

**ANALISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL COMERCIO
INFORMAL EN EL DISTRITO DE BARRANQUILLA**

**ANA TEJEDA
VIVIANA GARRIDO
LEIDYS SALAS
ANDRES ROYS**

**Presentado al Docente: RAFAEL DURAN
En la asignatura de
INVESTIGACIÓN FORMATIVA**

**CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO
SIMON BOLIVAR
FACULTAD DE ING. DE MERCADOS
X SEMESTRE
BARRANQUILLA
2005**

**ANALISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL COMERCIO
INFORMAL EN EL DISTRITO DE BARRANQUILLA**

**ANA TEJEDA
VIVIANA GARRIDO
LEIDYS SALAS
ANDRES ROYS**

**CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO
SIMON BOLIVAR
FACULTAD DE ING. DE MERCADOS
X SEMESTRE
BARRANQUILLA
2005**



Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Barranquilla, 5 de diciembre de 2005

DEDICATORIA

Dedicamos la realización de este proyecto a ese ser supremo que es Dios, ya que es él quien guía nuestros pasos, hasta donde queremos alcanzar nuestras metas.

A nuestros padres, ya que estos son pilares para alcanzar los sueños que queremos alcanzar.

A nosotros mismos, por esforzarnos a conseguir este peldaño mas, el cual tomamos como el principio de nuestra formación profesional.

Y todas las personas que ayudaron a colocar un granito de aren a para que este proyecto se hiciera realidad.

AGRADECIMIENTOS

A **Dios**, es el ser supremo lleno de tanta bondad que nos brinda toda su inmensidad divina para vencer los grandes obstáculos que se nos presentaron en el desarrollo de este proyecto.

A nuestros **padres**, seres incondicionales que tienen la oportunidad de influir en nosotros, apoyándonos como personas sabias y facilitándonos la oportunidad de ingresar a la educación superior para ser personas integrales y serviciales para la sociedad.

A todo el grupo **docente** de la facultad de ingeniería de mercados de la Corporación educativa mayor del desarrollo Simón Bolívar, por transmitir sus conocimientos y experiencias en el ámbito comercial y personal, en especial a los profesores **Cristóbal Fernández** y **Rafael Duran** por la asesoría prestada.

Y a todos los que hicieron posible la realización de este proyecto.

CONTENIDO

	PÁG.
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
2. JUSTIFICACIÓN	17
3. OBJETIVOS	19
3.1 OBJETIVO GENERAL	19
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	19
4. MARCO DE REFERENCIA	21
4.1 MARCO LEGAL	28
4.2 MARCO HISTORICO	31
4.3 MARCO CONCEPTUAL	34
4.4 MARCO GEOGRÁFICO	36
5. DISEÑO METODOLOGICO	37
5.1 TIPO DE ESTUDIO	37
5.2 METODO DE INVESTIGACIÓN	37
5.3 POBLACION Y MUESTRA	37
5.3.1 Población	38
5.3.2 Muestra	38
5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN	39
5.4.1 Fuentes Primarias	39
5.4.2 Fuentes Secundarias	39
5.5 TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION	40
5.5.1 Técnicas de Recolección de Fuentes Primarias	40
5.5.2 Técnicas de Recolección de Fuentes Secundarias	41

ESQUEMATIZACIÓN DE LOS CAPÍTULOS

CAPITULO I

1 GENERALIDADES DE LA INFORMALIDAD	42
------------------------------------	----

1.1 CONCEPTO DE INFORMALIDAD	45
1.2 Características del fenómeno de la informalidad en las calles	47
1.3 Clasificación de la actividad informal	50
1.4 Grado de informalidad	54
1.5 Tipo de Instalaciones	55
1.6 COMERCIO FORMAL E INFORMAL	59
1.7 HETEROGENEIDAD EN TEORÍA INFORMAL	62
1.8 INFORMALIDAD COMO PROBLEMÁTICA EN COLOMBIA	64

CAPÍTULO II

2. UBICACIÓN DEL PROBLEMA DE LA INFORMALIDAD EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA	69
2.1 MEDIDAS Y ACCIONES APLICADAS A LOS VENDEDORES EN MATERIA DE REUBICACIÓN POR PARTE DE LOS ORGANISMOS Y ENTIDADES DISTRITALES	71
2.2 ELEMENTOS QUE CONDICIONAN EL FENÓMENO DE LA INFORMALIDAD	80
2.2.1 Desempleo	80
2.2.2 Migración	81
2.2.3 Alta rentabilidad de la actividad informal	81
2.2.4 Evasión del tipo fiscal en el sector informal	81
2.3 ZONA DE CONCENTRACIÓN PREFERENCIAL DE LAS VENTAS ESTACIONARIAS EN EL DISTRITO DE BARRANQUILLA	82



CAPÍTULO III

3. ANALISIS SITUACIONAL 83

3.1. Análisis del diseño de la encuesta 83

LISTADO DE GRAFICAS

GRAFICA 1. NUMERO DE PERSONAS ENCUESTADAS

GRAFICA 2. RANGO DE EDADES

GRAFICA 3. SEXO

GRAFICA 4. NIVEL EDUCATIVO

GRAFICA 5. ESTRATO

GRAFICA 6. AFILIADOS AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL

GRAFICA 7. INGRESOS DIARIOS DE LOS COMERCIANTES

INFORMALES

GRAFICA 8. GRADO DE SATISFACCIÓN

3.2 Análisis de resultado de la encuesta 91

PRESUPUESTO

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

TITULO

**ANALISIS SOCIOECONÓMICO DEL COMERCIO INFORMAL EN EL DISTRITO
DE BARRANQUILLA**

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al igual que en muchas otras ciudades de Colombia, el distrito de Barranquilla, presenta el fenómeno de las ventas informales en la vías públicas, lo cual desencadena forzosamente una problemática ambiental, económica y social en la zona comercial de la ciudad comprendida entre las calles 30 y 45 y las cras. 38 y 46, siendo este el sector donde mayor se vislumbra. Todo esto se evidencia en un congestionamiento del espacio público producto del apropiamiento de andenes, casas y calzadas, lo que desemboca en un desorden vial y peatonal; sin olvidar las angustias que se viven por las inclemencias del clima y las bruscas oscilaciones de la temperatura a las que se exponen los vendedores ambulantes y los compradores.

Bajo este contexto se desencadenan varias situaciones que son de gran interés para los habitantes y turistas de la ciudad como el deterioro del “corazón histórico” de la ciudad generado en gran parte por la suciedad e impurezas que afectan principalmente a peatones, y vendedores; la evidencia clara de la inseguridad que se muestra como un problema cada día más difícil de resolver por las autoridades del distrito; la proliferación de ventas callejeras en muchas ocasiones “subsidiadas”, por así decirlo, por comerciantes con suficiente respaldo económico que las utilizan para eludir responsabilidades tributarias.

El incremento de la actividad informal, se ha demostrado que es proporcional a los índices de desempleo e inflación puesto que al verse la mano de obra desocupada formalmente no hay otra alternativa que dedicarse al rebusque para cubrir o satisfacer algunas de sus necesidades básicas como son alimentación y vestidos dejando atrás la seguridad social. Al perder capacidad adquisitiva, los compradores se dirigen a los puntos de ventas ambulante o chazas a adquirir productos, tal vez no de muy buena calidad, pero con precios accesibles a su presupuestos.

No se puede olvidar que la compra y venta ambulantes hace parte de la idiosincrasia del ciudadano común y que ha existido desde que la urbe comenzó a mostrar características industriales y comerciales, pero hoy en día se practica con mayor frecuencia aunque en forma desorganizada. El comercio informal ha crecido enormemente y obstaculiza de una u otra forma la eficiencia del comercio formal; su presencia incentiva una competencia desleal, los comerciantes informales son víctimas de atropellos puesto que se quebrantan derechos como la seguridad social, estabilidad laboral, recreación entre otras.

El comercio informal involucra bienes y servicios como por ejemplo: comunicación por celular, ventas de libros, lozas, ropas, flores, ornamentales y naturales, comidas rápidas, frutas, calzado, videos, CDS, accesorios personales y para el hogar

De acuerdo con lo expuesto previamente se pueden tomar algunos elementos para establecer el diagnóstico del sector en referencia: la zona comercial de Barranquilla comprendidas entre las calles 30-45 y carreras 38-46 presenta un lamentable estado de deterioro ocasionado básicamente por el desorden imperante en la zona, y por consiguiente secuelas de inseguridad. El desorden es debido al congestionamiento del espacio público que altera el equilibrio ecológico y social que no permite un desarrollo armónico que de repuestas a los deseos de la comunidad.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

**¿CUÁL ES EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO GENERADO POR EL
COMERCIO INFORMAL EN EL DISTRITO DE BARRANQUILLA?**

2. JUSTIFICACIÓN

La importancia del trabajo presentado radica en el estudio de los problemas generados por el comercio informal justificando ampliamente un estudio que permita visualizar los efectos de esta problemática en términos socioeconómicos, políticos, ambientales y de deterioro urbano en el Distrito de Barranquilla, que planteen sugerencias entorno a las políticas y estrategias adecuadas para resolver los aspectos negativos que inciden en el entorno social y económico de la ciudad, producto de esta informalidad.

Para el desarrollo de este estudio es importante dimensionar los impactos de la proliferación de vendedores ambulantes en el área del Distrito de Barranquilla comprendida entre las calles 30 y 45 y las carreras 38 y 46). La extensión del Comercio Informal no solo abarca la zona mencionada de la ciudad sino que se ha extendido a sectores anteriormente exclusivos como las calle 72 y 84 hacia donde se ha presentado un traslado paulatino de dichas actividades Informales lo que hace mas necesario el análisis de los factores desencadenantes de dicho fenómeno.

El perfil de ciudad industrial y portuaria del Distrito de Barranquilla se ha cambiado por otro comercial y de servicios, y esto ha repercutido en el incremento del

desempleo alcanzando niveles cercanos al 18%¹. Desempleo que desencadena problemas de inseguridad, y aumento de actividades informales.

Para el desarrollo de esta investigación vamos a utilizar como instrumentos básicos un formato de encuestas con la finalidad de recolectar la información necesaria. Asimismo se realizarán entrevistas a funcionarios de la estructura organizativa del distrito de Barranquilla. Estas entrevistas se harán de manera intensiva a gran parte de los vendedores ambulantes y compradores del comercio informal.

Para el grupo es de gran satisfacción la realización de este proyecto porque es una experiencia enriquecedora, además podemos desarrollar conocimientos aprendidos a lo largo de nuestra carrera y sobre todo en nuestra parte humana, para poder entender lo que representa hoy en día el comercio informal en la ciudad de Barranquilla.

¹. Datos Estadísticos, suministrados por el DANES.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los factores sociales, económicos, ambientales, culturales y políticos que generan las actividades no formales en el distrito de Barranquilla para el fortalecimiento de la actividad económica no formal y reevaluar la participación de la ciudad dentro de los indicadores de crecimiento del país.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer a través de campañas educativas, el sentido de pertenencia de los actores principales de la actividad informal para el mejoramiento de las relaciones imperantes en el entorno.
- Implementar en asocio con las juntas comunales, políticas integrales de seguridad que garanticen el desarrollo de actividades normales en el sector céntrico de la ciudad y que le devuelvan a esta urbe el liderazgo de décadas anteriores.
- Identificar condiciones que permitan las disposiciones organizada en andenes y zonas previamente establecidas de los vendedores ambulantes con miras a permitir el flujo continuo de vehículos y peatones.

- Proponer al Distrito de Barranquilla convenios con instituciones técnicas que permitan elevar los niveles de escolaridad de los vendedores ambulantes y de sus familias, con el fin de cambiar los esquemas culturales que tradicionalmente han impedido el desarrollo del sector objeto de este estudio.
- Detallar los proyectos de reubicación que las autoridades Distritales adelantan para una posible solución a la problemática del espacio público y a las externalidades negativas que dicha actividad genera.

4. MARCO DE REFERENCIA

MARCO TEORICO:

El marketing esta entendido como una actividad estrechamente relacionada con los consumidores y presenta básicamente tres orientaciones:

“Financiera, de Recursos Humanos y Producción. Para los que tienen una orientación financiera, su preocupación es maximizar el rendimiento económico de la empresa, los que se orientan en los Recursos Humanos creen que el éxito empresarial está en tener una fuerza laboral calificada y motivada: Los que se orientan hacia la producción piensan que la empresa debería centrar sus fuerzas en aumentar la eficiencia de la fabricación o prestación del servicio”.

Aunque el marketing se considera como una actividad estrechamente relacionada con los grandes capitales, su aplicación en el Comercio Informal no deja de ser notoria. En el Comercio Informal los aspectos referidos a los componentes del Marketing Mix se encuentran por las siguientes razones:

Producto: Es el elemento que se muestra como el eje de la actividad del Comercio Informal. Su importancia radica en que presenta características que aun cuando se diferencia un poco de las mismas, referidos al comercio formal, no por ello deja de ser importante para compradores y vendedores. Los productos que tienen en

una mayor presentación en el comercio informal son: ropa, calzado, alimentos, jugueterías, accesorios para el hogar principalmente.

Precio: Este componente es desde todo punto de vista el que determina el intercambio en el comercio informal y por lo general es comparativamente más accesible para los consumidores que si se tratara del comercio formal.

Plaza: Con el fin de masificar las ventas los vendedores informales han tratado de ubicarse en aquellos sitios estratégicos que los acerquen más a los consumidores. De esta manera el mejor desempeño de la actividad dependerá en gran medida del sitio en el cual estos se hallan establecidos.

Promoción: Este componente no se encuentra muy marcado en el Comercio informal. En esta actividad la parte más sobresaliente de la promoción radica en los reconocimientos gratuitos que se pueden hacer a un consumidor para que adquiera un producto.

La orientaciones a que hacemos referencia cuando hablamos de Marketing se aplica al comercio informal en la medida en que esta actividad busca el rendimiento del monto invertido aunque sea pequeño, goza de una administración centralizada en un reducido núcleo de personas, algunas de ellas con gran experiencia comercial y gran motivación.



Si hablamos del aspecto productivo, debemos entender que aunque en menor escala, si se encuentra presente en el comercio informal. El ejemplo claro es el relacionado con la producción artesanal de jabones, desinfectantes, ambientadores, calzado, etc., los cuales por utilizar recursos limitados conllevan a la implementación de procesos racionalizadores que busquen evitar el despilfarró de materias primas.¹

Maslow, al momento de clasificar las necesidades establece un orden de prioridad de acuerdo con el grado de exigencias que tienen en la satisfacción de las mismas. "Las necesidades de mayor exigencia (en su proceso de aparición) son las básicas. Solo después de haber logrado la satisfacción mínima de estas necesidades el individuo vera aparecer necesidades de orden superior".

La teoría expuesta la podemos relacionar con el Comercio informal debido a que este es ante todo un satisfactor de necesidades mínimas que al mismo tiempo pueden ser básicas, para un grupo poblacional.

Por sus características de facilitador de bienes de bajo precio, el Comercio Informal se muestra en condiciones de servir de mecanismo alternativo de satisfacción de necesidades para aquellas personas que cuentan con bajos ingresos.

La población de nuestra ciudad por razones históricas, políticas y económicas ha estado sometida a un rezago estructural que ha incidido en su nivel de vida. Es por esto que hoy en día la mayoría de la población carece de los medios para

1. Rolando Arellano Cueva , comportamiento del consumidor Editorial Macgrahll. Pag.2

satisfacer sus necesidades básicas. El agravante de toda esta problemática es el marginalismo y la falta de oportunidades que padecen muchos miembros de la comunidad; esto naturalmente se refleja en la falta de oportunidades sobre todo para acceder al mercado laboral.

Las condiciones en que convive la mayoría de la población nos muestra una desigualdad del ingreso que como ya sabemos permite de la misma forma una distribución equitativa en el consumo. Es en esta parte cuando el comercio informal se convierte en la solución que tienen muchos, cuando de adquirir productos se trata.

Lo cierto es que también se pueden encontrar en esta actividad aunque en menor grado, elementos que apunten a la satisfacción de necesidades secundarias.²

Según Marshall “El hombre busca siempre maximizar su utilidad por lo tanto, siempre tratara de adquirir el producto que mas utilidad le de en función del precio que pagará por el”.³

De acuerdo con esto, el buscar satisfacción con lo que consume es una prioridad del ser humano. Debido a que el componente precios incide en la toma de decisiones de un consumidor se deduce que el comercio informal reúne gran parte de lo expuesto por Marshall al proveer a los consumidores de productos, muchas veces de buena calidad y a precios accesibles.

2. A. Maslow, Motivación y personalidad. Editorial, haper y row. New York 1.952

El comercio informal es una actividad que reúne tanto a compradores como a vendedores por lo tanto el punto de vista de los primeros se considera de gran importancia para la dinámica de este comercio siendo así, el hecho de que un consumidor encuentre en el consumo la maximización de su utilidad en función del precio que paga, ubica este concepto marshalliano en el centro de análisis referido a las actividades del comercio informal.

Debido a que la búsqueda de satisfacción es común en todas las personas, la teoría económica considera que esta practica generalizada merece ser considerada como una característica racionalizadora de quienes la practican

Y en consecuencia hablar de la utilidad, precio y satisfacción no nos aleja del análisis que estamos haciendo del comercio informal.

Unas de las razones por las que el sector informal ha venido creciendo durante los últimos años ha sido la incapacidad del sector formal de emplear a toda la población. Dicho impedimento se deriva de varios problemas que están afectando nuestra economía. Como la son: la disminución de la inversión en nuestro país, tanto nacional como internacional, y el problema de la inseguridad, que es bastante delicado y desmejora el estado económico y social. Esto ha provocado una disminución del PIB colombiano, lo que a su vez se ha visto reflejado en un exceso de mano de obra en el mercado laboral, el cual no ha visto otra salida más

3. A Marshall, principios de Economía, Mc Milan Londres, 1992

que ingresar en el sector informal. Es importante destacar tanto la falta de eficiencia existente en las condiciones de producción de este sector, como también la capacidad que tiene para acoger el excedente de mano de obra que se deriva del sector formal.

Al aumentar el desempleo, por la incapacidad del sector formal de ocupar a toda la población, se produce un incremento del sector informal. Esto se puede corroborar cuando observamos la dinámica anticíclica que presenta el sector. Pero el incremento del sector informal hace que el desempeño disminuya, ya que aquél es considerado como una opción para hallar empleo.

Al disminuir el desempleo y aumentar el empleo, las personas que se encontraban desempleadas y con un salario cero ahora se hallaran laborando en el sector informal, con un salario que antes no poseían, pasando así de un salario cero a un salario mayor que el salario de diferencia, pero menor que el salario mínimo. Al aumentar el empleo en el sector informal, aumenta el PIB (por el sector informal), pero este aumento no es comparable con el que podrían producir estos individuos en el sector formal, dada la ineficiencia productiva que muestra el sector, por lo que la economía se beneficia pero en una cuantía inferior a la que podría obtenerse en la formalidad.

4.1. MARCO LEGAL

Para la realización del proyecto utilizamos y nos acogemos a la Ley:

Ley No. 01 de 1992.

Por la cual se dictan normas organizativas y reglamentarias del comercio en las vías públicas.

La presente ley va al encuentro de soluciones y practicas realistas y justiciarias, para las más urgentes necesidades de las grandes mayorías nacionales, constituido por el llamado sector informal de la economía, para lo cual no existía ninguna clase de legislación normativa, y mucho menos de protección como tampoco de seguridad social, ni derecho a la formación profesional.

La presente Ley contempla dentro de su articulo las definiciones sobre lo que debe entenderse solamente como sector informal, así como el señalamiento en los deberes y derechos que deben cumplirse dentro del sistema democrático del país.

Artículo No.1: Define los términos vendedores ambulantes y estacionarios. Las personas que derivan su sustento y el de sus familias del comercio en las vías públicas y se clasifican conforme a las definiciones de vendedores ambulantes y vendedores estacionarios.

Artículo No.2: Para poder ejercer la profesión el vendedor ambulante o estacionario se requiere tener licencia debidamente legalizada expedida por la Alcaldía de su Distrito Capital y/o de las alcaldías de los demás municipios del país dentro de su límite territorial. El titular de la correspondiente licencia oficial podrá renovarla después de un año y dentro de los 30 días siguientes a la de cada renovación.

PARAGRAFO No 4: Demarcadas las zonas, previo el cumplimiento de las disposiciones que antecede, los vendedores comprendidos no podrían ocupar las calles, avenidas, puertas de edificio o domicilio no autorizado. Las violaciones a lo dispuesto en esta Ley por parte de los vendedores serán sancionadas a través de una escala gradual.

- ESTATUTO DE USO DEL SUELO Y NORMAS URBANISTICAS DEL DISTRITO ESPECIAL DE BARRANQUILLA DECRETO 654 DE 1993, notificado por el Decreto 572 de Mayo de 1994 Departamento Administrativo de Planeación Distrital.

CAPITULO 2: Uso múltiple o comercial

ARTICULO 4: Condición de funcionamiento.

-No producir ningún tipo de impacto o contaminación, como ruido, olores y emisores.



-No introducir ninguna alteración o modificaciones de las carreteras del espacio público del sector, como generación de Bahía o zonas duras de estacionamiento, ni ocupación de andenes, parques o con las actividades que deben desarrollarse dentro de las edificaciones o cualquier tipo de actividad hacia una instalación, caseta, anuncio o mobiliario, ni alteración de la arborización y empadrización del espacio público.

4.2. MARCO HISTORICO

El problema de la economía informal en el Distrito de Barranquilla data desde principios de los años 60, constituido por vendedores estacionarios y ambulantes agrupando una gran cantidad de la población desocupada y subempleados, es así como el gobierno municipal toma la política de ubicarlos en la plaza de san Nicolás y más tarde le asigna un terreno ubicado en la carrera 46 con la Vía 40 que actualmente se llama San Andresito.

El comercio organizado de la ciudad de Barranquilla solo llegaba hasta los límites de la bomba de las Empresas Públicas Municipales, y este con la clínica del Terminal Marítimo y Fluvial, al noreste con el caño del mercado.¹

Un estudio realizado por la Universidad de Antioquia sobre el comportamiento del sector informal en las 4 grandes ciudades del país en el periodo de 1974 -1980 mostró que en Barranquilla el fenómeno de la informalidad esta ligado con el comportamiento de su economía y no con las migraciones rurales. En este lapso la ciudad tuvo la menor intensidad de migración y no se tiene registro de mayor grado de informalidad entre las 4 ciudades.

1. tesis: la economía informal en el distrito de Barranquilla (universidad simon Bolivar) facultad de economia.

En el año de 1.981 la Cámara de Comercio de Barranquilla realizó un censo de vendedores Ambulantes en el centro de la ciudad entre las calle 33 y 40 y las carreras 40 y 45, el objetivo fundamental de este censo era diferenciar el número, procedencia, tiempo de permanencia de agremiaciones de los vendedores. Según este censo existían en esa época unos 12.800 vendedores en la ciudad, distribuidos así:

“El 51% de los vendedores no eran oriundos de esta ciudad, el 5% venían de municipios cercanos, el 6% trabajando como obreros en diversas fabricas, el 8% se desempeñaba como empleados, en total un 69% estacionarios y un 31% ambulantes”. La ejecución de este censo era el paso inicial para la elaboración del estado del crecimiento ecoinformal.²

En 1.982 pensando en la interconexión vial del primer anillo de la ciudad, fue molido el antiguo mercado para darle paso a la ampliación de la calle 30, además se adecuaron las bodegas de la caja agraria como un mercado,

consiguiendo de esta unos locales en condiciones higiénicas aceptables y muy amplia para reubicar una cantidad de vendedores estacionarios, también en esa época se había aprobado el proyecto de la construcción de la gran cantidad de abastos y se esperaba que solucionara una parte de este problema.²

Un estudio mas reciente fue realizado por EMILIO CERA SANCHEZ, magíster en proyectos, publicado por la revista Investigación y Desarrollo Social de la

2. informe cámara de comercio 1.981, economía informal en Barranquilla

Universidad del Norte en el año de 1999 analiza los problemas ambientales de la Zona Comercial de Barranquilla. Los resultados muestran pobreza general de actores y usuarios, deterioro, contaminación, desaseo, congestión e inseguridad. Concluyendo que son múltiples los factores asociados al deterioro ambiental del área en los procesos de adaptación Centro-Circunvalar y que es en los espacios públicos donde se sintetizan.



4.3. MARCO CONCEPTUAL

A continuación se definen los siguientes términos, los cuales sirven para una mejor comprensión del proyecto.

Cultura: Conjunto de estructuras sociales, religiosas, etc., de manifestaciones culturales artística, etc., que caracterizan una sociedad.

Desempleo: Palabra utilizada para referirse a un determinado sector de la población que no tiene un trabajo formal con los mínimos requerimientos legales.

Estacionarios: Son aquellos vendedores que para ofrecer sus productos o servicios utilizan casetas, vitrinas, Kioscos, chazas y se ubican en sitios fijos de las vías públicas.

Ingresos: Cantidad o cantidades de valor económico que pasan a poder de un sujeto de cualquier naturaleza, bien sea físicamente o mediante acreditación de su derecho ya sea en forma de dinero o especies.

Marketing: sistema total de actividades comerciales tendientes a planear, fijar precios, promover y distribuir productos satisfactorios de necesidades entre mercados metas con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales.

Población económicamente activa: Conjunto de personas en edad de trabajar, de uno u otro sexo, que durante el periodo de referencia de la encuesta ejercieron o buscaron ejercer una ocupación remunerada en la población de bienes y servicios.

Población en edad de trabajo: 10 años o más en áreas rurales y 12 años o más en áreas urbanas.

Población Subempleada: (PS) está constituida por las personas que desean y pueden trabajar más tiempo del que comúnmente emplea en sus ocupaciones.

Población Total: Número de habitantes del área geográfica y se estima por proyección con base en los resultados de los censos de población.

4.4. MARCO GEOGRÁFICO

MACRO UBICACIÓN: Barranquilla, capital del departamento del Atlántico, situada al norte de la República de Colombia, sobre la costa del mar Caribe y en la margen occidental del río Magdalena.

LIMITA:

Norte: con mar Caribe

Este: con el río Magdalena

Sur: Soledad

Oeste: Puerto Colombia

MICROUBICACIÓN: Las áreas donde se ubican los diferentes vendedores estacionarios de la zona comercial delimitar de la siguiente manera:

Zona 1: Comprende por la calle 8 hasta la calle 30 entre cras.38 y 46

Zona 2: Determinada por las calles que van de la calle 30 a la 34 entre la cra.38 – 46

Zona 3: Limita con la zona 2 en la calle 34 y sus áreas se desplazan hasta la calle 38 entre iguales carreras.

Zona 4: Esta zona abarca el área de las calle 38 a la 45, entre las kra. ya mencionadas.

5. DISEÑO METODOLOGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

Durante la investigación y realización de este proyecto se utilizó el tipo de estudio Descriptivo porque se presentan características esenciales y aspectos relevantes del problema planteado, permitiendo el contacto directo del objeto de estudio con los investigadores.

5.2 METODO DE INVESTIGACIÓN

El método implementado en este proyecto es el Deductivo ya que consiste en analizar los aspectos generales del problema identificado con el fin de llegar a conclusiones específicas relacionadas con la particularidad del fenómeno estudiado.

5.3. Población y Muestra

5.3.1 Población. La población objetivo de estudio esta constituido por el censo de vendedores ambulantes que se elaboro en el área central del distrito de Barranquilla comprendida en la zona 1, 2, 3 y 4 ya anteriormente mencionadas.

5.3.2. Muestra. Para la selección de muestra se aplicaría la fórmula estadística correspondiente a muestras aleatorias simples al azar.

* Determinación de muestra poblacional para aplicar a encuestas a los vendedores ambulantes o estacionarios.

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

1- α = nivel de confianza

z α = valor de la distribución normal estándar, nivel de margen dado de confianza 1.96

e= margen de error 0.05

p= porcentaje de éxito 0.5

q= porcentaje de fracaso 0.5

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 384 \text{ personas}$$

El estudio fue aplicado a 384 personas de manera aleatoria en la zona comercial de la ciudad de Barranquilla, los cuales corresponden específicamente a la zona centro, san andresito, entre las calles 30 y 45 y las carreras 38 y 46, donde pudimos encontrar a personas tendientes a realizar este tipo de actividad informal



5.4. FUENTES DE INFORMACIÓN

5.4.1 Fuentes primarias. Las Fuente primarias serán encuestas realizadas directamente a los vendedores estacionarios ubicados en la zona del estudio, además del método de observación en el que se analizo la situación actual del Comercio Informal específicamente en las zonas mencionadas.

5.4.2 Fuentes secundarias. Datos Estadísticos, Archivos, revistas, investigaciones realizadas, referente al tema de informalidad.

5.5 TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION

5.5.1 Técnicas de recolección de fuentes primarias. Para la recolección de datos primarios para este proyecto se utilizaron los métodos de encuesta y observación.

El método de encuesta consiste en establecer contacto con un número limitado de personas por medio de cuestionarios. La técnica de encuesta a utilizar es personal.

Esta técnica permite recolectar los datos de los vendedores ambulantes y estacionarios, por medio de preguntas formuladas y preparadas con mucho cuidado, y se debe escoger el tipo de preguntas más eficaces para obtener la información, utilizamos preguntas (abiertas, de dos opciones o muchas opciones).

El método de la observación se basa en ver actuar a las personas como fueron los vendedores del Comercio Informal.

5.5.2 Técnicas de recolección de fuentes secundarias. Los datos secundarios utilizados en el proyecto fueron las investigaciones anteriormente realizadas sobre el comercio informal, periódicos diccionarios, enciclopedias y libros de investigación.

ESQUEMATIZACIÓN DE LOS CAPÍTULOS

CAPITULO I

1. GENERALIDADES DE LA INFORMALIDAD

El origen del sector informal en Colombia, según estudios hechos por FENALCO, esta muy relacionado con el proceso de industrialización y urbanización de los últimos 40 años, caracterizado por los siguientes rasgos.

- Migración y crecimiento urbano
- Desempleo
- Ingresos

Metodológicamente, el sector informal se puede estudiar desde dos puntos de vista:

- Analizando el empleo informal donde se estudia a la persona definida como subconjunto de la población económicamente activa (PEA).
- Analizando las actividades desarrolladas en establecimientos o sitios geográficos a través de sus características técnico económicas, como son ingresos, productividad, valor agregado, clasificación por tamaño etc

En general la dinámica económica formal-informal es más difusa en el sector terciario que en los otros sectores y en donde se encuentran presentes rasgos del sector informal en relación con las actividades del comercio informal.

- Heterogeneidad en cuanto a sus causas
- La función económica y social de lo informal (generación de empleo, nivel de ingresos etc)
- Contribuciones en la cadena productiva (abastecimiento de productos y servicios, ampliación de mercados para la industria, capacidad de gestión empresarial), estrecha relación con el sector formal al recurrir ambos sectores a un mismo mercado de insumos, materias primas, mano de obra y producir para un mismo mercado.

La informalidad existe básicamente por la incapacidad del sector formal de generar suficiente empleos. Esto se puede ver claramente cuando la economía entra en auge; en estos periodos la informalidad disminuye, ya que en la mayoría de los casos no es vista como una opción laboral real, sino como una posibilidad frente al desempleo.

La tasa de informalidad femenina es mayor que la masculina, la razón de este fenómeno es que las mujeres no solo tienen la responsabilidad de trabajar para complementar los ingresos del hogar, sino que también allí tienen obligaciones, por lo que necesitan horarios flexibles que les permitan hacer las dos cosas a la vez.

Por otra parte se encuentran nivel de educación, la mayor parte de las personas que pertenecen al sector informal posee un grado de escolaridad bastante bajo, el cual no supera la educación básica secundaria, lo que se convierte en una desventaja para estos, ya que disminuyen las probabilidades de emplearse en el

sector formal. Esta podría ser otra de las justificaciones para el aumento de la informalidad, pues lo que vimos con anterioridad una de las características de este sector es acoger a los individuos menos educados¹.

1.1 CONCEPTO DE INFORMALIDAD

El subempleo en Colombia está superando el 32%, y la informalidad va por encima del 60%, con tendencia a aumentar por el deterioro de las condiciones de los trabajadores, el aumento del desempleo, la preconización del empleo y desplazamiento, entre otros factores. Esto se debe a la des industrialización y a la quiebra de la fuerza productiva, la crisis económica lleva a que fenómenos como el subempleo y la informalidad se disparen ya que es el único recurso que le queda a la gente para tratar de sobrevivir².

Según la OIT, “la informalidad es una forma urbana de hacer las cosas, cuya marca distintiva incluye: pocas barreras de entrada para el empresario, en términos de habilidades y capital requerido; empresas de propiedad familiar; operación en pequeña escala; producción de trabajo intensiva con tecnología adaptada, y un mercado no regulado y competitivo”³.

¹ Fuente DANE –DNP Informalidad en Colombia, Causas, Efectos y Características de la Economía del Rebusque

² WWW. Colombia. Idymedia. Org.

³ WWW.oitandina.org

Según el DANE: " conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes y prestación de servicios, con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan de esa actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital, como factores de producción. Las relaciones de empleo en los casos en que existan, se van más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales⁴.

1.2 Características de fenómeno de la informalidad en las calles.

Dada la dificultad de definir con exactitud el grado de cumplimiento de la normatividad, para el caso de Colombia se acepta que el sector informal se describe en términos generales como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes y prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria en la que hay muy poca o ninguna distribución entre el trabajo y el capital como factores de producción.

Las relaciones de empleos en los casos en que existan se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales.

⁴ DANE (2001) *Economía Informal*.

De acuerdo con esta definición, en Colombia el DANE clasifica como trabajador informal a quien satisface algunas de las siguientes características: informal asalariado o patrón de microempresas (menos de 10 trabajadores), trabajador por cuenta propia no profesional, ni técnico, trabajador que presta servicio doméstico o ayudante familiar sin remuneración. Además de estos criterios de informalidad, es importante resaltar que los trabajadores informales, bien sea por el carácter no regulado del negocio al que pertenecen o por su pequeña escala, no tienen las ventajas laborales o personales que están asociadas a un contrato formal, seguridad social y pensional. Por otra parte, no tienen usualmente posibilidades de hacer una carrera laboral ni de obtener compensaciones extrasalariales (primas, cesantías, horas extra, vacaciones renumeradas, incentivos, etc). Tampoco se garantizan condiciones mínimas de seguridad laboral e higiene en el trabajo. Además el comercio informal genera usualmente bajos ingresos monetarios, una proporción muy importante de los empleados de este sector reciben ingresos inferiores al salario mínimo.

Sin embargo, no todas las ventas generadas en el denominado sector informal son precarias, pues existen negocios pequeños altamente productivos. Más aún, algunos de estos pueden cumplir plenamente con las normas y regulaciones que la ley determina..

Por otra parte se muestran algunas de las muchas características que diferencian el sector informal del sector formal:

Facilidad de entrada a los mercados, lo cual determina que el ingreso sea la variable de ajuste.

- Uso intensivo de mano de obra y escaso capital de trabajo.



- Escasa productividad y bajo nivel de ingresos.
 - Bajo nivel de calificación de los ocupados y baja división del trabajo.
 - Jornadas y ritmos del trabajo dependiente del ocupado y no del régimen laboral vigente.
-
- Predominancia de subcontratación en la producción y de baja tecnología.
 - Nula división entre capital de producción y de reproducción.
 - Dependencia de recursos locales.
 - Baja presencia de trabajo asalariado y una alta concentración de trabajo familiar.
 - Baja cobertura en seguridad social.
 - Bajo nivel de escolaridad y capacitación⁵.

⁵ DANE (2000) Resolución Sobre las Estadísticas del Empleo en el Sector Informal

1.3 Clasificación de la actividad informal

A pesar de que la diversidad de bienes y servicios distribuidos por los venteros de las calles, desafía, en un principio, cualquier clasificación, desde el punto de vista económico puede intentarse una primera distinción gruesa de los mismos.

a). Las ventas de productos de consumo inmediato y de servicios:

Productos para el consumo inmediato: Frutas (finas y de estación); comestibles (elaborados “ in situ” tales como crispelas, papitas, chuzos y fritos en general o preelaborados, obleas, hastías, arequipe, pasteles, tortas fritas, etc); bebidas y refrescos; paletas y helados; cigarrillos vendidos solos o en combinación con golosinas de otro tipo, etc.

Servicios: Loterías; chance; de diversión y esparcimiento (juegos,adivinos y horóscopos, saltimbanquis, culebreros).

Personales: lustrabotas, fotógrafos, servicios de pesada);

Reparación: limpieza de relojes y alhajas, reparación de zapatos, de ollas y sombrillas, afiladores, plastificación de documentos)

Otros: vigilantes de vehículos y aun amanuenses y tinterillos).

b) Las ventas de víveres y manufacturas: Las de víveres comprenden básicamente los granos y alimentos preelaborados, las legumbres y “verduras” y aun las carnes

(pescado sobre todo). Extendidas al mercado al descubierto. Las de manufacturas cobijan; prendas de vestir y calzado, artesanías de cuero, madera y mimbre, cerámicas y vidrios; baterías metálicas y plásticas para el hogar, libros, prensa y revistaría; tarjetas de papel y similares; discos y cassetes; juguetería; aparatos eléctricos pequeños (radios, grabadoras, pasacintas etc) quincallería y ferretería entre otros).

Esta diferenciación remite a una distinción previa basada en la tecnología de su prestación más precaria para las primeras, menos precarias para los segundos, que se manifiesta, a la vez en las características de la demanda y la oferta.

La demanda se desdobra primeramente entre pasiva y activa. La primera procede del transeúnte, la segunda del cliente. El uno es un comprador pasivo; está en la calle por otra razón pero termina cediendo a la insistencia del vendedor ambulante que lo persigue o a la seducción de las mercancías que el ventero estacionario exhibe a su paso.

El otro es comprador activo: Se encuentra ahí para comprar y busca para ella al ventero estacionario. Esta división se corresponde a la vez con una diferenciación social de los demandantes; transeúntes de todas las clases que se detienen para comprar productos de consumo inmediato (frutas, comestibles, bebidas, cigarrillos) clientes de clases populares que se abastecen regularmente en víveres y manufacturas de los venteros callejeros.

Las aceras de nuestra ciudad, como las del resto de América Latina ven surgir en ellas dos tipos de ventas callejeras: las de víveres y manufactura, de un lado, destinados al abastecimiento regular de las clases más populares, se agolpan en zonas que funcionan objetivamente como grandes centros minoristas al descubierto, dotados de sus “departamentos” de granos, legumbres, vestuarios y calzado, cacharrería, quincallerías, etc.

Las de productos de consumo inmediato y de servicios, en segundo lugar, ofrecidos, aquí y allá, en sitios privilegiados para el paso de transeúntes vía hogar, trabajo. Las primeras suponen una necesidad social imperiosa: la del abastecimiento de las familias populares a bajos precios. Son uno de los eslabones de la red de distribución minorista de víveres y manufacturas.

Los venteros, empujados por el desempleo, terminan por convencer a los peatones de todas las clases sociales, de su oportunidad y de la facilidad de procurárselos a su paso. Por ello pueden ser utilizados a veces, caso de los cigarrillos de contrabando, del chance, de las golosinas y confiterías, por grandes capitales legales o ilegales” para abrir nuevos mercado”, a costa de remuneraciones que debido a la carencia de barreras a la entrada resultan ser irrisorias⁶.

⁶ WWW.Banrep.gov.col/blavirtual/letra-e/ensayoecono/.

1.4 Grado de informalidad

Otro aspecto preocupante sobre las ventas callejeras, es el significativo incremento de vendedores al interior de los buses, los cuales en muchos de los casos son niños menores de edad que ofrecen dulces, galletas y otros productos incomodando a los pasajeros en el transcurso de sus viajes, hasta el punto de que algunas empresas transportadoras han sacado circulares prohibiendo el ejercicio de dicha actividad, para así de esta manera, prestar un mejor servicio. A nuestro criterio, consideramos que existiendo factores fundamentales que ocasiona la proliferación de las ventas informales en Barranquilla, la recesión económica que golpea a nuestro país, por la aplicación del modelo neoliberal y los flujos migratorios hacia la ciudad.

Por otra parte se encuentra una nueva modalidad de empleo informal en Barranquilla y sus alrededores.

- Mediante circular externa No. 0005 del 30 de Marzo del 2004 se informo a los alcaldes municipales, distritales, metropolitanos y organismos de transito, que ante lo evidencia de la proliferación de servicios de transporte terrestre de pasajeros en equipos denominados moto taxis, bici taxis y moto triciclos deberían adelantar inmediatamente las acciones que le corresponden como autoridad de inspección, vigilancia y control en su jurisdicción tendientes a erradicar a través de diversas medidas de carácter objetivo y/o subjetivo ese servicio ilegal. Este nuevo medio de transporte trae como resultados:
 - Ausencia de valores agregados.
 - Informalidad
 - Bajo niveles de operatividad
 - Desnaturalización del sector

Esta sobre oferta del servicio de moto taxis, bici taxis y moto triciclos al operar sin restricciones se constituye en una gran competencia desleal para las empresas de transporte legalmente establecidas. Aunque no se niega el carácter social de la informalidad de estos medios de transporte y los beneficios para quienes lo llevan a cabo se hace necesario reglamentarlo ya que genera caos en las vias del a ciudad.

1.5 Tipo de Instalaciones

Maletas portátiles donde almacenan pocas mercaderías, lo que les permite movilizarse rápidamente. Regularmente son los más perseguidos por las fuerzas del orden público. Algunos se desplazan a lugares específicos



(oficinas, fábricas) donde logran conquistar una clientela relativamente estable.

- Tableros en madera, forrado con tela, adaptados para exhibir artículos de pequeño volumen y de fácil movilidad..
- Puestos de piso: son de tela o cartón, generalmente colocados en el piso, donde se exhiben los productos. Son de fácil instalación y repliegue.
- Carretas: medio de transporte impulsado por el comerciante, generalmente en madera, con manubrio y dos bases fijas para estacionarlos.
- Triciclo; medio de transporte de tracción humana, de pedal, elaborado en madera y metal, con caja para guardar el dinero de las ventas. Los comerciantes se desplazan en un amplio radio espacial para aprovechar las oportunidades que genera el mercado.
- Puestos fijos: sitio de trabajo fijo con utilización permanente del espacio público, elaborado con cajas de cartón, madera o plástico, Se distinguen también en este medio los catres elaborados en lona con bases plegables en madera, para facilitar su instalación y desmonte al final de la jornada laboral. Se distinguen dos clases: los que están totalmente desprotegidos y expuestos a la intemperie, y los protegidos con plásticos o lonas, con bases en madera o soportes metálicos, dando una pésima imagen a la ciudad.
- Vitrinas y casetas móviles: esta modalidad de comercio semi estacionario permite desplazarse al comienzo y final de la jornada, y almacenar mercadería de pequeño volumen. En las horas nocturnas son ubicadas en parqueaderos, bodegas o zaguanes de casas viejas o edificios, pagando por ello un arriendo diario.

- Toldos: con estructuras en madera o bases metálicas, techos en lona, madera, lámina o plástico, no permiten el almacenamiento de productos. Sin embargo, los comerciantes se agrupan por sectores para pagar vigilancia nocturna por el cuidado de la mercadería previo almacenamiento en cajas seguras.
- Caseta fija (para ejercer actividades de comercio en forma estacionaria y permanente): elaboradas en lámina de acero inoxidable, pintadas con los colores distintivos de Santa Fe de Bogotá, debido a un acuerdo entre el Distrito Capital y los comerciantes estacionarios para uniformizar y preservar la estética urbana. Estas casetas, en su mayoría ancladas al piso, permiten almacenar productos en un mayor volumen y pagan vigilancia nocturna privada en forma solidaria. Los comerciantes son desplazados únicamente cuando se emprenden operativos policiales. Generalmente trabajan con la complacencia de otras autoridades locales.
- Módulos (para ejercer actividades de comercio en forma estacionaria): resultado de programas de reubicación emprendidos por el gobierno Distrital, los módulos han sido construidos por el Fondo de Ventas Populares, caracterizados por su uniformidad en cuanto a estructura, tamaño, color y por la organización de los comerciantes. En su caso, la utilización del espacio público se encuentra reglamentada temporalmente y sus usuarios pagan una cuota de arriendo que oscila entre los 6 y 7 dólares al mes. Además, tienen energía y alcantarillado de uso legal y se encuentran ubicados en corredores comerciales peatonales.

- Locales en centros comerciales (para ejercer la actividad del comercio en forma estacionaria semi formal): son producto de reubicaciones decididas por el gobierno Distrital a través del Fondo de Ventas Populares, o por iniciativa propia de los interesados, con el objetivo de eliminar el uso indebido del espacio público. Se ubican puestos y casetas en edificios construidos o adaptados para tal fin.
- Con base en la anterior caracterización se deduce que el estatus social del comerciante informal está vinculado a los medios de trabajo utilizados, distinguiéndose, en consecuencia, tres estratos sociales básicos en escala
- Vendedores semi estacionarios: su inversión es superior con respecto a la del comerciante ambulante; al adquirir un sitio fijo de trabajo detentan derechos por posesión y dominio del espacio público utilizado.
- Vendedores estacionarios: dentro del sector informal son los que poseen mayor estabilidad e inversión y, por consiguiente, un mejor estatus social.

1.6 COMERCIO FORMAL E INFORMAL

El sector formal, es aquel compuesto por personas provenientes de empresas sistemáticas organizadas que poseen todas las garantías de protección como seguro social, liquidación de primas, salario, recibiendo ingresos acorde a la mano de obra calificada desde el punto de vista de la fuerza de trabajo asalariada (obreros y empleados privados, obreros y empleados de gobierno).

El sector informal, es aquel para el cual su acceso es relativamente fácil para los recién llegados; los negocios de este sector utilizan en su mayoría materiales nacionales y son de propiedad familiar; operan en pequeñas escalas, en mercados no reglamentados y competitivos y utilizan una tecnología adaptada y de gran densidad de obra; sus trabajadores han adquirido sus calificaciones fuera del sector oficial.

El sector formal esta integrado por empresas de diversos tamaños, que cuentan con los recursos administrativos, legales y financieros.

El sector informal lo conforman los trabajadores por cuenta propia los cuales se dedican a trabajar en cualquiera actividad en forma independiente las cuales no están sometidas a ningún tipo de subordinación patronal, ni a ninguna norma laboral, sus ingresos no están determinados por un salario fijo, sino que este muchas veces es variable.

A partir de estos conceptos podemos determinar ventajas y desventajas en ambos sectores:

VENTAJAS

Dentro de las ventajas que ofrece el comercio informal podemos citar las siguientes:

- Precios más bajos que en el comercio formal.
- Posibilidad de regatear el precio.
- Lugar accesible para realizar las compras

DESVENTAJAS.

- Falta de garantía en los productos y servicios
- Se pueden encontrar productos robados o piratas.
- Instalaciones inadecuadas.
- Falta de higiene
- Única forma de pago: efectivo

El comercio formal es el comercio que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes.

El comercio formal en relación con el comercio informal presenta diversas ventajas dentro de las que se pueden mencionar.

- Garantías en los productos que se afectan.
- Instalaciones adecuadas
- Diversas formas de pago
- Está amparado por la ley.

1.7 HETEROGENIDAD EN TEORIA INFORMAL

“La informalidad gana en el sector alimenticio, la preferencia de los consumidores por las compras en establecimientos ambulantes disminuyó 8 puntos porcentuales desde mayo de 2001. Aún así las cifras manejadas por la Asociación Nacional de Supermercados y Afines reflejan que 52% de las ventas de alimentos en el país se realizan a través del comercio informal, que agrupa cerca de 75% de los trabajadores en esa área”.

A pesar de que la informalidad sigue liderando las ventas, la competencia generada entre este grupo y el sector formal ha equilibrado los precios. La tendencia registrada en el mercado de alimento durante el primer trimestre, cuando los vendedores informales acapararon 60% de la demanda, se ha revertido. José Dinis De Sousa, presidente de la asociación, explicó que hoy es posible que los consumidores compren en las grandes cadenas al mismo valor que en los puestos de la calle. “Esto se produce debido a la conjugación de diversos factores, entre los cuales destaca el desarrollo de estrategias especiales

destinadas a recuperar los nichos de mercado que giran entorno a los precios bajos.

En algunos sectores de la academia predomina la opinión de que en la nueva economía global de la seguridad alimentaria dejó de ser importante desde el punto de vista de garantizar en cada país la producción de una canasta básica de bienes orientarse más bien hacia la generación de los ingresos que le permitan a los ciudadanos acceder a los diferentes bienes a través del mercado”.

Pero debido a la heterogeneidad de agentes y productos, no siempre se está frente a esos esquemas de autocontrol y autorregulación privada de manera que, con frecuencia, los oferentes están mejor informados que los consumidores pueden tener percepciones equivocadas sobre los riesgos de consumidor determinados alimentos. En esas condiciones, la calidad de los alimentos y la información acerca de ella adquieren las características de un bien público y el estado debe intervenir para superar esas deficiencias de los mercados. Sin duda, los mercados de alimentos en Colombia, a pesar de su modernización progresiva, cuenta con una fracción todavía importante de la manufacturas y de la distribución que funciona dentro de esquemas de informalidad, que no disponen de los medios y tampoco valoran los atributos de la calidad debido a la percepción que existe sobre el negocio y la clientela que normalmente atienden, la cual no ejerce presiones por demandar esos atributos que carece de la información o no está dispuesta a pagarlos.

En definitiva, los nuevos enfoques sobre salud y las exigencias de la economía global requieren del estado una acción más decidida generando esos bienes públicos que se suelen subestimar en sus consecuencias sobre la productividad y la competitividad⁷.

1.7 INFORMALIDAD COMO PROBLEMÁTICA EN COLOMBIA

La informalidad nace en Colombia básicamente por la incapacidad del sector formal de generar suficientes empleos. Esto se puede ver claramente cuando la economía entra en auge; en estos periodos la informalidad disminuye, ya que en la mayoría de los casos no es vista como una opción laboral real sino como una posibilidad frente al desempleo; por tanto, cuando este empieza a ceder, los individuos comenzaran a trasladarse hacia el sector formal. Apesar de este comportamiento del sector, los ingresos percibidos por aquellos que lo conforman tienen una relación directa con los vaivenes de la economía, es decir, en la medida en que la economía este en auge, el ingreso de los informales aumentara como consecuencia de la disminución del excedente de mano de obra, ya que por estar en auge se han generado mas puestos de trabajo formales, lo que disminuirá el tamaño de la población dispuesta a emplearse informalmente, generando así un aumento del salario del sector.

⁷ WWW.encolombia.com.

Desde la crisis económica que empezó en 1996, lo que más de ha preocupado a la población colombiana ha sido el empleo, lo cual es más que justificable debido a que es la fuente de ingresos para su manutención y la de su familia. Pero hay que tener en cuenta una variable, la tasa de informalidad, es decir, el porcentaje de ocupados que pertenecen al sector informal, conformado por quienes se dedican al servicio doméstico, trabajadores familiares sin remuneración, trabajadores independientes que no son profesionales, ni técnicos, obreros o empleados particulares que laboran en empresas de diez o menos empleados y patronos con empresas de diez o menos empleados.

Los ingresos de la población dedicada a la economía informal en muchos casos no llegan ni a medio salario mínimo, por lo tanto no les alcanza para cubrir siquiera las necesidades básicas.

Según la encuesta Nacional de hogares (ENH) realizada por el DANE, en el mes de Junio cada dos años, la tasa de informalidad registrada en junio de 2000 es del 60%, la mayor desde 1992.

De acuerdo a otros informes realizados por el (DANE) hasta septiembre el desempleado alcanzó una tasa de 20.5% cuando un año antes por la misma fecha, fue del 20.1%.

Este flagelo de la economía, que a marzo presentó un índice del 20.3% y en junio del 2000 afecto tanto a empleados como a los trabajadores de los siete principales capitales metropolitanas que conforman Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla,

Bucaramanga, Manizales, Pasto y Cartagena y contribuyó a lanzar a miles de personas a la informalidad.

El DANE destaca que, en junio, 60 de cada 100 ocupado laboran en el sector informal de la economía. Esta proporción en junio de 1998, fue de 54.7%, lo que indica el grado de crecimiento en la informalidad del país⁸.

Las actividades económicas informales son una alternativa que sume a las personas en una dinámica de inestabilidades e incertidumbres alrededor de las posibilidades de satisfacción de sus necesidades más básicas. Por ese motivo, también se hace necesario estimular las distintas formas de asociatividad y economía solidaria, desde las cuales se facilite la participación en los encadenamientos productivos de la región, de quienes se ven relegados a moverse en la informalidad⁹.

La informalidad en la economía Colombiana genera diversas formas de autoempleos e ingresos. Sin embargo, alguna de sus manifestaciones riñen con las normas establecidas por las instituciones del Estado. Una de las expresiones más visibles de la informalidad es el comercio urbano callejero que opera como canal de comercialización directo hacia los consumidores. En esta forma, moviliza altos volúmenes de mercaderías, dinamiza el circuito económico y utiliza para sus fines el espacio público. Las pocas oportunidades de empleos a su alcance están relacionadas con oficios que exigen poca o ninguna calificación y experiencias.

⁸ Fuentes Estadísticas del DANE

⁹ Fuente DANE (2003)

Entre las principales causas identificadas que generan un flujo permanente de personas hacia actividades informales son:

Migraciones de población campesina hacia las ciudades generadas principalmente por, violencia, política, guerrilla, extorsión, secuestros, paramilitarismo y narcotráfico.

Migraciones entre ciudades impulsadas por: violencia urbana e inseguridad, costos de vida elevados en los sitios de origen.

Carencia de recursos familiares para financiar la educación y la formación laboral.

Tradicción de familia en el desempeño de actividades informales.

Modernización de las empresas públicas y privadas, lo cual ocasiona despidos masivas.

Esta situación les induce a emprender actividades de “rebusque” con el animo de incrementar sus ingresos, y que posteriormente, constituirán su principal fuente de ingreso. Otra razón motivadora para emprender el comercio informal es la facilidad de incursionar en esta actividad, por los bajos requerimientos en capital y los mínimos conocimientos técnicos que exige¹⁰.

¹⁰ Oitandina.org

CAPITULO II

2. UBICACION DEL PROBLEMA DE LA INFORMALIDAD EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.

El sector informal en general, no es un fenómeno reciente en Colombia, su importancia se ha incrementado en los últimos años, a causa de los reconocidos aportes socioeconómicos que este sector ha aportado principalmente sobre el empleo. El sector informal específicamente el comercio informal juega un papel importante dentro del andamiaje económico de la ciudad de Barranquilla, debido a que nutre al sector formal de la economía de fuerza de trabajo, mediante su reproducción y además sirviendo como estrategia de supervivencia para aquellas personas que no logran conseguir empleo en la estructura formal de la economía; es decir, el comercio informal absorbe una gran porción de aquella fuerza laboral que queda desocupada en época de recesión económica, ya que este sector no impone barreras de entrada difíciles de superar, debido a que no se requiere de mucho capital físico ni financiero ni un nivel de educación especializado para ejercer esta actividad.

En contraste con lo anterior se entiende que el crecimiento significativo del comercio informal, especialmente las ventas ambulantes y estacionarias en las

zonas céntricas y del mercado de la ciudad, causan un malestar social que genera un impacto negativo en el normal desarrollo económico e institucional del distrito, desde el punto de vista urbanístico, de comercio formal y de las autoridades municipales uno de los problemas que produce la proliferación de las ventas estacionarias y ambulantes a nivel urbano hace referencia a la ocupación del espacio público, el cual ocasiona congestión en las vías, obstruyendo el tránsito vehicular y peatonal y trayendo consigo problemas de desorden e indisciplina social. A pesar que con la creación de EDUBAR S.A. Se han logrado recuperar las vías importantísimas como son las calles 30 y 34 entre carreras 38 a la 46, no se vislumbra todavía una solución definitiva para este problema en el corto plazo.

Igualmente, la falta de conciencia social y de un bajo nivel cultural que presentan la mayoría de las personas dedicadas a las ventas callejeras, genera una precaria situación de higiene e insalubridad por la no recolección de basuras en forma correcta, creando focos de infección que facilitan la presencia de enfermedades epidémicas que afectan tanto a oferentes como demandantes.

Otro de los aspectos negativos que conlleva a la proliferación del comercio informal en el Distrito de Barranquilla, es la existencia de una especie de "monopolio" de la gran mayoría de los puestos de ventas estacionarias, pues existen algunas personas que alquilan o dan a trabajar a terceros estos puestos en forma ilegal y en condiciones no favorables para el buen desempeño del oficio:

carencia de asistencia de salud y pensión, explotación de la fuerza de trabajo y bajo nivel de ingresos.

2.1 MEDIDAS Y ACCIONES APLICADAS A LOS VENDEDORES EN MATERIA DE REUBICACIÓN POR PARTE DE LOS ORGANISMOS Y ENTIDADES DISTRITALES.

De conformidad con el artículo 82 de la Constitución Política, la integridad del espacio público y su destinación al uso común, son conceptos cuya protección se encuentra a cargo del Estado, precisamente por la necesidad de asegurar el acceso de todos los ciudadanos al goce y utilización común e indiscriminada de tales espacios colectivos.

El tema del espacio público, a partir de la Constitución de 1991, adquiere una clara connotación constitucional que supera los criterios del derecho administrativo y civil, previamente delimitadores de la noción y su contenido y de las atribuciones de la autoridad en cuanto a su manejo y tratamiento en la legislación.

Para comprender la esencia de lo anteriormente mencionado, debe entenderse por espacio público, en virtud de la ley 9ª de 1989 sobre reforma urbana, el "conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza y por su uso o afectación, a la

satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses individuales de los habitantes."

Esta definición, amplía conceptualmente la idea de espacio público tradicionalmente entendida en la legislación civil (Artículos 674 y 678 C.C.), teniendo en cuenta que no se limita a reducirla a los bienes de uso público (calles, plazas, puentes, caminos, ríos y lagos) señalados en la mencionada legislación, sino que extiende el alcance del concepto a todos aquellos bienes inmuebles públicos, que al ser afectados al interés general en virtud de la Constitución o la ley, están destinados a la utilización colectiva.

En otras palabras, lo que caracteriza a los bienes que pertenecen al espacio público, es su afectación al interés general y su destinación al uso directo o indirecto en favor de la colectividad, razón por la cual no pueden formar parte de esta categoría, aquellos bienes que son objeto de dominio privado de conformidad con lo establecido por la ley, ni aquellos que son del pleno dominio fiscal de los entes públicos, (bienes "privados" del Estado). Ahora bien, en el uso o administración del espacio público, las autoridades o los particulares deben propender, no sólo por la protección de la integridad del mismo y su destinación al uso común, sino también, atendiendo el derecho a la igualdad de todos los ciudadanos, por facilitar la adecuación, diseño y construcción de mecanismos de acceso y tránsito, que no solo garanticen la movilidad general, sino también el acceso a estos espacios, de las personas con movilidad reducida, temporal o

permanente, o cuya capacidad de orientación se encuentra disminuida por edad, analfabetismo, incapacidad o enfermedad.

El trastorno del espacio público ocasionado por un particular o por la actuación de autoridades no competentes, puede llegar a vulnerar no sólo derechos constitucionales individuales de los peatones, y aspiraciones colectivas de uso y aprovechamiento general, sino también la percepción de la comunidad respecto de las áreas a las que tiene acceso libre y a las que no lo tiene. En efecto, algunos estudios y estadísticas sugieren que los actos de perturbación que ocurren en un sitio público, posiblemente afectan a miles de personas por hora. Los ciudadanos, entonces, a mayor desorden en las áreas comunes, tienen la tendencia de disminuir su acceso a ellas, generando en consecuencia un detrimento de esas mismas localidades y una disminución en su utilización por parte de la sociedad en general. Esas situaciones como consecuencia, crean la necesidad de cerrar establecimientos de comercio y de trasladar los lugares de trabajo de muchas personas, en razón de la complejidad que adquieren tales zonas, el difícil acceso a ellas, al parqueo, e incluso el favorecimiento de actividades ilícitas. Adicionalmente, las repercusiones pueden ser no sólo colectivas, sino también privadas, y acarrear la vulneración del derecho a la libertad de locomoción de los transeúntes al cual alude el artículo 24 de la Carta, en cuanto se impide a las personas transitar en espacios que, por su carácter público, deben ser accesibles para todos los miembros de la comunidad en igualdad de condiciones. También se puede infringir el derecho a la seguridad personal de los peatones y vehículos que se sirven de esos bienes públicos que son las vías, parques, aceras, etc. y el muy

importante interés de los comerciantes aledaños que no solamente pagan sus impuestos, utilizan los servicios públicos domiciliarios y cumplen la ley, sino que también representan una actividad económica garantizada igualmente por la Constitución (art. 333 y ss. C.N.) y, como si fuera poco, dan trabajo y son el resultado de esfuerzos personales a veces muy prolongados.

Hay que tener claro, que el orden en los espacios abiertos, como calles y parques, debe ser un valor social por excelencia que genera confianza, respeto y tranquilidad en la comunidad, porque contribuye a mejorar las condiciones de vida urbana y a neutralizar, así sea en mínima parte, las agresiones propias de una gran ciudad (visuales, auditivas, de tránsito, de seguridad, etc.). Es por ello que algunos doctrinantes sostienen que, el "atributo básico de una ciudad exitosa es que una persona pueda transitar libremente por las vías públicas y además pueda sentirse personalmente segura en las calles, entre todos los ciudadanos que transitan en ella.

En ese orden de ideas, las reglas diseñadas para la preservación del espacio público, desde que sean razonables, no pueden ser consideradas como un impedimento para la libertad de las personas sino la base misma de esa libertad, extendida y articulada para todos.

En consecuencia los ciudadanos deben sujetarse a los mandamientos constitucionales y legales que regulan el debido aprovechamiento del espacio público, como parte de su responsabilidad con la comunidad y de sus deberes constitucionales.

La Corte constitucional ha advertido, en consecuencia, la legitimidad de las conductas tendientes a tratar de proteger el espacio público y el legítimo interés de las ciudades, de proteger los derechos y los intereses de la colectividad y en especial de los peatones. Así las cosas, la función de regular el uso del suelo y del espacio público corresponde a una verdadera necesidad colectiva y, por tanto, no es apenas una facultad sino un deber de prioritaria atención, entre los que tienen a su cargo las autoridades.

ACTUACIONES DE LA POLICIA ADMINISTRATIVA RESPECTO AL ESPACIO PUBLICO

Los alcaldes están investidos de autoridad suficiente para disponer, en caso de ocupación, la restitución de bienes de uso público, de conformidad con el Código Nacional de Policía (artículo 132). También, tienen competencia para señalar restricciones en lo relativo a su uso por razones de interés común, sin que el razonable ejercicio de esta facultad represente desconocimiento de derechos o garantías constitucionales. Sin embargo, las actuaciones de la policía que bajo esas atribuciones se realicen, deben orientarse esencialmente a hacer realidad los mandatos constitucionales de protección de las personas residentes en Colombia en su vida, honra, bienes, creencias y demás derechos y libertades, en la búsqueda de la convivencia pacífica, la vigencia de un orden justo (artículo 2º) y en la prevalencia del interés general (artículo 1º).

"Una actuación desordenada e ineficiente de la administración, aunque el objetivo buscado con ella sea la Prevalencia del interés general sobre el particular, puede llevar a la generación de daños en virtud del mismo caos generado en la falta de previsión de las autoridades, que al salirse de su propio control, puede además de causar "perjuicio al interés colectivo, una violación de los derechos fundamentales de los asociados involucrados en tal situación." Por consiguiente, las autoridades no pueden apuntar a un solo objetivo en el momento en que se deciden a cambiar las condiciones que han generado ellas mismas, para el ejercicio de una actividad o para la ocupación de zonas de uso público, porque ellas son, por mandato constitucional, también las responsables de las alternativas que en este sentido se puedan desplegar para darle solución a los problemas sociales de sus propias localidades. En ese sentido no pueden buscar culpables solo en los usurpadores del espacio público sino en su propia desidia en la búsqueda de recursos efectivos en la solución de problemas sociales.

Comportamiento de la jurisprudencia constitucional colombiana frente a la ocupación del espacio público por vendedores informales.

La Corte Constitucional, para resolver algunos de estos conflictos, ha optado por buscar una fórmula de conciliación conforme a la cual la administración cumpla su deber de proteger el espacio público, sin que ello signifique desconocimiento del derecho al trabajo de las personas que resulten afectadas en los procesos de recuperación del espacio público. Por consiguiente, "ha ordenado que las autoridades respectivas implementen planes y programas que permitan la

coexistencia armónica de los intereses que colisionan, toda vez que tampoco se puede desconocer", como se verá, "el fenómeno social que conlleva esta economía informal". Es por ello que la Corte Constitucional se ha pronunciado en varias oportunidades, aplicando el principio de confianza legítima como mecanismo para conciliar, de un lado el interés general que se concreta en el deber de la administración de conservar y preservar el espacio público y, de otro lado, los derechos al trabajo e igualdad de las personas que ejercen el comercio informal.

Así las cosas, un detallado análisis de la jurisprudencia constitucional permite deducir las siguientes premisas:

a) La defensa del espacio público es un deber constitucionalmente exigible, por lo que las autoridades administrativas y judiciales deben ordenar su vigilancia y protección, según se explicó antes.

b) Quienes ejercen el comercio informal hacen uso de su derecho al trabajo, el cual también goza de protección constitucional. Claro que la actividad de los vendedores informales coloca en conflicto el deber de preservar el espacio público y el derecho al trabajo; y, hay algo muy importante, en algunas oportunidades se agregó que también habría que tener en cuenta la obligación estatal de "propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar", (Sentencias T-225 de 1992 M.P. Jaime Sanin Greiffenstein y T-578 de 1994 M.P. José Gregorio Hernández Galindo.)

c) Pese a que el interés general de preservar el espacio público prima sobre el interés particular de los vendedores ambulantes y estacionarios, es necesario, según la jurisprudencia, conciliar proporcional y armoniosamente los derechos y

deberes en conflicto. Por consiguiente, el desalojo del espacio público está permitido constitucionalmente, siempre y cuando exista un proceso judicial o policivo que lo autorice, con el cumplimiento de las reglas del debido proceso previo al desalojo y que se dispongan políticas que garanticen que los "ocupantes no queden desamparados porque estamos en un Estado Social de Derecho" (Sentencia T-396 de 1997 M.P. Antonio Barrera Carbonell).

d) De ahí que las personas que usan el espacio público para fines de trabajo pueden obtener la protección, a través de la acción de tutela, siempre y cuando se encuentren amparados por el principio de la confianza legítima con las condiciones que la jurisprudencia ha indicado. Es así como los comerciantes informales pueden invocar el aludido principio de confianza legítima, si demuestran que las actuaciones u omisiones de la administración anteriores a la orden de desocupar, les permitía concluir que su conducta era jurídicamente aceptada, por lo que esas personas tenían certeza de que "la administración no va a exigirle más de lo que estrictamente sea necesario para la realización de los fines públicos que en cada caso concreto persiga" (Sentencia T-617 de 1995 M.P. Alejandro Martínez Caballero).

Este principio de la confianza legítima se aplica como mecanismo para conciliar el conflicto entre los intereses público y privado, cuando la administración ha creado expectativas favorables para el administrado y lo sorprende al eliminar súbitamente esas condiciones.

2.2 ELEMENTOS QUE CONDICIONAN EL FENOMENO DE LA INFORMALIDAD

2.2.1 Desempleo

El desempleo en Colombia registró en el primer trimestre del 2005 una disminución del 1,9 por ciento en comparación con el primer trimestre del 2004. La Tasa de Desocupación (TD) disminuyó del 15,3% entre enero y marzo del 2004 al 13,4% entre enero y marzo del 2005. Es decir que el número de personas que permanecían sin empleo se redujo de 3.136.000 a 2.712.000 personas.

La tasa de desempleo de los jefes de hogar registró disminución de 2,3 por ciento, al pasar del 8,0% en el primer trimestre del 2004 a 5,7% en el primer trimestre del 2005. Del total de jefes de hogar, el 71,4 por ciento corresponde a hombres y el 28,6 por ciento a mujeres.

A pesar de que las cifras actuales de la tasa de desocupación han bajado en comparación con el mismo período del año anterior, se observa un incremento en la cantidad de personas cuya ocupación está centrada en el comercio informal en áreas urbanas de Barranquilla.

2.2.2 Migración

La crisis sociopolítica del país, cuya consecuencia genera un alto índice de violencia ha ocasionado el desplazamiento de la población campesina a la ciudad. El bajo nivel de escolaridad de esta parte de la población y las pocas fuentes de empleo formal, hacen casi que obligatorio buscar la manera de subsistir para

cubrir sus necesidades básicas, incrementándose el porcentaje de participación de la mano de obra en el sector informal.

2.2.3 Alta rentabilidad de la actividad informal

En el comercio informal la rentabilidad no está definida como una constante, ya que si bien es cierto que se evaden obligaciones tributarias, no hay carga prestacional, como tampoco compromisos de seguridad social, sus ingresos son muy variables, sujetos a la situación económica de la región y del país.

2.2.4. Evasión del tipo fiscal en el sector informal

En el desarrollo del comercio informal se presenta una evasión de la función reguladora y de legitimidad en las autoridades municipales competentes, principalmente por la evasión de impuestos, dejándose de percibir ingresos significativos, los cuales se podrían invertir en programas sociales; al mismo tiempo produce corrupción por la existencia de una excesiva tramitología en la adquisición de los permisos, pues es más conveniente y rentable para el vendedor sobornar al directivo de turno y así desarrollar sus actividades por fuera de la ley.

2.3 ZONA DE CONCENTRACION PREFERENCIAL DE LAS VENTAS ESTACIONARIAS EN EL DISTRITO DE BARRANQUILLA.

Las áreas donde se ubican los diferentes vendedores estacionarios del distrito central, los cuales se pueden derivar de la siguiente manera:

Zona 1: Comprendido por la calle 8 hasta la calle 30 entre kra.38 y 46

Zona 2: Determinada por las calles que van de la calle 30 a la 34 entre la kra.38 – 46

Zona 3: Limita con la zona 2 en la calle 34 y sus áreas se desplazan hasta la calle 38 entre iguales carreras.

Zona 4: Esta zona abarca el área de la calle 38 a la 45, entre las kra. ya mencionadas.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1. Análisis del diseño de la encuesta

Se tomó una muestra aleatoria de 384 almas en la zona comercial de la ciudad de Barranquilla. Se utilizó como herramienta un cuestionario para la obtención de datos en el cual analizamos el nivel socio económicos de los comerciantes encuestados, esto con el fin de determinar el nivel educativo, nivel de ingreso, el estrato y el barrio al que pertenece, el sistema de seguridad social y por cual razón realiza la actividad informal.

De las encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes datos:

1. El objeto era realizar el estudio a las 384 personas que cumplieran con ésta características.

GRAFICA 1. NUMERO DE PERSONAS ENCUESTADAS

Comerciantes informales	personas	Porcentaje %
Si	384	100
No	0	0
Total	384	100

Tabla N°.1

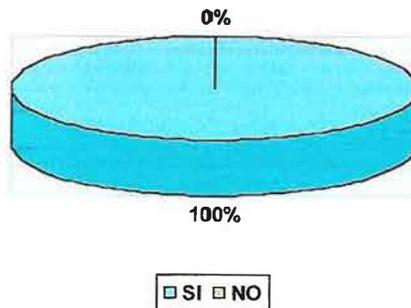


Gráfico N° 1

GRAFICA 2. RANGO DE EDADES

2. EDAD.

Los comerciantes informales encuestados oscilan entre las siguientes edades: menores de 20 años 0%, de 21 a 30 años 13%, de 31 a 40 años 47% y de 41 años en adelante 40%

EDADES	PERSONAS	PORCENTAJE %
MENORES DE 20	0	0
DE 21 A 30	51	13
DE 31 A 40	180	47
DE 41 EN ADELANTE	153	40
TOTAL	384	100

Tabla N°.2

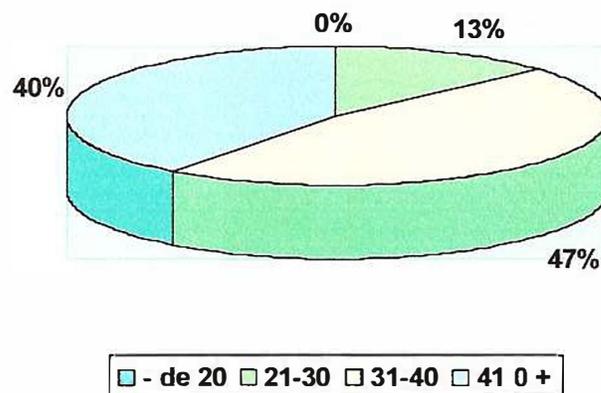


Gráfico N°2

GRAFICA 3. SEXO

SEXO. Fueron encuestados el 23% mujeres y el 77 % hombres

Sexo	Personas	Porcentaje %
Femenino	87	23
Masculino	297	77
Total	384	100

Tabla N°. 3

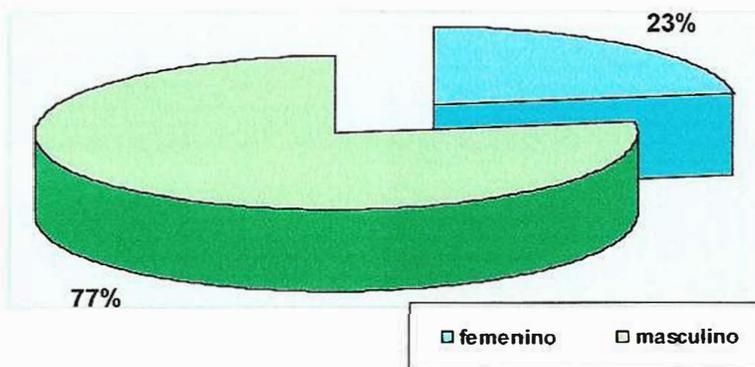


Gráfico N° 3

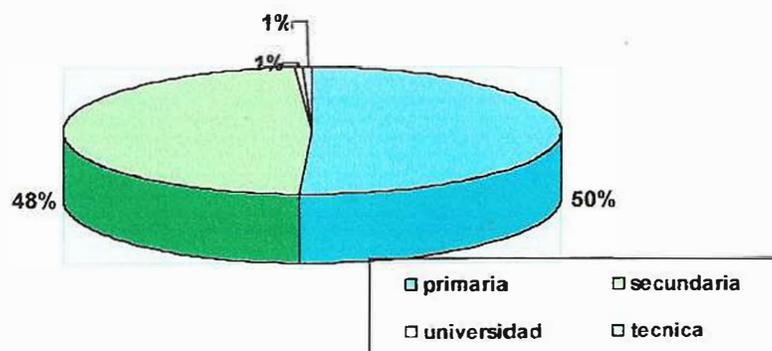
GRAFICA 4. NIVEL EDUCATIVO

EDUCACIÓN

De las personas encuestadas el 50% han llegado hasta la primaria, el 48 % secundaria, el 1% universidad y el 1% técnica.

EDUCACIÓN	PERSONAS	PORCENTAJES %
PRIMARIA	196	50
SECUNDARIA	185	48
UNIVERSIDAD	2	1
TÉCNICA	2	1
TOTAL	384	100

Tabla N°. 4



Gráfica N°4

GRAFICA 5. ESTRATO

El 65% es de estrato 1, el 29% pertenece al estrato 2, el 5% es de estrato 3 y por último el estrato 4 con 1%.

ESTRATO	PERSONAS	PORCENTAJE %
1	246	65
2	112	29
3	21	5
4	5	1
TOTAL	384	100

Tabla N°. 5

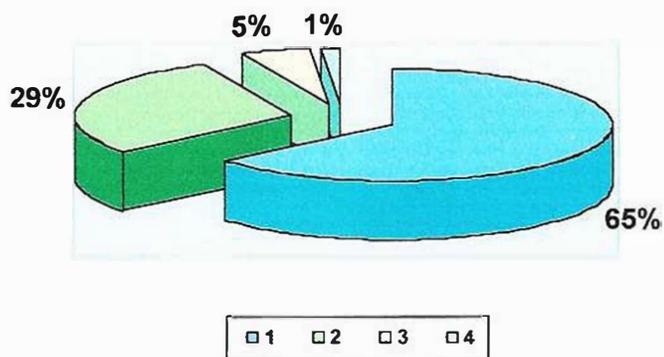


Gráfico N° 5

GRAFICA 6. AFILIADOS AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL

6. ESTA USTED AFILIADO A ALGÚN SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL?

De los comerciantes informales encuestados el 83% están afiliado a algún sistema de seguridad social y el 17% no tienen sistema de seguridad social.

SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL	PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	318	83
NO	66	17
TOTAL	384	100

Tabla N°. 6

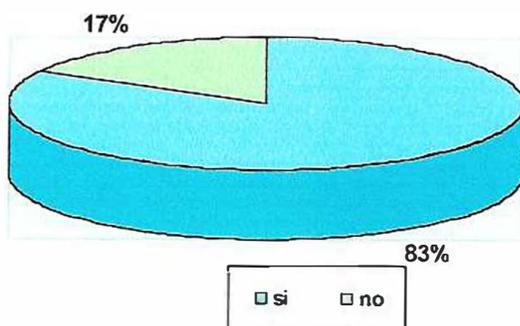


Gráfico N° 6

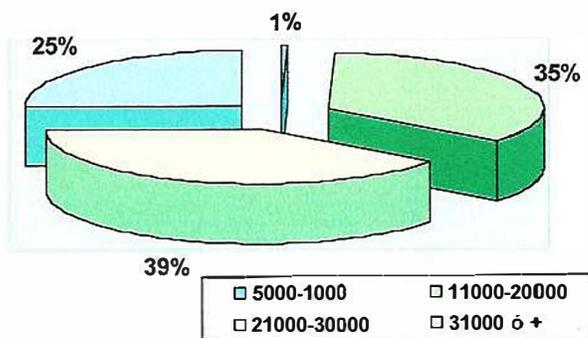
GRAFICA 7. INGRESOS DIARIOS DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

7. CUÁNTOS SON SUS INGRESOS DIARIOS?

De \$5000 a \$10000 1%, de \$11000 a \$ 20000 35%, de \$21000 a \$30000 39% y de \$31000 a más 25%.

INGRESOS	PERSONAS	PORCENTAJE %
\$ 5000 A \$10000	2	1
\$11000 A \$20000	135	35
\$21000 A \$30000	151	39
\$31000 A MÁS	98	25
TOTAL	384	100

Tabla N°. 7



Gráfica N° 7

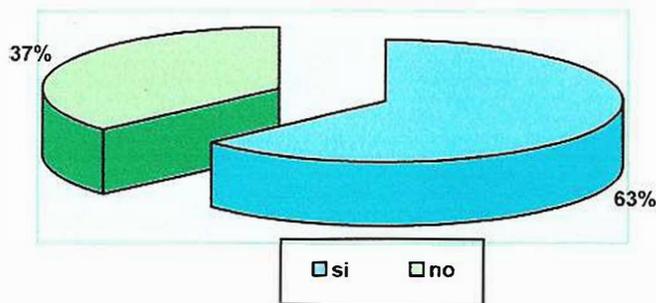
GRAFICA 8. GRADO DE SATISFACCIÓN

8. ESTÁ USTED SATISFECHO CON LOS INGRESOS RECIBIDOS EN ESTA ACTIVIDAD?

El 63% si y el 37% no.

SATIS. DE INGRESOS	PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	243	63
NO	141	37
TOTAL	384	100

Tabla N°. 8



gráfica N° 8

3.2 Análisis de resultado de la encuesta

el estudio realizado arrojó los siguientes resultados, de acuerdo a la investigación que se planteó de un 100 % de las personas encuestadas para determinar el análisis socio económico, los datos que mas resaltaron fueron el nivel de educación, la mayor parte de las personas que permanecen al sector informal poseen un grado de escolaridad bastante bajo, el cual no supera la educación básicas secundaria, la mayor parte viven en estratos bajos y se encuentran satisfechos con los ingresos recibidos en esta actividad.

PRESUPUESTO

ITEM	VALOR
PAPELERIA	\$ 200.000
TRANSPORTES	\$ 150.000
CONSULTA INTERNET	\$ 50.000
TRANSCRIPCIONES	\$ 180.000
FOTOCOPIAS	\$ 60.000
OTROS GASTOS	\$ 80.000
TOTAL	\$ 720.000

BIBLIOGRAFÍA

FUNDAMENTOS DE MERCADOTENIA PHILLIP KOTLER 4TA EDICIÓN 1998

LOS PRINCIPALES PERIÓDICOS DE LA CIUDAD: Tiempo (Bogotá), El Heraldo
(Barranquilla)

CHIAVENATO: Teoría de la Administración . Editorial Mc-Graw-Hill, Bogotá, 2000

DE SOTO: Roberto. El Otro Sendero Revista Dinero ;;

ARELLANO, Cueva Rolando. Comportamiento del Consumidor, Editorial Mac
Graw Hill. Pág. 2.

Internet:

www.google.com

www.altavista.com

www.oitandina.org.



9. CONCLUSIÓN

Es de vital relevancia para toda persona que profesionalmente se esta formando la satisfacción de los logros obtenidos a lo largo del proceso de investigación, por lo cual, todo conocimiento adquirido obliga a cada uno de nosotros a demostrar con hechos que lo aprendido tiene valor incalculable, ya que, la educación que recibimos representa el enlace hacia el desarrollo como personas integras para vencer el camino tan esquivo que viene en el futuro.

Dentro de este proyecto de grado, en cada punto desarrollado por cada uno de sus integrantes, encontramos que la pauta que marca un hito en el estudio se fundamenta en el planteamiento del problema, por que de allí surgen los interrogantes que se determinan como punto de partida para la que se debe tener una basta información ya sea de tipo primaria o secundaria que respalde el contenido intrínseco del proyecto. De aquí surgen también los objetivos quienes determinan el desarrollo de las actividades e investigaciones por ser quienes definen.

10. RECOMENDACIONES

En base al análisis de este proyecto determinamos que el Gobierno debe interesarse más en impulsar la creación de micro–empresas organizadas en un solo sitio, con mayores condiciones de distribución de los productos, que tengan un fácil acceso a los consumidores que se encuentran ubicados en la zona central, pues es donde hay mayor movimiento de personas, es decir, una edificación que cuente con buenas condiciones de higiene, o si son ventas de alimentos mantener el lugar limpio para que estos puedan ser consumidos con una mayor seguridad. Con estas mínimas condiciones se lograría superar en gran medida el problema de las ventas callejeras.

Por otra parte se le recomienda a los vendedores estacionarios y ambulantes, obtener de parte de las autoridades la licencia respectiva de funcionamiento para una mayor seguridad, respaldo a su negocio y para sí mismo.

- Localización en un sitio fijo para el desarrollo de su actividad
- Mayor organización del negocio. Llevar un tipo de sistema contable para así saber en cualquier momento la situación financiera de éste.
- Tratar de obtener la mercancía directamente de los fabricantes y no por medio de intermediarios, con esto obtendrían una mayor ganancia y más confiabilidad en los productos que se obtienen.

ANEXOS

CORPORACIÓN EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO
SIMÓN BOLÍVAR

CUESTIONARIO APLICADO A LOS COMERCIANTES INFORMALES
EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

1. Edad ____ Sexo _____ Lugar de nacimiento _____
2. Educación: Primaria: _____ Secundaria: _____
Universitaria: _____ Técnica _____
3. Barrio en que vive _____ Estrato: _____
4. Cuantas personas tiene a su cargo: _____
5. Está usted afiliado algún Sistema de Seguridad Social?:
Si: _____Cuál? _____ No: _____
6. La vivienda es: propia _____ Alquilada _____
7. El negocio es propio: Si _____ No _____
8. Por qué razón entró en este negocio: Desempleo _____
Necesidad de independencia _____
Otros: _____
9. Paga alquiler por el espacio urbano? Si _____ Cuánto? _____
No: _____
10. Han tratado de desalojarlo del espacio público que ocupa
Si _____ No _____
11. Cuántos son sus ingresos diarios?
5.000 - 10.000 _____
11.000 - 20.000 _____
21.000 - 30.000 _____
31.000 o más _____
12. Tiene otras fuentes de ingresos: Si _____Cuál? _____
No _____
13. Está usted satisfecho con los ingresos recibidos en esta actividad
Si: _____ No: _____