OIT para establecer las características que debe reunir una relación laboral acorde con los estándares de libertad, igualdad, seguridad y dignidad humana. Se basa en el reconocimiento de que el trabajo es fuente de dignidad personal, estabilidad familiar, de paz social, crecimiento económico y de democracias que actúan en beneficio de todos, además de aumentar las oportunidades de trabajo productivo y el desarrollo sostenible de las empresas”*. (Alcaldía Mayor de Bogotá., 2012, pág. 7)

La Alcaldía Mayor de Bogotá (2012) busca articular este abordaje en el primer eje del Plan de Desarrollo, *“una ciudad que supera la segregación y la discriminación: el ser humano en el centro de las preocupaciones del desarrollo”*. Señalando, que en tal sentido, resulta apropiado revisar esta experiencia que trata de combatir integralmente los factores que determinan la exclusión social y que, por ende, están en la base de la exclusión laboral. (Alcaldía Mayor de Bogotá., 2012). Teniendo en cuenta este panorama, el Plan de Desarrollo 2012 – 2016 Bogotá Humana, propone a la ciudad una política pública en este sentido. Dentro de los tres ejes estratégicos del plan de desarrollo, el eje 1 *“Una ciudad que supera la segregación y la discriminación: El ser humano en el centro de las preocupaciones del desarrollo”*, plantea eliminar las barreras que le impiden a las personas elegir y construir sus proyectos de vida, para lo cual se considera que el trabajo digno es un elemento fundamental, ya que es el principal mecanismo para que la población bogotana pueda gozar sus derechos con autonomía.

Por tanto, en este eje se encuentra el Programa de Trabajo de Decente y Digno, por medio del cual se está construyendo una política distrital de trabajo decente, creando las bases institucionales requeridas para poner en marcha estrategias de generación de empleo de calidad y formalización laboral, a través de acciones públicas articuladas, procesos de formación y capacitación para el trabajo, intermediación laboral, generación de empleo de emergencia y alianzas estratégicas público – privadas que garanticen la inserción real efectiva de los trabajadores en el mercado laboral. Para ejecutar este programa, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), órgano rector de la política de trabajo decente y digno en la ciudad, tiene varios proyectos en curso, entre los que se encuentra el Proyecto de Articulación para la Generación de Trabajo Decente y Digno, que tiene como objetivo reducir la ocupación de baja calidad en la ciudad. (Alcaldía Mayor de Bogotá. Equipo de trabajo para la generación de trabajo decente digno, 2013)

Es importante advertir que si se decide pensar en el diseño de una política o de una agenda de Trabajo Decente, significa que no debe luego reducirse a programas relacionados simplemente con el empleo. El alcance y la dimensión que deben tener los respectivos programas y las acciones que se determinen, están en un nivel superior a la generación de empleo y a la formalización laboral; pues obliga a fijar condiciones y a ejercer control y vigilancia sobre dichas acciones. Sin ello, difícilmente se logra avanzar en la dirección correcta. (Alcaldía Mayor de Bogotá., 2012)

4. Metodología

4.1. Tipo de Investigación

Dado que el interés y los objetivos implican el análisis del componente social de la estrategia y están encaminados a la comprensión de la realidad y de la cotidianidad que experimentan los vendedores ambulantes de la localidad de Chapinero en Bogotá, los cambios que ellos perciben en sus vidas, sus actividades y espacios, y lo que todo esto significa para sus vidas; se decide emplear la investigación cualitativa y sus métodos de recolección de datos; ya que este tipo de investigación dista de basarse en supuestos teóricos que se busca comprobar, más bien permite conceptualizar sobre lo que sucede en y con las personas que actúan como informantes, procesos que se generan de manera inductiva. Tal y como lo menciona Bonilla (2005), cuando se requiere dar este tipo de tratamiento a las realidades y contextos para su comprensión, lo ideal es emplear la metodología cualitativa:

“Desde la perspectiva del método cualitativo, los conceptos no son el punto de arranque del proceso de investigación sino la meta a la que se puede llegar a partir de descripciones no estructuradas de la realidad, según sea comprendida e interpretada por los individuos. Tales descripciones sobre la manera como el mundo es conocido y pensado por los miembros de un grupo y sobre los impulsos, deseos y motivaciones de las personas, deben hacer posible que el científico capte las razones que subyacen al comportamiento observado y, por lo tanto, sus propiedades subjetivas esenciales.” (Bonilla & Rodríguez, 2005, pág. 71)

De acuerdo con lo anterior, dentro del diseño metodológico, la aproximación etnográfica, como lo señala García Garza (2011) constituye un referente fundamental, en el que, la observación participante, la conversación informal y las entrevistas son las técnicas metodológicas que posibilitaron el ejercicio práctico.

4.2. *Unidad de Análisis*

Vendedores ambulantes, apostados en la localidad de Chapinero, entendido este concepto, como una persona que, ubicada en el espacio público vende bienes y servicios, sin tener en cuenta la diferenciación entre aquel que posee un puesto fijo, semi-fijo o ambulante, haciendo una distinción entre aquellos que son beneficiarios o han participado de la estrategia de quioscos REDEP.

De acuerdo con lo señalado por Bonilla (2005), la muestra es selectiva o intencional, siendo ésta compuesta por hombres y mujeres adultos y jóvenes, para su selección no se tuvieron en cuenta variables como la edad, la escolaridad, el lugar de procedencia, aunque si son aspectos relevantes en su caracterización.

4.3. *Instrumentos y Técnicas*

Se realizaron entrevistas a profundidad estructuradas y semi-estructuradas con el fin de caracterizar a la población, indagar acerca de las ideas, significados y sentimientos que tienen los informantes acerca de su actividad laboral, las interacciones que se dan en el espacio que utilizan, las razones por las que desempeñan esta actividad, sus percepciones y experiencias frente a las intervenciones de los entes del distrito. Se buscó acompañar a vendedores durante jornadas diarias completas para realizar un trabajo de observación etnográfica que permitió hacer triangulación de la información.

4.4. *Aproximación Etnográfica*

El diseño etnográfico es apropiado cuando “*se necesita describir como un grupo funciona y explorar las creencias, lenguaje, comportamiento y temas como el poder, la resistencia, y dominancia*” (Creswell, 2007, pág. 70). Lo que en coherencia con los objetivos y problema planteados en este documento, muestra la relevancia del diseño.

Luego de un trabajo de observación y posterior aproximación con los vendedores, se realizaron conversaciones informales en torno a su cotidianidad, se identificaron informantes clave a quienes se realizaron cuarenta (40) entrevistas. De acuerdo con lo que propone Creswell (2007) se trabajó una etnografía crítica, a través de la que se busca explorar las interacciones y el empoderamiento frente a la situación.

Durante el trabajo de campo se observó desde el rol de observador participante; las interacciones entre quienes estaban presentes, las emociones y actitudes dadas ante ello. También se buscó reconocer cómo se dan los procesos de apropiación del espacio en el que están asentados, los usos y significados que les dan. Se realizaron 40 horas de observación y los resultados fueron contrastados y discutidos con el equipo de la práctica que observaba otros puntos de la ciudad. La guía de observación etnográfica se puede apreciar en los anexos.

4.5. *Entrevista*

Como técnica de recolección de datos para la investigación cualitativa, la entrevista proporciona una oportunidad para, como lo señala Bonilla (2005) “*explorar en detalle el mundo personal de los entrevistados, en hacer de ellos el centro de la escena, y en crear el*

ambiente [...] para que surja una narración de su pasado y su presente” (Bonilla & Rodríguez, 2005, págs. 158-159)

Es por ello que ésta técnica se hace relevante dado que los ejes temáticos requieren de la exploración narrativa tanto del pasado como del presente de los informantes y los significantes que éstos atribuyen a cada evento que reportan durante las entrevistas. El guión de la entrevista fue construido a partir de documentos previos y por directriz de la coordinadora de la práctica, el modelo se puede apreciar en los anexos. Como lo señala Valles (1999), se ha construido a partir de la problemática identificada y los ejes temáticos derivados de ello. Bajo el formato de entrevista estructurada se aplicaron **40** entrevistas en la localidad de Chapinero, sus resultados fueron analizados desde la perspectiva cualitativa, empleando matrices de análisis de categorías y estadísticos descriptivos en SPSS versión 22 para los datos demográficos.

4.6. Revisión documental

Otra importante técnica que aporta a este análisis, es la revisión documental, ya que la estrategia que se busca analizar, es producto de años de intervenciones y aproximaciones, así mismo, se ha construido y ejecutado bajo la base de un sinnúmero de abordajes teóricos y normativos, que deben ser revisados y comprendidos, es decir, son las fuentes de consulta que permitieron comprender la configuración de la problemática y la forma en que se ha intervenido. Como lo señalan Galende y García (2003): *“fuente es el material del que obtiene conocimientos nuestra ciencia, el resultado de la actividad humana que por su destino o por su propia existencia, origen u otras circunstancias, son particularmente*

apropiadas para informar sobre hechos históricos y para comprobarlos” (Galende Díaz & García Ruipérez, 2003, pág. 8)

Se revisaron tanto fuentes directas como indirectas y principalmente fuentes documentales, de acuerdo con la clasificación que propone Topolsky, citado por Galende y García (2003):

“fuentes directas e indirectas, con destinatario para las mismas o sin él; y fuentes escritas y no escritas. Las fuentes directas son las que transmiten la información sin intermediarios; no plantean problemas de veracidad en sí mismas, pero sí de autenticidad. Las indirectas, debido a la actuación de una tercera persona, determinan la necesidad de verificar la fiabilidad del informador. Ambas -directas e indirectas- son susceptibles de ser escritas o no escritas. Por su parte, las fuentes escritas pueden ser de dos tipos: historiográficas, como la historia, la biografía, las crónicas, todas ellas indirectas; y documentales o archivísticas, cuyo fin es servir de base histórico-jurídica o probatoria de un hecho” (Galende Díaz & García Ruipérez, 2003, pág. 8)

Categorías de análisis	Subcategorías	Instrumentos y Técnicas
Vendedor ambulante	<ul style="list-style-type: none"> Distribución espacial Demografía Condiciones de vulnerabilidad y riesgo Discapacidad Dependencia económica Tiempo de trabajo diario Tiempo de permanencia Productos que vende Motivación para la actividad 	Entrevistas, análisis de discurso, observación, revisión documental
Quioscos REDEP	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento Beneficios Falencias 	Entrevistas, análisis de discurso, observación, revisión documental
Espacio público	<ul style="list-style-type: none"> Significado Usos y apropiación 	Entrevistas, análisis de discurso, observación

Tabla 3. Categorías de análisis, instrumentos y técnicas

4.7. Seguimiento y evaluación de proyectos de intervención social como lineamiento metodológico de análisis

Siguiendo lo formulado por Zall y Rist (2005) quienes señalan la importancia de la implementación de sistemas de seguimiento y evaluación en el sector público y cómo estos sistemas suministran información sobre avances en el logro o no de los objetivos, constituyéndose en una herramienta fundamental para la gestión del sector público. En el presente ejercicio práctico se implementa un análisis alineado con las implicaciones de un ejercicio de seguimiento, como una “función continua que utiliza la recolección sistemática de indicadores especificados para informar sobre el grado de avance, logro de objetivos y progresos” (Zall Kusek & Rist, 2005, pág. 13)

En ese orden de ideas, el presente documento se fundamenta principalmente en un ejercicio descriptivo equiparable al de seguimiento, ya que se carece del acceso total a evidencias que permitan un ejercicio riguroso de evaluación; el seguimiento, según Zall y Rist (2005) “envía señales de que el trabajo se está desviando de la ruta trazada (...) puede hacerse en el plano de proyecto, programa o políticas” (Zall Kusek & Rist, 2005, págs. 13, 14). El presente análisis retoma elementos de los sistemas tradicionales basados en cumplimiento como de los basados en los resultados, con el objetivo de optimizar la información a la que desde la práctica se pudo tener acceso.

5. Resultados

Si bien la REDEP, se creó como un sistema para proporcionar una alternativa económica formal a corto plazo para los vendedores ambulantes y como vía de consolidación para un proyecto productivo formal a mediano y largo plazo; es claro que desde 2003, año en que se constituyó, sus alcances no han sido evidentes. Como lo manifiestan los testimonios de los vendedores entrevistados, y la misma situación que a simple vista se puede comprobar al recorrer las calles de la ciudad. Así mismo, el hecho de que su operatividad se haya centrado principalmente en la salvaguarda y aprovechamiento económico distrital del espacio público, es una evidencia de la omisión de la perspectiva social frente a un fenómeno que va mucho más allá de la economía, el control y el disfrute del espacio público.

“(…) generación de ingresos de poblaciones que presentan un alto grado de vulnerabilidad socioeconómica, mediante el aprovechamiento económico del espacio público, está constituido por dos ejes administrativos fundamentales, el mobiliario urbano (quioscos y puntos de encuentro, dos espacios para la formalización del trabajo y la economía del vendedor ambulante), una red de distribución de mercancías, centros de acopio, y un sistema de control de calidad.” (Instituto Para La Economía Social - IPES, 2013, pág. 91)

La estrategia en sí, posee un potencial que al reformularse de manera integral y contemplando variables desde el componente social, así como el establecimiento de un sistema de seguimiento y evaluación estructurado con claridad; podría ejercer control y corrección de los inconvenientes técnicos y operativos que presenta. Ello contribuiría a generar un impacto de mayor efectividad en la atención al fenómeno de las ventas ambulantes. Por estas razones, el capítulo de resultados se presenta en dos ejes fundamentales: la arquitectura institucional y el componente social.

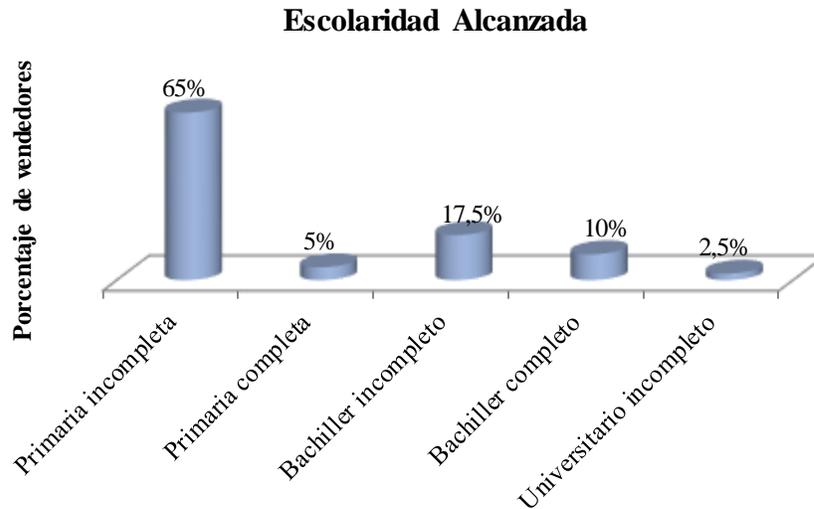
5.1. *Arquitectura institucional*

Considerando la arquitectura institucional como la estructura de procesos y procedimientos administrativos, técnicos y jurídicos que permiten la ejecución de la estrategia, y que uno de los principales elementos en el que confluyen estos, son los criterios de focalización de la población beneficiaria que se muestran en la Tabla No 1, descrita en el capítulo de diagnóstico; el engranaje interinstitucional y el funcionamiento de los quioscos; en donde los dos primeros hacen referencia al aspecto técnico y el tercero al aspecto operativo, los resultados que se presentan a continuación ilustran las falencias identificadas en ellos.

Desde el aspecto técnico, y teniendo en cuenta los criterios de focalización de la estrategia, se encuentra que muchos de ellos, son contradictorios con la realidad de los vendedores ambulantes de la localidad de Chapinero. Por ejemplo, el criterio 6, que hace referencia al dominio de lecto-escritura y manejo de operaciones matemáticas básicas, excluye a vendedores con bajos niveles de escolaridad o presencia de analfabetismo, factores de vulnerabilidad y perpetuación de pobreza y pobreza extrema. De acuerdo con los hallazgos, el 65%, correspondiente a 26 de los 40 vendedores entrevistados en la localidad, posee una escolaridad de primaria incompleta, la distribución general de los grados de escolaridad de la muestra se pueden apreciar en la Gráfica No. 2.

“...Es que también por eso, dónde va a conseguir uno trabajo, yo no más hice hasta segundo primaria, allá en el campo, el hermano mío, el de las camisetas ese si terminó la primaria, mi mamá tampoco estudió”

[Hombre, 48 años. Entrevista, Bogotá, 2015]



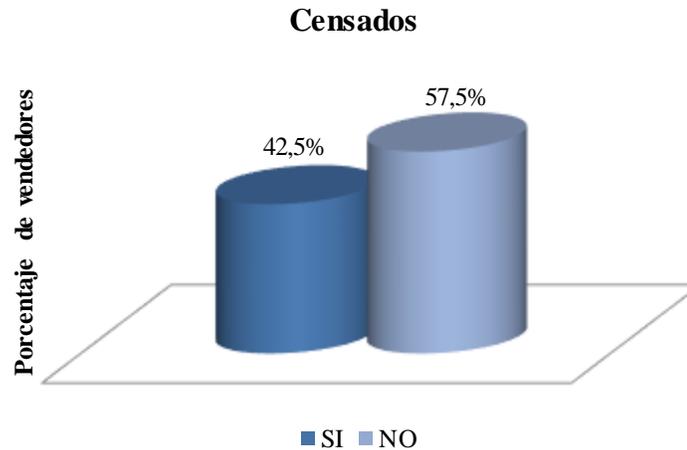
Gráfica 1. Escolaridad alcanzada por los entrevistados en la localidad de Chapinero. Fuente Elaboración propia

Respecto a ello, es de vital importancia para la estrategia, tener claridad en la caracterización de la población, así como una actualización constante de los censos y de la alimentación de la Herramienta Misional HEMI, por tanto debería hacer mayor énfasis en el relacionamiento interinstitucional con las alcaldías locales, encargadas del censo de vendedores ambulantes, ya que como muchos de ellos lo mencionan, no se encuentran registrados allí y esto hace que no puedan acceder a los programas de la REDEP, como se aprecia en la Gráfica No 3, más de la mitad de los entrevistados manifestaron no encontrarse en ningún censo o registro de la Alcaldía local o del IPES.

“... ¿Venir alguien por aquí? No, la Policía no más a sacarnos” [Hombre, 48 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Acá los que venían era la Policía a sacarnos, quien sabe, hace unos días fue un señor al puesto de mi papá y lo estafó, por eso yo ni le iba a responder a usted” [Mujer, 17 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Hace años, si vinieron que a preguntar cosas y eso y nos dieron las medidas; 90x120 y la Policía a sacarnos” [Mujer, 53 años. Entrevista, Bogotá, 2015]



Gráfica 2. Porcentaje de entrevistados que han sido censados al menos una vez. Fuente: Elaboración propia

Los criterios de priorización mencionados en la Tabla No 1, atienden a enfoques de vulnerabilidad, riesgo y grupos minoritarios, sin embargo, el hecho de que los registros que alimentan la Herramienta Misional -HEMI-, no se encuentren actualizados y alimentados con datos vigentes de las localidades, dificulta la existencia de líneas de base que permitan evaluar y ponderar estos criterios. Como se muestra en las Tablas No 4 y No 5, las cifras oficiales guardan baja coincidencia con las observaciones en campo. El IPES presenta como oficialmente inscritos en su registro un total de 18 vendedores ambulantes en Chapinero, mientras que las observaciones demuestran una densidad mucho mayor, lo que evidencia también una sostenida debilidad en el engranaje interinstitucional con la Alcaldía Local y el área de la Policía Metropolitana encargada del espacio público.

Zonas con mayor densificación de vendedores en la localidad de Chapinero	Conteo aproximado en observación
Calle 72	105
Lourdes	25
Cra 13 entre calles 63 y 53	200

Tabla 4. Conteo aproximado en observación etnográfica entre semana entre 11 am y 3 pm, durante el periodo septiembre-octubre. Fuente: elaboración propia

Años de inscripción	2010	2011	2012	2013	2014	Total 2010 - 2014
Localidades						
Antonio Nariño	1	1	7	7	1	17
Barríos unidos	0	1	2	185	66	254
Bosa	2	0	1	1	0	4
Candelaria	4	26	135	15	16	196
<i>Chapinero</i>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>4</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>18</u>
Ciudad Bolívar	1	0	6	0	0	7
Engativá	17	13	74	449	874	1.427
Fontibón	0	0	0	5	0	5
Kennedy	15	1	86	604	170	876
Santa Fé	13	4	0	657	479	1.153

Tabla 5. Vendedores informales inscritos en el registro IPES con corte a 31 de diciembre de 2014. Fuente: IPES

En las cifras aportadas por documentos oficiales del IPES, antes citados en este documento, se presentan datos de población con condiciones de vulnerabilidad atendida por la estrategia, sin embargo, no se encontraron cifras que diferencien cuántos de ellos hacen parte del total de la población de vendedores ambulantes existentes, con condiciones específicas de discapacidad física, cognitiva, o de vulnerabilidad y riesgo.

Lo anterior hace que los criterios de priorización no se puedan aplicar con rigor, ya que al carecer de estos datos, la planeación de acciones, cronogramas y presupuestos, así como la atención a la población atenderá a circunstancias coyunturales que pueden generar efectos no esperados. Respecto a variables socioeconómicas, se identifican contradicciones en la estrategia. El criterio 3, hace referencia a la estratificación uno y dos, los criterios 8 y 9, contemplan dependencia económica, pero el criterio 6, exige contar con recursos económicos para surtir el punto de venta, en este sentido es necesario reevaluar los criterios desde perspectivas como las de la pobreza y pobreza extrema, por ejemplo.

Sobre los criterios de permanencia, se ha identificado que su orientación atiende más a reglamentaciones, que a atender características de riesgo o vulnerabilidad social; de nuevo, este enfoque pareciera mostrar un énfasis preponderante en la organización del espacio público y el aprovechamiento económico del mismo por parte de la administración

distrital, dejando de lado al beneficiario de la estrategia. Respecto a los criterios para la salida, y teniendo en cuenta que se contempla una permanencia de dos años y un módulo de capacitación, estos pueden ser orientados desde una perspectiva de alcance de objetivos para el beneficiario.

“No, cursos no, yo no he ido y eso ni tiempo hay, porque a qué horas trabaja uno. Lo del ahorro si decían, pero yo ahorro a mi manera, eso esas cosas y los bancos le descuentan, le roban la plata a uno, por eso a mí que no me pongan en eso, yo no ”
[Mujer, 60 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

Las observaciones y recorridos por la localidad, fueron efectuados en horarios que variaban entre las 5 de la mañana y las 11 de la noche, así mismo, se realizaron recorridos en diferentes días entre semana y los fines de semana. Durante las observaciones y recorridos por la localidad, se evidencia una concentración de vendedores ambulantes en algunos sectores con alto tránsito de población flotante, alrededor de universidades, colegios, centros de negocios, locales comerciales y avenidas principales.

La ubicación de los quioscos, desconoce la dinámica de ocupación y uso espacial de los vendedores ambulantes en Chapinero, como se puede apreciar en el mapa construido a partir del trabajo etnográfico, en él, se presentan también las ubicaciones de 85 de los 120 quioscos de la localidad (Cotraloría de Bogotá , 2012). Estas evidencias demuestran que los sectores con mayor ocupación de vendedores ambulantes, cuentan con pocos o ningún quiosco cerca; así mismo, los horarios de funcionamiento que el IPES establece para los quioscos, no coinciden con las dinámicas de la población que transita por allí o con los horarios en que los productos que ofrecen, son requeridos por los transeúntes.

“Esto, lo único bueno, es que uno deja de correrle a la policía, pero en caso de un evento o algo, uno no se puede mover como con la chaza, y acá si no hay eventos no arriman mucho, y mire, prometieron que no iba a haber chazas y todos los chaceros están allí” [Mujer, 60 años. Entrevista, Bogotá, 2015]



Fuente: Elaboración propia
Diagramación: Diana Moreno A

Gráfica 2. Mapa de uso del espacio por vendedores ambulantes y ubicación quioscos REDEP.

Por ejemplo la plazoleta de Lourdes, en sus inmediaciones, cuenta con un quiosco sobre la carrera 13, otro sobre la calle 64 con carrea 11 (callejón de bajo tránsito por percepción de inseguridad) y otro sobre la calle 63 en la acera frente al costado sur de la iglesia, sin embargo, la mayoría de los vendedores se encuentran apostados dentro de la plazoleta misma, en un día y hora con alta concurrencia de vendedores, se contaron hasta 25 de ellos dentro de la plazoleta. (Ver Fotografías) Por la carrera trece, desde la calle 63 hasta la calle 54, solo se encuentra un quiosco en la calle 54, andén oriental, que cumple con las especificaciones de espacio para su ubicación, pero que tiene menor flujo de peatones debido a que el sentido vehicular (transporte público) de la vía, va de norte a sur.



Fotografía 1. Panorámica plazoleta de Lourdes, 10 am. Fuente: Elaboración propia

De igual forma, se encontró, que la confluencia de las dinámicas de ocupación y uso del espacio con la configuración temporal, es decir, los momentos y horarios de trabajo, son de vital importancia y no han sido consideradas por la estrategia de quioscos de la REDEP, e influyen fuertemente en el tipo de productos que ofrecen los vendedores y que son demandados por la población del sector.



Fotografía 2. Carteles de recuperación del espacio en inmediaciones de la Universidad Javeriana.
Fuente: Elaboración propia

Recorriendo la localidad desde su límite por el sur, históricamente, se encontraba una concentración de vendedores en la calle 46 entre carreras 7 y 9, por la zona de la Universidad Javeriana. Recientemente, el espacio fue recuperado de nuevo, como lo evidencia la fotografía No 2. A lo largo de la carrera séptima, entre las calles 39 y 100, se encuentran dispersos algunos vendedores de dulces, comida procesada (paquetes, golosinas) y cigarrillos, principalmente. Es usual encontrarles en las esquinas entre semana, algunos de ellos, dependiendo de la esquina, llegan desde las 6 de la mañana y terminan su jornada entre las 5 pm y las 9 pm, otros vendedores que trabajan por la séptima permanecen solo entre las 4 de la tarde y las 8 de la noche, estos horarios y configuraciones atienden al flujo de transeúntes.

“Aquí desde las 5 y 45 de la mañana, toca aprovechar y quedarse lo que más se pueda o hasta que se acabe, el producido, lo que uno trae... hay que darle mija, uno no sabe cuándo se nos acabe” [Mujer, 48 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Yo, estoy llegando acá siete y media, ocho y permanezco hasta por ahí las siete de la noche o según esté la movida” [Hombre, 48 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Yo salgo como según se mueva la gente, cuando llegan a estudiar o salen del trabajo, ese es como el horario más movido” [Mujer, 38 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“El horario mío es como el del bar, solo en las noches y los lunes no, en promedio me estoy yendo como una de la mañana” [Hombre, 48 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

De la calle 100 a la calle 72, entre carreras 7 y 11, también se encuentran dispersos vendedores de alimentos sin empacar, bebidas frías y/o calientes, alimentos procesados, dulces y cigarrillos, según la hora, permanecen en sus puntos, en horarios que van desde las 6:30 de la mañana y las 6:00 de la tarde. En la calle 72 desde la avenida Caracas hasta la carrera novena, por los dos costados, se encuentra una de las concentraciones más densas de vendedores en la localidad. La variedad de productos que ofrecen van desde zapatos, ropa, tejidos, bufandas, frutas, bebidas, comidas rápidas, artesanías, maní, dulces, alimentos procesados, juegos didácticos, cargadores para celulares, cortinas de baño y artículos para el hogar, gafas, bolsos, entre otros. La multiplicidad de la oferta de productos incluso se torna confusa. Sobre la carrera 11 y alrededor de la Universidad Pedagógica, se encuentra principalmente una oferta de alimentos: comidas rápidas, bebidas, frías y calientes, artesanías.



Fotografía 3. Puestos y productos alrededor de la Universidad Pedagógica Calle 72-Carrera 11. Fuente: Elaboración Propia

Desde la calle 72 a la calle 64 entre Avenida Caracas y carrera séptima, de nuevo, hay algunos vendedores dispersos, ubicados en esquinas estratégicas, cercanas a institutos, colegios y edificios de oficinas, principalmente ofrecen alimentos empacados, y en algunas horas del día, sobre todo en las mañanas ofrecen bebidas calientes y comidas rápidas o alimentos preparados.



Fotografía 4. Puestos dispersos a lo largo de la carrera 11. Fuente: Elaboración propia

Otra fuerte concentración de vendedores, circunda la Clínica Colsubsidio, en la calle 67 entre carreras 13 y 9, con una oferta de babuchas, juguetes, frutas, cigarrillos, dulces y en general, comida procesada. En la plazoleta de Lourdes, (calle 63 carrera 13), de acuerdo con la hora y el día, se va modificando de manera fuerte la configuración de la presencia de vendedores. Allí se encuentran, desde vendedores de dulces, obleas, comidas rápidas y otros platos fuertes preparados allí mismo, embellecedores de calzado (como son llamados por la actual administración distrital), artesanos, ventas de plantas, bebidas frías y calientes, *sim cards*, globos, en ocasiones ropa.



Fotografía 5. Puestos calle 68 con carrera 13. Fuente: Elaboración propia

A medida que avanza el día, van llegando más vendedores, y al caer la tarde, poco a poco se van retirando: en la mañana a partir de la 6 de la mañana y casi hasta medio día, predominan los vendedores de sándwiches, arepas, bebidas calientes y jugos; mientras estos terminan sus productos y se van retirando, abren paso a vendedores de dulces y productos empacados, llegan también los vendedores de plantas, embellecedores de calzado, artesanos; hacía el final de la tarde llegan otros vendedores de alimentos preparados, como arepas y empanadas.

“Claro! En la mañana el tintico, los jugos, que su arepita y los huevos, a esa hora casi nadie compra otra cosa, ya en las noches, es que vuelve a moverse las comidas, pero ya es como la pizza, los perros calientes y eso” [Hombre, 48 años. Entrevista, Bogotá, 2015]



Fotografía 6. Venta de alimentos preparados. Fuente: Elaboración Propia

Sobre el andén opuesto, en la carrera 13, se ubican algunos vendedores de dulces, artículos varios y ropa. En el costado de la calle 63, se encuentran los embellecedores de calzado, vendedores de gafas, sombrillas, libros y gorros y algunos vendedores de dulces. Sobre la calle 63 entre carrera 13 y Avenida Caracas, se encuentra una densa condensación de vendedores que operan cerca de 20 hora diarias; el movimiento en esta cuadra inicia alrededor de las 5 de la mañana, es una de las más “movidas” de la ciudad, con vendedores de alimentos preparados, bebidas calientes, algunas comidas rápidas y vendedores de dulces.

Entre 6 y 7 de la mañana, llegan vendedores de jugos y frutas, empanadas y arepas, algunos de ellos se van retirando en el transcurso de la mañana a medida que sus productos van terminando, hacia las 8 de la mañana llegan más vendedores de dulces, artículos varios, gafas, sombrillas, productos de temporada, a lo largo de la mañana y temprano en la tarde van llegando vendedores de películas, juguetes, y artículos variados, a simple vista se hace difícil distinguir de qué se trata la gama de surtido de sus carretas. Al final de la tarde, los

vendedores de estos artículos se van retirando y dan paso a quienes venden comidas preparadas, frituras, comidas rápidas, arepas, perros calientes, permanecen y/o llegan más vendedores de dulces y a partir de las 7 de la noche y hasta la 1 de la mañana (esto sucede de lunes a miércoles); allí permanecen los vendedores de comidas, de jueves a sábado, algunos están hasta las 2 o 3 de la mañana.



Fotografía 7. Puestos y productos carrera 13 entre calles 58 y 60. Fuente: Elaboración propia

En la carrera trece, desde la calle 63 hasta la 58, por las dos aceras, se encuentran vendedores que ofrecen ropa, zapatos, artículos para el hogar, bolsos, libros, cargadores y accesorios para celular, comida, frutas, billeteras, perfumes importados, dulces, cremas y ungüentos milagrosos, bebidas y shampoo de sábila, cordones, productos acordes con la temporada comercial. La mayor parte de ellos se ubica en el andén oriental, que es más amplio debido a la cicloruta, esta, se ve obstruida por peatones y vendedores; por lo general están apostados a uno y otro lado de la cicloruta, la mayoría de ellos van llegando sobre las nueve de la mañana y terminan su jornada hacía las 6 de la tarde. La ropa y tejidos, por lo general, son ofrecidos por ecuatorianos.



Fotografía 8. Vendedores ecuatorianos que trabajan en la Localidad de Chapinero. Fuente: Elaboración propia

En algunas esquinas específicas, se encuentra una organización especial de vendedores, establecida en algunos casos desde hace más de 15 años. (Ramos Vega, 2012) Es el caso de la calle 61ª (esquina de Only), la calle 60 (Banco de Bogotá y OMA), la calle 58 (costado oriental de la carrera 13), en donde se ubican vendedores, organizados con reglas de manejo de espacio, altura y tamaño de los puestos, disposición de basuras, tipo de productos a vender y restricciones para otros vendedores que quieran ubicarse en este espacio.

Entre la calle 57 y la calle 53, se encuentra una menor proporción de vendedores, principalmente vendedores de dulces y cigarrillos, bufandas y bolsos. Sobre la carrera 13, en la calle 52, frente la Secretaría del Hábitat y el almacén Éxito se encuentra otra concentración de vendedores, de libros, ropa, dulces, pulidores de cd's, bolsos, artículos para el hogar; de allí hacía el sur y hasta la calle 39 se encuentra una dispersión poco densa de vendedores, principalmente de dulces, en los puntos cercanos a universidades e institutos, se densifica su concentración, principalmente en las horas que coinciden con el ingreso de los estudiantes.

Los fines de semana, en especial los domingos y festivos, la configuración, es completamente diferente, solo unos pocos de estos vendedores permanecen, quienes venden

bebidas y alimentos preparados, unos pocos que ofrecen dulces y golosinas y algunos de ropa y bufandas. La mayor concentración de vendedores se da en la carrera séptima, durante el lapso que dura la ciclovía, ellos ofrecen bebidas frías y frutas, sin embargo, son vendedores diferentes. Este, para muchos de los vendedores que están de lunes a viernes o sábado, es su día de descanso. Los domingos y festivos, es muy raro encontrar un vendedor ambulante después de las tres de la tarde por las calles de Chapinero.

La confluencia que se presenta entre la ocupación del espacio público, los horarios de trabajo y el tipo de producto ofrecido por los vendedores ambulantes de la localidad de Chapinero, se puede apreciar en la Gráfica No 3.



Fotografía 9. Carrera 13 con 61. Fuente: Elaboración propia



Fuente: elaboración propia

Gráfica 3. Resumen de productos predominantes y horarios de venta ambulante en Chapinero

Como se puede apreciar en la descripción previa, la estrategia también desconoce la realidad de los vendedores ambulantes de Chapinero respecto a los productos a ofertar. En contraste con lo que el IPES considera que se debe vender en los quioscos (golosinas, gafas, sombrillas, prensa, diarios oficiales, revistas, libros y cd's originales, tarjetas prepago, recargas); lo que proporciona ingresos a los vendedores y demanda de los transeúntes, en su mayoría son productos no permitidos en los quioscos (como alimentos no procesados o ropa), esta es otra de las razones por las que algunos de los vendedores manifestaron que no consideraban una buena alternativa presentarse a este programa.

“El compañero de aquí que si tiene algo de modos, le pudo meter gafas y ya está permitido, pero si uno no tiene con qué surtir, pues se friega” [Mujer, 60 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Mire, póngase a pensar usted, que en un quiosco de esos, usted no se puede poner a meterle nada, que un pantalón que usted sepa hacer, por ejemplo, eso es trabajarle para otros que a Margarita, a los de los jugos, eso no es para uno y encima pagar arriendo” [Hombre, 53 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

En lo que respecta a los inconvenientes operativos, relacionados con la utilidad y cumplimiento de los objetivos propuestos para los quioscos, y teniendo en cuenta que fueron construidos con materiales de larga durabilidad, con una cubierta elíptica (arriba) con función de protección y resguardo, proporcionar un espacio para la exhibición y almacenamiento de los productos, mantenerlos protegidos y en buen estado para el consumo (Secretaría Distrital de Planeación, 2007), las evidencias del trabajo de campo demuestran que esto tampoco se cumple.

“Uy!, vea esto se pone un infierno con el parasol ese, esto se calienta que uno no aguanta y se derriten los chocoramos, y cuando llueve a ponerle el cartón, eso no hay modo de tener esto protegido” [Mujer, 54 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

Durante los recorridos se evidenció que los quioscos que se encuentran en uso, necesitan y tienen instalados aditamentos extra, para proteger los productos y a los vendedores de los efectos del clima; para aumentar la capacidad de exhibición de los productos, otros para permitir el descanso y la comodidad de clientes y vendedores. Muchos de los quioscos tienen también algunos de los productos que no son permitidos, como los alimentos preparados o no empacados, lo que permite a los vendedores incrementar sus ganancias, ofreciendo productos que demanda el mercado de transeúntes en la zona. Dichos aditamentos van en contravía de lo exigido por el IPES como requisito para permanecer como beneficiario de la estrategia. El criterio 3 de permanencia, exige que la actividad comercial se realice exclusivamente dentro del quiosco, sin embargo, al tener un espacio reducido, muchos de los vendedores agregan mesas, exhibidores, hornos e instalaciones que extienden la posibilidad de exhibición de sus productos.

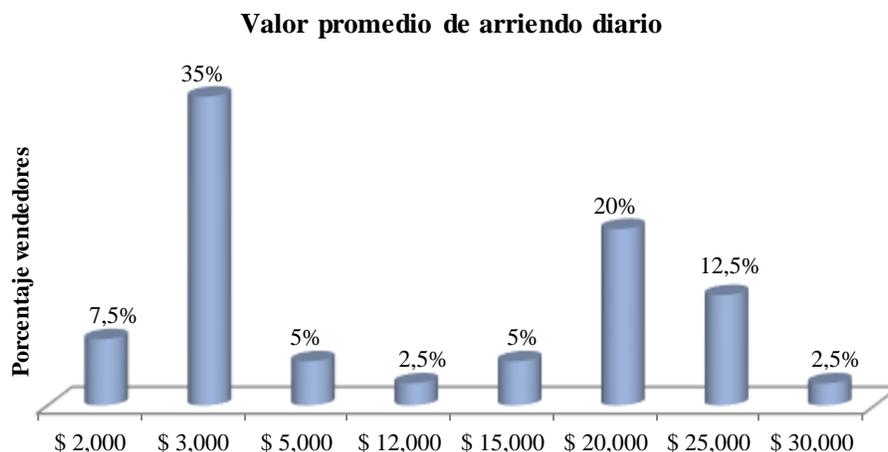
“Eso toca comprarle todo estas cositas porque no hay como poner bonito organizar y meterle más producto” [Mujer, 54 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Claro eso toca traer una sillita, porque a veces la gente viene cansada y quiere quedarse un ratico, para uno mismo” [Mujer, 60 años. Entrevista, Bogotá, 2015]



Fotografía 10. Aditamentos de los quioscos. Fuente: Elaboración propia

Así mismo, las características del clima Bogotano, exigen que se amplíe la posibilidad de resguardo del vendedor y de los productos con la instalación de tejas, plásticos y/o parasoles, estas instalaciones extra, hacen que de nuevo los vendedores recurran a pagar alquiler para guardar en un lugar cercano los elementos requeridos para su venta, reduciendo el margen de ganancia económica. Como se muestra en la Gráfica No 4, el 35% de los vendedores encuestados pagan tres mil pesos diarios por guardar su mercancía o puestos y otro 35% paga entre veinte y treinta mil pesos por el alquiler del quiosco y el servicio de luz.



Gráfica 4. Valor de alquiler diario que pagan los vendedores. Fuente: Elaboración propia

De igual forma, debido a los lugares de ubicación del quiosco, el flujo de transeúntes, y para garantizar un mayor nivel de ingresos; muchos de ellos, recurren a la venta de productos que no son permitidos dentro de los quioscos, como los alimentos no procesados, o en algunos puntos de la ciudad artículos como zapatos, cargadores de celular o prendas de vestir, así mismo, el criterio 7, exige la adquisición y comercialización de mercancías a través de los mecanismos de la REDEP, sin embargo, muchos de los entrevistados manifiestan que siguen comprando sus productos con proveedores tradicionales y con impulsores o “vendedores TAT” que los visitan, pero que no están inscritos en mecanismos de la REDEP. Frente a ello, y en la revisión documental, no se encontraron evidencias de la consolidación de la red de distribución de mercancías y su centro de acopio, así como tampoco de la ejecución de visitas periódicas de acompañamiento y seguimiento por parte de los equipos misionales del IPES. Infortunadamente, no se logró establecer el contacto institucional para contrastar la información de primera mano con los funcionarios encargados de la estrategia. En la siguiente tabla se muestran las principales fuentes de adquisición de los productos, tanto para los vendedores de los quioscos como para quienes no hacen parte de la estrategia.

		Beneficiario estrategia quioscos*Procedencia de los productos							Total
		Proveedor que lo visita	Mercaderistas de marcas reconocidas	Plaza	Procedencia de los productos		Microempresas manufactureras	Elaboración propia	
					Cigarrerías	San Andresitos/Sanvictorino			
Beneficiario estrategia quioscos	Si	3	3	0	2	0	0	0	8
	No	6	0	1	11	11	2	1	32
Total		9	3	1	13	11	2	1	40

Tabla 6. Fuente de adquisición de productos comercializados en los quioscos. Fuente: Elaboración propia



Fotografía 11. Productos permitidos y comúnmente ofertados en quioscos y chazas. Fuente: Elaboración propia

5.2. *Componente social*

El diseño e implementación de la estrategia desde el desconocimiento u omisión de la realidad de los vendedores, y formulado desde la perspectiva de la estética y preservación del espacio público, se constituye también en una fuente de segregación, entendida como la falta de participación de los vendedores en la estrategia de quioscos REDEP, debido al no cumplimiento de algunas de las características exigidas. Esto se confirma con la verificación de los criterios de selección de los beneficiarios, que como ya se ha señalado, se centran en condiciones normativas, más que en la realidad social de los vendedores ambulantes.

Por ejemplo, se exige estar registrado en el IPES, sin embargo, la mayoría de los vendedores de la localidad de Chapinero no lo están, como lo corroboran las cifras presentadas en el apartado anterior, de acuerdo con los entrevistados, algunos de los vendedores extranjeros no tienen permiso de trabajo (criterio 2 de entrada), en varios lugares se confirmó, a través de las entrevistas y observación, que miembros de una misma familia trabajan como vendedores ambulantes en puestos de venta diferentes (como se aprecia en la Gráfica No 17), y el criterio 5 de entrada señala que solo se admite una persona por núcleo familiar, de tal forma que se podría contemplar considerar al grupo familiar como sujeto de la intervención.

“Permiso, así como tal no, o sea, por eso trabajamos aquí en la calle, nosotros no hemos tenido nunca permiso” [Hombre, 33 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Claro, ahora mi hija, también está acá, mi mamá tiene su puesto, mi hermano y una hermana” [Hombre, 48 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

“Mi hija también tiene su puesto allá por el Salitre, es de perros y allá si quela molestan” [Mujer, 53 años. Entrevista, Bogotá, 2015]

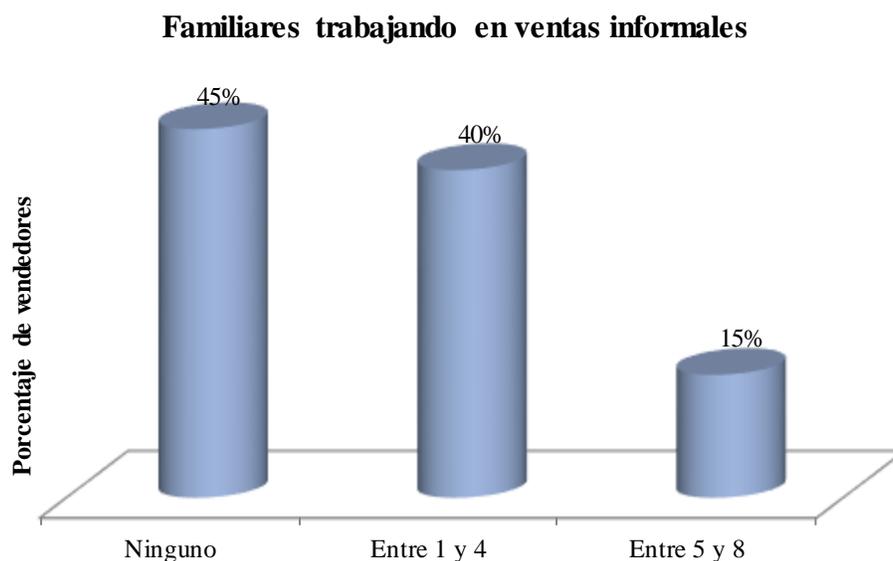


Tabla 7. Cantidad de familiares que trabajan en ventas informales. Fuente: Elaboración propia

En las entrevistas se halló evidencia que confirma que la mayoría de los vendedores son migrantes de origen campesino que llegaron a Bogotá en décadas previas a los 2000 o bien bogotanos en condiciones de pobreza, teniendo desventaja frente a quienes llegaron en las últimas décadas por consecuencia del conflicto armado, en la selección de beneficiarios de la estrategia. Como se aprecia en la Tabla No 8, el tiempo de residencia en Bogotá de los encuestados es superior a 10 años y predomina el origen Bogotano y el rural de otras zonas del país.

Lugar de procedencia*		Tiempo de residencia		Total
		Entre 10 y 13 años	Superior a 13 años	
Lugar de procedencia	Bogotá	0	19	19
	Rural	5	12	17
	Semiurbano	1	1	2
	Urbano	0	2	2
Total		6	34	40

Tabla 8. Zona de origen y tiempo de residencia en Bogotá. Fuente: Elaboración propia

Frente a factores de vulnerabilidad como la pertenencia a minorías étnicas, condiciones de discapacidad y escolaridad, se encontró que la pertenencia a minorías es baja y principalmente extranjera, al igual que una proporción baja de personas con condiciones de discapacidad; por el contrario los bajos grados de escolaridad se presentan en mayor proporción, así como la tasa de dependencia económica y la proporción de vendedores que pagan alquiler para guardar su mercancía debido a que viven en localidades diferentes o barrios lejanos a donde realizan sus actividades de venta, muchos de ellos también tienen préstamos o algún tipo de deuda que han adquirido para poder surtir sus puestos de venta. En la Tabla No 9, se puede apreciar un resumen de estas características halladas en los vendedores de la localidad.

CARACTERÍSTICAS DE LOS VENDEDORES	CONDICIONES EXISTENTES PARA PRIORIZACIÓN	CRITERIOS PARA ASIGNACIÓN DE QUIOSCO
<ol style="list-style-type: none"> 1. El 57,5% de vendedores encuestados en la localidad de Chapinero, se encuentran sin registrar en la Herramienta Misional (HEMI) del IPES. 2. 2,5% de Vendedores encuestados son indígenas ecuatorianos, 7,5% afrocolombianos y 90% se identifican como mestizos colombianos. 3. El 62,55% de los entrevistados, viven en alquiler. 4. El 55% de los encuestados tienen entre 1 y 5 miembros de su familia participando en la actividad de ventas ambulantes. 5. El 65% de los entrevistados tienen un nivel de escolaridad de primaria incompleta. Aun así, saben manejo monetario/matemático. 7. No les gusta participar de programas IPES por los trámites y baja posibilidad de elegir lugar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El 47,5% de los vendedores entrevistados son campesinos migrantes por fenómenos históricos previos al año 2000. 2. Durante los recorridos se encontró una baja proporción de personas con condiciones de discapacidad (2). 3. La mayor concentración de vendedores ambulantes son adultos y adultos mayores; el 50% de los entrevistados se encuentra en rangos de edades comprendidos entre los 48 y 63 años y un 30% entre los 33 y 42 años. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perpetuación generacional de la actividad (familias con varios puestos), los hijos del 42,5% de los entrevistados trabajan en sus puestos y la mayoría de ellos reportó que su ascendencia también realizaba esta actividad. 2. El 87,5% de los vendedores entrevistados pagan alquiler para guardar su mercancía, carro o chaza. 3. El 97,5% de los entrevistados manifiestan que habitan en viviendas de estrato 1 y 2.

Tabla 9. Características actuales de los vendedores de Chapinero. Fuente: elaboración propia

Un aspecto relevante que mencionan los vendedores entrevistados, ubicados en los quioscos o cercanos a ellos, es que, al presentarse, la asignación del quiosco es por sorteo, arbitraria y en muchas ocasiones no les beneficia. Ya que llegan a un sector en el que no les conocen, y la limitante de no poder elegir el quiosco en el lugar en el que suelen trabajar y tener sus clientes de siempre, dificulta las ventas y por tanto el ingreso y las ganancias.

Al respecto, durante las observaciones, se evidenció, que los puestos y chazas³ de los vendedores ambulantes, guardan relación con el significante de sociabilidad vecinal⁴ entre los mismos vendedores y también con sus clientes, constituyéndose en un importante espacio de socialización en la ciudad. En torno a las chazas o puestos de los vendedores, se genera un espacio de socialización con y entre los clientes, quienes al llegar a comprar, entablan diálogos con el vendedor, en algunas ocasiones para conseguir un descuento en el precio, o en espera de asesoría. Se van tejiendo conversaciones en las que se habla de los asuntos relevantes o que son noticia del día o la época, se intercambian opiniones.

En los puestos en que se venden golosinas y cigarrillos, también se genera ese momento de intercambio de opiniones, y en lugares en los que el vendedor lleva apostado años y que circunda principalmente instituciones de educación o empresas, también se producen intercambios de situaciones personales, familiares y privadas entre clientes y vendedores. Este espacio de socialización en los quioscos, se percibe fuertemente disminuido por la estructura de los mismos. Sus cubiertas laterales, no permiten la cercanía para hablar con el vendedor, obstruyen la vista a otros compradores, así que obligan a que los clientes a comprar y retirarse rápidamente; este, es un aspecto que probablemente

³ Chaza: Nombre con el que, en la calle, los vendedores denominan a los puestos o carretas de venta de dulces y cigarrillos.

⁴ Definida por Grafmeyer (1998) “como el conjunto de relaciones con personas ajenas al grupo doméstico sobre la base de la proximidad espacial” (Girola, 2007, pág. 148)

disminuya las ganancias de los vendedores que se ubican en los quioscos, frente a aquellos considerados *free riders*.

Dicha hipótesis se confirmó también, al observar quioscos cercanos a instituciones educativas y centros empresariales en otros sectores de la ciudad y las chazas circundantes. En franjas de 30 minutos, a las chazas se acercaban y permanecían más los clientes que en los quioscos, en ocasiones, quienes permanecían conversando con los vendedores de las chazas, en su lapso de permanencia compraban más productos que el inicialmente solicitado. Al respecto, también se observó que en algunos casos para facilitar esta socialización los vendedores llevan sillas que ponen junto a su quiosco, como se muestra en las siguientes fotografías.



Fotografía 12. Chazas y quioscos cercanos a instituciones educativas, espacios de socialización. Elaboración propia

6. Conclusiones

- Concebir una estrategia de intervención del espacio público al margen de variables sociales, afecta la sostenibilidad administrativa y social de este tipo de iniciativas para regular el uso de espacio público.
- La ausencia o debilidad de un diagnóstico en la formulación de proyectos y estrategias de intervención social dirigidas a la población que realiza actividades de ventas ambulantes genera serias dificultades técnicas, operativas y potencia la vulnerabilidad y riesgo de este tipo de poblaciones.
- La falta de claridad en el establecimiento de indicadores en todos los órdenes, afecta la toma de decisiones, la ejecución de acciones efectivas para la intervención y en especial el ejercicio de monitoreo y evaluación de la estrategia.
- El engranaje y compromiso institucional en el orden local y distrital son fundamentales para el alcance de los objetivos de la intervención social formulada en la estrategia de quioscos.
- La estrategia de quioscos REDEP requiere de una urgente reformulación para evitar el detrimento presupuestal y el aumento de las condiciones de riesgo de los vendedores ambulantes.
- Es pertinente desarrollar estrategias de identificación de beneficiarios (vendedores ambulantes y sus familias) de fácil actualización para mejorar la focalización de la población objeto de la intervención.

- Se requiere reformular acciones que contemplen las características de los productos demandados en los distintos horarios y lugares de la ciudad, con el fin de fortalecer la sostenibilidad de la estrategia para los vendedores beneficiarios.
- Es urgente emplear herramientas de planeación y formulación de intervenciones en el uso y ocupación del espacio público que permitan el control de efectos no esperados, como la deserción de los programas de formación y ahorro o el endeudamiento por falta de pago del alquiler de los quioscos.
- Se requiere ampliar la visión de los entes formuladores de la estrategia para abarcar otras perspectivas teóricas que permitan una intervención social integral.
- Es importante formular criterios claros de avance y superación del proceso que vive la población beneficiaria de la estrategia, se recomienda levantar una línea base
- Es necesario comprender las dinámicas propias de los sectores con alta concentración de vendedores para realizar acciones de intervención pertinentes, eficientes y efectivas.

7. Recomendaciones

Teniendo en cuenta los hallazgos planteados en el capítulo de resultados, es pertinente señalar que la posibilidad de reformular los criterios de selección de beneficiarios, las variables del componente social, y algunas de las condiciones técnicas y operativas de la estrategia; aportará una visión integral para fortalecer la estrategia como una verdadera alternativa de intervención social para la reubicación de vendedores ambulantes.

En primer lugar, es importante considerar y ponderar todas las posibles variables sociales que influyan en el éxito de la estrategia y el beneficio de la población objetivo. Esto requeriría del levantamiento de una línea de base que dé cuenta también, de variables de enfoque de género, ciclo de vida, condiciones de discapacidad física y cognitiva, variables de vulnerabilidad y riesgo, como escolaridad, pobreza y pobreza extrema, así como otras que contemplen las consecuencias sociales del postconflicto.

A partir de una línea de base, claramente establecida, se pueden reformular los criterios de selección de los beneficiarios mitigando la segregación. Para ello sería pertinente construir una herramienta que permita ponderar la presencia e impacto de las variables en los beneficiarios, priorizando así a quienes presenten una mayor vulnerabilidad y menor acceso a oportunidades de mejoramiento de su calidad de vida. Esta herramienta aportaría también a los criterios para la asignación de quioscos, en los que se contemplan variables socioeconómicas.

Para dar mayor amplitud al componente social en la estrategia, se propone incluir dentro de los criterios de entrada, el fortalecimiento y consulta de la Herramienta Misional-HEMI, la verificación con otras entidades de la recepción o no de subsidios y beneficios. Esto implica el fortalecimiento de la comunicación y engranaje interinstitucional no solo en el orden local y distrital, sino también en el orden nacional. Para los criterios de priorización, se propone incluir a la población reinsertada, debido a las dinámicas políticas y sociales actuales, así como contemplar las condiciones de pobreza y pobreza extrema, el analfabetismo y los bajos niveles bajos de escolaridad.

En los criterios para la asignación, la creación de una herramienta o de índices que permitan ponderar la influencia de las variables en los beneficiarios, permitiría articular acciones concretas que conduzcan a la efectividad de la estrategia. Contemplar situaciones como el pago del alquiler para los productos, carros, chazas o mesas de exhibición que realizan muchos vendedores que habitan en localidades diferentes al lugar en donde trabajan. Así mismo, quienes poseen menores recursos para surtir o presentan endeudamientos por esta razón, deberían ser considerados.

De igual forma, en los criterios de permanencia sería relevante incluir acciones de seguimiento de la estrategia misma, verificando la rentabilidad del punto de venta, acorde con su lugar de ubicación, así como el tipo de productos ofertados. El seguimiento y verificación de las razones por las que los beneficiarios de la estrategia abandonan o entregan tempranamente el quiosco, o por qué al término de los dos años, no alcanzan los objetivos y vuelven a las ventas ambulantes tradicionales.

Frente a los criterios de salida, es importante replantearlos en términos de alcance de objetivos formativos para el emprendimiento y la productividad, a partir de las mismas acciones de capacitación que ofrece la estrategia, así mismo, el acompañamiento en la estructuración de un plan de negocio o alternativas de vinculación al mercado laboral formal y mayor seguimiento a los planes de ahorro que plantea la estrategia. Finalmente, sería de utilidad realizar una medición o apelar a los índices de calidad de vida como una herramienta de control y avance para los beneficiarios, es decir, considerar como parámetro de priorización, atención y avance en la estrategia, estas características. Todas estas inclusiones se pueden apreciar en el resumen de la Tabla No 10.

Finalmente, es necesario señalar la urgencia de establecer un sistema de seguimiento y evaluación, con indicadores claramente estructurados y equipos de seguimiento que permitan verificar los avances de la estrategia, así como asegurar la eficiencia, eficacia e impacto de las acciones de la intervención, debido a que esto permite sustentar la continuidad o no de la estrategia, y orienta la toma de decisiones frente a las acciones que involucran los cronogramas, presupuestos distritales y por supuesto lo que sucede con la población involucrada.

CRITERIOS DE ENTRADA	CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN	CRITERIOS PARA ASIGNACIÓN DE QUIOSCO	CRITERIOS DE PERMANENCIA	CRITERIOS DE SALIDA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser vendedor censado y registrado en la herramienta misional HEMI. 2. No ser beneficiario de subsidios o programas económicos del Estado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser parte de población reinsertada. 2. Encontrarse en condiciones de pobreza extrema. 3. Bajos o ausentes grados de escolaridad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener mayor puntaje de acuerdo con la ponderación de todas las variables. 2. Pagar alquiler para guardar su mercancía, carro o chaza. 3. Tener recursos limitados para surtir su punto de venta o presentar endeudamiento por esta razón. 3. Ser jefe de hogar. 4. Ser adulto mayor. 5. Tener condiciones de discapacidad física o cognitiva funcional. 6. Se encuentra en condiciones de pobreza o pobreza extrema. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El punto de venta está generando una rentabilidad funcional para el vendedor y la ciudad. 2. El punto de venta ofrece productos y servicios útiles y necesarios para los transeúntes. 3. El vendedor no ha alcanzado las condiciones necesarias para su egreso de la estrategia, aun cuando se ha cumplido el plazo de dos años. 4. Las razones por las que no se han alcanzado las condiciones necesarias para el egreso se deben a condiciones de ubicación del punto de venta o ajenas al accionar del vendedor. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Haber completado el programa de formación en emprendimiento y productividad. 2. Tener estructurado un plan de negocio o alternativas de vinculación al mercado laboral formal. 3. Haber alcanzado al menos el 90% del ahorro esperado para el arranque de su proyecto productivo. 4. Alcanzar mejora de su calidad de vida en al menos un punto por encima del momento de inicio en la estrategia.

Fuente: elaboración propia

Tabla 10. Propuesta de criterios a incluir desde la perspectiva del componente social.

Anexos



Gráfica 5. Módulo REDEP – Quiosco. Fuente: www.dadep.gov.co

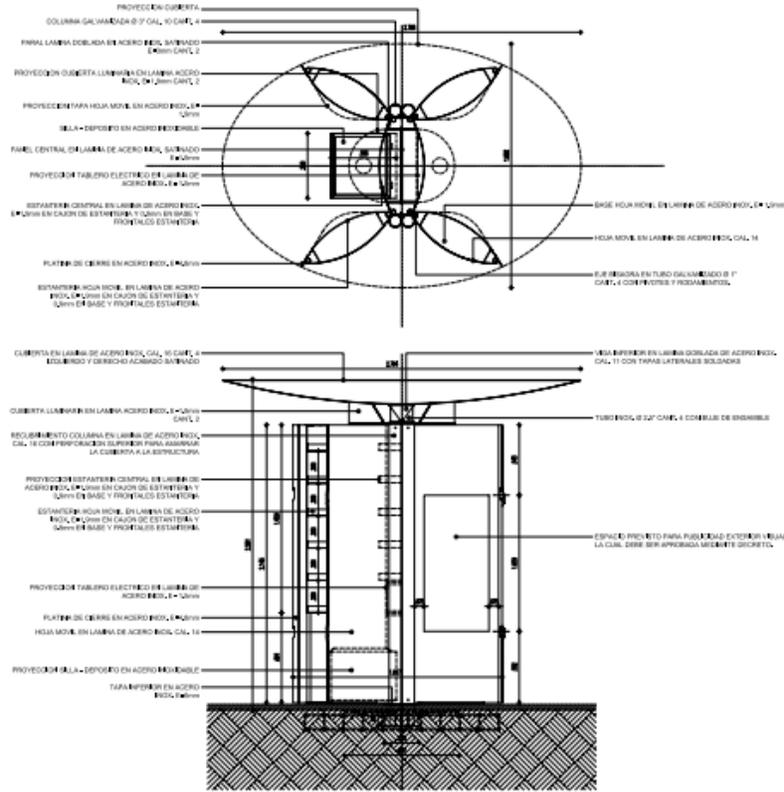
Cartilla de Mobiliario Urbano



Secretaría Distrital de Planeación
Taller del Espacio Público

Módulo de servicio al
ciudadano -REDEP

M 141



Gráfica 7. Alzada lateral y planta quiosco REDEP. Fuente: www.idu.gov.co

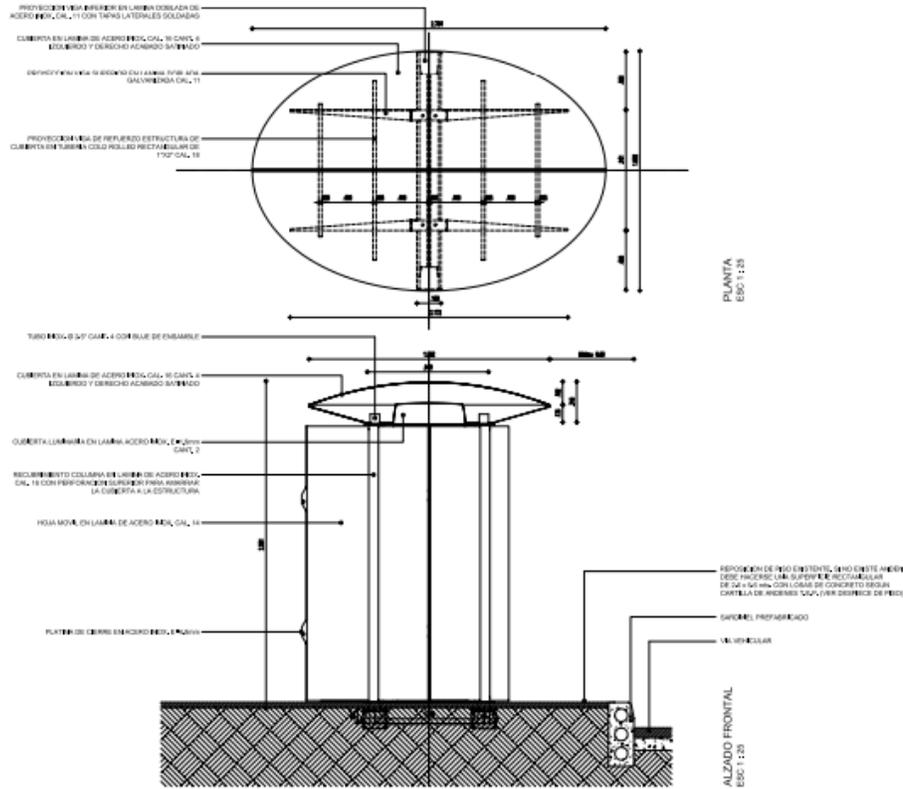
Cartilla de Mobiliario Urbano



Secretaría Distrital de Planeación
Taller del Espacio Público

Módulo de servicio al
ciudadano -REDEP

M 141



Gráfica 8. Alzada frontal y planta quiosco REDEP. Fuente: www.idu.gov.co

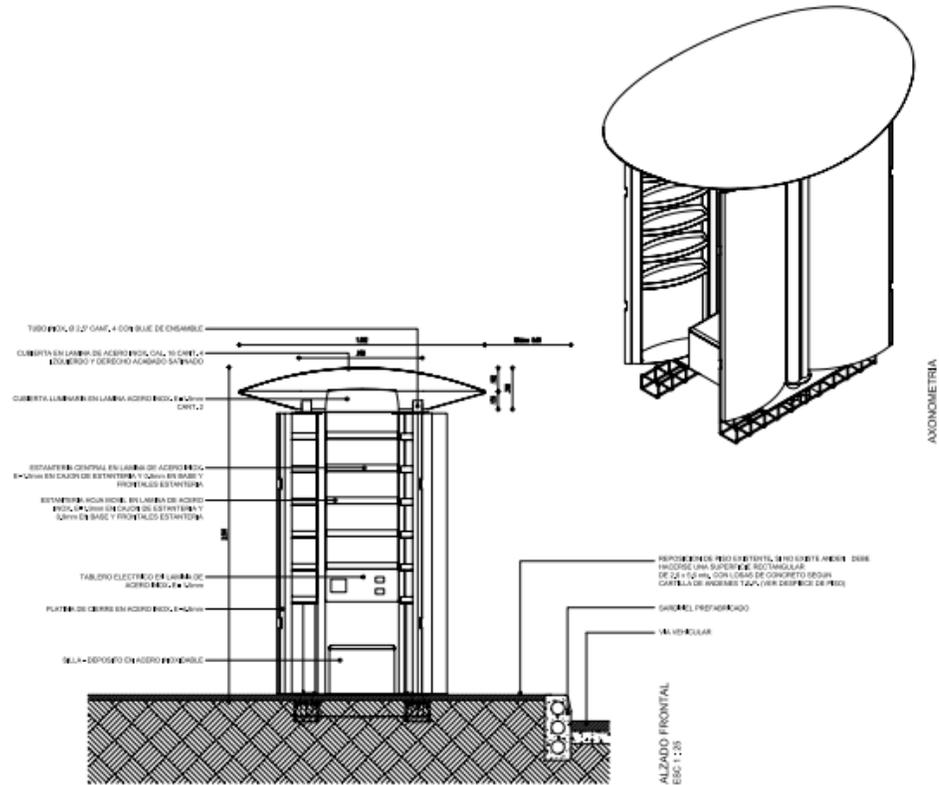
Cartilla de Mobiliario Urbano



Secretaría Distrital de Planeación
Taller del Espectro Público

Módulo de servicio al
ciudadano -REDEP

M 141



Gráfica 9. Alzada frontal y axonometría quiosco REDEP. Fuente: www.idu.gov.co

Anexo. Guión de entrevista estructurada. Fuente: Universidad de Minnesota

Folio no.: _____	Iniciales: _____	Fecha: _____/_____/2015/16	No. ID: _____
			Fecha: _____/_____/2015-16
Cuestionario Bogotá 2015			Iniciales: _____

I. Datos demográficos

- 1.1. Primer nombre _____
 1.2. Edad: _____
 1.3. Sexo:
 Femenino
 Masculino
 1.4. Genero

- 1.5. Estado Civil
 Casado
 Soltero
 Unión libre
 Divorciado/a
 Viudo/a

- 1.6. Escolaridad
 ¿Cuántos años de escuela o educación completó? _____
 Primaria
 Secundaria
 Universitario (pre-grado)
 Post-grado
 Otro (vocacional, certificado)

- 1.7. ¿Vive en Bogotá?
 Sí
 Si la persona vive en Bogotá:
 Localidad: _____
 Barrio: _____
 No
 Si la persona **no vive** en Bogotá, pregunte donde vive y anote en el espacio indicado
 Lugar donde vive: _____

- 1.8. ¿Lugar de procedencia? _____
 1.8.1 Motivo de cambio de residencia: _____
 1.8.2 Lugar de nacimiento _____
 1.8.3 Lugar de nacimiento de su madre _____
 1.8.4 Lugar de nacimiento de su padre _____

- 1.9. ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en su sitio de residencia?

Ahora queremos hacerle unas preguntas sobre quienes viven con usted.

Composición del hogar

- 1.10. ¿Quién vive en su casa?

Nombre	Edad	Parentesco	Educación*	Trabajo**
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				

Notas para el/la entrevistador/a para completar pregunta 1.10 sobre composición del hogar

* Educación: indique con número del 1 al 11, 12 si la persona completo algún año de universidad, 13 si tiene un grado universitario de 2 años ** Trabajo: anote una breve descripción del trabajo que lleva a cabo la persona; si son niños o estudiante indique "niño/a", "estudiante"

II. Datos socioeconómicos: Estrato socioeconómico y acceso a servicios públicos

11. Estrato Socio-económico: _____ (numero 1-6)

- 1.1 Tipo de vivienda:

- Casa
 Apartamento
 Tipo cuarto
 NS/NR

- 1.2 El lugar donde habita es:

- en arriendo
 propio totalmente pago
 propio totalmente pago
 propio y se esta pagando
 con permiso del propietario
 en tenencia o posesión
 otra relación
 NS/NR

- 1.3 Accesos a servicios públicos:

- Agua

- 3.11 ¿De dónde trae la mercancía? _____
- 3.12 ¿Costo de la mercancía? _____
- 3.13 ¿Cuánto cree que es el costo total de la mercancía? _____
- 3.14 ¿Y cuánto le gana (porcentaje de ganancia), cuanto genera, cuánto saca de la venta? _____
- 3.15 En los últimos 6 meses, ¿ha buscado empleo fuera del sector informal?
 Sí
 No
 ¿En qué? _____
- 3.16. Más o menos ¿cuál es el ingreso mensual del hogar?

IV. Conexiones a organizaciones formales

- 4.1 Esta organizado en algún agrupación de vendedores?
 Sí, desde cuando
 Paga cuota, ¿cuánto? _____
 No, ¿por qué?
- 4.2 Si pertenecen a la asociación/organización, que beneficios tienen

V. Monitoreo del estado

- 5.1 ¿Alguna vez cuando ha venido algún funcionario público a decirle que no puede estar en el sitio donde vende?
 Sí
 No
- 5.2 ¿Alguna vez, ¿le han decomisado la mercancía?
 Sí
 No
 ¿De cuánto? _____

Notas para el/la entrevistador/a. En las siguientes preguntas pida ejemplos o que le relate lo sucedido. Porejemplo, le puede decir al participante: "Me puede dar un ejemplo, "Que paso, me podría contar"

- 5.3 ¿Se ha sentido agredido o acosado por la policía?
 Sí
 No
 ¿Qué le han hecho? _____

- 5.4 ¿Se ha sentido agredido o acosado por otros locales/negocios?
 Sí
 No
 ¿Qué le han hecho? _____

- 5.5 ¿Se ha sentido agredido por otros residentes?
 Sí
 No
 ¿Qué le han hecho? _____

- 5.6 ¿Se ha sentido agredido por la opinión pública?
 Sí
 No
 ¿Qué le han hecho? _____

5.7 Que lo motiva a permanecer trabajando como vendedor?

5.8 Su opinión sobre programas estatales de vendedores?

5.9 Que metas, deseos o planes tiene para su futuro laboral?

VI Salud y Enfermedad

6.1 En los últimos 3 a 6 meses, ¿usted o algún miembro del hogar se ha enfermado?

¿Quién se enfermó?	¿De qué?	¿Qué hizo para cuidarse/curarse?

En los últimos 30 días, ha usado
 6.2. ¿Medicina tradicional? (remedios caseros)
 sí

Anexo. Protocolo de observación etnográfica. Fuente: Equipo de práctica Bogotá

Guía de observación etnográfica

La observación etnográfica se realizará en la zona, revisando las condiciones de configuración y usos del espacio, horarios, tipo de productos, a quienes se vende, quienes compran, relaciones, actitudes. Sin tener en cuenta la diferenciación entre un puesto fijo, semi-fijo o ambulante, haciendo una distinción entre aquellos que son beneficiarios o han participado de la estrategia de quioscos REDEP

Durante las conversaciones, indagar por cambios que vendedores perciben en sus vidas, sus actividades y espacios, y lo que todo esto significa para sus vidas, indagar acerca de las ideas, significados y sentimientos que tienen los informantes acerca de su actividad laboral, las interacciones que se dan en el espacio que utilizan, las razones por las que desempeñan esta actividad, sus percepciones y experiencias frente a las intervenciones de los entes del distrito, creencias, lenguaje, comportamiento y temas como el poder, la resistencia, y dominancia.

Núcleos:

Entender las realidades cotidianas que se conforman en el territorio de asentamiento.

Dinámicas sociales de los participantes.

Significados, la interacción y la vida diaria.

Relaciones con clientes, y entres de control.

Distribución, usos y apropiación del espacio.

Momentos y temas a indagar: (todo esto se indagará con sutileza y en momentos en que se pueda dar de una forma en que no interfiera fuertemente con la cotidianidad de los participantes, utilizando las actividades que se están realizando)

Quienes son los informantes

Procedencia

Razones de la actividad

Qué venden y por qué

Referencias

- Aguilar, L. &. (2009). *Bases de la Política Pública de Desarrollo Económico de la Ciudad - Informe preliminar*. Bogotá: CID Universidad Nacional - Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.
- Alcaldía Mayor de Bogotá . (2007). *Hábitat y espacio público, el caso de los vendedores ambulantes de Bogotá*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá . (2013). Plan Operativo Anual de Inversiones 2013. *Plan Operativo Anual de Inversiones 2013 POAI*. Bogotá, Colombia: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2005). *Documento Técnico de Soporte. Plan maestro de Espacio Público de Bogotá D.C.* . Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2008). *Historia Institucional. Fondo de Ventas Populares 1972 - 2006*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (11 de 10 de 2013). Decreto 456 de 2013. . *Por el cual se adopta el Marco Regulatorio del Aprovechamiento Económico del Espacio*. Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá, PNUD, ONU HABITAT. (2008). *Espacio público y derecho a la ciudad. La política del espacio público físico y la venta informal en Bogotá*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2012). *Aprediendo del mundo: Políticas Locales de Trabajo Decente*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. Equipo de trabajo para la generación de trabajo decente digno. (20 de Junio de 2013). Bogotá Promueve el Trabajo Decente y Digno: Una nueva política pública. Bogotá, Alcaldía Mayor de Bogotá, Colombia.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. Instituto Para la Economía Social - IPES. (20 de 10 de 2009). Resolución 391 de 2009 . *Resolución 391 de 2009* . Bogotá: Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Alcaldía Mayor de Bogotá-Alcaldía Local de Chapinero. (2015). *Chapinero*. Recuperado el 26 de septiembre de 2015, de Chapinero: <http://www.chapinero.gov.co/index.php/mi-localidad>
- Álvarez Velasco, S. (Diciembre de 2010). A la sombra del Miguel Hidalgo: análisis etnográfico del paraje central de Tapachula. *Liminar Estudios Sociales y Humanísticos.*, VIII(2), 129-152.

- Ávila , L., Fontecha, V., & Gómez , C. (2011). Kiosko de ventas en el espacio público para la ciudad de Bogotá. Bogotá.
- Baker, J. (2008). Urban Poverty: a global view. *Urban Papers*, 1-25.
- Bogotá Cómo Vamos . (2015). *Informe de Calidad de Vida Bogotá 2014*. Bogotá: Bogotá Cómo Vamos .
- Bogotá Cómo Vamos. (2013). *Localidades Cómo Vamos Tomo 1*. Bogotá: Bogotá Cómo Vamos.
- Bonilla, E., & Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales*. Bogotá: Norma.
- Borja Orozco, H., Barreto, I., & Sánchez, V. (2008). Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de Chapinero frente a sus condiciones laborales y políticas. *Revista Diversitas*, 279-290.
- Castañeda, G. (2008). *Hábitat y espacio público. "El caso de los vendedores en el espacio público físico de Bogotá"*. Bogotá: UN-Hábitat - IPES.
- Concejal Felipe Ríos . (2012). Debate en el Concejo sobre espacio público . Bogotá, Colombia.
- Concejo de Bogotá. Comisión Segunda Permanente de Gobierno. (2012). Acta Sucinta 051. Proceso de Control Político . *Comisión Segunda Permanente de Gobierno. Periodo Constitucional 2012-2015*. Bogotá: Concejo de Bogotá.
- Contraloría de Bogotá. (2009). *Informe de Auditoría Gubernamental con enfoque integral*. Bogotá: Contraloría de Bogotá.
- Contraloría de Bogotá. (2015). *Informe de auditoría de regularidad. Instituto para la Economía Social IPES. Periodo 2014*. Bogotá : Contraloría de Bogotá .
- Cotraloría de Bogotá . (2012). *Advertencia fiscal por el riesgo de pérdida de recursos en el IPES*. Bogotá.
- Creswell, W. J. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Desing. Choosing among five approaches* (Second Edition ed.). London: Sage.
- Departamento Nacional de Planeación - DNP. (2011). *Diagnóstico de equidad para la Misión de Equidad y Movilidad Social* . Bogotá: DNP.
- Departamento Nacional de Planeación. (31 de 01 de 2012). Política Nacional de Espacio Público . *CONPES 3718 de 2012*. Bogotá.

- Donovan, M. G. (2002). Space Wars in Bogotá: The recovery of public space and its impact on street vendors. En S. Roeber, *Street trade in Latin America: demographic trends, legal issues, and vending organizations in six cities*.
- Donovan, M. G. (2008). Informal cities and the contestation of public space: the case of Bogotá's street vendors, 1998-2003. En F. Pérez Fernández, *Laboratorios de reconstrucción urbana: hacía una antropología de la política urbana en Colombia*. (págs. 29-51). Revista de Antropología y Arqueología.
- El Espectador. (15 de Marzo de 2015). ¿Préstamos o subsidio? Bogotá, Colombia.
- El Espectador. (11 de Febrero de 2015). Distrito entregará 30 quioscos a vendedores informales. Bogotá, Colombia.
- El Tiempo. (3 de Mayo de 2012). Los vendedores informales son el reto para el director del Ipes. Bogotá, Colombia.
- Fay, M. (Ed.). (2005). *The urban poor in Latin America*. Washington, D.C. : The World Bank .
- Galende Díaz, J. C., & García Ruipérez, M. (2003). El concepto de documento desde una perspectiva interdisciplinar: de la diplomática a la archivística. *Revista General de información y Documentación*, 13(2), 7-35.
- García Garza, D. (ener-junio de 2011). Una etnografía económica de los tacos callejeros en México. El caso de Monterrey. *Estudios Sociales*, 19(37), 32-63.
- Girola, M. F. (diciembre de 2007). Procesos de apropiación del espacio y sociabilidad vecinal en un gran conjunto urbano situado en la ciudad de Buenos Aires. *Anthropologica*, XXV(25), 131-155.
- Gómez, C. (11 de Noviembre de 2014). 750 quioscos. (E. Zona, Entrevistador)
- González , Á. (8 de Julio de 2014). Contrato psicológico en una muestra de trabajadores informales de la ciudad de Bogotá. *Tesis de Maestría* . Bogotá, Colombia: Repositorio Universidad Católica de Colombia.
- Instituto para la Economía Social - IPES . (15 de Abril de 2015). Comunicado de prensa. Distrito promueve cruzada por el espacio público . Bogotá, Colombia.
- Instituto para la economía social - IPES. (2013). *Informe de Gerencia*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá .
- Instituto Para La Economía Social - IPES. (2013). *Informe de Gerencia*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.

- Instituto para la Economía Social - IPES. (5 de Febrero de 2015). Comunicado de prensa. Sorteo de quioscos para vendedores informales. Bogotá, Colombia.
- Instituto para la Economía Social - IPES. (22 de Enero de 2015). Comunicado de prensa. Vendedores informales de la séptima deben acogerse a alternativas económicas del distrito. Bogotá, Colombia.
- Instituto para la Economía Social - IPES. (2015). *Informe de Gestión IPES a diciembre de 2014*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá .
- Instituto para la Economía Social IPES. (2014). *Informe Pormenorizado de Control Interno Julio-Octubre 2014*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- IPES, I. p. (4 de Marzo de 2015). Respuesta derecho de petición.
- IPES, I. p. (05 de 01 de 2015). Respuesta solicitud asignación de quiosco.
- Junta Administradora Local de Chapinero . (2012). *Plan de desarrollo económico y social y de obras públicas para la localidad de Chapinero 2013-2016. Acuerdo Local 005 de 2012*. Bogotá.
- Kaztman, R. (2003). Seducidos y abandonados: pobres urbanos, aislamiento social y políticas públicas.
- OIT. (2002). *Conferencia Internacional del Trabajo* . Ginebra: OIT.
- OIT. (2006). *Trabajo Decente en las Américas: una agenda hemisférica, 2006-2015. XVI Reunión Regional Americana*. Brasilia: OIT.
- ONU HABITAT. (2013). Urban equity in development-cities for life. *World Urban Forum 7* (págs. 1-17). Medellín: ONU HABITAT.
- Pérez Fernández, F. (2010). Laboratorios De Reconstrucción Urbana: Hacia Una Antropología De La Política Urbana En Colombia. . *Antípoda, Revista de Antropología y Arqueología*, núm. 10, enero-junio, 51-84.
- Ramos Vega, D. (2012). *Levantarse en la calle para levantarse de la calle. Orígenes y rupturas de las interacciones de vendedores ambulantes en Chapinero*. Bogotá: Sin publicar.
- Roever, S. (2006). Street trade in Latin America: demographic trends, legal issues and vending organization in six cities. . *Department of Public Administration Leiden University. WIEGO Urban Policies Programme*.

- Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá. (2012). *Cuadernos de Desarrollo Económico. Informalidad laboral en Bogotá características y respuestas de política. Cuaderno 20*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá. (2011). *Las localidades de la ciudad y su posición competitiva*. Bogotá: Alcaldía mayor de Bogotá.
- Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá. (2012). *Cuadernos de desarrollo económico. Calidad del trabajo en Bogotá. Enfoque de trabajo decente. Cuaderno 16*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Secretaría Distrital de Planeación. (28 de diciembre de 2007). *Cartilla de Mobiliario Urbano - 2007. Cartilla de Mobiliario Urbano - 2007*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Secretaría Distrital de Planeación. (2012). *Lineamientos metodológicos para la planeación participativa en los proyectos urbanos integrales*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Secretaría Distrital de Planeación de Bogotá. (2015). *Encuesta Multipropósito 2014*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Toharia Cortes, L., Albert Verdú , C., Hernanz Martín , V., González Espitia, C., Homs Ferret , O., Perales Rivas , A., y otros. (2007). *Estrategia para la creación activa de empleo en el corto y mediano plazo en la ciudad de Bogotá*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá .
- Val, L. (15 de Agosto de 2012). *Enfoques del análisis PESTE*. Recuperado el 1 de Mayo de 2014, de Blog: http://ergonomiaalavista.blogspot.com/2012_08_01_archive.html
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Zall Kusek, J., & Rist, R. (2005). *Manual para gestores del desarrollo. Diez pasos hacia un sistema de seguimiento y evaluación basado en resultados* . Bogotá : Banco Mundial - Mayol Ediciones S.A. .