



RiUPTC

Repositorio Institucional
UPTC

repositorio.uptc@uptc.edu.co

Vendedores Informales de Chiquinquirá: Características Socioeconómicas y Potencial Emprendedor

Carlos Hernando Palacios Aguilar¹
Astrid Mireya Téllez Ardila²

Eje temático: Emprendimiento, Innovación y RSC

Resumen

La ponencia es el resultado de la investigación exploratoria- descriptiva sobre la caracterización socioeconómica y de emprendimiento de los vendedores informales de Chiquinquirá. El trabajo se inscribe dentro del marco referencial establecido por la Corte Constitucional. Sentencia 772 de 2003. Se recurrió a la metodología LINEA DE BASE establecida por el DANE e implementada en varios estudios posteriores, en particular por el PNUD. El estudio describe el entorno socioeconómico de los vendedores informales, en las variables demográfica, salud y protección social, laboral y de ingreso monetario, fuentes de financiación y de las expectativas de emprendimiento. Los resultados arrojan una caracterización de los vendedores informales en el que predomina la población femenina. En cuanto a la salud y protección social, la población informal mantiene condiciones aceptables de salud, que no les impide el desarrollo de su actividad de ventas, así como de atención médica. En lo económico y laboral, el vendedor informal trabaja por cuenta propia durante toda la semana y ocupa el espacio público urbano, de donde obtiene los ingresos que oscilan entre medio y un salario mínimo mensual legal vigente.

El aporte del estudio consiste en la identificación de los rasgos socioeconómicos de los vendedores informales, de la ocupación del espacio público, en la construcción del censo y de la determinación del potencial emprendedor para el cambio de la informalidad a la formalidad económica.

Palabras clave: Vendedor informal, semiestacionario, ambulante, emprendimiento.

Abstrac

The presentation is the result of exploratory- descriptive research on the socio-economic and entrepreneurial characterization of the informal sellers of Chiquinquirá. The work falls within the reference framework established by the Constitutional Court. Judgment 772 of 2003. The BASE LINE methodology established by DANE and implemented in a number of subsequent studies, in particular UNDP, was used. The study describes the socio-economic environment of informal sellers, in demographic variables, health and social, labour and monetary income protection, sources of funding and entrepreneurship expectations. The results show a characterization of

¹ Docente Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Email: carlos.palacios@uptc.edu.co

² Docente Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Email: astrid.tellez@uptc.edu.co

informal sellers in which the female population predominates. In terms of health and social protection, the informal population maintains acceptable health conditions, which do not prevent them from developing their sales activity as well as medical care. Economically and labour, the informal seller works on his own throughout the week and occupies the urban public space, from which he obtains income ranging from average to a current legal monthly minimum wage. The contribution of the study consists in identifying the socioeconomic traits of informal sellers, the occupation of public space, the construction of the census and the determination of the entrepreneurial potential for the change from informality to economic formality.

Keywords: Informal seller, Stationary, Semi-stationary, Peddler, Entrepreneurship

1. Introducción

La ponencia es el resultado de la investigación exploratoria- descriptiva sobre la caracterización socioeconómica y de emprendimiento de los vendedores informales de Chiquinquirá.

Con la creciente globalización económica, social y cultural, se está implementando un proceso en el cual las economías latinoamericanas y en particular la colombiana, se articula al modelo neoliberal, mediante la implementación de una política de desregulación o flexibilización del mercado del trabajo, que ha traído como consecuencia el incremento del desempleo, la desigualdad y la pobreza.

El fenómeno de la informalidad en la actividad económica laboral y empresarial, como las manifestaciones de desigualdad económica, de pobreza en sus diferentes formas estadísticas de medición y de significado, reflejan las condiciones económicas y sociales, en las que cada vez más familias se encuentran en condiciones mínimas de subsistencia.

Las causas del incremento de los vendedores informales son de tipo estructural: reducido crecimiento económico del débil sector manufacturero local, un mercado laboral restringido al sector servicios y se agrega, el bajo nivel educativo de la comunidad vinculada a este sector económico.

En este contexto, el presente estudio parte de la necesidad de establecer una caracterización objetiva del vendedor informal que comercializa bienes y servicios en los espacios públicos de Chiquinquirá. De lo anterior se deriva la posibilidad de identificar, las expectativas de emprendimiento que tengan, los tipos de vendedores que ejercen esta actividad económica y, en consecuencia, proponer alternativas de solución a las necesidades en el campo social, económico y de impacto en el espacio público que se desprenden de la investigación.

En el proceso de identificación cuantitativa (censo) y cualitativa de la población objeto de estudio, se implementó el trabajo etnográfico y de localización espacial, así como de la información secundaria, dispuesta por los organismos del municipio y la Policía Nacional. También en razón de los limitados o inexistentes estudios realizados para los vendedores informales, se recurrió a la

metodología, LINEA DE BASE, establecida por el DANE e implementada en varios estudios posteriores, en particular por el PNUD.

El presente informe de investigación se estructura bajo el marco referencial establecido por la Corte Constitucional Sentencia 772, en la que determina la tipología de los vendedores informales en el país. Normativas posteriores como la Ley 1429 de 2010 de formalización y generación de empleo, así como la Ley 1988 de 2019 de lineamientos de política pública para los vendedores informales la mantienen el espíritu de la Sentencia. (Corte Constitucional, 2003)

2. Contenido

2.1 Marco de Referencia

El referente conceptual que orienta el estudio de los vendedores informales en la ciudad de Chiquinquirá, parte de la Sentencia T- 772 (2003) de la Corte Constitucional, que parte de la consideración, respecto de la naturaleza del Estado Social de Derecho colombiano, al establecer como deber Constitucional erradicar la pobreza, la desigualdad y evitar las políticas regresivas en lo económico, social y cultural.

De igual manera en la misma Sentencia, la Corte considera “...innegable la existencia de una necesidad constitucional y legal en cabeza de las autoridades, consistente en preservar la integridad del espacio público, para cuyo cumplimiento la ley les ha provisto de ciertos instrumentos jurídicos de carácter policivo...” (Sentencia T- 772 (2003))

También, la Corte Constitucional señala la necesidad de que, en determinación de la recuperación del espacio público, se respeten los mandatos constitucionales referidos a la de aquellos, que protegen los derechos fundamentales de las personas que se dedican a la actividad de las ventas informales.

Por consiguiente, es a partir del criterio de recuperación y uso del espacio público, por parte del Estado y de las personas que ejercen una actividad de venta de bienes y servicios, que la Corte las define como vendedores informales y establece a partir del tiempo, forma, y del tipo de utensilios utilizados, como determina la clasificación del vendedor informal.

En consecuencia, para el desarrollo de la investigación se retoma lo señalado en la Sentencia, de la que se ha hecho referencia y que establece los siguientes tipos de vendedores:

Vendedor Informal Estacionario

Corresponde a quienes se instalan junto con los bienes, implementos y productos que aplican a su trabajo en forma fija en un determinado sitio del espacio público, excluyendo el uso y disfrute del mismo por las demás personas de manera permanente, de tal forma que la ocupación del espacio

subsiste aun en las horas en que el vendedor se ausenta del lugar –por ejemplo, mediante un puesto o un caseta.

Vendedor Informal Semiestacionario

Está referido a quienes no invaden de manera permanente un área definitiva del espacio público, pero que no obstante, por las características de los equipamientos que utilizan en su labor y los productos que comercializan, necesariamente deben ocupar en forma temporal, áreas de circulación peatonal y semipeatonal, como segmento del espacio público urbano de chiquinquirá. Como por ejemplo, el vendedor de reliquias, de perros calientes y hamburguesas, chusos, jugo, arepas o en general, comidas preparadas o rápidas, o quienes empujan carros con fruta o de comestibles por las vías y escenarios públicos.

Vendedor informal ambulante

Quienes sin invadir el espacio público como tal por llevar consigo es decir, portando físicamente sobre su cuerpo, los bienes y productos que aplican a su tarea; no obstruyen el tránsito de personas y vehículos más allá de su presencia física propia. Son los casos de los vendedores de reliquias quienes lo hacen en bandejas y los vendedores de tinto entre otros.

Noción de emprendimiento

El concepto de emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y se relaciona con la función empresarial, pero también con el espíritu emprendedor e innovador de quien implementa un proyecto, asumiendo el riesgo del fracaso o del éxito. El termino *entrepreneur* aparece por primera vez en la obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général*, escrito por Richard Cantillon en 1775. (Suárez, Luz, y Vásquez, Carmen 2018)

En consecuencia, el emprendimiento como termino refleja una actitud de los individuos, para poner en práctica unas iniciativas e ideas de producción y venta de bienes y servicios, bien, bajo formas individuales, cooperadas o familiares y bajo estructuras organizacionales simples o relativamente complejas. En Chiquinquirá, el fenómeno de las ventas informales, se expresa como actividad alternativa de ocupación laboral, en la búsqueda de mejoramiento de la calidad de vida y de mayor bienestar, por parte de una población de 420 vendedores informales en condiciones de dificultad económica.

3. Metodología

La metodología implementada facilitó la realización de acercamientos, entrevistas, reuniones, asambleas con los vendedores vinculados asociativamente y aplicación de encuestas, lo cual permitió recoger información de carácter cuantitativa y cualitativa, que determina el carácter mixto del estudio.

Para el desarrollo del proceso de cuantificación de la comunidad de vendedores informales, se efectuó en tres momentos. El primero comprendió, un trabajo de observación y registro etnográfico, que involucró a un grupo de estudiantes, y de dos docentes adscritos al grupo de Investigación Estudios Regionales “Julio Flórez”.

Para el censo etnográfico, se diseñó y aplicó una guía para el trabajo de campo como instrumento de registro de información. En efecto, a partir de unas variables de clasificación, permitió la identificación de la actividad de ventas por producto, la localización, el sexo, la edad estimada, el tipo de equipamiento y demás aspectos sociales que caracterizan la actual población de vendedores informales.

Por consiguiente, se efectuaron recorridos por las principales vías que corresponden a las principales carreras y delimitadas por la calle 29 norte y la calle 2 al sur, del perímetro urbano de la ciudad. (Ver Mapa 2).

Mapa 1 Ruta Etnográfica Vendedores Informales Chiquinquirá



Fuente Mapa 1: Elaboración Propia

Un segundo paso, para la elaboración del Censo, lo comprendió la recopilación, tabulación y procesamiento de la información del sector de vendedores informales, proveniente de fuentes como la Policía Nacional, y dependencias municipales tales como: Secretaría de Gobierno, Secretaría de Hacienda, Dirección de Salud Municipal, Dirección de Espacio Público, Dirección del Centro de Acopio y Mercadeo, Oficina Asesora de Planeación Municipal, Asesor del Despacho Alcaldía y la Asociación de Vendedores Ambulantes y Estacionarios de Chiquinquirá.

Con base en la información obtenida, se procedió al estudio estadístico comparativo, cruce de información primaria y secundaria institucional e información etnográfica, para obtener en la

presente investigación, la cuantificación de una población objetivo o censo de 420 vendedores informales, clasificados en tres tipos: vendedores informales Estacionarios, vendedores informales Semiestacionarios y vendedores informales ambulantes. (Tabla 1)

Tabla 1. Tipología de Vendedores Informales de Chiquinquirá, 2018

| TIPO | TOTAL | % |
|------------------|--------------|------------|
| AMBULANTE | 55 | 13.1 |
| ESTACIONARIO | 44 | 10.48 |
| SEMIESTACIONARIO | 321 | 76.42 |
| TOTAL | 420 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Una vez cuantificada la población de vendedores informales, en el perímetro urbano del municipio, se determina una muestra probabilística estratificada de 203 individuos para la aplicación de la encuesta, como instrumento de captura de la información de forma directa.

En la construcción e implementación del instrumento encuestador se recurrió a la metodología establecida por el DANE “Línea De Base”, versión establecida en el 2001, y que ha venido siendo actualizada y mejorada “... con el objetivo de ajustar sus cualidades teóricas y técnicas, para un mejor manejo de esta herramienta” (Dane, Línea de Base de Indicadores. 20. Pg.11)

También, se identificaron estudios similares y pertinentes, en particular el desarrollado por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, 2014), sobre los vendedores informales de Tunja, que permitieron y facilitaron la construcción de la información estadística, para la caracterización social, económica y cultural, de la población que recurre a las ventas informales en Chiquinquirá.

3.1 Resultados y discusión

De los resultados del estudio se obtuvo la caracterización económica y social de los vendedores informales del municipio, e identificar aspectos y elementos de carácter objetivo y relevante de una población informal, que carece de información cuantitativa y cualitativa. Por consiguiente, se tomaron datos referidos a la procedencia, edad, sexo, nivel educativo, condiciones familiares, de vivienda, de asociación, de expectativas de trabajo y de formación, entre otros aspectos, que se describirán a continuación.

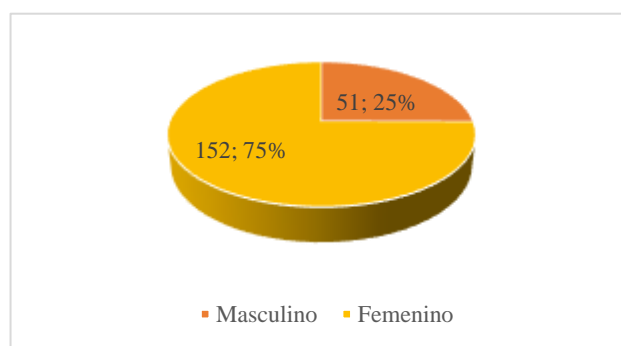
3.1.1 Aspecto socioeconómico

Se identifica, que el 66% de los vendedores informales son nativos del municipio, mientras que el 34% de los encuestados manifestaron que no han vivido siempre, en él. Se deriva una procedencia

de otros lugares de la región y del país; además, tienen un promedio, 20.5 años de estar establecidos en la ciudad de Chiquinquirá. Los datos porcentuales también reflejan, la atracción que como cabecera de provincia ejerce la ciudad y la opción de actividad económica que encuentran en ella.

Uno de los rasgos característicos de los vendedores informales, lo constituye la mayor proporcionalidad del sexo femenino sobre la del sexo masculino, de 32 hombres por cada 100 mujeres, en el desarrollo de esta actividad. Así, en términos porcentuales, el 75% de la población está constituida por mujeres cabeza de familia, quienes venden productos alimenticios, artesanías, dulces, jugos, comidas rápidas; frente al 25% que corresponde al sexo masculino, como se establece en el gráfico 1.

Gráfico 1. Sexo del vendedor informal



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la edad, no hay estudios previos que permitan un análisis comparativo o de evolución etaria de la población y de su localización espacial. La comunidad de vendedores informales de Chiquinquirá, está integrada por una población en edad de trabajar,³ ya que al tomar el rango entre 15 y 64 años, representa el 87.18% de la misma. Se resalta dentro de este porcentaje, la participación de la población joven, comprendida entre los 15 y 19 años, en la actividad de ventas informales, la cual representa el 2.46%.

Una lectura etaria más detallada de esta población, arroja que el mayor porcentaje de participación se encuentra en el rango comprendido entre los 25 a 54 años, con el 62.06% del total de población de vendedores. Le sigue en importancia porcentual, el rango comprendido entre los 55 y 59 años, con el 9.37%; que, sumados con los vendedores considerados “adultos mayores y dependientes”, de más de 60 años, que representan el 20.21%, darían un agregado del 29.58% del total.

En consecuencia, se observa que el 86% de los vendedores informales están en una edad que supera los 30 años. De lo que se deduce, que por la edad no encuentran en la formalidad laboral, una manera de subsistencia para ellos y sus familias.

³ La Población en edad de trabajar (P.E.T), según el DANE, la comprende las personas de 12 y más años en sector urbano.

En cuanto a la afinidad familiar de los encuestados, el 63% son jefes de hogar (o madres cabeza de familia), un 26% corresponde al esposo o esposa o compañera, un 8% bajo otras formas de parentesco y el 2% restante es padre o madre. Se infiere, que los ingresos obtenidos por la actividad de las ventas informales constituyen la fuente del sustento económico para sus familias.

La conformación del hogar de los vendedores muestra que el 32.51% de ellos lo integran por lo general, 4 personas. Pero si se relaciona porcentualmente, con los hogares con un número mayor de integrantes, esto es, que tienen entre 5, 6, 7 o más personas a cargo, (lo cual implica la inclusión de los padres en el hogar), llegarían a representar un 28.57% que sumados estos dos porcentuales alcanzan el 61.08%, con lo cual superan más de los 4 miembros por hogar.

Este hecho, tiene incidencia en la desmejora de las condiciones de vida ya que implica para estos hogares, una alta tasa de dependencia, por cuanto incluiría a los menores de 12 años y los mayores de 65 años que harían parte del hogar de los vendedores. El núcleo familiar integrado por 3 personas representa el 16.75%.

Las condiciones de tenencia de la vivienda, por parte de los vendedores informales del municipio, muestra un importante déficit habitacional, lo que de por sí, incide en las actuales condiciones de bienestar y de calidad de vida.

Lo característico es que el 79.81% de los hogares, está integrado por más de tres personas. El 68% de las familias viven en arriendo, evidenciando la carencia de propiedad habitacional. En el lado opuesto, se encuentra el 21% de los vendedores informales, que son dueños de la vivienda en que habita con la familia. En tanto que el 6% tiene vivienda propia, pero en condiciones de deudor hipotecario.

El nivel educativo de los vendedores informales, constituye uno de los aspectos más característico del sector. Su bajo nivel de educación, junto con el alto promedio de edad, son los aspectos estructurales que incide en la oportunidad de empleo y afectan sus condiciones de vida actuales. La investigación señala que el 4% carecen de algún estudio, esto es, que son analfabetas; de otra parte, el 28% de los vendedores informales, sólo han cursado de manera incompleta y sin aprobación, el nivel educativo de primaria y en un nivel del 24% de los vendedores, han terminado la básica primaria, es decir, que el 52% de esta población ha cursado el nivel básico de educación.

Contribuye a la reducida educación, el dato en el que el 22% ha cursado la educación media de manera incompleta y tan solo, el 16% ha concluido este nivel de educación. El restante porcentual se distribuye entre los que han cursado un nivel superior y técnico.

3.3.2 Condiciones de Salud y Protección Social

Los vendedores informales, en un rango del 46.80% manifiestan no tener ningún problema de salud, no obstante el alto promedio de edad. El 53.2% si exterioriza alguna limitación o discapacidad, pero que no afecta su actividad de venta. Las principales afecciones que más les

aquejan, tiene que ver con la visión, en la medida que el 21.67% revela tener restricciones; también se indica que el 7.88% tiene dificultades de movimiento corporal, el 6.90% señala tener problemas en el sistema cardio-respiratorio, el 5.91% tiene afección en el sistema nervioso y el 4,93% tiene complicaciones en el sistema digestivo. También, se presentan dolencias en el oído, así como, en órganos de los sentidos. Anomalías que no tienen el carácter de permanentes. Por lo demás, el 46.80% de los vendedores, no registran ninguna dificultad en sus condiciones de salud. Del total de encuestas aplicadas un 2.95% no respondió.

La afiliación a los organismos de salud, los indicadores obtenidos señalan el grado de cobertura y el acceso a los servicios de salud y de seguridad social del que dispone los vendedores informales. En el orden del 7% de los vendedores, no registran afiliación a un sistema de salud, evidenciando con ello un sector de gran vulnerabilidad, que es necesario identificar para promover una efectiva garantía de atención personalizada. En cambio, el 76% accede al régimen subsidiado (SISBEN) y el 14% lo hace en el régimen contributivo, en tanto que, el restante porcentual utiliza un régimen especial (policía o ejército).

La Red Unidos constituye una de las estrategias de gobierno para reducir la pobreza y pobreza extrema, las condiciones de desplazamiento, e involucra las entidades del municipio para asistir social y económicamente a la población que se encuentre en condiciones de alta vulnerabilidad y registradas en el Sisben. En un gran porcentaje, el 76%, de los vendedores informales se encuentran en el régimen subsidiado, pero en relación con este programa, se reporta que el 29% de los vendedores pertenecen a la Red Unidos, lo que muestra un hecho significativo del estado de extrema pobreza en que se encuentra parte de este grupo poblacional. El 70% restante, no está vinculados a este programa.

3.3.3 Espectro Económico y Laboral del Vendedor Informal

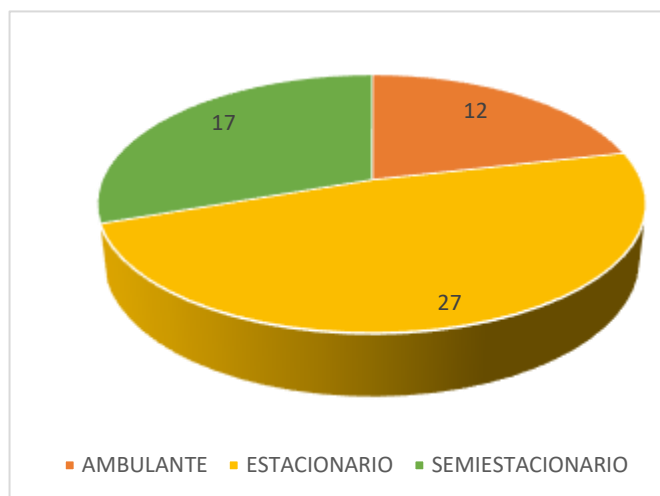
La encuesta, en cuanto a la experiencia laboral, previa a la venta informal, mencionan haber sido empleado en el 67% y el 33% restante no. El dato refleja también, una experiencia de vinculación, en el mercado laboral local, como también el posible cambio de la formalidad a la informalidad y de la necesidad de buscar una mejora en sus ingresos en esta última actividad.

Se refleja una diversidad de oficios desempeñados previamente al momento de decidir ocuparse en las ventas informales. Se reporta que un 52.22%, ha estado trabajando antes de ejercer la actual actividad. En efecto, el 20.69% señala que trabajó en oficios del hogar, un 10.34% se encontraba realizando estudios, y encontró dificultades para mantenerse en su proceso de formación. En tanto que, el 5.41% buscó opciones diferentes a las ventas; mientras que el 3.94% realizaban otra actividad, la cual no especificaron. El restante porcentual lo comprende la incapacidad permanente para el trabajo y por quienes no dieron respuesta.

3.3.4 Tiempo en las Ventas Informales

Se desprende del Gráfico 2, que los vendedores han permanecido por varios años en ocupación del espacio público, ya que el promedio ponderado en la actividad de las ventas es de 18 años. Los vendedores estacionarios son quienes tienen más tiempo, con 27 años, que los otros tipos de vendedores.

Gráfico 2. Periodo de años en ventas según tipo de vendedores



Fuente: elaboración propia

Esta amplia temporalidad de ocupación del espacio público de los vendedores informales, lleva a plantear que la actividad no es transitoria, por cuanto el 69% no están interesados en la búsqueda de trabajo formal. Por el contrario, lo que se observa es una fuerte tendencia a mantenerse en el tiempo, en esta actividad.

Los integrantes de las familias de los actuales vendedores, también se vinculan a las ventas informales, en la medida en que el 64% señala tener familiares integrados a esta actividad. No obstante, el 34% señala no tener familiares vinculados.

La oferta de productos y servicios es diversa y numerosos son los bienes que se expenden a los transeúntes, siendo el más significativo por su tradición, la venta semiestacionaria de reliquias, que representa el 25.12% de los vendedores; los alimentos preparados llegan a figurar con el 21.2%, y la venta de helados es del orden del 10.84%; la venta estacionaria de dulces representa el 9.5%, las bebidas calientes y frías el 7.4%; la venta de frutas y verduras representa el 6.91%, y la venta estacionaria de artesanías con el 6.4%. Se incluye la venta de globos, mango biche, algodón azucarado, dulces y cigarrillos, juguetería, escopeteros, juegos de azar, fotógrafos, entre otros, los cuales representan un importante 9,4%. El restante porcentual no da respuesta.

La búsqueda de ingresos por parte de los vendedores informales, les implica jornadas laborales extensas y precarias, tanto en el periodo diurno, como nocturno. Hay vendedores que laboran los siete días a la semana, los cuales representan el 48%, así como los que comercian los 6 días a la semana que son del orden del 10%. También, quienes dedican sólo dos días a las ventas que comprende los sábados y domingos, y representan el 17%.

En términos de ingresos, el 59.60% señala ingresos útiles equivalentes a medio SMLV⁴, el 28.57% entre el medio y un SMLV, que en porcentaje acumulado llegaría al 88.17 % de los vendedores informales; entre uno y dos SMLV el 8.86% y, por último, 2,97% que no responde. Ingresos superiores a dos SMLV no habría en la comunidad de vendedores, según los datos.

Al solicitar la información sobre el aspecto económico y de ingresos en particular, siempre hay resistencia a suministrar información más real. No obstante, se presentan eventos de venta bruta de \$1.000.000 diario, con utilidad neta de \$500.000.

La principal fuente de financiación de los vendedores son los recursos propios, que representa el 65.5%, lo cual evidencia una capacidad de ahorro y disposición de un mínimo de capital de trabajo. Por su parte el 11.8% recurre a formas de crédito al margen del sistema bancario, bajo la forma de pago diario, o “gota a gota”; resaltar, que el 7% recurre al préstamo de familiares y amigos. El acceso al crédito bancario, como fuente más formal y de financiación, asciende al 10.28%, si se incluye a las entidades del sector Cooperativo de ahorro y crédito.

3.3.4 Potencial de Emprendimiento de los Vendedores Informales

De las 203 personas encuestadas, no es significativa la disposición al cambio de su presente actividad laboral. El 60% no quiere modificar su condición, en cambio, el 40% si está dispuesto a modificarla.

Las expectativas frente a una modificación en la ocupación del espacio público, en condiciones diferentes son diversas. La intención de constituir su propio negocio, como perspectiva a un emprendimiento, tiene una importante aceptación del 52%; tan sólo el 17% de los informales, aceptaría su relocalización. En cambio, la perspectiva de conseguir un empleo formal representa el 16% y un 15% que no responde, ya que no ve alternativa en las tres opciones planteadas.

Con disposición del 75%, de los vendedores informales, plantea requerir de una capacitación, como alternativa complementaria para mejorar sus competencias de emprendimiento o empresariales y con ello, acompañar una decisión posible de relocalización. Por el contrario, el 24% de los vendedores mantiene una negativa por la elección de capacitación como opción en su desarrollo formativo.

⁴ El salario mínimo legal vigente mensual se estipulo en \$781.242.00, para el año de aplicación de la encuesta 2018

Los vendedores informales plantean variadas propuestas en su propósito de formación. Se resalta que el 23.64%, no aspira a ningún tipo de capacitación. No obstante, y que refleja en gran parte las actividades de la venta informal, es en la que se relaciona con la oferta y manipulación de los alimentos, que con el 19.21% señala requerir de capacitación y formación. Adicionalmente, en el tema de las ventas el 15.27% requiere de este tipo de formación; al igual que en el nivel tecnológico en diferentes áreas como mecánica automotriz, belleza, elaboración de artesanías, entre otros.

4. Conclusiones

A partir de la clasificación que establece la Corte Constitucional mediante la Sentencia N° 772 de 2003, el estudio ha permitido la primera aproximación al conocimiento particular de las condiciones sociales, económicas y de disposición de emprendimiento de los actuales vendedores informales y de la realización de un primer censo de vendedores informales en sus diferentes modalidades. Ello ha permitido establecer una base de datos primaria, a partir de la cual se podrá depurar y precisar en las variables características, que determine las autoridades municipales, para la pertinente identificación, regulación y control del sector.

También los vendedores informales, conservan sus expectativas en mantenerse en su actual actividad comercial, frente a la posibilidad de acceder a un trabajo formal. No obstante, al considerar la opción de tener su propio negocio, el estacionario en un alto porcentaje, acepta esta opción en un 83%; el semiestacionario con un 85% y el ambulante en un 81%, por lo cual se hace necesario promover dicha alternativa bajo una política de emprendimiento.

Además, en el 70% en promedio, señalan tener conocimiento para crear una nueva opción de negocio. Ahora bien, al considerar el rango de edad entre los 15 y 24 años, habría un 8.5% de vendedores jóvenes informales a quienes habrá que tener en cuenta, en la implementación del nuevo emprendimiento.

Una posible relocalización, de los puntos de comercialización, por parte de los vendedores informales, no es una opción fuerte, en la medida en que la intención llega a un 17%. No obstante, puede ser tenida en cuenta si se identifican posibles zonas para ello, por cuanto si se adquieren de los terrenos, mobiliarios o equipamientos para la implementación y en especial, si se mantiene una relocalización apropiada y pertinente, concordante con la confluencia turística, social y comercial, en la zona religiosa central del perímetro Urbano.

En el referente de formación y educativo, sabemos que el 52% de los vendedores apenas si ha cursado la básica primaria, por lo cual una política educativa debe partir de esta particularidad, para reconocer las competencias y conocimientos que permita determinar la modalidad de su formación en concordancia con las áreas que requieren que se les capacite como son: en alimentos, las ventas y en formación tecnológica, entre otras áreas.

5. Referencias

(s.f.).

(2018). *Boletín Técnico. Pobreza Multidimensional en Colombia*. Bogotá. Recuperado el Mayo de 2019

Corte Constitucional. (04 de septiembre de 2003). *Corte Constitucional*. Obtenido de corte Constitucional: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2003/t772-03.htm>

Dane. (2018). *Cuentas Departamentales 2017 preliminar*. Dane, Cundinamarca. Bogotá D.C: Dane. Recuperado el domingo de junio de 2019, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2015/pres_dptal_2017preliminar.pdf

Dane. (2019). *Boletín Técnico*. Técnico, Bogotá. Recuperado el 26 de Mayo de 2019

Fondo Monetario Internacional. (2019). *PERSPECTIVAS Y POLÍTICAS MUNDIALES*. Recuperado el 26 de mayo de 2019

Gobernación de Boyacá. (2016). *Creemos en Boyacá. Tierra de Paz y Libertad*. Plan de Desarrollo, Departamento de Boyacá, Tunja.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. (2014). *Línea de base socioeconómica de vendedores informales de Tunja*. TUNJA: PNUD.

Suárez, Luz, y Vásquez, Carmen 2018) *EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE EMPRENDEDOR: DE CANTILLÓN A FREIRE*. *Revista Digital de Investigación y Postgrado de la Universidad Nacional Experimental Politécnica “Antonio José de Sucre”, Vicerrectorado Barquisimeto*.

Venezuela. Vol. 5. No. 3. Pp. 882-894. ISSN: 2244-7393. <http://redip.bqto.unexpo.edu.ve>.