

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe tiene como objetivo presentar los resultados de la práctica profesional en la que se realizó un análisis de la estrategia de quioscos empleada por la Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público (REDEP) del Instituto para la Economía Social (IPES) para la reubicación de vendedores ambulantes en la ciudad de Bogotá. Las ventas ambulantes, se han convertido en una problemática social con importante impacto en la ciudad, sin embargo, la REDEP y sus estrategias son concebidas desde la perspectiva del aprovechamiento económico del espacio público en la ciudad, dejando de lado otras perspectivas y evidenciando una deficiencia en el diseño, implementación y seguimiento de la estrategia de quioscos.

Se desarrollaron revisiones documentales para identificar los abordajes predominantes sobre la caracterización de los vendedores informales, la estructura y funcionamiento de la REDEP, las concepciones y lecturas predominantes en las políticas públicas del distrito sobre el fenómeno de las ventas ambulantes, así mismo, se explorarán las conceptualizaciones de pobreza urbana, economía informal y trabajo decente, se describe así mismo el planteamiento de la decisión de permanencia en el sector informal.

Se realizaron entrevistas a profundidad estructuradas y semi-estructuradas con los vendedores ambulantes para indagar acerca de las ideas, significados y sentimientos que tienen 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. Se desarrolló también, una revisión documental de fuentes directas e indirectas y principalmente fuentes documentales, que permitieron comprender la configuración de la problemática y la forma en que se ha intervenido desde la estrategia de la REDEP. El documento se fundamenta también 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 análisis retoma elementos de los sistemas tradicionales basados en cumplimiento y en 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.

Ramos Vega, Damaris. Análisis quioscos de la estrategia de intervención social para la reubicación de vendedores ambulantes en de la Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público -REDEP en la localidad de Chapinero, Bogotá. Universidad del Rosario. 2016 – 129 p. – Magíster en Estudios Sociales –Análisis y Gestión de la Intervención Social-

La estrategia posee un potencial que al reformularse de manera integral y contemplando variables desde una perspectiva 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.

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.

Al respecto, y con relación a los criterios de priorización de beneficiarios de la estrategia, la carencia de claridad y actualización de datos, hace que la planeación de acciones, cronogramas y presupuestos, así como la atención a la población atienda a circunstancias coyunturales que pueden generar efectos no esperados.

Se desarrollaron recorridos y observaciones por la localidad en horarios 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. 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. 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. 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.

Lo anterior genera una especial confluencia 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. La estrategia también desconoce esta realidad de los vendedores ambulantes, ya que la estrategia de quioscos determina productos específicos que no coinciden con la demanda y oferta real de las calles; otra de las razones por las que algunos de los vendedores manifestaron que no consideraban una buena alternativa presentarse a este programa.

Ramos Vega, Damaris. Análisis quioscos de la estrategia de intervención social para la reubicación de vendedores ambulantes en de la Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público -REDEP en la localidad de Chapinero, Bogotá. Universidad del Rosario. 2016 – 129 p. – Magíster en Estudios Sociales –Análisis y Gestión de la Intervención Social-

Respecto 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; durante los recorridos, se evidenció que los quioscos 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.

La REDEP exige la adquisición y comercialización de mercancías a través de sus mecanismos, 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. Infortunadamente, no se logró establecer el contacto institucional para contrastar la información de primera mano con los funcionarios encargados de la estrategia.

Otro 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 chazas de los vendedores ambulantes, guardan relación con el significativo de sociabilidad vecinal 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 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 disminuya las ganancias de los vendedores que se ubican en los quioscos, frente a aquellos considerados *free riders*¹.

¹ 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)

Ramos Vega, Damaris. Análisis quioscos de la estrategia de intervención social para la reubicación de vendedores ambulantes en de la Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público -REDEP en la localidad de Chapinero, Bogotá. Universidad del Rosario. 2016 – 129 p. – Magíster en Estudios Sociales –Análisis y Gestión de la Intervención Social-

A partir de lo anterior y desde la perspectiva del análisis y la gestión de la intervención social, se pudo concluir que:

- 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 estratégica 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.

Finalmente, se recomienda construir una línea de base, claramente establecida, para 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.

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.

Es urgente 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.