

Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales



UNIVERSIDAD DE
MANIZALES

Observatorio
del mercado de trabajo
de Caldas



alcalde de
manizales
GOBIERNO EN LA CALLE

Sistema de
competitividad
y fortalecimiento



Infi
MANIZALES
Lo hace posible!



Cámara de Comercio
de Manizales por Caldas

Caracterización socioeconómica
de los vendedores informales
de perecederos, ubicados en el
espacio público de la Plaza de
Mercado de la ciudad de Manizales

Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales

Primera edición: noviembre de 2015



UNIVERSIDAD DE
MANIZALES



Secretaría de
competitividad
y fomento empresarial





UNIVERSIDAD DE
MANIZALES

Carrera 9 No. 19-03
Conmutador 8841450 - Fax: 8841443
www.umanizales.edu.co
Manizales, Colombia

Caracterización socioeconómica
de los vendedores informales
de perecederos, ubicados en el
espacio público de la Plaza de
Mercado de la ciudad de Manizales

ISBN: 978-958-9314-90-6

© Irma Soto Vallejo
Héctor Mauricio Serna Gómez
Edisson Stiven Castro Escobar

Primera edición: noviembre de 2015
Centro de Publicaciones, Universidad de Manizales

Diseño y diagramación
Gonzalo Gallego González

Fotografía: Mariana Castaño Ravagli

El contenido de este libro no podrá ser reproducido parcial o totalmente sin la autorización escrita de su autor.

El presente documento es el resultado de un esfuerzo colaborativo entre la Universidad de Manizales, InfiManizales y Observatorio del Mercado de Trabajo de Caldas.

Las opiniones expresadas en este informe de investigación son de exclusiva responsabilidad de los autores y no comprometen el pensamiento de la Universidad de Manizales, ni del ORMET de Caldas, como tampoco a las demás entidades aliadas y de aquellas que auspiciaron su elaboración.

INFI MANIZALES
GUILLERMO PINEDA PERDOMO
Gerente General

ALCALDÍA DE MANIZALES
JORGE EDUARDO ROJAS GIRALDO
Alcalde de Manizales

EDUARDO PINEDA VILLEGAS
Secretario de Despacho Secretaría de TIC y Competitividad

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
LINA MARÍA RAMÍREZ LONDOÑO
Presidenta Ejecutiva

UNIVERSIDAD DE MANIZALES
GUILLERMO ORLANDO SIERRA SIERRA
Rector

JORGE IVÁN JURADO SALGADO
Vicerrector

DUVÁN EMILIO RAMÍREZ OSPINA
Decano Facultad de Ciencias Contables,
Económicas y Administrativas

**EQUIPO DE INVESTIGACIÓN OBSERVATORIO
DEL MERCADO DE TRABAJO DE CALDAS**

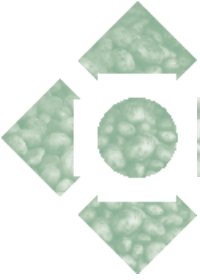
IRMA SOTO VALLEJO
Universidad de Manizales y ORMET Caldas

HÉCTOR MAURICIO SERNA GÓMEZ
Universidad de Manizales y ORMET Caldas

EDISSON STIVEN CASTRO ESCOBAR
Universidad de Manizales y ORMET Caldas

**ENTIDADES FINANCIADORAS DEL PROYECTO
Y PUBLICACIÓN DEL DOCUMENTO**

Universidad de Manizales, Infi Manizales
Alcaldía de Manizales – Secretaría de TIC y Competitividad
Cámara de Comercio de Manizales por Caldas



Soto Vallejo, Irma [y otros dos]

Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales / Irma Soto Vallejo [y otros dos]. - 1 ed. - Manizales: Centro de Publicaciones, Universidad de Manizales, 2015
68 páginas.: ilustraciones

ISBN: 978-958-9314-90-6

1. Vendedor estacionario - Condiciones de vida - Manizales, Caldas. 2. Vendedor estacionario - Condiciones económicas - Manizales, Caldas. 3. Economía informal - Manizales, Caldas. I. Título. II. Soto Vallejo, Irma. III. Serna Gómez, Héctor Mauricio. IV. Castro Escobar, Edison Stiven. V. Universidad de Manizales, entidad financiadora y colaboradora. VI. Alcaldía de Manizales, Secretaría de TIC y Competitividad, entidad financiadora. VII. Infi Manizales, entidad financiadora. VIII. Observatorio del Mercado de Trabajo de Caldas, órgano investigador. IX. Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, entidad colaboradora.

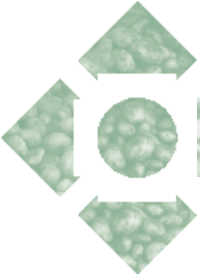
Dewey 331.204/S718
Norma de descripción bibliográfica, RDA
Descriptor recuperados del Tesoro de la OIT
Universidad de Manizales. Biblioteca

Fecha de catalogación: Noviembre de 2015
Universidad de Manizales - Centro de Biblioteca e Información
Sección Administración de Recursos de la Información



Contenido

| | |
|---|----|
| Introducción | 8 |
| Una aproximación teórica y consenso del término “informalidad” | 12 |
| Características de los vendedores y sus hogares | 22 |
| 1) Características demográficas | 22 |
| 2) Condiciones de vida | 25 |
| Características de la actividad económica. | 31 |
| 1) Características del puesto de trabajo. | 32 |
| 2) Características de las actividades económicas . . . | 37 |
| Percepciones del entorno y de institucionalidad. | 48 |
| 1) Percepciones del entorno | 48 |
| 2) Percepciones de institucionalidad | 53 |
| Conclusiones | 59 |
| Recomendaciones | 63 |
| Anexo 1. Metodología | 65 |
| Bibliografía | 67 |



Introducción

La plaza de mercado de Manizales se constituye en la actualidad como uno de los ejes más importantes del comercio de la ciudad dentro del sistema de comercialización de bienes perecederos que hacen parte de la cadena de distribución minorista y mayorista de productos de la canasta básica. Esta estructura productiva está compuesta por 700 locatarios formalmente constituidos al interior de los cuatro pabellones de la galería y sobre el espacio público, más de 558 puestos de vendedores informales estacionarios distribuidos en 26 lados de manzana que representan cerca del 95% del área de espacio público peatonal sobre las aceras de la localidad.

En la actualidad, las condiciones de informalidad y uso del espacio público se relacionan con la forma de comercialización de perecederos que predominaba en Manizales durante los primeros años del siglo pasado (1870-1910), donde de las ventas se realizaban en toldos ubicados en la Plaza



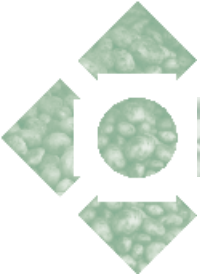


Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales

Bolívar. Posteriormente, con la intervención del Concejo de Manizales se trasladaron los comerciantes hasta la Plaza Alfonso López en unas edificaciones que mejoraron la organización de los vendedores y la movilidad. Finalmente, en 1951 se trasladó la galería hasta el lugar donde está ubicada actualmente, en cuyo proceso se fueron construyendo paulatinamente las edificaciones de los cuatro pabellones.

La informalidad en el espacio público ha sido uno de los temas que ha tenido lugar en las discusiones de política pública durante la historia de la plaza de mercado, sobre todo en los últimos años, cuando se ha visto más afectado el orden por la forma como viene operando. De acuerdo con el diagnóstico del Comité Cívico Prodesarrollo Plaza de Mercado de Manizales, los principales problemas de espacio público en la galería se dan por la invasión de automotores y de vendedores estacionarios y ambulantes. Las problemáticas se relacionan con la obstaculización de la entrada a los locales comerciales que están formalmente organizados impidiendo el ingreso de clientes y mercancías a los pabe-





llones; además, la competencia desleal que caracteriza las condiciones de informalidad, la inseguridad, los volúmenes de basura sobre las vías, la contaminación visual y la obstaculización de la movilidad, entre otros.

Bajo este panorama, algunas soluciones propuestas consideran adelantar un proceso de formalización y carnetización de los vendedores estacionarios e igualmente redistribuirlos en los locales disponibles de los pabellones de la plaza y en el cuarto casquete declarado como bien de utilidad pública y utilidad social. Complementario, sería necesaria la construcción de una central mayorista y el compromiso de la Secretaria de Gobierno y los mismos comerciantes para evitar la ubicación de nuevos vendedores en las áreas desocupadas.

Hace algunos años se intentó intervenir la zona de la galería por vía de hecho con el apoyo de la fuerza pública, lo que desató la resistencia de los vendedores informales, abogando por el derecho al trabajo. Dentro de los proceso de conciliación se conformó un sindicato de vendedores informales estacionarios, creado en agosto de 2000 con el objetivo de favorecer el derecho al trabajo, generar presión y negociaciones con la administración municipal. El sindicato está formalmente constituido y registrado ante el Ministerio de Trabajo por resolución 054 de septiembre de 2000.

Por su parte, desde la institucionalidad se han adelantado algunas iniciativas para mejorar la estructura de operación de la plaza de mercado, como la conformación del "Centro de Galerías Plaza de Mercado", el apoyo en la constitución de la Cooperativa MEERCAR LTDA e igualmente los proyectos adelantados por la Red Galerías como una estrategia para mejorar las condiciones sociales del sector. En la actualidad, se viene trabajando en la recuperación de la estructura física, social y económica de la plaza mediante el plan parcial de renovación urbana del sector de la galería que es un proyecto complementario del Macroproyecto de Interés Social Nacional de la Comuna San José.

Hoy por hoy se habla sobre la construcción del quinto pabellón comunitario de la galería como una estrategia para mitigar los problemas de informalidad e invasión de espacio público y promover la modernización de la plaza de mercado; sin embargo, la información disponible sobre las condiciones de vida de las familias que dependen del trabajo

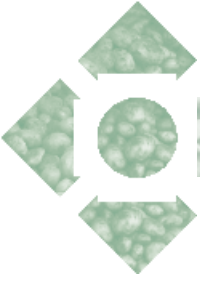


informal en el espacio público de la plaza, los detalles de la operación y rendimientos que generan las actividades informales, el acceso a servicios básicos, las condiciones de vivienda y otras características de orden social es insuficiente, señala la necesidad de un estudio que permita caracterizar los vendedores del espacio público, para establecer lineamientos y mecanismos de focalización de los proyectos venideros.

En ese sentido, la Universidad de Manizales llevo a cabo un estudio financiado por INFI MANIZALES en el que se concretó un trabajo de investigación a través de un censo y caracterización de los vendedores informales estacionarios, el cual sirve de base para la publicación "Caracterización socioeconómica de los vendedores de perecederos en la ciudad de Manizales, ubicados en el espacio público de la plaza de mercado y sus alrededores". El trabajo de campo tuvo lugar entre el 18 y 28 de febrero de 2013, con el cual se identificaron 558 vendedores informales, en especial de productos perecederos.

De igual manera, con el ánimo de complementar los resultados del trabajo de campo para el estudio, se realizaron tres grupos focales para triangular algunas percepciones sobre los temas más importantes relacionados con el uso del espacio público y las perspectivas sobre los posibles proyectos que se adelantan desde la administración municipal para intervenir el tema. Los grupos de interés fueron los vendedores en el espacio público, vendedores formales de los pabellones y algunos actores institucionales.

El documento describe las características de los vendedores, de sus hogares, de la actividad económica y el entorno y las percepciones de diferentes actores sobre el espacio público y el manejo institucional que se le viene dando al tema. En el primer capítulo se expone un apartado conceptual de la informalidad. En el segundo se presentan las características demográficas de los vendedores y sus familias y las condiciones de vida. El tercer capítulo recoge las principales características relacionadas con la actividad económica y el puesto de trabajo. En el siguiente se presentan algunas percepciones del entorno de la plaza de mercado y las condiciones institucionales de los actores involucrados con el tema de informalidad en la Galería. Finalmente, se presentan recomendaciones de la investigación.



Una aproximación teórica y consenso del término “informalidad”

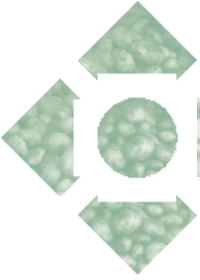
El estudio del mercado del trabajo en los territorios es un elemento esencial en la dinámica y potencialidad de las necesidades que cada región tiene, pues son marcadas las diferencias que se dan desde la economía, la ubicación territorial y la cultura, entre otros. Este aspecto fundamental en el desarrollo de los territorios, como es la dinámica del mercado de trabajo que cobija la variable de informalidad, es necesario articularla a estudios y decisiones de política pública local y nacional, para participar en la solución de una problemática que podría generar pauperización de los ingresos y condiciones de vida de los habitantes.



A nivel macroeconómico, el fenómeno de la informalidad se ha dinamizado en la llamada “globalización” de los procesos económicos, por la desregulación constante de los mercados, la restructuración de la producción que ha involucrado aspectos de subcontratación y tercerización¹. Paralelamente a estas condiciones se presenció un crecimiento exponencial de la economía informal en algunas zonas geográficas del mundo, que volcó las miradas y acciones de organizaciones internacionales como la OIT, y la dinámica de estudiosos del mercado laboral para analizar la problemática y plantear alternativas de estudio y solución

La informalidad ha sido un tema que se viene estudiando de forma recurrente en el país y por organizaciones multilaterales, dada su impacto en el desarrollo social, económico y político, en la medida en que afecta el buen funcionamiento

1 La subcontratación permite a las industrias emplear mano de obra bajo contratos más flexibles



de la economía, la competitividad y capacidad institucional de un país.

El tema se ha debatido ampliamente en diferentes instancias locales, nacionales e internacionales, por cuanto conlleva múltiples problemas del desarrollo y de la calidad de vida como: pobreza, marginalidad, segregación, ilegalidad, bajos niveles de educación, insuficiencia en ingresos, y concentración territorial, lo cual lo convierte en un tópico de agenda política en cada gobierno.

Los estudios sobre informalidad en Colombia y en el mundo reconocen la importancia de este tema en el desarrollo y progreso de los países. Es así como varios informes de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, plantea desde los años 70 la necesidad de definir qué es la informalidad, sus características y condiciones de evolución con el fin de definir aspectos de política pública que posibiliten el buen funcionamiento del mercado laboral como determinante para la competitividad de un país, pues se plantea que la informalidad es un factor que afecta la productividad; “Por un lado, la informalidad impacta negativamente la productividad en la medida en que las empresas informales tienen menores posibilidades de acceder a financiación y menos propensión a crecer, por miedo a ser detectadas” (CPC – INC, 2013)

El concepto de informalidad tiene varios enfoques y características; de un concepto que solo implicaba análisis y la elaboración de políticas públicas, se ha avanzado a criterios que se circunscriben a actividades no están cubiertas por las fuentes estadísticas convencionales existentes (Organización Internacional del Trabajo - OIT, 2013a).

“Desde que se acuñó el término «sector informal» en la década de 1970, este se ha utilizado como herramienta conceptual para medir actividades muy diversas que están excluidas de la legislación o fuera del ámbito reglamentario o impositivo” (OIT, 2013a, p.3)

“La informalidad puede verse como un concepto vago e impreciso. En muchas ocasiones se considera sinónimo de términos como economía subterránea u oculta, economía no oficial, economía paralela o negra y economía en la sombra, entre otros” (Cárdenas y Mejía 2007, p.4). En tal sentido es necesario aclarar las múltiples definiciones que hacen referencia a este fenómeno.



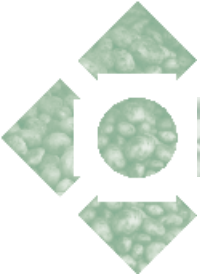
“Primero, el concepto de informalidad ha cambiado a través del tiempo y en relación estrecha con el desarrollo de la literatura sobre los determinantes y consecuencias de la informalidad” (Mejía y Posada, 2007, p.7). Algunos la asocian a situaciones de pobreza, marginalidad, sub-empleo, etc. Otros la asocian al desobedecimiento de normas estatales en materias económicas

La OIT en el año de 1991, afirmó que un sector informal estaba «formado por actividades de económicas en pequeña escala, integrado por trabajadores por cuenta propia que contratan familiares o solo a unos pocos trabajadores». “De este modo describió las características típicas como disponer de poco capital, usar tecnología de bajo nivel y carecer de acceso a los mercados y las instituciones formales, pero no adoptó una definición oficial” (OIT, 2013a, p.3), posterior a esto “en 1993 la Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET) adoptó una concepción estadística de las actividades del sector informal” (OIT, 2013a, p3).

La OIT (2013a) ha mostrado cómo ha evolucionado el concepto de informalidad, pasando de un estadio en que abarca solo el empleo en un tipo concreto de unidad de producción (o empresa) a un fenómeno de toda la economía centrándose ahora en la elaboración y armonización de indicadores de la economía informal (p.3). Es así como plantea algunas diferencias conceptuales, que enunciamos a continuación:

Empleo en el sector informal: La definición de empleo en el sector informal adoptada oficialmente para la Decimoquinta CIET se basa en el concepto de empresa del sector informal, e incluye todos los trabajos realizados en una empresa de ese tipo. En otras palabras el empleo en el sector informal incluye básicamente todos los trabajos en empresas no registradas o empresas privadas pequeñas no constituidas que producen bienes o servicios para la venta o el trueque (OIT, 2013b).

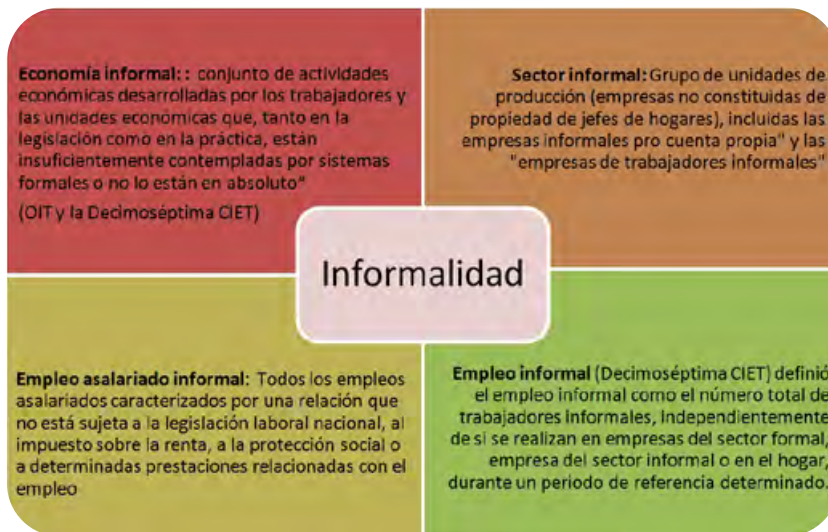
Empresas del sector informal: En la definición de empresas informales no se incluyen determinadas actividades relacionadas con actividades informales por razones prácticas y metodológicas, entre estas, las actividades agrícolas y conexas,



las familias que producen bienes exclusivamente para su propio consumo, por ejemplo en la agricultura de subsistencia, el trabajo doméstico, el trabajo de cuidado de otras personas y el empleo de trabajadores domésticos remunerados y los servicios voluntarios prestados a la comunidad (OIT, 2013b).

Para la OIT (2013 a) y la comunidad estadística es necesario precisar la terminología, para el público en general, pues varios términos "podrían parecer intercambiables, pero no lo son, y los matices e implicaciones conceptuales relacionados con cada uno son sumamente importantes desde una perspectiva teórica y técnica" (p.3). Presentamos un cuadro con terminología relacionada con la informalidad y sus definiciones técnicas (ver figura 1).

Figura 1. Definiciones sobre informalidad



Fuente: tomado de OIT (2013a, p.5)

Otro autor -Victor Tokman- afirma que la economía informal es el resultado de estrategias como la "descentralización y reestructuración de la producción y del proceso de trabajo en el mundo globalizado. La descentralización se asocia a la subcontratación de productos y de mano de obra, pro-



movida recientemente por reformas laborales en algunos países, o producida de manera espontánea porque genera mayores posibilidades de evasión de las obligaciones laborales” (Tokman, 2001, p.13).

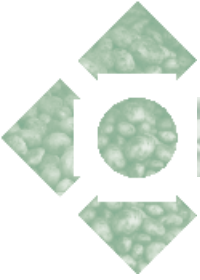
En el documento de Guataqui, Garcia-Suaza y Rodríguez, (2009) -Perfil de la informalidad laboral en Colombia- se establecen tres aspectos de la informalidad:

- i) El trabajo informal no está cubierto por la seguridad social y no es remunerado bajo las leyes del salario mínimo; ii) esta actividad es desarrollada por grupos marginados como desempleados, individuos de bajos ingresos e inmigrantes; iii) los trabajadores informales se enfrentan a condiciones de higiene y salud inferiores a las de los trabajadores formales. (p.7)

Estas características son pertinentes para el estudio que aquí presentamos sobre la informalidad en el espacio público de la plaza de mercado de Manizales y sus alrededores, por las condiciones de cada uno de los vendedores, la actividad económica y el entorno en que se desarrolla la actividad económica.

La informalidad es un fenómeno difícil de cuantificar y valorar, debido a que las actividades económicas informales en el común de los casos no presentan ningún registro ante las autoridades, lo cual dificulta medir con precisión su peso en la economía de los países. Adicionalmente ha sido complicado acotar el concepto por las diversas características que presenta, por lo que es necesario comprenderlo bajo diferentes perspectivas.

La primera perspectiva se refiere al incumplimiento de las reglamentaciones jurídicas por parte de los agentes, bien sea de orden comercial o bien sea de orden laboral; por tal motivo, bajo esta connotación puede definirse como toda actividad económica que presenta un incumplimiento parcial o absoluto del marco jurídico. En muchos casos la informalidad se confunde con condiciones ilícitas por ser negocios desarrollados al margen de las normas, pero es de resaltar que la actividad informal no es un negocio ilícito, entendido este último como una actividad económica no permitida por la ley y que no es socialmente aceptada; mientras que la informalidad es una actividad económica



socialmente aceptada pero no regulada por los estamentos locales.

Bajo este criterio es plausible afirmar que la informalidad también ha sido resultado del exceso de reglamentaciones, que en muchos casos dificulta y desincentiva el acogerse a la legislación y en otros, la no aceptación social de las normas; pese a que la sociedad reconozca un entorno ilegal de la actividad, la acepta sin mayor oposición.

La segunda perspectiva es el grado de modernización de la actividad económica, entendido como el aumento sostenible de la productividad de los factores, el aumento sostenible de los salarios reales, la mejora sostenible de la calidad de los empleos y el pago oportuno de las obligaciones tributarias. Una estructura económica moderna tiene como pilares fundamentales la mejora de las condiciones de vida desde la productividad, por lo que un sector moderno se caracteriza por su avance tecnológico, la cualificación laboral, el crecimiento y el desarrollo económico.

En este sentido se establece que la economía está estructurada en dos sectores agregados: un sector primario o moderno fortalecido por grandes niveles de capital, innovación tecnológica, la cualificación laboral, el crecimiento constante de ingresos y utilidades, y un sector secundario o informal caracterizado por bajos niveles de capital, precariedad productiva, bajos niveles de cualificación laboral, ingresos de subsistencia y bajo nivel de utilidades.

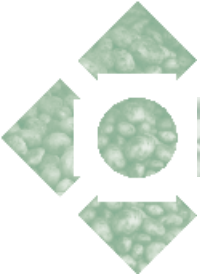
Se observan entonces en estas perspectivas dos enfoques para definir e identificar la informalidad, el primero desde un **enfoque empresarial** y el segundo desde un **enfoque laboral**. Bajo el primer enfoque las características que diferencian las empresas formales de las informales son el número de empleados, el registro mercantil, el pago de impuestos o contribuciones y el desarrollo de la actividad comercial en el espacio público; bajo el segundo enfoque las características que diferencian un trabajador formal de uno informal son la remuneración, el lugar de trabajo y las prestaciones sociales. Es de resaltar que bajo éste último enfoque el concepto de informalidad laboral se está analizando desde el concepto de calidad en el empleo –todo empleo es informal sino es de calidad- (ver cuadro 1).



Cuadro 1. Definición de la informalidad desde el enfoque empresarial y el enfoque laboral

| | ENFOQUE EMPRESARIAL | ENFOQUE LABORAL |
|------------------------|--|--|
| SECTOR INFORMAL | <p>Establecimientos no agrícolas que ocupen hasta cinco personas en todas sus agencias y sucursales incluyendo al patrono.</p> <p>y/o</p> <p>Establecimientos que deliberadamente no se registran ante las autoridades.</p> <p>y/o</p> <p>Establecimientos que evaden deliberadamente el pago de impuestos o contribuciones.</p> <p>y/o</p> <p>Actividad comercial o productiva que se desarrolle en el espacio público sin la debida autorización del gobierno local.</p> | <p>Trabajadores familiares sin remuneración.</p> <p>y/o</p> <p>Trabajadores sin remuneración en empresas o negocios.</p> <p>y/o</p> <p>Empleados domésticos.</p> <p>y/o</p> <p>Jornaleros.</p> <p>y/o</p> <p>Peones.</p> <p>y/o</p> <p>Trabajadores sin afiliación a seguridad social.</p> <p>y/o</p> <p>Trabajadores que devenguen menos de un salario mínimo</p> |
| SECTOR FORMAL | <p>Establecimientos que ocupen más de cinco personas en todas sus agencias y sucursales incluyendo al patrono.</p> <p>y/o</p> <p>Establecimientos debidamente registrados ante las autoridades.</p> <p>y/o</p> <p>Establecimientos que cumplen con el pago de impuestos de acuerdo a las exigencias de ley.</p> <p>y/o</p> <p>Actividad comercial o productiva que se desarrolle en el espacio público con la debida autorización del gobierno local.</p> | <p>Trabajadores familiares con remuneración de acuerdo a las exigencias de ley.</p> <p>y/o</p> <p>Trabajadores en empresas o negocios con remuneración de acuerdo a las exigencias de ley.</p> <p>y/o</p> <p>Trabajadores con afiliación a seguridad social de acuerdo a las exigencias de ley.</p> |

Fuente: elaboración propia.



En Colombia, el concepto de informalidad que adopta el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE se remite a la resolución de la Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo –CIET realizada en 1993- y a la recomendación del grupo de expertos de DEHLI dada en 2003, en la cual se concibe la actividad económica informal como todo establecimiento no agrícola que ocupe hasta cinco personas en todas sus agencias y sucursales, incluyendo al patrono y/o socio (DANE, 2009) y define el empleo informal como:

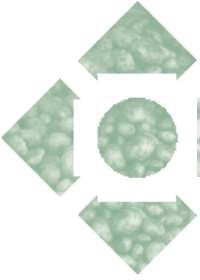




Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales

Toda persona que labore en establecimientos, negocios o empresas que ocupen hasta cinco personas en todas sus agencias y sucursales, incluyendo al patrono y/o socio; trabajadores familiares y sin remuneración; trabajadores sin remuneración en empresas o negocios; empleados domésticos; jornaleros o peones; trabajadores por cuenta propia que laboran en establecimientos que ocupen hasta cinco personas, excepto los independientes profesionales; y patronos o empleados en empresas de cinco trabajadores o menos (DANE, 2009, p. 8).





Características de los vendedores y sus hogares

1) Características demográficas

Las características etarias de los vendedores informales de la plaza de mercado de Manizales destacan unas diferencias importantes en la distribución por rangos de edad. El mayor abultamiento se concentra en la población entre 30 y 60 años (71%), mientras que la proporción de personas mayores de 70 años es significativa (16.5%) frente a la menor de 30 años (12.5%). Esta relación indica un proceso de relevo generacional muy leve en el largo plazo que se asocia con la condición de longevidad en la población de vendedores. Al respecto se encontró que el promedio de edad es de 46 años siendo mayor para los hombres frente a la edad de las mujeres (47,4 y 43,3 años respectivamente). Del mismo modo, en la actividad predominan los vendedores de género masculino (76,6%), en un índice de masculinidad de dos hombres por cada mujer que trabaja en la plaza de mercado como vendedor estacionario. La mayoría de estas personas viven en unión libre (36%) o son casados (28%), especialmente los hombres. Entre tanto, para las mujeres es mayor la proporción de quienes viven solteras, son viudas o están separadas.

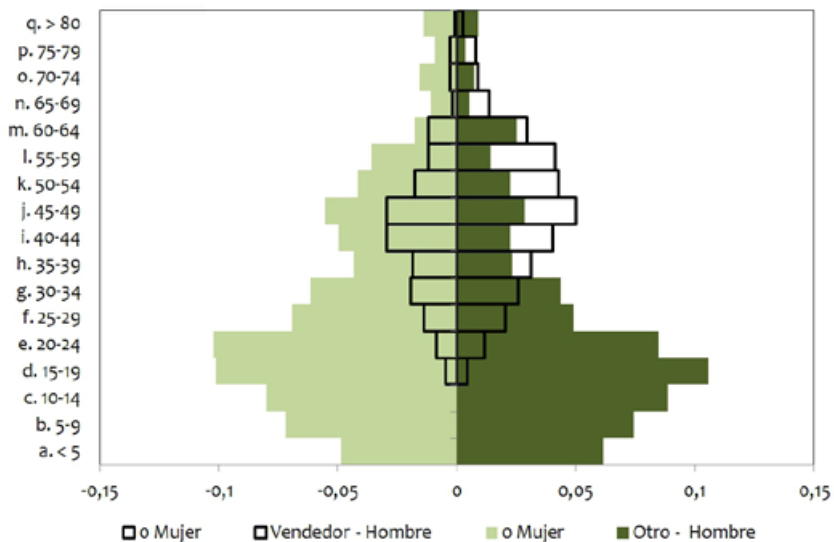
Las familias de los vendedores se integran por aproximadamente cuatro personas, siendo más comunes los "hogares nucleares compuestos" donde viven únicamente el padre, la madre y por lo menos un hijo (37.2%). Siguen los "hogares extendidos" con un peso importante (28.3%), en cuyo caso el número de miembros del hogar es superior al promedio (cinco personas). De esta última categoría se desprenden los "hogares uniparentales extendidos", compuestos por algunos de los padres, uno o más hijos y otros miembros parientes o no parientes. Esta estructura resultó ser la tercera más predominante (13.6%) y al tiempo es más relevante para las mujeres, lo que puede estar asociado con la condición marital de algunas de ellas.

La composición de los hogares de los vendedores informales muestra una pirámide poblacional con forma "es-



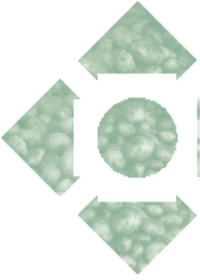
tacionaria”, muy estrecha en la base y un adelgazamiento en los rangos de edad entre 20 y 45 años que es más evidente para los hombres. La proporción de menores de 15 años es del 21%, mientras que la población en edad de trabajar es del 73% (15-65 años). Esta relación refleja una tasa de dependencia del 37% que se puede entender como un bono demográfico. El panorama descrito siguiere el acompañamiento mediante educación que fortalecería las condiciones para el mejoramiento la calidad de vida, máxime que el abultamiento de los más jóvenes dista en 20 años de las personas adultas que posiblemente son los jefes del hogar. Al respecto, se encontró que el 70% de los encuestados son propiamente el jefe de hogar o el cónyuge del jefe, mientras que casi la mitad de las personas que componen el núcleo familiar son los hijos (48%) (ver gráfica 1).

Gráfica 1. Distribución de los miembros del hogar y los vendedores informales por grupos de edad y género.



Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

El nivel educativo predominante dentro de los miembros del hogar es secundaria (47%), seguido de primaria (37%).



Mientras que para los vendedores la relación se invierte; casi la mitad de éstos tienen únicamente hasta primaria y para el nivel de secundaria (39%) únicamente el 43% logró terminarla completa. Igualmente, se destaca la alta proporción de vendedores sin ningún nivel de escolaridad (9.3%), lo que está asociado con las personas de mayor edad, ya que el 85% de quienes están en ese nivel educativo tienen más de 40 años.

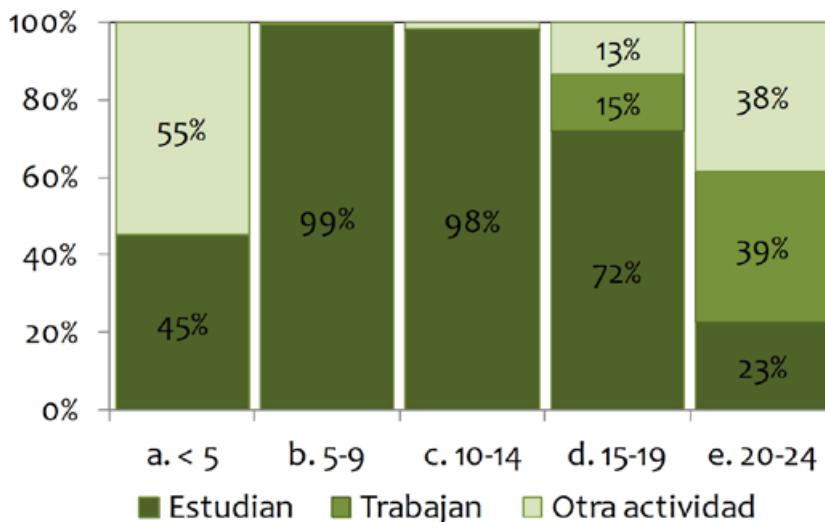
El índice de asistencia escolar para las personas en edad de estudiar es del 67% (<25 años). Para quienes tienen entre 15 y 19 años, únicamente el 72%, están estudiando y en el rango de edad de 20 a 24 años solo el 23% lo están haciendo. En términos generales menos de un cuarto de los miembros del hogar están estudiando. Entre las aducidas para no hacerlo están el trabajo, la edad, la necesidad de dinero, ausencia de gusto o interés por el estudio, las ocupaciones del hogar o la falta de tiempo, entre otras.

Los miembros del hogar que estudian actualmente lo están haciendo en una escuela o colegio (72%) ,lo que es consistente con los resultados de asistencia por edad escolar ya mencionados. Para el caso de los vendedores, únicamente el 2.9% está estudiando y de esa proporción la mitad corresponde con educación técnica o superior. La mayoría de los miembros del hogar que estudian, lo hacen en una institución oficial (88%) y en promedio tardan 10 y 20 minutos para llegar al establecimiento educativo (ver gráfico 2).

Por otra parte, alrededor de la mitad de los miembros del hogar están ahora trabajando (47%) y así mismo casi todos los que trabajan aportan dinero para los gastos del hogar (98%). La relación de quienes no están trabajando, ni tampoco estudiando es del 22%. Para el caso de las personas entre 15 y 19 años, puede estar reflejando unas condiciones de inasistencia escolar, mientras que las personas entre 20 y 24 años, se puede asociar a cuestiones de desempleo u oficios del hogar.



Grafica 2. Actividades que realizan las personas en edad escolar

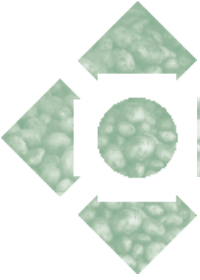


Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

2) Condiciones de vida

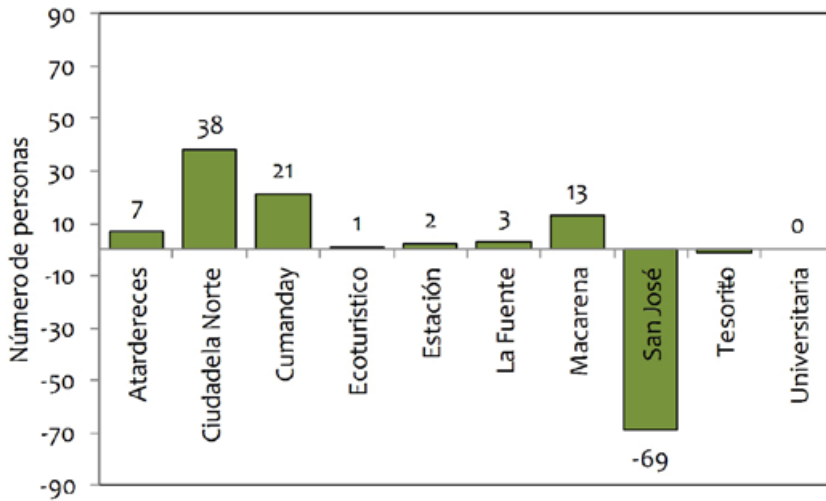
El estudio residencial de los vendedores por comuna al interior de la ciudad indica que la mayor parte viven en barrios de la comuna San José (29%), Ciudadela del Norte (19%) y la comuna Cumanday (9.3%). Algunos barrios destacados que albergan gran parte de los vendedores son: San Ignacio, Colon, Bosques del Norte, Comuneros, San Sebastián, San Cayetano, las Américas, San Joaquín, los Agustinos, el Nevado y Aranjuez.

Igualmente, se encontró que el 42% de los vendedores aparentemente cambiaron su lugar de residencia. Los principales cambios se dieron dentro del mismo municipio hacia otras comunas (59%), al interior de la misma comuna (13%) y desde otros municipios a la ciudad de Manizales. En ese tránsito, se identificó que el 3% de los vendedores informales vivían en otros municipios y el 5% en zonas rurales. La comuna con el mayor índice de expulsión es San José, mientras que las comunas Ciudadela del Norte, Cumanday y la Macarena registran los saldos positivos más altos. Este



resultado puede estar altamente asociado a los movimientos de población derivados de la reubicación por el Macroproyecto San José. Si bien en esta comuna vive la mayoría de los hogares, las condiciones de migración intra-urbana muestran que el panorama cambio ampliamente frente a la localización de las viviendas en el marco de los últimos cinco años (ver gráfica 3).

Grafica 3. Saldo neto de vendedores que cambiaron de residencia por comunas



Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

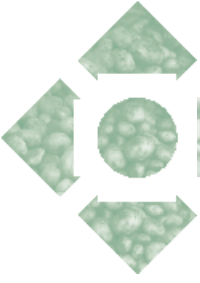
Por otra parte, las condiciones relacionadas con el ingreso, la percepción subjetiva de pobreza y otros aspectos de seguridad alimentaria, difieren bastante de lo que sucede en el plano de la situación socioeconómica de la ciudad. Esta apreciación se debe básicamente a la heterogeneidad de las condiciones de vida de los vendedores y a otras cuestiones de localización relacionadas con la cercanía al lugar de trabajo. En ese sentido, no es posible encontrar situaciones de segregación a nivel de comuna, sobre todo para el caso de San José donde pueden vivir hogares con menor presencia de pobreza cuya situación socioeconómica no se asocia a las condiciones de entorno del sector. Sin embargo, se pueden encontrar algunos casos en la comuna Ciudadela del Norte y la Fuente, aunque su representatividad es apenas marginal (ver tabla 1).

En términos generales, el ingreso promedio de los hogares de los vendedores informales estacionarios de la plaza de mercado es de \$222.534 pesos por persona, cifra que se ubica por encima de la línea de pobreza (per cápita) en Colombia (\$194.696), aunque gravita cerca del promedio para Manizales (Manizales Cómo Vamos, 2012). De acuerdo con indicadores subjetivos, el 77% de los vendedores dice que los ingresos mensuales de su hogar no son suficientes para cubrir los gastos básicos. Al mismo tiempo, el 51% de los vendedores informales consideran que su hogar es pobre, especialmente quienes no tienen vivienda propia o han tenido problemas de seguridad alimentaria. Al respecto, se encontró que el 16% de los vendedores comentan que durante la semana anterior a la aplicación del censo, por falta de dinero no consumieron, uno o más días, ninguna de las tres comidas básicas (ver tabla 1).

Tabla 1. Condiciones socioeconómicas de los vendedores de acuerdo a la comuna de residencia

| COMUNA | TOTAL | (%) | Ingresos PK del hogar (mes) | Gastos PK del hogar (mes) | Ingresos no son suficientes | Hogar es pobre | Dejo consumir alimento |
|-----------------|------------|-------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------|------------------------|
| Atardereces | 32 | 5,7% | \$ 297.609 | \$ 300.214 | 56,3% | 37,5% | 15,6% |
| Ciudadela norte | 106 | 19,0% | \$ 193.880 | \$ 196.275 | 81,1% | 46,2% | 17,0% |
| Cumanday | 52 | 9,3% | \$ 240.872 | \$ 238.802 | 88,5% | 48,1% | 7,7% |
| Ecoturístico | 5 | 0,9% | \$ 152.000 | \$ 152.000 | 80,0% | 40,0% | 0,0% |
| Estación | 10 | 1,8% | \$ 222.667 | \$ 224.333 | 50,0% | 30,0% | 10,0% |
| La fuente | 52 | 9,3% | \$ 215.833 | \$ 213.406 | 76,9% | 44,2% | 19,2% |
| Macarena | 39 | 7,0% | \$ 233.946 | \$ 226.496 | 66,7% | 59,0% | 10,3% |
| San José | 161 | 28,9% | \$ 241.209 | \$ 237.554 | 78,9% | 63,4% | 22,4% |
| Tesorito | 4 | 0,7% | \$ 162.500 | \$ 162.500 | 100,0% | 0,0% | 0,0% |
| Universitaria | 20 | 3,6% | \$ 224.800 | \$ 224.800 | 75,0% | 40,0% | 10,0% |
| Villamaría | 35 | 6,3% | \$ 186.898 | \$ 188.327 | 68,6% | 48,6% | 5,7% |
| Neira | 5 | 0,9% | \$ 204.167 | \$ 204.167 | 100,0% | 60,0% | 0,0% |
| Otros | 3 | 0,5% | \$ 439.286 | \$ 439.286 | 33,3% | 0,0% | 0,0% |
| Rural | 31 | 5,6% | \$ 159.738 | \$ 166.055 | 80,6% | 41,9% | 22,6% |
| Sin clasificar | 3 | 0,5% | \$ 146.667 | \$ 146.667 | 66,7% | 66,7% | 0,0% |
| TOTAL | 558 | 100% | \$ 222.534 | \$ 221.640 | 77% | 51% | 16% |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.



Las condiciones de vida relacionadas con la residencia indican que la mayoría de los vendedores habitan en una vivienda tipo casa (82.2%). Para quienes viven en un cuarto en inquilinato o en otra estructura de vivienda, son a su vez, quienes manifiestan mayores condiciones de pobreza subjetiva y problemas de seguridad alimentaria. Por otra parte, predominan los vendedores que viven en calidad de arrendamiento (56%) y en menor magnitud quienes tienen título de propiedad totalmente pago o que lo están pagando (39%).

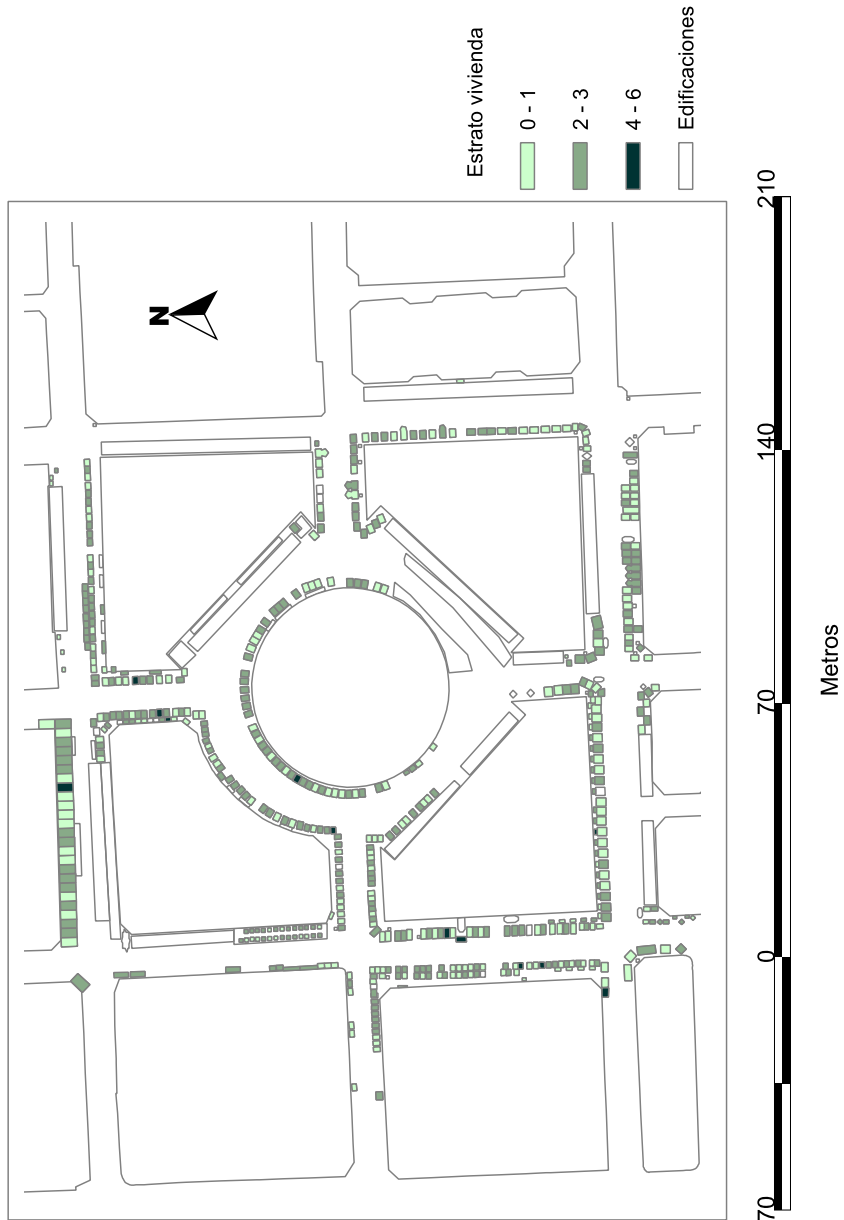
Las condiciones de acceso a servicios de salud, indican que la mayoría de los miembros del hogar de los vendedores están cubiertos por el SISBEN (70%) o una EPS (19%). Sin embargo existe una proporción importante de personas que no tienen servicio de salud (8%), especialmente las personas entre 15 y 29 años.

Ya en la distribución de los vendedores en el perímetro de la plaza de mercado, se notan algunas diferencias significativas entre los que podrían tener mejores condiciones de vida y o no, a partir de la valoración por el estrato socioeconómico de la vivienda donde residen. Aparentemente, los vendedores que se ubican sobre la carrera 15 y por el costado norte del pabellón central, y en el contorno del pabellón uno, serían quienes tendrían mejores condiciones de vida (ver mapa 1).

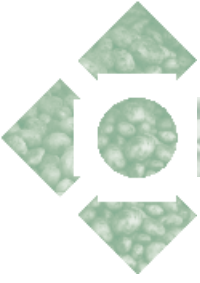


Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales

Mapa 1. Estrato socioeconómico de la vivienda de acuerdo a la localización en la plaza de mercado



Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.





Características de la actividad económica

De acuerdo con los resultados del censo de vendedores informales estacionarios, se estima que existen en la actualidad aproximadamente 457 puestos de trabajo de perecederos distribuidos en 26 lados de manzana y 27 vendedores de plátano en una sola área común. En total se censaron 558 vendedores incluyendo los de cacharros y/o servicios². La mayor parte de los vendedores se encuentran localizados sobre la carrera 16 y 17 con calle 22 (44%). A partir de la clasificación de bienes y servicios (COICOP- Classification of Individual Consumption according to Purpose), se determinó que la mayoría de los puestos de trabajo se dedican a la venta de frutas y verduras no desglosables [116b], verduras y hortalizas no desglosables [1170], Plátanos [1162], frutas no desglosables [116A] y otros productos (ver tabla 2).

El Mapa 2 indica un panorama sobre el uso del espacio público para actividades distintas a la venta informal estacionaria. Se identifican básicamente: dos zonas amarillas, tres zonas azules, algunas zonas de descargue ubicadas sobre el sector de los plataneros y mayoristas y los vendedores de papa. Igualmente, se muestra la zona de vendedores “maneros” diagonal al pabellón central, otras zonas ocupadas con mercancías de vendedores locatarios³ y de manera particular, dos puntos donde suelen ubicarse con frecuencia algunos consumidores de sustancias psicoactivas (SPA).

2 La cifra podría ser mayor toda vez que se dejaron de encuestar alrededor de 25 personas cuyo oficio no se relaciona con la venta de perecederos. Igualmente, el censo no contiene información de vendedores ambulante ni “maneros”.

3 En el censo se identificaron 25 puestos de trabajo que hacen parte de la propiedad de algunos locatarios pero que son atendidos por sus trabajadores.

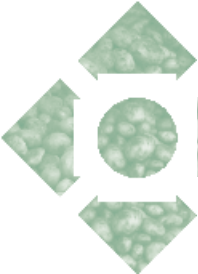


Tabla 2. Distribución de los vendedores de acuerdo con el tipo de producto que comercializan

| COD | Clasificación COICOP | TOTAL | (%) |
|--------------|---|--------------|-------------|
| 116B | Frutas y verduras no desglosables | 139 | 25% |
| 1170 | Verduras y Hortalizas no desglosables | 92 | 16% |
| 1162 | Platanos (Frescos, refrigerados o congelados) | 63 | 11% |
| 116A | Frutas no desglosables | 48 | 9% |
| 1174 | Hortalizas con raíz o bulbo y setas | 33 | 6% |
| 1196 | Otros productos alimenticios | 23 | 4% |
| 1178 | Patatas | 22 | 4% |
| 1161 | Citricos | 14 | 3% |
| 1165 | Frutas con hueso | 10 | 2% |
| 1168 | Otras frutas | 10 | 2% |
| 1173 | Hortalizas cultivadas por su fruto | 10 | 2% |
| 1175 | Legumbres y hortalizas secas | 7 | 1% |
| 1171 | Hortalizas de hoja o tallo | 5 | 1% |
| 1130 | Pescado, crustaceo y mariscos no desglosables | 3 | 1% |
| 9998 | Cacharro y/o servicios | 75 | 13% |
| 9999 | Sin Clasificar | 4 | 1% |
| TOTAL | | 558 | 100% |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

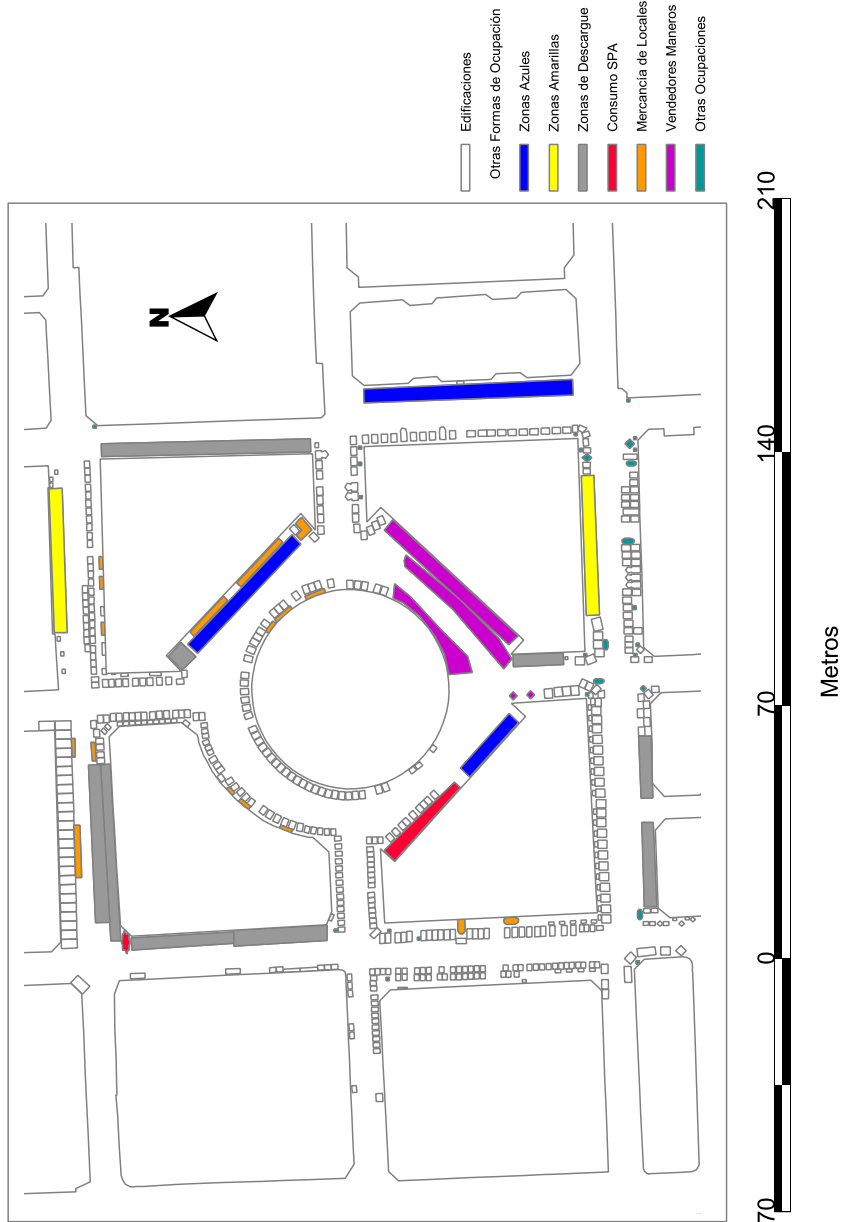
1) Características del puesto de trabajo

La mayoría de los puestos de trabajo se encuentran localizados un punto fijo sobre la calle (52%) o sobre la acera (38%). El área promedio que ocupan los puestos localizados sobre la calle de manera fija es de 2.8mtrs² y en un punto móvil es de 1.68 mtrs². Mientras que los puestos que están sobre la acera de forma fija tienen un área promedio de 2.96mtrs² y los móviles de 1.78mtrs². Es de anotar que según el sindicato de vendedores informales, las medidas reglamentarias de un puesto de trabajo en la plaza de mercado debe ser de 2.16m² lo cuál se cumple únicamente para 34% de los sindicalizados.



Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales

Mapa 2. Usos del espacio público en la plaza de mercado



Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

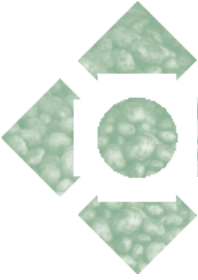


Tabla 3. Ubicación y área de los puestos de trabajo de acuerdo a la clasificación de productos

| COD | Clasificación COICOP | Ubicación del puesto de trabajo | | | | | | Área de puesto de venta (m ²) | |
|------|---|---------------------------------|----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|----------------|-------|---|---------|
| | | Sobre la acera en un punto fijo | Sobre la acera en un punto móvil | En la calle en un punto fijo | En la calle en un punto móvil | Sin clasificar | TOTAL | Media | Mediana |
| 116B | Frutas y verduras no desglosables | 32% | 3% | 63% | 1% | 0% | 100% | 3,68 | 3,24 |
| 1170 | Verduras y Hortalizas no desglosables | 43% | 3% | 51% | 2% | 0% | 100% | 3,36 | 3,11 |
| 1162 | Platanos (Frescos, refrigerados o cogelados) | 33% | 8% | 46% | 8% | 5% | 100% | | |
| 116A | Frutas no desglosables | 48% | 0% | 48% | 4% | 0% | 100% | 5,16 | 3,40 |
| 1174 | Hortalizas con raíz o bulbo y setas | 42% | 0% | 58% | 0% | 0% | 100% | 3,83 | 2,70 |
| 1196 | Otros productos alimenticios | 26% | 22% | 48% | 4% | 0% | 100% | 2,01 | 1,78 |
| 1178 | Patatas | 32% | 0% | 68% | 0% | 0% | 100% | 3,36 | 3,11 |
| 1161 | Cítricos | 57% | 21% | 21% | 0% | 0% | 100% | 6,30 | 3,29 |
| 1165 | Frutas con hueso | 50% | 20% | 20% | 10% | 0% | 100% | 3,21 | 2,28 |
| 1168 | Otras frutas | 50% | 0% | 50% | 0% | 0% | 100% | 4,94 | 2,16 |
| 1173 | Hortalizas cultivadas por su fruto | 20% | 0% | 80% | 0% | 0% | 100% | 3,61 | 2,58 |
| 1175 | Legumbres y hortalizas secas | 29% | 0% | 57% | 0% | 14% | 100% | 2,17 | 2,34 |
| 1171 | Hortalizas de hoja o tallo | 40% | 0% | 60% | 0% | 0% | 100% | 4,22 | 3,24 |
| 1130 | Pescado, crustáceo y mariscos no desglosables | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 2,94 | 2,16 |
| 9998 | Cacharro y/o servicios | 37% | 23% | 35% | 5% | 0% | 100% | 1,96 | 1,92 |
| 9999 | Sin Clasificar | 25% | 0% | 75% | 0% | 0% | 100% | 4,06 | 3,41 |
| | TOTAL | 37% | 7% | 52% | 3% | 1% | 100% | 3,56 | 2,71 |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

Los vendedores que se ubican principalmente sobre la acera en un punto fijo, son los de grupos de productos cítricos y frutas [1161, 1165 y 1168], y en el mismo espacio de manera móvil predominan los vendedores de otros productos alimenticios [1196], que son una parte importante de puestos de comida. Sobre la calle en un punto fijo es más frecuente que se ubiquen los puestos de frutas y verduras no desglosables [116B], patatas [1178], hortalizas cultivadas por su fruto [1174] y la venta de pescado [1130] (ver tabla 3).

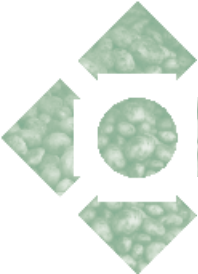
La anterior condición reconoce un proceso de apropiación y usufructo directo del espacio público, teniendo en cuenta que la mayoría de los puntos de venta son estacionarios, y presentan infraestructura situada sobre el mismo. Específicamente se identifica que en los puestos estacionarios –puntos fijos- las estructuras metálicas, láminas de acero y madera o guadua son los materiales predominantes, mientras que para los puestos móviles no se reconoce ningún material predominante; en el común de los casos se encuentran a la intemperie (ver tabla 4).

Tabla 4. Ubicación y materiales predominantes de los puestos de venta informales

| CATEGORÍAS | Acera punto fijo | Acera punto móvil | Calle punto fijo | Calle punto móvil |
|------------------------------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| (%) Puestos de acuerdo a ubicación | 37,71% | 4,58% | 55,00% | 2,71% |
| Madera o guadua | 49,72% | 31,82% | 50,38% | 23,08% |
| Lámina de acero-estado | 54,14% | 86,36% | 68,18% | 0,00% |
| Plástico o parasol | 18,78% | 13,64% | 28,03% | 15,38% |
| Lona o estopa | 7,73% | 4,55% | 14,39% | 0,00% |
| Canastillas | 46,41% | 27,27% | 36,36% | 23,08% |
| Estructura metálica | 69,06% | 18,18% | 71,97% | 0,00% |
| Carretilla móvil | 4,42% | 9,09% | 2,27% | 0,00% |
| En intemperie | 12,15% | 45,45% | 4,17% | 61,54% |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

El área de uso del espacio público para la venta informal es de 3,82m² en promedio, pero ésta varía ampliamente de acuerdo al tipo de producto que se comercializa y al grado de apropiación del espacio por parte del vendedor; se re-



conocen grandes discrepancias entre los vendedores y los tipos de productos que comercializan. Para el caso de la comercialización de cítricos el área de uso para la venta informal es en promedio en $5,46\text{m}^2$, pero la distribución del área entre las personas que comercializan este tipo de producto está en un rango que oscila entre $2,28\text{m}^2$ y $10,32\text{m}^2$, condición que se reconoce para la mayoría de los productos comercializados, exceptuando plátanos (fresco, refrigerado o congelado), verduras y hortalizas no desglosables, patatas, frutas no desglosables, frutas y verduras no desglosables y hortalizas con raíz o bulbo y setas (ver tabla 5). Por tanto, para posibles condiciones de reubicación de los vendedores se sugiere tener presente como área de uso promedio de los vendedores $4,16\text{m}^2$, área que es el límite superior promedio a un intervalo de confianza del 95%, es decir que los otros valores ajenos son sólo el 2,5% del total de vendedores de perecederos ubicados en la plaza de mercado.

Tabla 5. Área promedio de uso de acuerdo a categoría de producto que venden

| CÓDIGO | CATEGORÍA | MEDIA*** | (S.D.)* | LIM. INF.** | LIM. SUP.** |
|------------------|--|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| 1161 | Cítricos | 5,46m ² | 1,85m ² | 2,28m ² | 10,32m ² |
| 1165 | Frutas con hueso | 3,08m ² | ,54m ² | 1,94m ² | 4,46m ² |
| 116 ^a | Frutas no desglosables | 3,64m ² | 1,20m ² | 2,73m ² | 7,58m ² |
| 116B | Frutas y verduras no desglosables | 3,49m ² | ,16m ² | 3,35m ² | 4,20m ² |
| 1174 | Hortalizas con raíz o bulbo y setas | 3,46m ² | ,50m ² | 2,79m ² | 4,85m ² |
| 1173 | Hortalizas cultivadas por su fruto | 3,48m ² | ,72m ² | 1,96m ² | 5,25m ² |
| 1171 | Hortalizas de hoja o tallo | 4,11m ² | 1,04m ² | 1,31m ² | 7,12m ² |
| 1175 | Legumbres y hortalizas secas | 2,17m ² | ,23m ² | 1,59m ² | 2,74m ² |
| 1168 | Otras frutas | 4,47m ² | 1,71m ² | 1,05m ² | 8,83m ² |
| 1196 | Otros productos alimenticios | 1,82m ² | ,33m ² | 1,32m ² | 2,69m ² |
| 1178 | Patatas | 3,19m ² | ,36m ² | 2,59m ² | 4,13m ² |
| 1130 | Pescado, crustáceos y mariscos no desglosables | 2,94m ² | ,78m ² | ,20m ² | 6,3m ² |
| 1162 | Plátanos (Fresco, refrigerado o congelado) | 3,91m ² | ,56m ² | 3,22m ² | 5,51m ² |
| 9999 | Sin Clasificar | 3,99m ² | 1,48m ² | ,20m ² | 8,78m ² |
| 1170 | Verduras y Hortalizas no desglosables | 3,24m ² | ,17m ² | 3,01m ² | 3,69m ² |
| TOTAL | | 3,82m ² | ,17m ² | 3,48m ² | 4,16m ² |

* S.D.: Desviación estándar. ** A un intervalo de confianza del 95% (I.C.=95%). *** Media truncada al 5%. Fuente: Resultados de la investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.



Asimismo, se establece que el 94% de los vendedores mencionan que el servicio de recolección de basuras lo hace el carro de la empresa de aseo, mientras que un 5% dice que simplemente arroja las basuras a la calle o sobre la acera. Este último caso resultó ser relevante para los vendedores de plátano [1162] que están ubicados sobre la calle 22. Finalmente, se encontró que el 85% de los vendedores no utiliza servicio de iluminación y quienes lo hacen es a través de una extensión tomada de un local (0,83%), una planta eléctrica (0,63%) o tienen una caperuza o linterna (6,04%).

De otra parte, se identifica un alto grado de dispersión en el tiempo laborado de los vendedores informales dentro de la plaza de mercado; sólo el 8% de los vendedores se encuentran en este lugar en un tiempo inferior a un año, el 27% de llevan en este lugar entre uno y cinco años, el 27% entre cinco y diez años, y el 36% llevan en este lugar más de diez años. Esta condición es posible contrastarla con el análisis de grupos focales, en los cuales se reconoce la persistencia de esta problemática durante el tiempo "*...Nosotros llevamos más de 15 años laborando como vendedores informales en la plaza de mercado, llevamos 20, 25 años haciendo lo mismo*" [GF VI], "*...yo me crié realizando la actividad de venta informal, llevo 40 años haciendo esto*" [GF VI], y el conocimiento de ésta por parte de las instituciones "*haber este escenario lo estoy viendo hace más de 30 años, y también somos los mismos, [...] la verdad estamos ante un problema social muy grande*" [GF.I]. Por tanto, la venta informal es una actividad de la cual se tienen registros por parte de las instituciones de un período de 30 años atrás.

2) Características de las actividades económicas

Dentro del análisis de las actividades económicas es importante describir el tipo de tenencia del puesto informal ubicado en la plaza de mercado; se reconoce que el 95% de los puestos informales son propios, mientras que el 5% son alquilados en arriendo o subarriendo, o son prestados, aspecto que aun así reconoce la tenencia de un bien. Esta condición es preocupante teniendo presente que la tenencia privada que se le hace al bien, está supeditada al uso de un bien público (ver tabla 6).

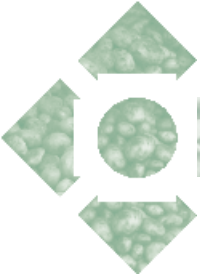


Tabla 6. Proporción de tenencia del puesto informal estacionario

| CATEGORÍAS | TOTAL | PORCENTAJE (%) |
|---|-------|----------------|
| Propio, único dueño | 432 | 90,38% |
| Propio, en sociedad | 22 | 4,60% |
| En arriendo o subarriendo, único arrendatario | 20 | 4,18% |
| En arriendo o subarriendo, varios arrendatarios | 2 | 0,42% |
| Prestado | 2 | 0,42% |
| TOTAL | 478 | 100% |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

Para comprender de fondo la problemática de tenencia y uso de los bienes públicos en la plaza de mercado, se analiza la adquisición del puesto informal estacionario: el 42% de los vendedores informales han comprado su puesto de trabajo, el 37% de los vendedores se han posesionado del espacio mediante invasión, el 8% han recibido su puesto por sesión por parte de la familiares o amigos, el 6% han recibido sesión de derechos por parte de la Alcaldía y el 5% han recibido sesión por parte del sindicato (ver tabla 5). Esto reconoce dos aspectos fundamentales: 1) en la plaza de mercado además de usufructuarse el espacio público, se comercializa el mismo; 2) aunque se percibe una proporción moderada de vendedores que han recibido sesión de derechos por parte de familiares o amigos, esta condición no es un factor con alto peso frente a los demás.

Al reconocerse un alto número de vendedores que han comprado su puesto de trabajo, se pretende profundizar en las condiciones por las cuales las personas acceden a la tenencia y usufructo del bien público: el 83% de los vendedores informales ubicados en la plaza de mercado en un período inferior a un año han comprado el puesto, el 67% de las personas ubicadas en un período entre uno y tres años han comprado el puesto de trabajo, el 41% de las personas ubicadas entre tres y cinco años han comprado el puesto, y el 32% de las personas ubicadas en un período entre cinco y diez años y más de diez años han comprado el puesto (ver tabla 6). Condición que demuestra una estructura de aumento en la comercialización de los bienes públi-



cos (espacio público) durante el último tiempo; igualmente es más preocupante el valor por el cual se comercializan los locales, valor monetario que oscila entre \$1.400.000.00 - \$7.000.000.00. Este un factor de alta preocupación porque reconoce actividades de comercialización de un bien público. Es de resaltar que no se logra identificar un período de base en el cual se da comienzo al desarrollo del proceso de comercialización del espacio público, teniendo presente que también un alto número de personas con un tiempo superior a 10 años ha comprado el espacio.

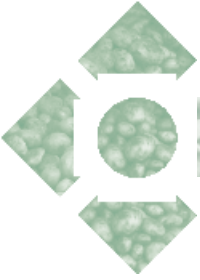
Bajo esta misma condición se logra identificar un alto descenso en la posesión del espacio público mediante la invasión; específicamente se reconoce que el 50% de las personas con un tiempo superior a diez años se ha posesionado del espacio ipor nvasión, y sólo el 3% de las personas con un período inferior a un año se ha posesionado del espacio a través de la invasión del mismo (ver tabla 7).

Tabla 7. Adquisición del puesto informal estacionario de acuerdo a la condición de único dueño y constitución de sociedad y de acuerdo a tiempo situado en el puesto

| CATEGORÍAS | < 1 año | > 1 y <3 años | > 3 y <5 años | > 5 y <10 años | > 10 años | TOTAL |
|---|---------|---------------|---------------|----------------|-----------|---------|
| Cedido por el sindicato | 2,86% | 1,59% | 0,00% | 12,00% | 2,98% | 4,91% |
| cedido por alcaldía | 0,00% | 1,59% | 11,67% | 5,60% | 7,74% | 6,25% |
| Adquisición por compra del puesto | 82,86% | 66,67% | 41,67% | 31,20% | 32,74% | 42,41% |
| Sesión de derechos por parte de familiares o amigos | 11,43% | 6,35% | 11,67% | 9,60% | 7,14% | 8,71% |
| Posesión mediante invasión del espacio público | 2,86% | 23,81% | 30,00% | 41,60% | 49,40% | 37,72% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

Además de lo anterior se reconocen tres tipos de modalidades de canon de arrendamiento del espacio público en la plaza de mercado, siendo estos: canon con periodicidad diaria, periodicidad semanal, o periodicidad mensual. El canon con periodicidad diaria presenta un valor promedio



de \$3.000.00; con periodicidad semanal presenta un valor promedio de \$41.666.67, y con periodicidad mensual presenta un valor promedio de \$118.235,29.

Al analizar las condiciones de ingresos encontramos un alto grado de volatilidad y variación de los mismos, debido a la diferencia en ingresos entre cada vendedor. Bajo las condiciones analizadas es posible encontrar personas que reciben como ingresos diarios de sus ventas en promedio un valor monetario de \$3.325 pesos, y también se pueden encontrar personas con un ingreso diario en promedio de \$515.316 aspecto destacado entre las categorizaciones de los diferentes productos que se comercializan en la plaza y entre los grupos objeto del análisis. Para solventar este inconveniente se decide entonces generar un estimador robusto, por medio del cual se reconoce que en promedio los vendedores informales de perecederos situados en la plaza tienen ingresos diarios por sus ventas por valor de \$155.609 pesos, valor que, como se anotó anteriormente, varía de acuerdo al tipo de producto que comercializa el vendedor informal (ver tabla 7).

Esto permite reconocer adicionalmente que existen productos en la plaza que dan mayor nivel de ingresos por ventas que otros, específicamente se establece que los otros productos alimenticios [1196], productos sin clasificar [9999], legumbres y hortalizas secas [1175] y verduras y hortalizas no desglosables [1170] presentan un ingreso considerablemente menor que el ingreso diario promedio de la actividad de comercialización de perecederos de la plaza, mientras que productos como frutas con hueso [1165], hortalizas con raíz o bulbo y setas [1174], y otras frutas [1168] presentan un ingreso considerablemente mayor que el ingreso diario promedio de la actividad de comercialización de perecederos de la plaza (ver tabla 8).

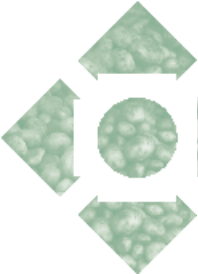
Igualmente, a partir de la distribución de los vendedores en la galería, se concluye que existen procesos de segmentación espacial en los niveles de ventas diarias. Esta situación plantea una clasificación de los vendedores informales entre mayoristas y minoristas y además una condición de mercado latente en la plaza por localidades de acuerdo al flujo de clientes.

Tabla 8. Ingresos diarios estimados de sus ventas de acuerdo al tipo de producto que comercializan

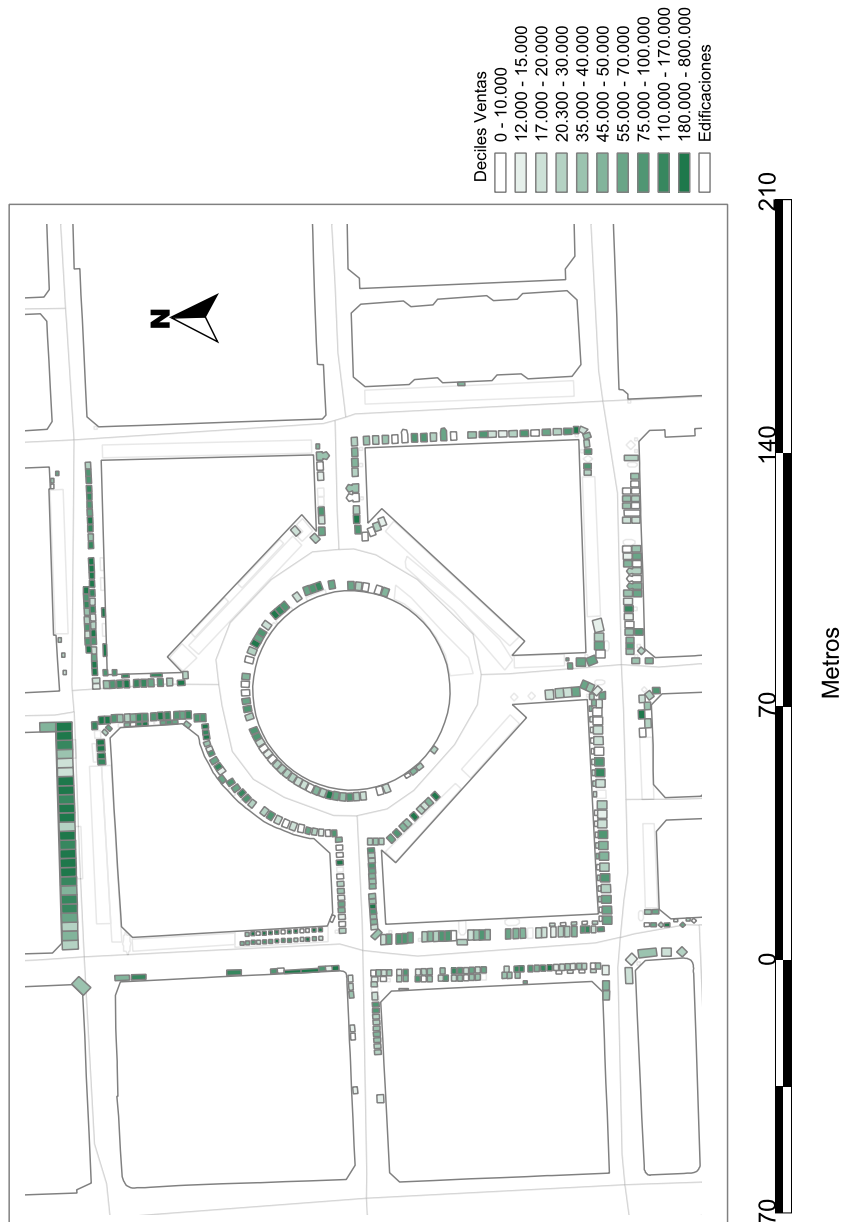
| CÓDIGO | CATEGORÍA | MEDIA*** | (S.D.)* | LIM. INF.** | LIM. SUP.** |
|------------------|--|---------------|--------------|--------------|-------------|
| 1161 | Cítricos | \$ 161.964,29 | (254.305,86) | 3.325,00 | 383.603,24 |
| 1165 | Frutas con hueso | \$ 324.250,00 | (84.461,98) | 133.183,73 | 515.316,28 |
| 116 ^a | Frutas no desglosables | \$ 164.500,00 | (25.750,18) | 112.697,31 | 216.302,70 |
| 116B | Frutas y verduras no desglosables | \$ 153.521,43 | (10.934,74) | 131.901,49 | 175.141,37 |
| 1174 | Hortalizas con raíz o bulbo y setas | \$ 270.151,52 | (56.243,31) | 155.587,65 | 384.715,39 |
| 1173 | Hortalizas cultivadas por su fruto | \$ 132.300,00 | (39.753,36) | 42.371,66 | 222.228,35 |
| 1171 | Hortalizas de hoja o tallo | \$ 197.000,00 | (44.637,10) | 72.924,56 | 321.075,45 |
| 1175 | Legumbres y hortalizas secas | \$ 55.714,29 | (20.067,66) | 6.610,49 | 104.818,09 |
| 1168 | Otras frutas | \$ 224.500,00 | (89.309,59) | 22.467,68 | 426.532,33 |
| 1196 | Otros productos alimenticios | \$ 59.391,30 | (7.619,83) | 43.588,74 | 75.193,87 |
| 1178 | Patatas | \$ 157.386,36 | (37.595,46) | 79.202,34 | 235.570,39 |
| 1130 | Pescado, crustáceos y mariscos no desglosables | \$ 171.666,67 | (78.873,69) | (167.699,43) | 511.032,77 |
| 1162 | Plátanos (Fresco, refrigerado o congelado) | \$ 167.468,51 | (20.738,19) | 126.005,45 | 208.931,59 |
| 9999 | Sin Clasificar | \$ 56.000,00 | (15.093,72) | 7.965,06 | 104.035,27 |
| 1170 | Verduras y Hortalizas no desglosables | \$ 108.777,17 | (9.644,79) | 89.618,98 | 127.935,37 |
| TOTAL | | \$ 155.609,64 | (7.947,01) | 139.994,61 | 171.224,67 |

* S.D.: Desviación estándar. ** A un intervalo de confianza del 95% (I.C.=95%). *** Media truncada al 5%.
Fuente: Resultados de la investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

La situación sigue que los vendedores informales del costado sur occidental de la plaza (carrera 16-17 con calle 22-23) pueden tener ingresos por ventas similares al promedio de zona, mientras que los vendedores del norte de la galería (carrera 15) tienen ingresos mayores; y el resto de vendedores de la plaza muestran ventas inferiores a la cifra promedio. Esta condición permitiría focalizar las iniciativas de emprendimiento en vendedores que son empresarios y se dedican a la comercialización al por mayor (ver mapa 3).



Mapa 3. Ingresos estimados de las ventas diarias de acuerdo a la localización en la plaza de mercado



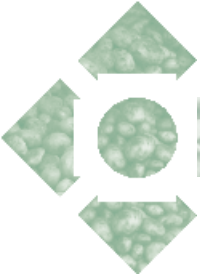
Fuente: Resultados de la investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.



Es importante establecer que en el común de los casos los vendedores informales compran los productos que comercializan a los vendedores formales ubicados en los pabellones; el 75% de los vendedores compra sus productos en los pabellones y el 25% los compra a comerciantes que traen sus productos desde municipios y veredas aledañas (en jeeps). Esta condición se percibe en los grupos focales realizados "*...aquí mismo, ellos compran los productos aquí mismo en la galería, todos vendemos, que tal que nosotros no les vendiéramos, es que la verdad les voy a decir una cosa, que sería de la plaza de mercado sin ellos, o ellos sin nosotros, es que ellos son los que nos compran lo que se nos queda, ellos pasan y dicen cuál es el melao, cuál es el melao, y son los que le dan salida a lo que a nosotros se nos queda, los famosos chulos que llamamos [...] Esto se ve desde los días de mercado, desde miércoles, jueves tirando a viernes son días buenos en los que uno aprovecha y vende y otros productos que vienen con cierta utilidad, ya después vienen las segundas que ya para uno como comerciante la única alternativa de salir de un producto que paso de primera a segunda y tercera calidad porque es un producto perecedero [...] nosotros a ellos los necesitamos, así de sencillo, porque ellos nos dan salida a lo que nosotros vamos a perder [...] todos nos beneficiamos de lo que ellos hacen*" [GF VF], y bajo la perspectiva de los vendedores informales se percibe "*...nosotros compramos aquí mismo nuestros productos, los compramos en la plaza de mercado, rara vez se los compramos a otras personas que no sean vendedores de la plaza*" [GF VI].

De otra parte al analizar las perspectivas de formalización de los vendedores informales sólo el 35% de los vendedores ha pensado en formalizar su actividad; entre los estímulos y restricciones que se perciben en la población caracterizada se encuentra lo siguiente:

- *Estímulos frente a la formalización:* El deseo de una mayor estabilidad y seguridad, el mejoramiento de las condiciones de vida de ellos y de sus familias, la capacidad para hacer crecer su negocio y la generación de más ingresos.
- *Restricciones frente a la formalización:* La comodidad y tranquilidad que hoy perciben desde su qué hacer diario, la presunción de no tener capacidad para asumir costos de formalización de la actividad, el desconocimiento y la



falta de información frente a las condiciones y procesos para la formalización, y la ausencia de oportunidades para formalizarse.

Asimismo, al analizar las percepciones frente a una posible reubicación en los pabellones de la plaza de mercado se identifica que el 43% de los vendedores perciben condiciones de afectación frente a una posible reubicación, el 20% de los vendedores perciben condiciones beneficiosas, y un 37% desconocen qué puede sucederles frente a una reubicación. Al igual que en las perspectivas de formalización, frente a las perspectivas de reubicación se identifican estímulos y restricciones:

- *Estímulos frente a la reubicación:* La reubicación debe ser para la totalidad de los vendedores informales, la comodidad y tranquilidad que perciben frente a la reubicación en un espacio delimitado y con la infraestructura necesaria para su actividad.
- *Restricciones frente a la reubicación:* La poca afluencia de público a los pabellones, la posible pérdida de clientes frente a su reubicación, la posible disminución en las ventas debido a la condición anterior, el aumento en los costos de operación debido a impuestos y cánones de arrendamiento, y la falta de regulación de competencia desleal en la plaza.

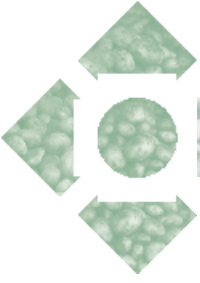
Además de las condiciones anteriormente planteadas un aspecto que favorece el proceso de reubicación de los vendedores informales es que dentro de su actividad han desarrollado financiación con entidades financieras constituidas legalmente, aspecto que permitirá diseñar desde la alcaldía municipal y/o los estamentos responsables estrategias de vinculación y apropiación de los diferentes proyectos de infraestructura que se pretenden adelantar para la reubicación de los mismos.

Teniendo presente que es posible que los lineamientos no permitan abarcar toda la población de vendedores informales, se decidió indagar sobre otras actividades que desearían desempeñarse; se encuentra que un 40% de los vendedores desearía continuar comerciando otro tipo de productos, como ropa o cacharros, un 42% desearía trabajar como dependiente, y un 18% desearía tener la posibilidad de estudiar y de ejercer su profesión; esto permite conocer que las posibilidades de generar otros lineamien-



tos además de una reestructuración y reubicación no son altas, dado que la mayoría desearía realizar otra actividad direccionada hacia el comercio, pero también se destaca la necesidad de generar procesos de formación técnica en estas personas para darles mayores posibilidades frente a la formalización de sus actividades, como trabajador dependiente o como comerciante, sobre todo para las personas más jóvenes.

Un aspecto fundamental encontrado en el análisis a profundidad desde los grupos focales, es la necesidad de dar soluciones en el espacio delimitado en la plaza de mercado, en vista que ni los vendedores informales, ni los vendedores formales ven viable la posibilidad de desarrollar infraestructuras mercantiles en otros lugares ajenos a la plaza, para ellos la solución de espacio público debe darse dentro de la ubicación actual: *"...yo no considero ninguna propuesta fuera de la galería o distante de la galería [...] para nosotros seguir con la cobija al hombro lo mejor es quedarnos acá"* [GF VI]. Esta percepción se debe fundamentalmente a que se han tenido otras experiencias que no han dado la solución esperada: *"...la plaza de mercado libre en Peralonso son cinco personas no más que venden, ese mercado libre ando mucho y ahora sólo son cinco no más las personas que venden, la gente toda se desintegró de eso, eso fue igual se intentaron mercado libre en La Sultana, La Enea, en Villamaría y no funcionó"* [GF VI]. Además es necesario que una de las soluciones sea la separación dentro de la plaza de los vendedores mayoristas y de los vendedores minoristas, generando una infraestructura contigua a la plaza sólo para los mayoristas y la generación de vigilancia y regulaciones sobre la actividad de venta mayorista, dado que se tiene la percepción generalizada de competencia desleal dentro de la plaza: *"los mayoristas son muy desleales, ellos no pueden vender al menudeo y lo hacen, le venden a uno por decirlo así una arroba de cualquier producto a un precio por kilo de \$1000.00 y pasa un cliente minorista y le venden al mismo precio, entonces así no se puede, así nos hemos quebrado muchos"* [GF VI]. Pero también esta percepción de competencia desleal se percibe desde los vendedores formales: *"...otra cosa es que yo quiero resaltar que para nosotros es sumamente difícil administrar la plaza cuando hay una plaza afuera y simplemente compitiendo de una forma desleal, así nuestros comerciantes subsistan igual"*



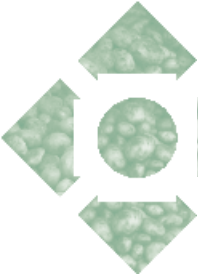
se va creando nuevas cadenas, pero lo cierto es que a nosotros nos ha golpeado mucho nuestros bolsillos, entonces se pone muy compleja nuestra situación porque igual nos toca administrar, y me toca igual ponerle orden para que funcione” [GF VF]. Por tanto un aspecto fundamental para generar horizontes de prosperidad comercial a la plaza de mercado centro galerías es la regulación y vigilancia comercial.





Caracterización socioeconómica de los vendedores informales de perecederos, ubicados en el espacio público de la Plaza de Mercado de la ciudad de Manizales





Percepciones del entorno y de institucionalidad

1) Percepciones del entorno

De acuerdo con indicadores de la Policía Nacional, el entorno de la plaza de mercado ha presentado una disminución considerable en los hechos delictivos, reconociéndose la disminución en lesiones comunes, hurto a residencias, hurto al comercio, hurto a personas, hurto a motocicletas, delitos sexuales; sólo se presenta un aumento considerable en condiciones de violencia intrafamiliar (ver tabla 9).

Tabla 9. Condiciones de delincuencia en el sector de la plaza de mercado centro galería

| CATEGORÍAS | 2011 | 2012 |
|-------------------------------------|------|------|
| Homicidio común | 19 | 19 |
| Lesiones comunes | 81 | 65 |
| Hurto a residencias | 12 | 0 |
| Hurto a comercio | 8 | 5 |
| Hurto a personas | 93 | 78 |
| Hurto a motocicletas | 1 | 0 |
| Homicidios en accidente de tránsito | 0 | 1 |
| Lesiones en accidente de tránsito | 49 | 9 |
| Delitos sexuales | 4 | 3 |
| Violencia intrafamiliar | 7 | 10 |

Fuente: Observatorio del delito, Policía Nacional.

Pero estas condiciones no son percibidas en el común de las personas, en general las percepciones se encuentran muy divididas: "...Se percibe mucha inseguridad, la inseguridad es total [...] hay mucha delincuencia, pasada la zona de delincuencia [...] se ve mucho hurto de bolsillo, mucho raponeo de cadenas, y de bolsillos, hurto a los carros" [GF VI], "la perspectiva que la gente tiene de la plaza de mercado, es qué miedo, qué horror, que una cosa y que la otra [GF VI]; "...yo llegué hace un mes allí y me sorprende que esa comuna tenga cinco estaciones de policía, Terraza, Galán, Alfonso, López, Liborio y Estación. Y no se ve ninguna acción efectiva por parte de ellos, ahí han pasado muchas



cosas, que es mejor no mencionar esas experiencias. Es la comuna que más seguridad tiene y no se ven resultados” [GF I].

De otra parte se percibe que todo está bien, teniendo presente que la comunidad realiza aportes y participa activamente en pro de la seguridad de la plaza de mercado: “... es que todo funciona de forma privada, tenemos seguridad privada, tenemos circuito cerrado de televisión [...] la plaza está muy organizada, tenemos cámaras, seguridad privada, gente muy bien entrenada, con armas [...] adicionalmente con la Alcaldía conseguimos aspectos de seguridad con recursos de Manizales segura y tengo comerciantes de la plaza con botones de pánico que cuando un tipo oprime este botón inmediatamente esto le llega una señal al cuadrante y a la policía y llaman al comerciante y que pasó, estamos muy blindados, diez y seis botones regados por la plaza, más las cámaras de seguridad, pero tenemos un par de puntos críticos que todo el mundo sabe cuáles son” [GF I].

Los resultados del censo aplicado en este estudio, indican que las condiciones de entorno en términos del número de eventos de violencia e inseguridad que se presentan en la plaza de mercado, son relativamente buenas. Los casos más frecuentes son los robos a los que se han visto sometidos algunos vendedores, aunque éstos comentan que se da sobre todo en horas de la noche a los puestos de trabajo o durante el día cuando se presentan algunos casos de reponeos de productos a la vista para los transeúntes. Según los vendedores, la cuadra más insegura de la plaza de mercado se localiza en la calle 22 entre carreras 16 y 17; es precisamente allí donde según los mismos vendedores, suceden con más frecuencia casos de robos a los clientes que visitan la plaza.

El segundo evento más frecuente que ha alterado el orden en la plaza para los vendedores informales, es el desalojamiento por parte de la fuerza pública. Este hecho se asocia sobre todo al caso ocurrido en el año 2000 donde se intentó recuperar el espacio de la plaza de mercado por vía de hecho con el acompañamiento de la policía y el ejército. Los vendedores que más denunciaron ese evento son quienes llevan más tiempo de permanencia en el puesto de trabajo (ver tabla 10).

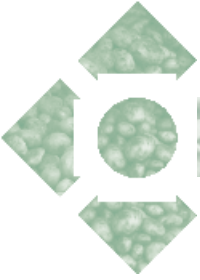


Tabla 10. Acontecimientos que han perjudicado a los vendedores informales

| EVENTOS | < 1 año | > 1 y <3 años | > 3 y <5 años | > 5 y <10 años | > 10 años | TOTAL |
|-------------------------------|---------|---------------|---------------|----------------|-----------|-------|
| Robos | 20,9% | 28,4% | 34,9% | 32,1% | 27,7% | 29,3% |
| Desalojamiento fuerza pública | 4,7% | 6,8% | 9,5% | 7,6% | 11,0% | 8,7% |
| Desastres naturales | 2,3% | 4,1% | 12,7% | 12,2% | 6,4% | 8,1% |
| Conflictos entre vendedores | | 6,8% | 12,7% | 3,1% | 7,5% | 6,2% |
| Accidentes tránsito | | 6,8% | 9,5% | 6,1% | 4,6% | 5,6% |
| Extorsiones | 2,3% | 1,4% | | 2,3% | 1,2% | 1,4% |

Fuente: Resultados de la investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

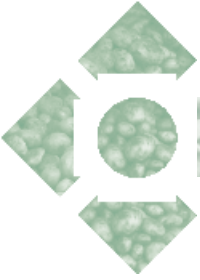
Igualmente frente al entorno se percibe condiciones de caos, de ausencia de control por parte de los entes regulatorios: *"...siempre la he llamado república independiente plaza de mercado, porque a nadie le interesa meterse en la plaza de mercado"* [GF VI], aspecto que se percibe como ya se ha mencionado en condiciones de inseguridad, pero igualmente en condiciones de deterioro de la actividad: *"...quién controla que aparezca una persona nueva que venga a trabajar, nadie la controla, quién la va a controlar, es que queda muy duro que cuándo venga una persona a trabajar uno venga y la saque [...] esta es la única parte donde a usted no lo echan [...] este es un espacio abierto acá puede venir todo el mundo [...] se merman las ventas si hay mucho vendedor nuevo"* [GF VI] *"...los vendedores no se encuentran sólo en la plaza de mercado, se encuentran en la 23, en la 22, en la 21 en toda parte,* [GF VI]. Estas condiciones generan detrimento en la actividad comercial de la plaza de mercado, específicamente la gran mayoría de los vendedores informales que perciben detrimento del nivel de ventas en comparación al año anterior (ver tabla 11).

Tabla 11. Percepción de ventas diarias en comparación al año anterior

| CATEGORÍAS | | PERCEPCIÓN DE VENTAS | | | |
|------------|--|----------------------|------------------|---------|-------|
| | | Disminuyó | Permaneció igual | Aumentó | TOTAL |
| 116A | Frutas no desglosables | 78,72% | 14,89% | 6,38% | 100% |
| 116B | Frutas y verduras no desglosables | 75,57% | 18,32% | 6,11% | 100% |
| 1130 | Pescado, crustáceos y mariscos no desglosables | 66,67% | 33,33% | 0,00% | 100% |
| 1161 | Cítricos | 85,71% | 14,29% | 0,00% | 100% |
| 1162 | Plátanos (fresco, refrigerado y congelado) | 72,58% | 22,58% | 4,84% | 100% |
| 1165 | Frutas con hueso | 88,89% | 11,11% | 0,00% | 100% |
| 1168 | Otras frutas | 70,00% | 30,00% | 0,00% | 100% |
| 1170 | Verduras y hortalizas no desglosables | 66,28% | 25,58% | 8,14% | 100% |
| 1171 | Hortalizas de hoja o tallo | 75,00% | 25,00% | 0,00% | 100% |
| 1173 | Hortalizas cultivadas en su fruto | 80,00% | 0,00% | 20,00% | 100% |
| 1174 | Hortalizas con raíz o bulbo y setas | 75,76% | 24,24% | 0,00% | 100% |
| 1175 | Legumbres y hortalizas secas | 100,00% | 0,00% | 0,00% | 100% |
| 1178 | Patatas | 61,90% | 38,10% | 0,00% | 100% |
| 1196 | Otros productos alimenticios | 65,00% | 25,00% | 10,00% | 100% |
| 9999 | Sin clasificar | 100,00% | 0,00% | 0,00% | 100% |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

De hecho, sus valoraciones de la plaza de mercado son bastante críticas y la mayoría coincide en mencionar que las condiciones de trabajo y otros aspectos generales están igual o peor que hace cinco años. Se percibe una disminución significativa en el número de clientes que visitan la plaza; igualmente, reconocen que como lugar para trabajar se ha deteriorado significativamente y las condiciones de seguridad y acompañamiento institucional también han desmejorado. Las percepciones más críticas las tienen los vendedores más recientes en el puesto de trabajo actual. Por su parte, se ha notado una leve mejoría en la organización y agremiación y la infraestructura vial, mientras que las condiciones de utilización del espacio público y la calidad del entorno, aparentemente no han cambiado (ver gráfica 4).



Grafica 4. Aspectos que han cambiado en la plaza de mercado con relación al panorama hace cinco años



Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

Nota: Los valores presentes en la gráfica están en una escala de 1 a 3 donde 1 es peor y 3 es mejor.

Frente a las condiciones de la infraestructura que presenta actualmente la plaza de mercado, encontramos que no presenta condiciones propicias para el buen desarrollo de la actividad comercial, por cuanto el espacio libre disponible en los pabellones no es suficiente para una posible reubicación de todos los vendedores informales estacionarios de perecederos que laboran en la plaza de mercado; tampoco hay facilidad de parqueo para los clientes. Los pabellones en períodos anteriores sufrieron cambios físicos que deterioraron su imagen y perjudicaron el buen desarrollo de la actividad comercial: *"...en este momento decir que se metan, pero quiénes, si hay cuatrocientos o quinientos afuera y no hay cama para tanta gente, se pueden meter sólo 80, porque la plaza no está desocupada"* [GF I]; *"uno pensaría que si recuperamos la plaza básicamente el espacio público, el tema de parqueaderos, el tema logístico y operativo de la plaza ahí hay que empezar a ver como se garantiza eso con el tiempo"* [GF I]; *"...las instalaciones del pabellón central, yo soy arquitecta y son realmente hermosas, el*

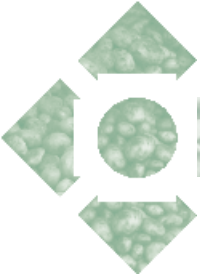


pabellón hermoso e idóneo y fue desarrollado para que las actividades se desarrollaran en el interior, pero le hicieron modificaciones y permitieron que algunos locatarios tuvieran acceso al exterior, ahí empezó todo” [GF I]; “...a la plaza de mercado le falta mucho para que funcione bien, necesitamos colegios, necesitamos escuelas, necesitamos parqueaderos, necesitamos un parque para que los niños jueguen, eso no tiene la plaza, a la plaza le hace falta muchas cosas” [GF VI].

Además, algunas iniciativas de la alcaldía municipal han conducido al uso indebido de los pabellones, dado que se han adjudicado locales a comerciantes de otras actividades no relacionadas con el objeto de la plaza de mercado: “...a la plaza ha entrado a 60 cambalacheros, han entrado a zapateros, tiene 60 cambalacheros, que los entramos de la calle y todavía tenemos 150 afuera, 200, y ya dijimos no más es que el tema de servicios se acabó, es que esta plaza tiene que ser de alimentos. Veá, hace unos tres años dimos una batalla grande con el personero porque nos quería acomodar a los cambalacheros que están en la calle, 150 a meterlos en los pabellones, en los espacios vacíos, y le dijimos que eso no era posible, lo invitamos a una junta y le mostramos que ese era el principio del fin de la plaza” [GF I].

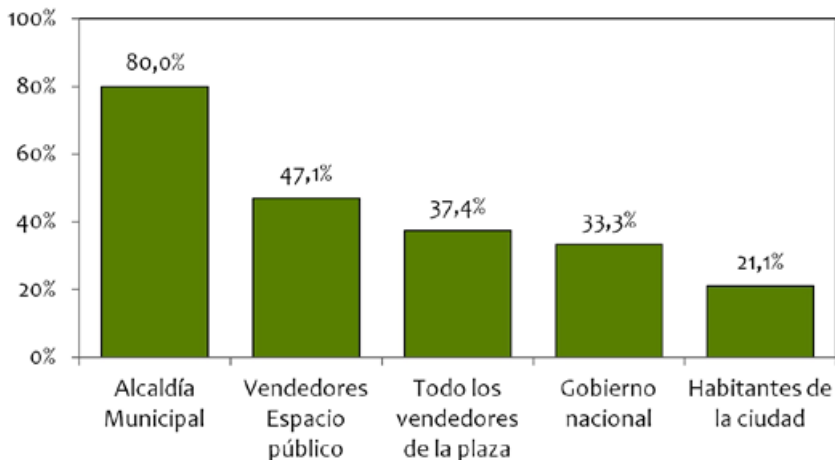
2) Percepciones de institucionalidad

El panorama institucional frente al tema de espacio público y la informalidad en la plaza de mercado ha sido muy dinámico. Varias las instituciones han trabajado en proyectos de interés comunitario y aparentemente se han realizado algunos diagnósticos de carácter socioeconómico sin una trascendencia importante en los resultados frente a soluciones tangibles del problema: “...pero la información se tiene, yo he tenido ya dos escenarios entre ellas la galería está sobre diagnosticada, 30 años de estudios, y este es el próximo y siempre cumplimos en lo mismo, el tema no es de estudio, y no es de proyectos. Insisto, el problema es generar continuidad a la autoridad, a dos años el problema será solucionado si la autoridad es constante y contundente” [GF I]. Esto ratifica la falta de alcance en los estudios realizados y la falta de armonización entre los actores que participan en la plaza de mercado.



Entre tanto, las responsabilidades frente al tema no son claras ni convergen entre los diferentes actores. Los vendedores informales consideran que el principal compromiso recae sobre la alcaldía de Manizales, aunque reconocen que ellos también son claves y tienen parte en la temática. Las contribuciones que estarían dispuestos a asumir se traducen básicamente en la participación con trabajo comunitario (67%), aunque hay vendedores que también tendrían la voluntad de apoyar con contribuciones económicas (29%), pero no es muy clara la cifra ni la periodicidad de ese canon. Otras propuestas (11.6%) se reducen al aporte de ideas, trabajo, apoyo con parte de los productos que comercializan y sobre todo la colaboración ante un proceso de reubicación, entre otras (ver gráfica 5).

Gráfica 5. Percepción sobre las instituciones o actores responsables frente al tema de espacio público



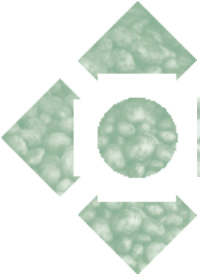
Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

En general se percibe voluntad para apoyar el proceso pero condicionada al tipo de proyecto que vayan a implementar, los beneficios económicos y particularmente la condición de integralidad y equidad que cobije a todos los vendedores. Ésta se refiere además, al compromiso por parte de las instituciones de orden público y control, que se garantice el cumplimiento de unas condiciones mínimas



y la ausencia de vendedores estacionarios o ambulantes sobre el entorno de la galería y en el centro de la ciudad para que no ejerzan algún tipo de competencia desleal; se trata básicamente de una cuestión de autoridad: *"... la falta de firmeza del Estado, el ejemplo más reciente lo tenemos, cuando fue construida la terminal interveredal, se desalojó completamente la carrera 17 donde antes se cuadraban los jeeps, y se advirtió por favor, hagan zonas de taxis, zonas azules, pero conserven ese espacio que lo van a ocupar [...] para retomar el tema de intervenciones independientes que existan las leyes, existan las normas, si no existe control no sirve de nada."* [GF I]; el *"...espacio público no sirve para nada, por alcahuetes, nosotros hemos venido haciendo mucho trabajo, hemos tratado de recuperar espacio y no hemos tenido el apoyo de la oficina del espacio público, ni de la administración municipal [...] en este momento a la galería siempre la he llamado república independiente plaza de mercado, porque a nadie le interesa meterse en la plaza de mercado, simplemente vienen molestan calientan los ánimos y salen y se van un rato"* [GF VI]; *"...Hasta a la administración le da miedo venir acá, por eso se llama república independiente plaza de mercado, la alcaldía mete la mano para que se acomoden para que se reubiquen, pero no hacen algo para favorecer los derechos que tiene uno, imagínese donde nosotros desaparezcamos, se quiebra esto, porque yo creo que la cantidad de empleos que produce la plaza de mercado es mucha [...]; es que para molestar para una cosa y para la otra, eso es inmediato pero para darle a uno apoyo, es que hacen primero lo que se debe hacer de último [...] el decir frente a los vendedores de la plaza de mercado es que no se puede hablar, y como se va a hablar si vienen preparados para quitarlo a uno de aquí, que tiene que quitar la canastilla, que tiene que quitar los techos..."* [GF VI]

En general se perciben algunas intenciones de colaboración; sin embargo, los vendedores no creen en las iniciativas adelantadas debido a la falta de confianza en las instituciones que tienen alguna responsabilidad en el tema y esta actitud permea los futuros proyectos que vayan a desarrollarse. Como recomendación, se debe implementar de manera posterior al estudio de caracterización, un espacio de sensibilización con la comunidad de la plaza de mercado, de tal manera que se les presente de forma clara y sucinta



las decisiones de intervención al tema de espacio público y las posibles soluciones. Esta recomendación va orientada a la alcaldía municipal y a las autoridades en el manejo del espacio público y la informalidad. La tabla 10 presenta algunos resultados de la evaluación de los vendedores sobre la percepción de confianza ante las instituciones involucradas en el tema de espacio público.

Tabla 12. Confianza que perciben los vendedores frente a las instancias involucradas en el tema de espacio público

| INSTANCIAS | < 1 año | > 1 y <3 años | > 3 y <5 años | > 5 y <10 años | > 10 años | TOTAL |
|---------------------------------------|---------|---------------|---------------|----------------|-----------|-------|
| Líderes sindicales de la Plaza | 2,53 | 2,45 | 2,53 | 2,50 | 2,61 | 2,54 |
| Organización y agremiación vendedores | 2,57 | 2,57 | 2,46 | 2,42 | 2,53 | 2,50 |
| Universidades | 2,45 | 2,28 | 2,30 | 2,31 | 2,26 | 2,30 |
| INFIMANIZALES | 2,35 | 2,00 | 2,11 | 2,18 | 2,28 | 2,18 |
| Fuerza pública | 2,20 | 2,11 | 2,17 | 2,06 | 2,23 | 2,15 |
| Instituciones públicas | 2,07 | 2,00 | 2,02 | 2,19 | 2,12 | 2,10 |
| Alcaldía Municipal | 2,34 | 1,91 | 2,06 | 2,07 | 2,06 | 2,06 |
| PROMEDIO | 2,36 | 2,19 | 2,24 | 2,25 | 2,30 | 2,26 |

Fuente: resultados de investigación. Encuesta de caracterización socioeconómica Observatorio de Mercado de Trabajo, Universidad de Manizales.

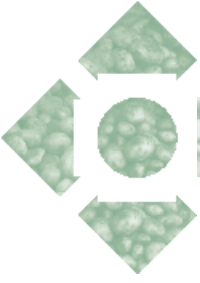
Nota: Los valores presentes en la tabla están en una escala de 1 a 3 donde 1 es nada y 3 es mucho.

La mayoría de los vendedores temen que ante una posible reubicación se pueden ver perjudicados (43%), aunque de igual manera una parte importante no sabe cuáles pueden ser los resultados de este proceso (29%). Algunas inquietudes que manifiestan, es que en la calle es más fácil y no es lo mismo adentro ya que la gente no entra a los pabellones, no se vende igual, se pierde la clientela, hay que pagar y hay más competencia entre los vendedores, etc. Sin embargo, quienes esperan algunos beneficios ante una reubicación (19,6%) indican que habría más comodidad y mejores condiciones para trabajar, más seguridad, afluencia de gente, mayor estabilidad y organización del trabajo.



Las condiciones descritas anteriormente reflejan la ausencia de institucionalidad y gobernabilidad en la plaza: “... siempre la he llamado república independiente plaza de mercado, porque a nadie le interesa meterse en la plaza de mercado” [GF VI]. Es necesario generar condiciones dentro de la plaza que permitan reflejar estructuras de autoridad y gobernabilidad, que se traducirán en una mayor percepción en términos de seguridad, confianza y colaboración entre los actores institucionales de la plaza de mercado y los vendedores, tanto formales como informales.





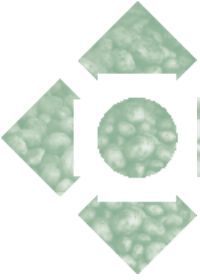


Conclusiones

La informalidad es un problema económico persistente en la ciudad de Manizales y en las demás ciudades del país, y genera problemáticas sociales de gran impacto para la comunidad, en especial si se reconoce que **existen en la plaza de mercado de Manizales 457 puestos de trabajo informales estacionarios**, de los cual un poco más de la mitad llevan laborando bajo estas condiciones más de cinco años. Un aspecto que concluye el estudio es que el **mayor número de vendedores informales son hombres con un promedio de edad cercano a los cincuenta años**, las familias de los vendedores informales ubicados en la plaza de mercado se integran por aproximadamente cuatro personas, siendo más comunes los **"hogares nucleares compuestos"** donde viven únicamente el padre, la madre y por lo menos un hijo, seguido de los "hogares extendidos".

El nivel educativo predominante dentro de los miembros del hogar es secundaria seguido de primaria, mientras que para los vendedores la relación se invierte; casi la mitad de éstos tienen únicamente hasta primaria y menos de la tercera parte alcanzaron niveles de educación secundaria. Menos de un cuarto de los miembros del hogar están estudiando; entre las razones que mencionaron para no hacerlo están: el trabajo, la edad, la falta de dinero, falta de gusto o interés por el estudio, las ocupaciones del hogar o la falta de tiempo, entre otras.

Al analizar las condiciones de su vivienda y seguridad social se logró identificar que **cerca de la mitad de los vendedores cambiaron su lugar de residencia**. Los principales cambios se dieron dentro del mismo municipio hacia otras comunas, esto debido a que en estudios de ciudad la comuna con el mayor índice de expulsión en los últimos años ha sido San José, mientras que las comunas Ciudadela del Norte, Cumanday y la Macarena registran los saldos de recepción más alto. Este resultado puede estar altamente asociado a los movimientos de población derivados de la reubicación por el macroyecto desarrollado en la localidad. Sobre las condiciones de acceso a servicios de salud, indicaron que un gran número de los miembros del hogar



de los vendedores tienen acceso a seguridad social, exceptuando un pequeño grupo de personas entre los 15 y 29 años que no tienen afiliación ni a régimen contributivo, ni a régimen subsidiado.

El ingreso promedio de los hogares de los vendedores informales de la plaza de mercado es de \$222.534 pesos por persona, cifra que se ubica por encima de la línea de pobreza en Colombia⁴, pero al analizar la percepción frente a al mismo se identificó que los ingresos mensuales de su hogar, **no son suficientes para cubrir los gastos básicos**, y muchos consideran que su hogar es pobre, especialmente quienes no tienen vivienda propia o han tenido problemas de seguridad alimentaria.

Frente a la actividad económica que desarrollan los vendedores informales se determinó que **la mayoría de los puestos de trabajo se dedican a la venta de frutas y verduras, cítricos, verduras y hortalizas, plátanos y frutas**; productos que compran a los vendedores ubicados en los pabellones de la plaza de mercado, aspecto que pone de manifiesto una actividad económica simbiótico y benéfica tanto para el informal como para el formal, debido a que los informales venden las segundas y terceras que los formales no lograron vender.

La mayoría de los puestos de trabajo se encuentran en la calle o sobre la acera y ocupan en promedio un área de 2.88mtrs², aunque esta área varía ampliamente dependiendo del bien perecedero que comercializa. Esto pone de manifiesto un proceso de apropiación, usufructo y acomodación de infraestructura para el desarrollo de la actividad económica.

Un aspecto destacable en el estudio es la figura de un bien privado bajo el bien público, en la cual la mayoría de vendedores informales han adquirido el puesto de los vendedores informales mediante la compra del mismo por valor que oscila entre el \$1.400.000 y los \$7.000.000, lo cual pone de manifiesto que en la plaza de mercado además de usufructuarse, el espacio público, se comercializa y se pone en arrendamiento.

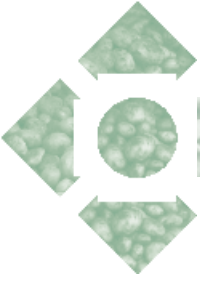
Por último y frente a los aspectos anteriormente mencionados **es importante que la política pública que**

⁴ Según datos DANE para el año 2013.



se diseñe con el fin de disminuir el nivel de informalidad en la ciudad tenga presente los siguientes aspectos:

1. Es fundamental que el proceso de recuperación del espacio público no vaya en detrimento de la actividad económica de los vendedores formales, debido a que bajo esta disputa por recuperar el espacio público se violaría un derecho fundamental para las personas que han actuado bajo legítima confianza, por lo que la política que se diseñe debe de mantener o mejorar las condiciones económicas y laborales de los vendedores informales.
2. Bajo el proceso de recuperación del espacio público la acción que se espera desarrollar será la reubicación, condición que es válida siempre y cuando se realice en la misma plaza de mercado y no en plazas satélites en diferentes lugares de la ciudad, esto debido a que sus consumidores son las personas que visitan de forma periódica la plaza de mercado.
3. El proceso de reubicación debe realizarse para todos los vendedores informales sin excluir a ninguna persona localizada en los alrededores de la plaza de mercado.
4. La política pública debe ser diseñada bajo un acompañamiento tripartito como universidad, gobierno local, entorno privado –empresarial, comercial y bancario-, debido a la complejidad del problema y a los múltiples aristas que lo componen.



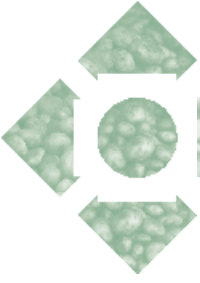


Recomendaciones

Las recomendaciones expuestas en el presente documento han emergido directamente del trabajo con los actores relacionados con la plaza de mercado y son expresiones generadas por los tres actores convocados al presente estudio de caracterización: vendedores informales, vendedores formales e instituciones, por tanto las recomendaciones que aquí se expresan son condiciones reconocidas por las personas que sienten la plaza de mercado, que viven la plaza de mercado diariamente y que reconocen sus debilidades. De acuerdo al análisis se logró identificar dos aspectos esenciales para el normal funcionamiento de la plaza los cuales se describen a continuación:

La primera tiene que ver con los programas que han sido adoptados en diferentes municipios frente al control del espacio público, los cuales han reubicado los vendedores informales en centros satélites de comercialización que están distantes del espacio público apropiado de forma ilegal. Este tipo de programas no son convenientes para combatir la informalidad debido a que el comercio emerge de forma natural en espacios geográficos determinados, por lo que realizar un programa de reubicación de los vendedores en centros satélites no es una decisión acertada, teniendo en cuenta que en el punto donde hoy día se desarrolla la actividad informal es un punto estratégico difícilmente equiparable a cualquier otro lugar de la ciudad. La decisión de reubicación debe ser pensada en la misma localización geográfica. Bajo esta perspectiva es conveniente pensar desde la administración pública un proyecto de modernización urbana par la plaza de mercado que contenga lugares favorables para el acopio de perecederos, zona de parqueaderos, zonas para el transporte público, y locales comerciales con la infraestructura necesaria para cada vendedor.

La segunda recomendación tiene que ver con los procesos de vigilancia y control por parte del Estado, se hace necesario que las instancias correspondientes actúen en pro de hacer respetar los marcos legales buscando que se dé una relación armónica entre comerciantes, productores, comunidad general y gobierno.



Por último es fundamental desarrollar programas de formación y capacitación en emprendimiento y en administración de negocios, los cuales permitirán a los vendedores informales cualificarse, adquirir competencias para modernizar sus negocios comerciales y reconocer los beneficios económicos y sociales que dejan de percibir por actuar desde la informalidad.



Anexo 1.

Metodología

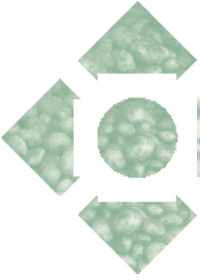
El diseño de la investigación presentó dos momentos de estudio. El primero, caracterizar la totalidad de vendedores informales estacionarios ubicados alrededor de la plaza de mercado de la ciudad de Manizales; el segundo, comprender las percepciones del fenómeno de la informalidad en la plaza desde la perspectiva de diferentes actores (ver gráfica 5).



Figura 2. Momentos de la investigación.

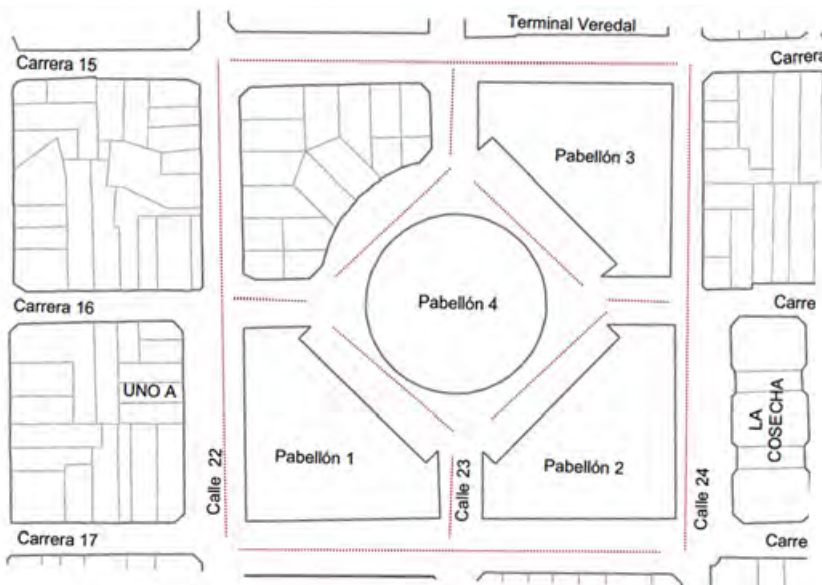
Fuente: Elaboración propia.

Para el primer momento investigativo se decidió censar el total de puestos informales estacionarios ubicados a los alrededores de la plaza de mercado de la ciudad de Manizales; con el censo se recolectó información de 558 (de los cuales 457 son puestos informales estacionarios de venta de productos perecederos) puestos informales estacionarios. El censo capturó información relacionada con el hogar y la vivienda del vendedor (afiliación a seguridad social, educación, empleo, ingresos y gastos, y subvenciones), información relacionada con el puesto de trabajo (localización del puesto de venta, dimensión del puesto de trabajo, productos que comercializa, existencia de registro mercantil, intención de formalización, financiación de la actividad económica, satisfacción frente al trabajo, y percepción frente autoridades locales), por último se buscó georeferenciar la



actividad informal mediante la localización del puesto de trabajo en un mapa; esto permitió desarrollar *shapes* de ubicación de la actividad informal alrededor de la plaza de mercado. El censo se realizó entre la carrera 15 y carrera 17 y calle 22 y calle 24 (las calles punteadas en rojo, ver mapa 4).

Mapa 4. Ruta de desarrollo del censo



Fuente: Elaboración propia.

De otra parte para el desarrollo del momento comprensivo se decidió realizar tres grupos focales, uno con actores gubernamentales (delegados de la Alcaldía de Manizales, delegados de las autoridades judiciales, delegados de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas), otro con vendedores formales ubicados en la plaza de mercado y otro con vendedores informales en los cuales se preguntó sobre estímulos para: la informalidad, restricciones para la informalidad y estrategias para mejorar las condiciones sociales y labores de los informales. La información se trató bajo análisis de contenido y se desarrollaron categorías de saturación para generar convergencia en el discurso del informe de resultados



Bibliografía

- Cárdenas, M. & Mejía, C. (2007). Informalidad en Colombia: Nueva Evidencia. *Working papers series - documentos de trabajo Fedesarrollo. No. 35*. Recuperado de:
http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/805/1/WP_2007_No_35.pdf
- Consejo Privado de Competitividad (2013). *Informe Nacional de Competitividad 2013 – 2014*. Bogotá D.C. Consejo Privado de Competitividad
- Guataqui, J. C.; Garcia, A. & Rodriguez, M. (2011). El perfil de la informalidad laboral en Colombia. *Serie documentos de trabajo Facultad de Economía Universidad del Rosario No. 95*
- Organización Internacional del Trabajo (2013a). *Medición De la Economía Informal: dificultades estadísticas*. Ginebra: Autor. Recuperado de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229450.pdf
- Organización Internacional del Trabajo (2013b). *La Medición de la Informalidad: Manual estadístico sobre el sector Informal y el empleo informal*. Ginebra: Autor
- Posada, Ca. & Mejía, D. (2007). *Informalidad: teoría e implicaciones de política*. Recuperado de: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/informalidad_Posada_0.p
- Tokman, V. (2001). *De la informalidad a la modernidad*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de:
<http://ilo.org/dyn/infoecon/docs/486/F1558379380/Tokman%201.pd>

