



VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN A VENDEDORES AMBULANTES EN EL ESCENARIO DE PANDEMIA

VIOLENCE AND DISCRIMINATION AGAINST STREET VENDORS IN THE PANDEMIC SCENARIO

DANIEL ANTONIO HERNANDEZ LINARES
Corporación Universitaria Iberoamericana, Colombia

KEYWORDS

*Informal Sales
Street Vendors
Public Space
Covid-19*

ABSTRACT

This research analyses how the pandemic has affected informal vendors and their families. Taking into account that the informal economy has been affected due to the measures taken by the government, which were linked to limiting the use of public space by people, we seek to analyze the following aspects: how has how they sell and promote their products changed during the pandemic, how have they managed their economy, what benefits have they received from the government and what is their opinion of the economic reactivation proposed by the government?

PALABRAS CLAVE

*Ventas Informales
Ventas Ambulantes
Espacio Público
Covid-19*

RESUMEN

Esta investigación analiza cómo se han visto afectados los vendedores informales/ambulantes y sus familias frente a la pandemia, teniendo en cuenta que la economía informal se ha visto afectado debido a las medidas dispuestas por el gobierno, las cuales estuvieron ligadas a limitar el uso del espacio público por parte de las personas, se busca analizar los siguientes aspectos: ¿cómo ha cambiado la forma en la que venden y promocionan sus productos durante la pandemia?, ¿cómo han manejado su economía?, ¿qué beneficios han recibido por parte del gobierno y que opinión tienen frente a la reactivación económica que propuso el gobierno?.

Recibido: 03/ 12 / 2022

Aceptado: 10/ 02 / 2023

1. Introducción

Dada la crisis mundial generada por la aparición del virus del COVID-19 a finales del año 2019 y su creciente propagación en lo que va del presente año la mayoría de los países han optado por tomar medidas preventivas para mitigar los contagios por dicha enfermedad. Sin embargo, esta pandemia junto a las medidas propuestas por los gobiernos de diferentes países y las diversas entidades de salud han contribuido con una de las crisis económicas más graves ya que los porcentajes de desempleo aumentaron considerablemente desde el inicio de la pandemia.

El hecho de que el desempleo aumente solo indica que la actividad informal aumenta ya que muchas personas se ven obligadas a sostenerse económicamente de alguna forma. No obstante, para hablar directamente del tema se iniciará con una breve explicación sobre lo que es el trabajo, posterior a ello se explicaran generalidades del trabajo o economía informales y luego se hará una mención sobre como ese trabajo se ha visto afectado por la llegada de la pandemia.

Como se mencionó anteriormente se inicia con una breve conceptualización de lo que es el trabajo como tal el cual según Garza (2009) puede ser entendido: “como la transformación de un objeto de trabajo como resultado de la actividad humana utilizando determinados medios de producción para generar un producto con valor de uso y en ciertas condiciones con valor de cambio” (p.8). De lo anterior se entiende que el trabajo es toda acción que ejecuta una persona para obtener algún tipo de resultado o ganancia y poder subsistir a partir de ella. No obstante, es importante tener cuenta que en esta acción no significa una acción para subsistir sino también implica una serie de metas, sueños y objetivos. Para complementar dicha definición se debe tener en cuenta que esta acción o “actividad no es aislada, sino que implica cierta interacción con otros hombres, como resultado de esta el hombre genera productos y el mismo se transforma” (p.8).

Ahora bien, teniendo claridad sobre lo que implica el concepto de trabajo, se hablara sobre el trabajo informal sin embargo en la apreciación que encontraran a continuación me parece pertinente incluirla ya que se explica el trabajo informal desde la realidad el trabajador informal el cual Cárdenas, Chaverra, Castrillón, Hurtado, Murcia y Popo (2020) definen como aquellas personas que:

viven del diario, no reciben remuneración económica estable por su trabajo ya que no está registrado, regulado o protegido por marcos legales o normativos del país, pero se ven obligados a elegir este medio a causa de la dificultad para la empleabilidad en el sector formal, debido principalmente, al bajo nivel educativo y desplazamiento forzado (p.175).

De lo anterior se entiende claramente la realidad de muchos trabajadores informales los cuales teniendo en cuenta la situación que está atravesando el mundo actualmente han tenido que salir que salir y exponerse al virus para poder sobrevivir lo cual resulta paradójico y contradictorio.

Continuando con lo mencionado al inicio, el trabajo se ha visto altamente impactado con la llegada del virus COVID-19, dentro de los sectores más impactados están el turismo, los restaurantes, el comercio como tal; por otro lado, Weller (2020) afirma que:

Entre las diferentes categorías de ocupación, en el contexto de las medidas de contención del COVID-19 el trabajo por cuenta propia tiende a ser más afectado que el trabajo asalariado (...). A ello contribuye que en gran parte se ejecuta en el espacio público, lo que está fuertemente restringido debido a las medidas de restricción de movilidad. Esta situación puede llevar a que, contrario a los procesos habituales en contextos de crisis económicas, en el corto plazo la proporción del empleo informal en empleo total se contraiga.

Según lo anterior podemos dar cuenta que el sector informal se ve bastante afectado por la llegada de la pandemia dado que una de las medidas por las que optó el gobierno para mitigar el contagio del virus fue el aislamiento social el cual se ha llevado a cabo desde el mes de marzo en el país, así como otras medidas como la cuarentena, estableciendo una cuarentena por sectores específicos de Bogotá, toque de queda a partir de una hora específica entre otras medidas que dificultan el uso del espacio público y así mismo dificultan la labor de aquellos que se sustentan económicamente gracias a las ventas informales.

2. Marco teórico

La informalidad tiene muchas formas en las cuales puede ser vista y entendida ya que difiere tanto del lugar como de la realidad o punto de vista desde el cual se esté parando cada autor; un ejemplo de dicha situación es la definición de informalidad que se proporcionó en la Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, CIET (1993, citada por Rincón y Soler, 2015) en donde definieron a la informalidad desde el enfoque empresarial “partir de la caracterización de las unidades de producción/empresas, en lugar de realizarlo como una aproximación al estudio de las personas ocupadas o de los empleos” (pp. 10-11). Sin embargo, existen muchas otras formas en las cuales se concibe el trabajo informal entre las que destaco la definición dada por Rincón y

Soler (2015) en donde explica este fenómeno como: “un tipo de empleo ocasional, que puede generarse a partir de relaciones de parentesco, personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales” (p.11).

En la anterior apreciación se evidencia que no solo es el trabajo informal sino también una de las razones por las cuales las personas laboran en este sector es el parentesco, ya sea en las relaciones con algún familiar o con algún amigo cercano. Por otro lado, estos autores más adelante enfatizan en que la informalidad en su mayoría está compuesta por microempresas en algunos casos familiares, estas empresas no se encuentran completamente constituidas ya que omiten algunos requisitos demarcados por la ley lo cual impide que funcionen en mayor escala (Rincón y Soler, 2015).

Se entiende entonces que la informalidad es una labor que se realiza por cuenta propia por la cual las personas logran sostenerse económicamente; las personas que trabajan dentro de esta informalidad en algunos casos cuentan con poco conocimiento especializado en alguna rama, son emigrantes rurales, mujeres y jóvenes que lo toman como primera experiencia para laborar, también se entiende que estas personas son trabajadores por cuenta propia que prestan algún tipo de servicio específico en muchos casos domésticos sin una gran remuneración (Rincón y Soler, 2015).

Aun así, es pertinente entender que hay razones por las cuales la informalidad ha ganado terreno frente a la formalidad, para lo cual el Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2011, citado por Rubio, 2014) afirman que esto sucede por dos razones, la primera se debe a que las personas dentro de la formalidad no perciben ningún beneficio y la segunda es que el incorporarse a la formalidad trae consigo una gran cantidad de gastos de los cuales como se menciona en la primera razón no se muestran beneficios notorios que justifiquen ese gasto.

Las aproximaciones al trabajo informal pasamos a determinar y reconocer las condiciones en las que deben laborar todos los días, para lo cual, según Gómez, Castillo, Banquez, Castro y Lara (2012) afirman que “El sector de trabajo informal reúne a una población vulnerable, es mal remunerado, las jornadas son largas y extenuantes, y en general las precarias condiciones laborales afectan las condiciones de vida y salud” (p. 450). Se puede observar que las condiciones y remuneraciones a las cuales los trabajadores informales se encuentran no son las más idóneas ni mucho menos las más dignas que existen, a lo anterior Gómez et al (2012) completa mencionando que:

Algunos autores han descrito las condiciones laborales de las personas que se dedican al trabajo informal (7,8) encontrando que los vendedores informales se encuentran expuestos a la polución y ruido de vehículos, trabajan por lo menos 6 días a la semana con un rango de 10 horas por día, en su mayoría no tienen seguridad social y adoptan posturas inadecuadas a la hora de comercializar sus productos (p.450).

Teniendo en cuenta lo anterior también cabe mencionar las consecuencias a las que están expuestas las personas que laboran dentro de la informalidad de las cuales Gómez (2012, citado por Téllez2020) sostiene que algunos trabajadores que laboran bajo la informalidad “sufren dolores de cabeza severos, pérdida de audición, dolor de espalda y los riesgos casados de levantar peso con posturas” (p. 24)

Otros aspectos para tener en cuenta sobre la informalidad son mencionados por la OIT (2005, citada por Saldarriaga, Vélez y Betancur, 2015) en donde menciona que la informalidad responde a “los altos costos del proceso de formalización de una empresa, los desajustes estructurales de la oferta y la demanda de la mano de obra, la baja productividad y los escasos ingresos de los trabajadores” (p. 157). De lo cual se entiende las razones por las cuales el trabajo informal sigue creciendo a medida que avanza el tiempo, crece debido a que es de mucho más fácil acceso que un trabajo formal, además de que es una manera en la cual las personas a pesar de las condiciones y de las bajas remuneraciones obtenidas encuentran más viable y rápido el acceso.

Adicional a esto se presentan varios motivos por los cuales las personas ingresan a la informalidad dentro de las cuales Saldarriaga et al, (2015) menciona las siguientes:

Las personas acceden a este tipo de economía por diversos motivos, entre ellos, la búsqueda de una mejor calidad de vida para ellos y sus familias, las facilidades de entrada (...), los rápidos ingresos que reciben en corto tiempo y en algunos casos porque es su única oportunidad para satisfacer sus necesidades básicas.

Además, en concordancia con lo que mencionan Rincón y Soler las personas que entran a este sector de trabajo son en su mayoría son desempleados o migrantes que cuentan con un bajo nivel educativo lo cual lleva a las personas a buscar fuentes de ingresos propias (Saldarriaga et al, 2015). Ahora bien, entendiendo un poco más a fondo lo que es el sector informal, las razones por las cuales las personas entran en esta informalidad cabe señalar a manera de cierre de este concepto que el comercio informal o callejero en su mayoría es llevado a cabo por “inmigrantes campesinos o emigrantes de pueblos y pequeñas ciudades que buscaron en las grandes ciudades mayores oportunidades de empleo y mejora de su nivel de vida” (Borja, Barreto y Sánchez, 2008). Dado lo anterior pasamos a describir una de las modalidades de trabajo informal conocida como las ventas ambulantes.

Inicialmente se parte de la interpretación que brinda Perdomo (2016) sobre la economía ambulante en donde la describe como: “la variedad de intercambios o de mecanismos de comercio que se desarrollan sin una locación fija” (p.7). De lo anterior se destaca como característica más distintiva que las ventas ambulantes como tal se

desarrollan haciendo uso del espacio público, sin embargo, el espacio que usan no siempre es el mismo, es decir que están constantemente en movimiento por determinadas zonas de un barrio o localidad.

Por otro lado según Maldonado, Aguirre, Valdivieso, Cuenca, Reyes, Carrión, Encalada, Cuenca, Sánchez y Rengel proponen una forma más elaborada y profunda en la cual se pueden entender la realidad de las ventas ambulantes destacando que: “se presentan como un modo de vida, en el cual se interpretan los discursos sociales sobre la pobreza y sobre el trabajo” dando a pensar en que cuando se hace referencia a las ventas ambulantes se hace alusión a la pobreza de las personas que viven de esta labor, lo cual no solo genera estereotipos sobre la misma sino también en parte no permite que el termino y la concepción de las ventas ambulantes sea modificado para bien.

Partiendo desde otro punto de vista de las ventas ambulantes pasamos a Moreno (2017, citado por Maldonado et al, 2017) en donde hace énfasis en la utilización del espacio público como característica principal de esta categoría, más específicamente mencionan lo siguiente:

Podría observarse también como un proceso de apropiación del espacio público por parte de los comerciantes ambulantes en el que intervienen tanto intereses privados como públicos, en los que prevalece la visión de una ciudad capturada, por un movimiento de “resistencia” y “reapropiación” de ese espacio (p. 29).

Otra mirada del concepto de ventas ambulantes es el que proporciona Landinez (2004, citado por Borja et al, 2008) en donde afirma que estas ventas vistas desde el Fondo de Ventas Populares de Bogotá son toda actividad “que se realiza en lugares de la vía pública o en espacios reservados por el tráfico vehicular y peatonal” (p. 281). En las apreciaciones anteriores ligadas a las ventas ambulantes en todas y cada una se hace mención al uso del espacio público por lo cual se hace más evidente la manera en la que los vendedores ambulantes han sido impactados por la pandemia ya que las medidas por las que ha optado el gobierno para mitigar en la medida de lo posible los contagios por Covid-19 han implicado el aislamiento, cuarentena por sectores e incluso hasta toques de queda limitando así la economía informal; siguiendo el hilo de esta explicación la Organización Mundial de la Salud (2020, citada por Caminos, 2020) ha informado en repetidas ocasiones que el virus “afecta a todas las personas por igual, y que al momento de infectar no distingue entre raza, género, situación económica” (p.63). Sosteniendo así las medidas tomadas por el gobierno y entendiendo igualmente por qué la pandemia afecta tanto a las ventas informales/ambulantes. No obstante, para entender este fenómeno es imprescindible el entendimiento del espacio público, para lo cual a continuación se hará referencia a lo que este concepto tan importante hace alusión.

El espacio público a lo largo del tiempo ha sufrido una serie de transformaciones pasando de ser entendido de un espacio geográfico específico a un espacio en donde llevan a cabo una serie de dinámicas sociales tal y como lo mencionan Borja y Muxí (2000) el espacio público es el lugar “en el que la sociedad se hace visible” (p. 7). Estos autores hacen mención de que el espacio público es la ciudad como tal, pasa a ser más allá de unas calles o edificios o incluso plazas como tal, es mucho más que eso, el espacio público es entendido como un lugar determinado en el que un grupo de personas comparten una serie de dinámicas, metas y recuerdos.

Otro autor que mantiene una definición cercana a la mencionada anteriormente es la que nos brinda Gómez (2019) en donde menciona que el espacio público está ligado a los espacios en donde se lleva a cabo la interacción social, también añade lo siguiente: “Lo público en si no comprende solo el espacio físico sino también la complejidad social donde se ejerce e interactúa la ciudadanía” (p. 31). Según lo que menciona Gómez se entiende que cuando hablamos de espacio público también se hacer referencia a todo lo que las personas comparten dentro de ese espacio.

Por otro lado, de acuerdo con Delgadillo (2018, citado por Ordoñez, 2019) el espacio público desde el punto de vista filosófico y político consta de tres principios los cuales son:

(i) Lo que es de uso común, está abierto y es accesible para todos, lo apropiado por todos y no privatizado por nadie; (ii) lo que es general, útil y de interés común para todos; y (iii) lo que se hace y desarrolla a la luz del día, lo manifiesto, lo visible y lo publicable (p.7).

Dentro de esos principios se hace énfasis en el aspecto social y en la igualdad en cuanto al uso que se le da al mismo; siguiendo con esta línea otro grupo de autores proponen que el espacio público consta de un dominio político, social colectivo y un último dominio denominado multifuncionalidad (Borja y Muxí, 2013, citados por Ordoñez, 2019). Para entender un poco más la parte política podemos decir que hace referencia a las instituciones que se encargan de manejar y/o controlar el espacio público.

También cabe mencionar la forma en la que el espacio público es concebido por el gobierno colombiano el cual en la Constitución política (1991, citada por Ordoñez, 2019) entiende al espacio público como:

derecho colectivo y realza la obligación de preservar en su integralidad dicho derecho, señalando además como principio básico el de la prevalencia del interés general al momento de decidir sobre estructuras que en apariencia se conciben desde la descripción legal como Espacio Público (p. 9).

Ahora expandiendo un poco el termino de espacio público Carrión y Dammert (2019) postulan que a medida que avanza el tiempo este término ha ido ganando más fuerza tanto que también ha aumentado el número de posturas por el cual puede ser entendido tomándose como un término polisémico (p. 193). Esto es básicamente lo que se ha venido exponiendo, la dualidad entre la concepción relacionada a aspectos puramente físicos o la concepción ligada a aspectos sociales.

Dentro de lo anterior Carrión y Dammert (2019) postulan una definición de espacio público ligada al ámbito filosófico la cual lo concibe como “un conjunto de nodos –aislados o conexos– donde paulatinamente se desvanece la individualidad y, por tanto, se coarta la libertad” (p. 196). De esta apreciación se puede entender una transformación de lo privado a lo público en el cual se unen las experiencias, los sueños, metas y objetivos de un grupo.

Una vez teniendo claro estos términos y su posterior relación con el fenómeno de la economía informal podemos ver con más claridad el cómo los vendedores informales/ambulantes han sido afectados a lo largo de la pandemia. A continuación, se procede a explicar la metodología que fue empleada para la realización de esta investigación.

3. Metodología

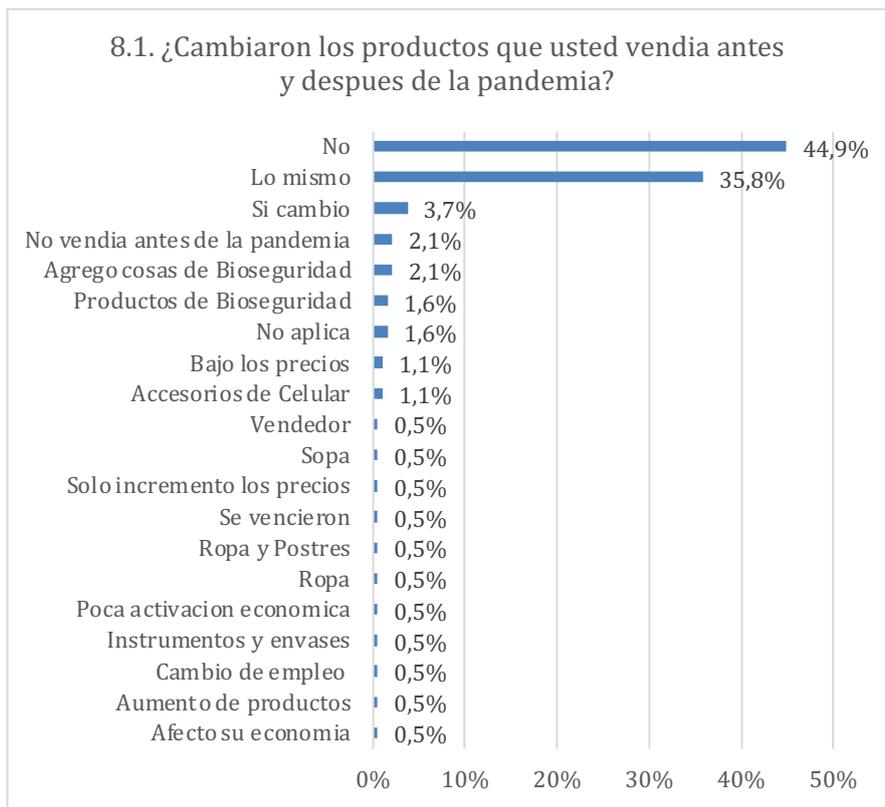
Se empleo un diseño cualitativo el cual abordo las diferentes áreas asociadas a la dinámica de las ventas informales/ambulantes y como estas se vieron afectadas con la llegada del COVID-19, así como las medidas establecidas por el gobierno nacional y distrital. Se aplicaron encuestas presenciales a un total de 185 participantes de los principales sitios comerciales de la ciudad de Bogotá. Se trabajo con una base de datos con la información levantada en campo, así como las observaciones etnográficas y la información secundaria, dando un espacio para la triangulación de la información que permitió determinar dar un análisis más profundo acerca de la relación entre las ventas ambulantes y su configuración en el espacio público.

En un primer momento se realizó una aproximación etnográfica y el levantamiento de información a partir de encuestas, estas serán aplicadas en zonas de interés y concentración de ventas ambulantes, donde las configuraciones de los actores y el espacio permitan ver al detalle tanto las relaciones como la significación del territorio a partir de esta práctica comercial en el espacio público. En un segundo momento se realizó el procesamiento de la información a partir del uso de software QDA y mixtos como SPSS y NVivo, categorizando la data y permitiendo evidenciar conexiones o relaciones entre los diferentes hallazgos del trabajo de campo, esto dará lo elementos claves para el procesamiento de resultados. Por último, se relacionaron los hallazgos producto del procesamiento de la información, codificación y categorización de los resultados en una interpretación que dará cuenta del proceso de construcción del territorio, es decir, la territorialización del espacio público a partir de la dinámica económica de las ventas ambulantes en Bogotá, incluyendo un análisis de los últimos años con relación a este objetivo e integrando los levantamientos de información realizados en periodos anteriores. Estos resultados serán integrados a un producto donde se mostrarán datos estadísticos, evidencia empírica de campo y las voces de los actores incluidos en esta investigación

4. Resultados

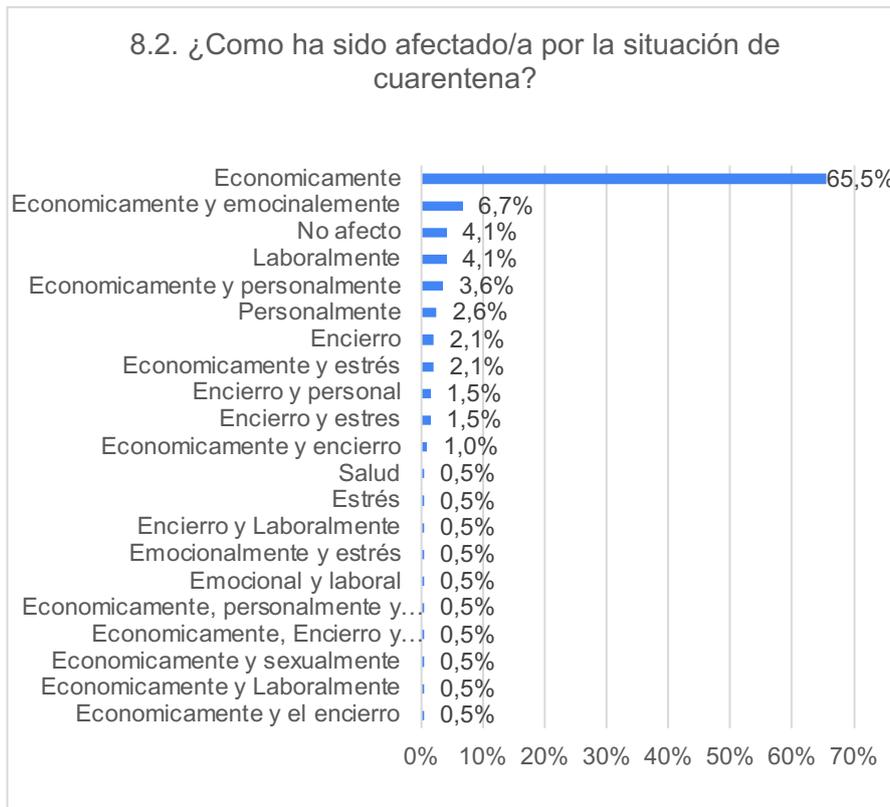
A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a vendedores informales, las preguntas que se tuvieron en cuenta son desde la 8.1 hasta la 8.7 ya que están ligadas directamente con el fenómeno de las ventas informales durante la pandemia. Dado lo anterior se mostrarán las gráficas de cada pregunta con su respectiva explicación.

Grafica 1: cambio de productos que vendían antes y después de la pandemia.



Frente a la pregunta que está orientada al cambio de los productos que se vendían antes y después de la pandemia el 44,9% respondió que no y en concordancia con el 35,8% se evidencia que antes y después de la pandemia no cambiaron los productos que vendían, mientras que el 3,7% de la muestra poblacional respondió que si habían cambiado los productos que vendían; por otro lado, el 2,1% refirió que no vendían antes de la pandemia. El 2,1% y el 1,6% refieren que agregaron elementos de bioseguridad, el 1,6% no aplica a la pregunta, 1,1% refirió que dada la pandemia se vio en la necesidad de bajar los precios de los productos que vendía, el 1,1% respondió que vendió accesorios para celular, el 0,5% menciona que durante la pandemia el producto que vendió fue sopa, el 0,5% refirió que los precios de los productos que vendía incrementaron, el 0,5% respondió que los productos que tenía se caducaron, el 0,5% mencionó que los productos que vendieron fueron ropa y postres mientras que otro 0,5% solo vendió ropa; por otro lado el 0,5% refirió poca activación económica así como otro 0,5% de la muestra mencionó que se dedicó a vender instrumentos y envases, el 0,5% mencionó que cambió de empleo, otro 0,5% refirió un aumento en los productos y finalmente un 0,5% respondió que la pandemia como tal afectó su economía.

Grafica 2: relacionada con el cómo se ha visto afectado el vendedor debido a la cuarentena.



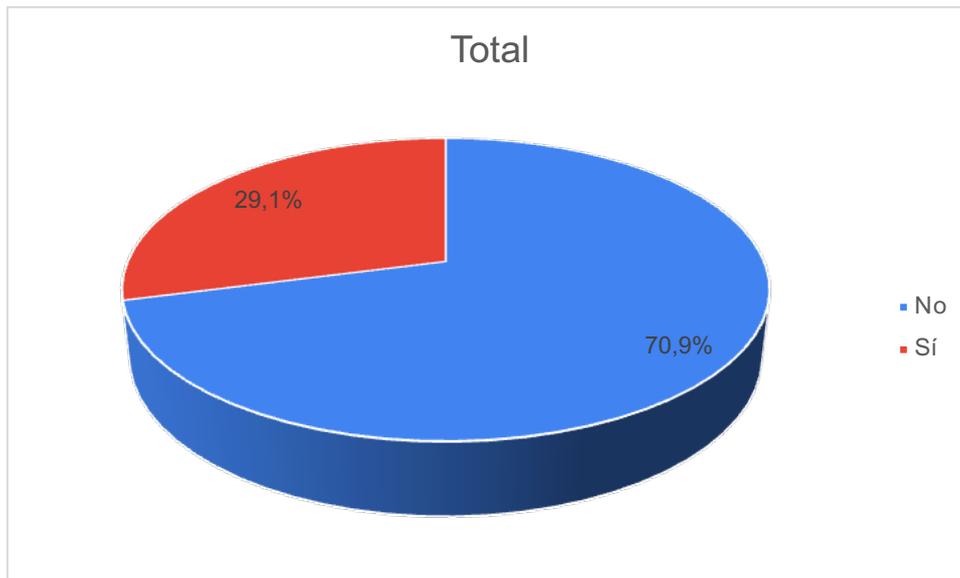
Con respecto a la pregunta ligada a como han sido afectados los vendedores durante la cuarentena para lo cual el 65,5% respondió que se han visto afectados económicamente, el 6,7% respondió que han sido afectados económicamente y emocionalmente, el 4,1% de la población no se vieron afectada por la cuarentena, otro 4,1% menciona que fueron afectados laboralmente, el 3,6% refirió que fue afectado económicamente y personalmente, el 2,6% respondió que si se vieron afectados por el encierro como tal, otro 2,1% de la muestra poblacional respondió que fueron afectados económicamente y también fueron afectados debido al estrés de la situación que se vivió, el 1,5% refirió que se vieron afectados por el encierro y personalmente, el 1,5% indicó que se vieron afectados por el encierro y el estrés, otro 1,5% refirió que se vieron afectados económicamente y por el encierro, el 0,5% mencionó que fueron afectados por temas de salud, el 0,5% reportó que se vieron afectados por el estrés, el 0,5% se vieron afectados por el encierro y laboralmente, el 0,5% reportó que fueron afectados económicamente, personalmente y emocionalmente, el 0,5% de la muestra fue afectada económicamente y laboralmente por el encierro, otro 0,5% fue afectado económicamente y sexualmente, finalmente el 0,5% fue afectado económicamente y laboralmente, evidenciando que para los encuestados el principal factor que fue afectado corresponde a la economía de los vendedores.

Grafica 3: cómo han manejado situación económica los vendedores durante la pandemia.



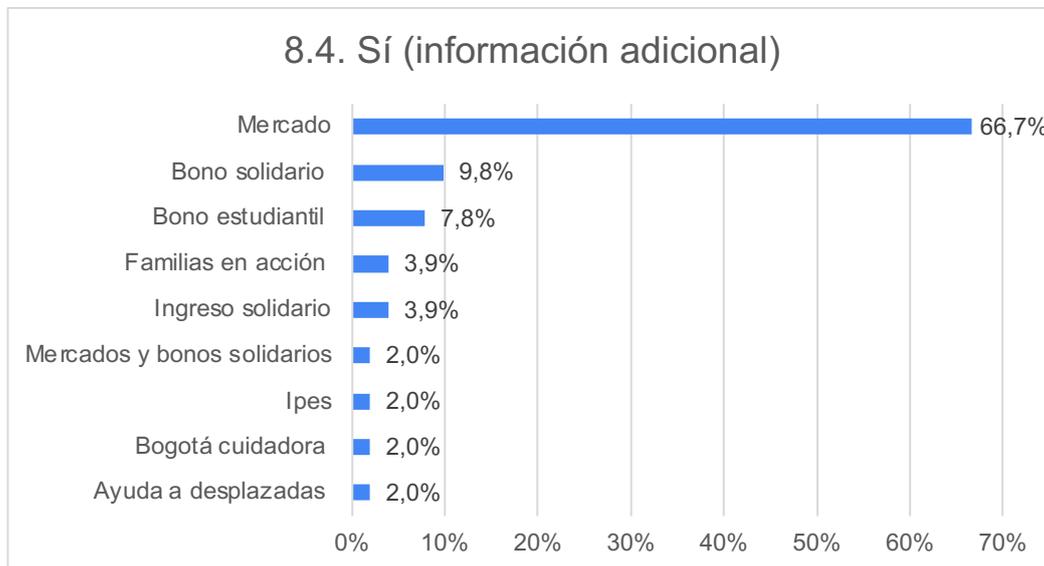
Con respecto a la pregunta relacionada cómo los vendedores han manejado su situación económica durante la pandemia para la cual el 28,4% de la muestra poblacional respondió que por medio de trabajo ha manejado su economía, el 15,3% reporta que ha manejado su economía reduciendo gastos, el 12,1% refirió que lo manejado por medio de ahorros, el 8,9% por medio de préstamos, el 8,4 lo ha manejado por ayudas familiares, el 2,1% ha manejado su situación económica buscando trabajo y utilizando los ahorros, el 2,1% reporta que ha sido por medio de préstamos y ahorros, otro 2,1% mencionó que ha manejado su situación económica por medio ahorros y ayudas familiares, el 1,6% respondió que ha manejado su situación económica emocionalmente, otro 1,6% mencionó que lo ha manejado por medio de ayudas familiares y sociales, un 1,1% respondió que lo ha manejado innovando en los productos que vende y la manera como los vende, el 1,1% reportó recibir ayuda de algún conocido, otro 1,1% mencionó que ha manejado su economía reduciendo gastos y ahorrando, el 0,5% respondió que ha recibido subsidios del gobierno, el 0,5% mencionó que ha manejado su situación económica negociando las deudas, el 0,5% reportó que ha manejado su situación económica durante la pandemia igual que antes de la misma, el 0,5% respondió que por medio de ayuda familiar y ciudadana, el 0,5% mencionó que lo ha hecho por medio de ayudas familiares y disminuyendo los precios de los productos que vende, el 0,5% reportó que por medio de ayudas económicas y mercados en colaboración ha manejado su economía, otro 0,5% respondió que ahorrando y trabajando ha manejado su economía y finalmente un 0,5% reportó que lo ha hecho por medio ahorros y ayudas en general.

Grafica 4: Relacionada con los beneficios del gobierno.



Esta pregunta esta dividida en dos partes, la primera parte está dirigida a conocer si los vendedores han recibido alguna ayuda o beneficio por parte del gobierno y la segunda parte está dirigida a conocer específicamente que ayudas han recibido a lo largo de la pandemia, con respecto a la primera parte se puede observar que el 70,9% de los encuestados reporta no haber recibido alguna ayuda del gobierno frente al 29,1% que reporta haber recibido alguna ayuda o beneficio del gobierno, logrando evidenciar que este tipo de beneficios no fueron entregados a la totalidad de las personas a las que estaba dispuesta.

Grafica 5: Beneficios del gobierno.



La segunda parte está relacionada con las ayudas que reciben los vendedores por parte del gobierno. Respecto a las ayudas del gobierno el 66,7% reportó haber recibido mercados, el 9,8% mencionó haber recibido el bono solidario, el 7,8% respondió que recibieron el bono estudiantil, el 3,9% reportó recibir apoyo de familias en acción, otro 3,9% mencionó recibir el ingreso solidario, el 2,0% refirió recibir mercados y bonos solidarios, el 2,0% mencionó recibir apoyo por parte del IPES, otro 2,0% refirió recibir apoyo de Bogotá cuidadora y por ultimo un 2,0% mencionó recibir ayudas a desplazadas.

Grafica 6: Cómo se vio afectada la familia durante la pandemia.



Frente a la pregunta que hace mención a como se han visto afectadas las familias de los vendedores durante la cuarentena, para lo cual el 32,9% refirió que ha se han visto afectados económicamente, el 15,6% mencionó que no se vieron afectados, el 9,8% respondió que han sido afectados laboralmente, el 5,8% reportó que han sido afectados económicamente y laboralmente, el 5,2% mencionó que se han visto afectados por el encierro, el 2,3% ha sido afectado por la escases de comida, otro 2,3% ha sido afectado por el encierro y el estrés, el 1,7% no sabe, el 1,7% ha sido afectado emocionalmente, el 1,7% h sido afectado económicamente, emocionalmente y laboralmente, el 1,2% ha sido afectado solo laboralmente y emocionalmente, el 1,2% se vio afectado por el estrés, el 1,2% ha sido afectado emocionalmente y económicamente, el 1,2% ha sido afectado por la parte económica y por la parte de convivencia, otro 1,2% ha sido afectado emocionalmente y laboralmente, el 1,2% ha sido afectado por el estrés y emocionalmente, el 0,6% de la población reporta alguna separación familiar; el 0,6% mencionó dificultades con la educación, el 0,6% refirió ser afectado económica y socialmente, el 0,6% ha sido afectado económicamente y también reportó una falta de ayuda, el 0,65 presentó dispersión familiar, el 0,6% presentó depresión, el 0,6% presento dificultades con la atención médica, el 0,6% respondió apoyo social, el 0,6% refirió apoyo familiar y por ultimo un 0,6% ha sido afectado emocionalmente.

Grafica 7: relacionada con la forma en la cual venden o promocionan los productos durante la pandemia.



Con respecto a la pregunta frente a la forma en la que los vendedores promocionan sus productos durante la pandemia ha cambiado. Para lo anterior el 82,3% respondió ninguno, el 7,8% refirió que promociona y vende sus productos por medio de redes sociales, el 2,6% por medio de WhatsApp, el 2,1% reportó que vende y promociona de la misma manera que lo hacía antes de la pandemia, el 1,0% lo hace por medio de promociones, otro 1,0% mencionó que venden sus productos a domicilio, el 0,5% reportó que lo hace por WhatsApp y llamadas, otro 0,5% por medio de WhatsApp y Facebook, el 0,5% mencionó que ha incluido variedad de productos, el 0,5% el 0,5% refirió que lo hace por medio de redes sociales y domicilios mientras que por otro lado el 0,5% lo hace por medio de propaganda y domicilios y finalmente otro 0,5% de la muestra poblacional paso a ser vendedor propiamente ambulante.

Grafica 8: Opinión de los vendedores sobre el uso del espacio público por parte de restaurantes, tiendas y comercio formal.



La última pregunta que se tuvo en cuenta para el diseño del artículo la cual está relacionada con la opinión que tienen los vendedores respecto al uso del espacio público por parte del comercio formal teniendo en cuenta la reapertura económica. Para lo anterior el 26,7% no opina frente al tema, otro 26,7% está de acuerdo, el 10,2% es indiferente frente al tema, el 10,2% opina que eso es privatizar el espacio público, el 7,0% opina que eso les afecta a ellos en su calidad de vendedor informal, el 6,4% opina que es injusto, el 5,9% responde que ellos tienen sus negocios propios, el 2,7% opina que eso es irrespetuoso, el 1,1% opina que eso genera una afectación económica, el 0,5% opina que tienen más referencias, el 0,5% opina que no hay privacidad, el 0,5% opina que es injusto y que además eso genera contaminación, otro 0,5% opina que aquellos restaurante y demás pertenecientes a la economía formal deben pagar más por el uso del espacio público, el 0,5% opina que es contradictorio y por último otro 0,5% opina que el uso del espacio público por parte de la economía formal genera contaminación.

5. Discusión

De la aplicación de las encuestas a vendedores informales teniendo en cuenta las preguntas socializadas con anterioridad se pudo evidenciar que tal y como lo menciona Weller (2020) el trabajo dentro de la economía informal tiende a ser bastante afectado por la pandemia ya que esta modalidad se lleva a cabo en muchas ocasiones en el espacio público, en el caso de las ventas ambulantes es lo mismo ya que estas ventas se caracterizan por transitar en diferentes zonas determinadas de las cuales también se entienden como espacio público, dado lo anterior se ve afectada esta modalidad ya que las medidas que ha tomado el gobierno para evitar que el número de contagios por covid-19 incrementen se han basado en limitar el uso del espacio público y tratar de que las personas no salgan de sus casas a lo cual se denomina cuarentena o aislamiento social. Esto afecta de manera directa a aquellos vendedores que viven de esta modalidad, no obstante, en congruencia con la pregunta 8.2 se observa que la pandemia no solo afectó económica y laboralmente sino también de muchas otras formas dentro de las cuales se destacan los aspectos personales, emocionales, aspectos relacionados tanto con la salud física como con la salud mental de los vendedores.

Cabe aclarar que esta situación no afectó solo a los vendedores ambulantes sino también a sus respectivas familias tal y como se evidenció en las respuestas de la pregunta 8.5 en donde se puede observar que las familias fueron afectadas de manera económica, personal, laboral, emocional, entre otras lo cual está en concordancia con lo que menciona Vargas (2020) en donde hace mención a que la pérdida de empleos informales o incluso la limitación en la labor del mismo afecta a las familias económicamente ya que no logran pagar deudas, en algunos casos no logran cubrir gastos de primera necesidad como lo son la alimentación y la salud; también refiere que en algunos casos otra de las consecuencias de la pandemia y el encierro repercuten en la relación de pareja evidenciando un deterioro en la relación como tal.

Lo anterior puede traer como otra consecuencia en la familia un estrés ocasionado por la situación económica lo cual repercute en la salud mental tal y como se evidencio en las respuestas de la pregunta 8.5 en donde un 2,3% de las respuestas estaban ligadas al estrés. Por otro lado al afectar la parte económica y laboral nos lleva a las preguntas 8.1 y 8.6 las cuales están orientadas a dos aspectos muy entrelazados como lo son: si los vendedores cambiaron los productos que vendían durante la pandemia y si cambio la forma en la que vendían y promocionaban sus productos ya que como menciona Vargas (2020) la pandemia al afectar el sector laboral obligo a que muchas actividades se tuvieran que redefinir ya sea en el ámbito formal con el teletrabajo o en el ámbito informal cambiando lugares de trabajo o modalidades de trabajo así como los métodos de compra, venta y promoción con la marcada necesidad del uso de recursos electrónicos. Teniendo en cuenta lo anterior y las respuestas expresadas por los vendedores se evidencio que el 44,9% no cambio los productos que vendían frente a un 3,7% que sostiene haber cambiado los productos que vendían durante la pandemia, por otro lado, teniendo en cuenta la parte de redefinir el 2,1% afirma que agrego elementos de bioseguridad y otro 1,6% mencionó que cambio el producto que vendía netamente a productos de bioseguridad. Ahora bien, respecto a la forma en la que venden y promocionan su mercancía el 7,8% afirma utilizar las redes sociales, un 2,6% sostiene que usa solamente WhatsApp mientras que por otro lado el 2,1% afirma que vende y promociona de la misma manera que lo hacía antes de la pandemia.

A pesar de que la pandemia afecta en gran medida la parte laboral y económica se evidencio en la pregunta 8.3, frente al mantenimiento o manejo de la situación económica, el 28,4% afirma que lo realizo por medio de trabajo, un 15,3% lo manejo reduciendo gastos en la medida de lo posible y un 12,1% por medio de ahorros, así como en algunos otros casos en donde lo manejaron por medio de ayudas familiares, préstamos, ayudas del gobierno entre otros. Cabe mencionar que con relación a las ayudas del gobierno tan solo un 29,1% refirió haber recibido algún tipo de ayuda frente a un 70,9% que afirmó no haber recibido ninguna ayuda o beneficio del gobierno; dentro de las ayudas que recibió el 29,1% de la muestra poblacional se destacan mercados, bonos solidarios, bonos estudiantiles, ingreso solidario, entre otros.

6. Conclusiones

A lo largo de la investigación se logra evidenciar que la pandemia por Covid-19 dificulto y retraso en cierta medida la realización de las encuestas a los vendedores informales, así como también dificulto encontrar los espacios para la aplicación de las encuestas. Por otro lado, a grandes rasgos se logra concluir que la mayoría de los encuestados no cambio los productos que vende a causa de la pandemia, sin embargo, una pequeña minoría si reportó haber agregado elementos de bioseguridad los cuales durante el inicio de la pandemia cobraron gran importancia como los tapabocas y alcohol. También se logró evidenciar que la pandemia y sus efectos en la sociedad afecto a los vendedores informales en su mayoría en el aspecto económico y emocional lo cual enciende las alarmas en cuanto a la prevención y promoción de campañas orientadas a la salud mental.

Según lo anterior el gran grado de afectación en el aspecto económico llevo a los vendedores en algunos casos a redefinir la forma en la que venden y promocionan su mercancía haciendo uso de medios electrónicos como redes sociales o llamadas, por consiguiente también se tiene en cuenta que frente a la pandemia el gobierno como medida para colaborar en la sostenibilidad de la economía de las personas ha implementado medidas como ingresos solidarios entre otros, sin embargo, se logra evidenciar que una pequeña minoría ha recibido algún tipo de ayuda o beneficio lo cual contribuye a que efectivamente una mayoría se vea afectada económicamente.

También se evidencio cierto grado de desentendimiento por parte de vendedores informales frente al uso del espacio público por parte de la economía informal, sin embargo, por otro lado, el porcentaje que está de acuerdo con esta medida también es considerablemente amplio, por otro lado, entre los comentarios más frecuentes frente a esta decisión se encuentran el privatizar el espacio público, una falta de respeto, que es injusto, que afecta en gran medida a vendedores informales entre otros.

Cabe resaltar que es pertinente ampliar o abrir un pequeño espacio en la encuesta en donde se pueda incluir un ítem el cual haga referencia a las medidas de cuidado que han tomado los vendedores informales a la hora de salir a laborar durante la crisis sanitaria y como han asegurado sus productos para la venta y no sean un foco de transmisión a las personas que adquieren sus productos, adicional a esto También es necesario conocer más sobre las medidas que ha tomado el gobierno frente a las ventas informales y como han sido todas estas ayudas por parte de los vendedores informales.

Referencias

- Borja, H., Barreto, I., y Sánchez V. (2008). Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de Chapinero frente a sus condiciones laborales y políticas. *Diversitas*, 4(2). <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/diversitas/article/view/185/289>
- Borja, J., & Muxí, Z. (2003). El espacio público: ciudad y ciudadanía. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35130179/El_espacio_publico_ciudad_y_ciudadania.pdf
- Caminos, J. I. (2020). Algunos interrogantes surgidos a raíz del teletrabajo producto de la pandemia COVID-19. *Revista De Estudio De Derecho Laboral Y Derecho Procesal Laboral Universidad Blas Pascal*, (2), 59-70.
- Carrión, F., y Dammert, M. (2019) Derecho a la ciudad una evolución de las transformaciones urbanas en América latina. Colección Grupos de Trabajo. 191-196. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D15175.dir/Derecho-a-la-ciudad.pdf#page=191>
- Chaverra, I., Cárdenas, M., Castrillón, C., Murcia, P., Popo, M., & Hurtado A. (2020). El hambre en tiempos de COVID-19: Exacerbación de un problema oculto. *Salutem Scientia Spiritus* 2020; 6(Suppl 1):174-180.
- Garza, E. (2009). Hacia un concepto ampliado de trabajo. Trabajo, calificación e identidad. Vol. 30. <http://sgpwe.izt.uam.mx/pages/egt/publicaciones/capituloslibros/Haciaunconceptoampliado.pdf>
- Gómez G. (2019). Uso, cuidado y protección del espacio público entre la calle 13 y la carrera 7a del municipio de Soacha. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/31619/ggomezri.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez, I., Castillo, I., Banquez, A., Castro, A., y Lara, H. (2012). Condiciones de trabajo y salud de vendedores informales estacionarios del mercado de Bazurto, en Cartagena. *Revista de salud pública*, 14, 448-459. <https://www.scielo.org/pdf/rsap/2012.v14n3/448-459/es>
- Maldonado, J., Aguirre, J., Valdivieso, A., Cuenca, W., Reyes, B., Carrión, C., Encalada, J., Cuenca, B., Sánchez, M., y Rengel, P. (2017). Las ventas ambulantes desde una perspectiva holística. *CEDAMAZ*, 7(1). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56192911/articulo_publicado.pdf?1522355174=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_ventas_ambulantes_desde_una_perspect.pdf&Expires=1607626050&Signature=IduoztG9-vTOAoX56Wf1e75~41RkTNW8Im0ie5Ez9KkqV1lN0drqME7O-XtMTDQXxv3cbcsXjR3Q98dTV3ZiruC4CAcE2EcJEXaj2yDai7vA
- Ordoñez, I. (2019). Lineamientos para la formulación de un plan estratégico de uso, protección y sostenibilidad del espacio público en el centro histórico del distrito de Cartagena. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/45243/ARTICULO%20NATALIA%20-%20%20CORRECCIONES%20%20%20TUTORA%2010%20DE%20JULIO%20DE%202019%20DEFINITIVO.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Perdomo J. (2016). Tensiones socioespaciales por las ventas ambulantes en el espacio público en Bogotá a partir del decreto 456 de 2013. Estudio de caso: plazoleta del rosario (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario). <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11916/PerdomoGuzman-JoseGabriel-2016.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Rincón, W., y Soler, A. (2015). Perspectivas socioeconómicas de los vendedores informales de Chapinero. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 194-234. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5352668>
- Rubio, M. (2014). El trabajo informal en Colombia e impacto en América Latina. *Observatorio laboral Revista venezolana*, 7(13), 23-40. <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219030399002.pdf>
- Saldarriaga, J., Vélez, C., y Betancur G. (2016). Estrategias de mercadeo de los vendedores ambulantes. *Semestre Económico*, 19(39), 155-171. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-634620160001000008&script=sci_abstract&tlng=en
- Téllez, M. (2020). Lineamientos en la Ruta de Emprendimiento para los Vendedores Ambulantes de la Comuna 1 de Girardot, a partir de la Interpretación de las Variables Socioeconómicas. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/35452/>