


Estructura de las ventas informales por parte de los vendedores del espacio público del centro histórico de la ciudad de Manizales en el año 2017

*Structure of informal sales by public space vendors of
the historic center of the city of manizales in 2017*

*Estrutura de vendas informais por vendedores
de espaço público do centro histórico
da cidade de manizales em 2017*

Edisson Castro Escobar¹  Francisco Cano Franco² 
Catalina Henao Carrillo³  Cristina Quintero Escobar⁴ 
Diego Oviedo Medina⁵  María Alejandra González Ocampo⁶ 

Recibido 16 de julio de 2018; aceptado 2 de febrero de 2019

Para citar este artículo:

Castro, E., Cano, F., Henao, C., Quintero, C., Oviedo, D., González, M.A., Anzola, R. & Botero, M.U. (2019). Estructura de las ventas informales por parte de los vendedores del espacio público del centro histórico de la ciudad de manizales en el año 2017. *Lúmina*, (20): 122-155. DOI: 10.30554/lumina.20.2548.2019

- 1 Investigador Universidad de Manizales, Centro de Investigaciones en Medio Ambiente y Desarrollo- CIMAD, Universidad de Manizales, carrera 9 Nro. 19-03 Manizales, Colombia.
ecastro@umanizales.edu.co - <https://orcid.org/0000-0002-7798-5050>
- 2 Investigador Universidad de Manizales, Centro de Investigaciones en Medio Ambiente y Desarrollo- CIMAD, Universidad de Manizales, carrera 9 Nro. 19-03, Manizales, Colombia.
fjcanofranco@umanizales.edu.co - <https://orcid.org/0000-0002-0730-1506>
- 3 Estudiante Maestría en Estudios Territoriales, Universidad de Caldas, transversal 22 No. 11 – 35, Sur Apto 606, Villavicencio, Meta.
arqaheca@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0002-5641-7003>
- 4 Estudiante Maestría en Estudios Territoriales, Universidad de Caldas, cra 18 # 39 a 05. Casa 16 a, Manizales, Caldas.
cristinaq.met@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0001-9243-2027>
- 5 Estudiante Maestría en Estudios Territoriales, Universidad de Caldas, calle 33b n 8 – 30, Palmira, Valle del Cauca.
metdiegom@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0003-0303-6933>
- 6 Estudiante Maestría en Estudios Territoriales, Universidad de Caldas, cra 23 #21-48, Villamaria, Caldas.
maleja.gocampo@gmail.com - orcid.org/0000-0003-1455-5448

Ramiro Anzola León⁷  María Úrsula Botero Escobar⁸ 

Resumen

En éste trabajo se revisó la composición del comercio informal que se desarrolla en el espacio público del Centro Histórico de la ciudad de Manizales, Colombia durante el mes de diciembre de 2017. El ejercicio fue sobre todo descriptivo bajo la intención de mostrar únicamente patrones, tendencias y estructuras de la actividad comercial; para esto se aplicaron diferentes técnicas como la observación participativa, la entrevista, la construcción de redes y sinergias sociales mediante redes egocéntricas, una reconstrucción del paisaje sonoro y de niveles de ruido por indicadores sonométricos y la representación cartográfica y geo-estadística del movimiento peatonal y vehicular, además se usaron algunas técnicas coremáticas para representar las dinámicas globales del comercio en función del entorno urbano del lugar. En los resultados se advierten una serie de hechos que aparentemente determinan la localización y dinamismo del comercio informal sobre la estructura del paisaje urbano que tienen que ver con problemas estructurales de la ciudad en material social y laboral, pero también con la configuración de sinergias de la actividad y las condiciones de centralidad que determinan los mayores flujos, velocidades, tensiones y relaciones propias del centro como núcleo estructurante de la ciudad.

Palabras Clave: Comercio informal; ventas callejeras; espacio público; centro histórico.

Abstract

In this work, the composition of the informal trade that takes place in the public space of the Historic Center of the city of Manizales, Colombia during the month of December 2017 was reviewed. The exercise was mainly descriptive with the intention of showing only patterns, trends and commercial activity structures; For this, different techniques were applied, such as participatory observation, interviewing, the construction of social networks and synergies through egocentric networks, a reconstruction of the sound landscape and noise levels by sonometric indicators and the cartographic and geostatistical representation of the pedestrian movement and vehicular, in addition some kinematic techniques were used to represent the global dynamics of commerce depending on the urban environment of the place. The results show a series of facts that apparently determine the location and dynamism of informal commerce on the structure of the urban landscape that have to do with structural problems of the city in social and labor material, but also with the configuration of synergies of the activity and centrality conditions that determine the greater flows, speeds, tensions and relationships of the center as a structuring core of the city.

Keywords: Informal commerce; street sales; public space; historic center.

7 Estudiante Maestría en Estudios Territoriales, Universidad de Caldas, avenida 6B Nte, Nro 35N-35, Cali, Valle.

ramiroanzola7@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0002-1773-484X>

8 Estudiante Maestría en Estudios Territoriales, Universidad de Caldas, calle Independencia 544, departamento 603, Miraflores, Lima, Perú.

mariauberu@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0003-4128-5471>

Resumo

Neste trabalho, foi revisada a composição do comércio informal que ocorre no espaço público do Centro Histórico da cidade de Manizales, Colômbia, durante o mês de dezembro de 2017. O exercício foi principalmente descritivo, com o objetivo de mostrar apenas padrões, tendências e estruturas de atividade comercial; Para isso, diferentes técnicas foram aplicadas, como observação participativa, entrevistas, construção de redes sociais e sinergias por meio de redes egocêntricas, reconstrução da paisagem sonora e dos níveis de ruído por indicadores sonométricos e representação cartográfica e geo-estatística do movimento de pedestres e veicular, além disso, algumas técnicas cinemáticas foram usadas para representar a dinâmica global do comércio, dependendo do ambiente urbano do local. Os resultados mostram uma série de fatos que aparentemente determinam a localização e o dinamismo do comércio informal sobre a estrutura da paisagem urbana, relacionada a problemas estruturais da cidade em material social e trabalhista, mas também com a configuração de sinergias da condições de atividade e centralidade que determinam os maiores fluxos, velocidades, tensões e relacionamentos do centro como núcleo estruturante da cidade.

Palavras-chave: Comércio informal; vendas nas ruas; espaço público; centro histórico.

JEL: E 26; F 16; F 24; J 64.

Introducción

Uno de los principales problemas que aqueja a la economía mundial es la informalidad laboral; ésta problemática no es nueva, ya que desde la década de los años sesenta del siglo XX se vienen adelantando mediciones mundiales de los impactos y consecuencias de este fenómeno, pero en la última década se han alcanzado **máximos histórico** que preocupan a la comunidad internacional. Tanto así, que en el último informe de la Organización Internacional del Trabajo – OIT (2019) se muestra que en el año 2018, más de dos mil millones de personas, lo que equivale al 61% de la población económicamente activa del mundo origina su sustento en la economía informal. Este mismo informe desagrega la informalidad por continentes, encontrando que en África el 85,8 % de los empleos son informales, en Asia y el Pacífico 68,2 %, en los Estados Árabes 68,6 %, el 40 % en las Américas y el 25,1 % en Europa y Asia Central. Adicionalmente, el informe muestra que 93 % del empleo informal en el mundo se encuentra en los países emergentes y en desarrollo.

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo –OIT (2019), la principal causa del empleo informal se asocia al incumplimiento de la legislación laboral por parte de las empresas, las cuales generalmente son pequeñas y/o corresponden a trabajadores de sectores independientes, o microempresas que no cuentan con ningún tipo de registro. De allí que, al

no alcanzar suficiente productividad aunado al contexto legal exigido, no pueden cubrir los costos de la formalización. Cómo lo muestran los análisis con enfoque neoliberal, que inscribe el origen de la economía informal en la intervención del Estado y las políticas de regulación que se impone hacia el mercado laboral. De aquí, que es el Estado es quien impone las políticas de contratación, por lo cual; los niveles de remuneración de los trabajadores comienzan a fluctuar en el juego de oferta y demanda, llevando a las empresas a buscar la informalidad por las cargas impositivas que se les imponen.

Según Rosenbluth (1994) la tesis estructuralista respecto a la situación del empleo, es un sustento en el que se inscribe, que el nivel de desarrollo económico a parte de condicionar la situación laboral de los trabajadores, incide en la magnitud y condiciones de vida del sector informal. En este sentido, hace una clasificación de los países Latinoamericanos basada en datos de la División de Estadística y Proyecciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL y del Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe - PREALC.

Publicaciones como las de Oliveira (1972), Kowarick (1977), Hoffman (1977) y Oliven (1980) consideradas como estudios clásicos sobre el trabajo informal en Latinoamérica desde el punto de vista estructuralista, precisan y argumentan que la existencia de salarios muy bajos se tiene como la primera causa de la informalidad laboral.

En el caso de Colombia se presenta un problema común, la ocupación indebida del espacio público para fines comerciales. Centenares de personas se ubican en calles, andenes, ciclo vías, franjas azules, parques, plazas y en general en cualquier lugar donde haya un tránsito continuado de peatones y vehículos para vender todo tipo de comidas, bebidas, ropas, accesorios, frutas y artesanías, entre otros. Esta ocupación del espacio público es una consecuencia directa de la situación social y económica que es más común en países preindustriales como Colombia. Uno de los motivos determinantes del alto grado de informalidad y la precariedad laboral que induce al comercio callejero son los problemas estructurales del mercado laboral, la alta concentración de la riqueza, las dificultades de productividad, la estructura de un sistema fiscal agobiante para la creación de nuevos negocios y el conflicto armado interno que ha vivido el país desde hace muchas décadas, generando expulsiones masivas de poblaciones rurales hacia las ciudades, condicionando la población al autoempleo y al denominado “*rebusque*” que es la materialización de las condiciones informales del empleo.

Esto hechos tienen un efecto colateral sobre la estructura del mobiliario urbano y los equipamientos colectivos, diseñados para el flujo peatonal y vehicular. Asimismo, se desarrolla en medio del conflicto por el uso del

espacio público y por dinámicas de competencia desleal que son mecanismos que a su vez incentivan el contrabando, el micro tráfico de drogas, la inseguridad, el deterioro urbano y exacerba la convivencia ciudadana, al tiempo que satura el sistema de gestión, mitigación y control institucional. No obstante, es un círculo vicioso que tiene asidero en la misma fragilidad de las instituciones para contrarrestar el problema, generando estímulos a la formalización y ecosistemas de emprendimiento en sectores que generen mayor valor agregado. Es allí donde se cuestiona la labor de la institucionalidad referente a la gestión del espacio público, en la medida que los mecanismos de mitigación han sido infructuosos, tales como la instalación de los módulos oficiales que se vuelven enclaves para legitimar la localización de más puestos informales. Además, se cuestiona el uso excesivo de la fuerza policial para atender problemáticas eminentemente sociales y económicas asociadas a la informalidad.

De este modo en la presente investigación se pretende identificar la estructura de las ventas informales por parte de los vendedores del espacio público del Centro Histórico de la ciudad de Manizales en el año 2017. Para esto se propuso caracterizar los vendedores, reconocer su percepción sobre la actividad comercial que desarrollan, establecer las sinergias y relaciones sociales y económicas que se producen en el espacio público. Igualmente, establecer relaciones con aspectos de deterioro urbano a partir de las condiciones de contaminación visual y auditiva y detallar las dinámicas de movilidad peatonal y vehicular.

El trabajo tiene como pregunta guía ¿Cuáles son las principales características que estructuran el espacio de las ventas informales en el Centro Histórico de Manizales? Además, se compone de cinco capítulos, en el primero está la introducción, en el segundo se describen algunos estudios que dan cuenta de las principales tendencias sobre el comercio informal en otros contextos globales y regionales. Posteriormente en el capítulo tres se describe la estrategia metodológica empleada para el levantamiento de la información y las técnicas de análisis. Luego, en el capítulo cuatro se desarrolla la sistematización de resultados y finalmente se presentan las conclusiones.

1. Aproximación conceptual al comercio informal

La informalidad laboral es un concepto que se trabaja desde principios de la década de 1970 y busca explicar fenómenos económicos de trabajo por fuera del sistema constituido. Indican Herzer, Di Virgilio, Rodríguez y Redondo (2008) que la informalidad representa a las sociedades que no se pueden integrar de manera efectiva con los modelos económicos y sociales. En este caso, el modelo capitalista de producción no tiene la capacidad de absorber la fuerza laboral que produce generando desequilibrios en el cir-

cuito económico local y afecta principalmente a la población más vulnerable en la escala social. Desde la perspectiva del estructuralismo económico, se puede enseñar que la informalidad, como lo expresa Castro, Ramírez y Serna (2018), surge por la deficiente legislación, excesivos gravámenes a las empresas constituidas, la baja cualificación de la mano de obra y problemas estructurales de la distribución de la riqueza como fallas del sistema económico.

La informalidad no solamente es una manifestación de las rupturas en el modelo económico global, también está permeada por las dinámicas sociales del país, las cuales generan marginalización de ciertos sectores de la población, aumentando la dificultad para el acceso al mercado laboral y en consecuencia, la disminución de oportunidades para conseguir un empleo en condiciones dignas. En este orden de ideas, Loayza (2004) define la informalidad como la disyuntiva que se genera en una sociedad que se enfrenta al crecimiento, pero al mismo tiempo es controlada de manera excesiva por la regulación del mercado. Conlleva lo anterior a condiciones de vida adversas para sus habitantes que se verán abocados a la informalidad, con precarios e insatisfechos servicios en salud, la educación y formación.

Al desarrollarse esta actividad en el espacio público, se generan impactos urbanos en la apropiación física del espacio, fenómenos que han sido estudiados, los cuales abarcan diferentes aspectos dada su complejidad y llegando a variadas conclusiones. Una de las dimensiones más analizadas tiene que ver con el impacto de su expansión en diversos sectores de la economía y su ubicación en lugares céntricos y de mayor actividad de las ciudades. En el continente americano se ha abordado desde diferentes perspectivas, ubicando la mirada en las problemáticas y relaciones entre el Estado, la sociedad, el comercio y la marginalidad.

Un estudio realizado en Ciudad de México (Vázquez, Medrano, Tapia y Barrios (2011) analizó el conjunto de representaciones que guían el conflicto entre los diversos actores sociales que compiten por la apropiación y el uso del espacio urbano. Se indica allí que la ocupación indebida es un fenómeno acelerado que adquiere importancia por los efectos que causa como resultado de la convivencia entre actores sociales que compiten por la utilización del suelo con diferentes propósitos sean estos institucionales, comerciales, residenciales, entre otros.

Cualquier práctica espacial que se realice, se puede hacer individual o como un sistema de acciones, definidas por Santos (2000) como flujos que dinamizan y transforman el espacio. Santos (2000) considera que el espacio se forma a partir de un sistema de objetos (fijos) que condiciona la forma en que se dan las acciones y un sistema de acciones que nos da un conjunto de relaciones de producción, creando objetos nuevos o realizándose sobre objetos preexistentes. (p. 54). Los fijos entendidos como

los propios instrumentos del trabajo y las fuerzas producidas en general, incluyendo la masa de hombres, y los flujos son el movimiento, la circulación, por lo cual explican los fenómenos de la distribución y del consumo, (Santos, 1996, p. 75).

Las relaciones de producción, son relaciones espaciales de producción, como lo aborda Massey (2012) quien considera el espacio como una construcción social, teniendo en cuenta que no pueden darse procesos espaciales sin contenido social, es decir no se puede separar lo espacial de lo social. (p. 99).

Santos (2000) nos dice que las acciones está subordinada a normas, escritas o no, formales o informales y la realización del propósito reclama siempre un gasto de energía. La noción de actuación se vincula directamente a la idea de praxis y las prácticas son actos regularizados, rutinas o casi rutinas que participan en la producción de un orden. Y que las acciones según Giddens (1978) citado por Santos, son la corriente de intervenciones causales y reales u observadas de seres corpóreos en un proceso continuo de acontecimientos en el mundo. No obstante Santos considera que las acciones son cada vez más ajenas a los fines propios del hombre y el lugar, y cada vez más adecuadas a los fines del capital global y de su reproducción en y a través del espacio. De ahí que Santos nos habla de la necesidad de operar una distinción entre la escala de realización de las acciones y la escala de su mando. (p. 68).

De igual forma Santos (2000) también nos dice que las acciones resultan de las necesidades, naturales o creadas. Esas necesidades: materiales, inmateriales, económicas, sócales, culturales, morales, afectivas, conducen a los hombres a actuar y llevan a funciones. Estas funciones, de una forma u otra forma desembocan en los objetos, realizados a través de formas sociales, que conducen a la creación y al uso de objetos, formas geográficas. (p. 70,71)

Debido a que un lugar se define como un punto donde se reúnen haces de relaciones, la nueva estructura espaciales puede darse sin que las cosas sean diferentes o cambien de lugar. Cada estructura espacial no es solo morfológica, sino también funcional, es decir cuando existen cambios en la morfología, junto a los nuevos objetos, creados para atender a las nuevas funciones, permanecen viejos objetos y cambian de función. El espacio es considerado en su conjunto redefine los objetos que lo forman, por ello el objeto geográfico está siempre cambiando de significación. (p. 80,81)

Massey (2012) plantea el espacio como una arena política, en el que las relaciones de poder no son reducibles únicamente a la de los poderosos sino que se visibilizan también en la ausencia del poder y en las aspiraciones a un poder colectivo y verdaderamente democrático. (p. 276)

En esta competencia se enfrentan sobre todo los vendedores informales, los comerciantes formales y el gobierno, cuyos temas de discusión son los proyectos de recuperación del espacio público, la conservación del patrimonio histórico y la vocación del suelo en el ordenamiento territorial. Sin embargo, argumenta Jaramillo (2007), que se superponen dichos intereses y visiones que *in situ* se convierten en elementos de disputa. Es decir, que no se trata de dimensiones irreconciliables, sino de interpretaciones sociales y administrativas que desintegran tales dimensiones para su defensa individual, según el sector o el actor que entre en el debate.

En un estudio realizado por García, Rocha y Sánchez (2009), se procuró medir empíricamente las externalidades generadas por las ventas callejeras en cuatro zonas de la Bogotá, a partir de la aplicación de censos y encuestas a vendedores informales entre diciembre del 2004 y enero del 2005. Los resultados indicaron que las ventas callejeras generan externalidades negativas al inhibir las ventas y el empleo de los establecimientos de comercio formal, cuyos efectos son de una magnitud considerable. En este estudio se sugirió que una solución desde el punto de vista social implicaría conciliar la recuperación del espacio público y los impactos de este proceso. Quiere decir, reconciliar los derechos que generalmente se han enfrentado en el marco de este fenómeno, el derecho al trabajo y el derecho al espacio público.

Al respecto expresa García-Doménech (2015), que una adecuada actividad comercial en el espacio público genera “ciudad”, pero una excesiva ocupación termina por desequilibrarla y desnaturalizarla. Argumenta que los pequeños puestos de venta en los espacios de uso público principalmente calles y plazas, producen un intercambio comercial generador de una intensa actividad social que facilita el encuentro ciudadano y que potencia esa percepción como extensión de la actividad pública. En parte, esta forma de apropiación ha terminado definiendo los modos de ocupación y utilización del espacio público definiendo su base social como lugar de comunicación ciudadana, expresión colectiva y engranaje urbano. Lo anterior, como una aproximación a la apropiación regulada del espacio público, la cual se contemple tanto a nivel estructural a partir de las herramientas de planificación, como a nivel cotidiano en la interacción de los diversos actores y sus actividades, bien dice Monnet “un espacio no es público «a priori»: no es suficiente que este sea definido como tal (discursivamente, jurídicamente, etc.) para que él funcione como tal” (2015, p. 2).

De manera similar, un estudio en La Paz (Bolivia) se concentró en estudiar el uso, apropiación y transformación del espacio público por parte de los comerciantes informales en vía pública (Pereira, 2015). Buscó entender cómo esta actividad económica particular genera dinámicas sociales y culturales particulares que determinan el uso del espacio público por parte de todos los actores sociales que lo habitan. El estudio concluyó que estas

formas concretas de uso y apropiación se han realizado sin una planificación previa, que desencadenan prácticas socio-espaciales al margen de las normativas y regulaciones establecidas. Para el autor, la lógica de los comerciantes informales se impone en la determinación y apropiación de los espacios de uso público, sin considerar que este es de todos. Esto dificulta el ordenamiento de las actividades económicas en la vía pública y a su vez impacta considerable y permanentemente en la calidad del espacio público debido a que la ubicación o rotación de los puestos de venta se torna intensa; se encuentra en las aceras, en medio de las calles, turnos de mañana y de noche. Situaciones que afectan la circulación habitual y fluida de estos espacios. En este estudio, el autor concluyó que “el espacio público transformado en espacio económico trae consigo beneficios y efectos negativos que le dan una mayor complejidad a esta actividad” (Pereira, 2015, sin pág.).

Asimismo, una investigación realizada en Chile en las ciudades de Santiago y Concepción entre el 2015 y 2016 (De Souza y Bustos, 2017), el análisis se centró en la elaboración de un mapa del comercio informal de calle. Para lo cual, se identificaron aspectos importantes como: su extensión sobre el territorio, el número de trabajadores involucrados, rasgos del comportamiento de dichos trabajadores y la relación de esa actividad con el espacio urbano. Además permitió observar que existe un contraste en el espacio urbano moderado por procesos legales e ilegales de apropiación, y por otra parte, que los trabajadores informales se apropian de los espacios de uso público a manera de micro espacios temporalmente privados. Igualmente indican De Souza y Bustos (2017), que las prácticas del cotidiano callejero son parte de la vida pública, que son espacios de múltiples relaciones sociales en los cuales son evidentes la vulnerabilidad, la individualidad y, así mismo, la capacidad de integrarse a la convivencia de la cotidianidad entre comerciantes informales y peatones. Por lo tanto, indican que:

El nivel de solidaridad parece ser más patente donde la incertidumbre de inserción en la actividad laboral formal es cada vez más lejana para la mayoría de la población de bajos ingresos [...], su dura jornada laboral, de horas en pie, sin un baño, una sombra, abrigo o protección, que implica el traslado de volúmenes de mercaderías pesadas de un lado a otro, no impide que los trabajadores informales de calle sean estigmatizados (Souza y Bustos, 2017, p.72).

Por su parte, en Estados Unidos y México (Garza-Toledo, Sarmiento y Gayosso-Ramírez, 2017) se indagó sobre las formas y estrategias políticas de las organizaciones de migrantes con trabajos informales. La principal conclusión de este estudio de caso hace referencia a que los comerciantes ambulantes capitalinos mexicanos se agrupan de manera dual, como empresarios y como trabajadores no asalariados. Esta dualidad resulta

porque sus integrantes principales no son asalariados sino dueños de su micro negocios. En contraste, los jornaleros en los EEUU son plenamente asalariados aunque, a veces se les pague a destajo y se organizan como empleados. Pero estos últimos no se organizan como empleados en el sentido estrecho de un sindicato, sino que integran actividades más típicas de un intermediario laboral o una asociación comunitaria. En ambos casos hay elementos de hibridez en las organizaciones. Desafíos comunes, como el control sobre el espacio público, tienden a rendir elementos de convergencia en las prácticas de los grupos, sobre todo se debe esperar un papel importante para la política, porque la mayoría de trabajadores informales, organizados o no, tienen poco poder económico. El ambiente institucional y político importa, como en la influencia del corporativismo en México y el peso de la ley migratoria en los EEUU, pero también importa la historia e ideología específica de cada organización.

En contraste con los procesos asociativos de los comerciantes informales, donde se evidencia un empoderamiento político-económico, se observa otra investigación en donde se evaluó el Programa de Apoyo para la Reubicación del Comercio Popular del Centro Histórico de la Ciudad de México, como respuesta a la política institucional de reordenamiento del entorno (Vázquez, Medrano, Tapia y Barrios, 2011). La principal conclusión es que el espacio público juega un papel fundamental, ya que se convierte en la arena que contiene las diferentes visiones y proyectos que poseen los grupos sociales que participan en él. La propuesta de este programa, lejos de promover la idea de un espacio público que posibilita que todos los grupos sociales puedan manifestarse y hacer uso de él, impone una forma de control, al intentar suprimir a un grupo en función de los intereses de otros, proceso que en este caso, está representado por los empresarios establecidos y por el propio gobierno de la Ciudad de México.

Investigaciones relacionales que ubican las nuevas geografías del comercio, basadas en estudios culturales y de género, permite captar relaciones y situaciones de dominación y exclusión que se dan en las sociedades capitalistas (Veleda da Silva, 2004). Dicha investigación de carácter cualitativo se realizó en Brasil, en donde se analizó la relación entre el trabajo precario y el lugar de la actividad laboral y la familia, poniendo énfasis en la posibilidad de que esta relación pueda conllevar a la producción y reproducción de nuevas identidades a partir de la ocupación de los espacios públicos que son, muy a menudo, lugares precarios. En este contexto, vendedores y consumidores forman un todo pues se interrelacionan vendedor y consumidor en la actividad comercial misma; se interrelacionan de forma dialéctica. Por esta razón, la nueva geografía del comercio -basada en los estudios culturales y de género- permite captar estas relaciones y así poner al descubierto situaciones de dominación y exclusión que se dan en las sociedades capitalistas.

Al margen de lo anterior, la discusión se acentúa en lo que genera crisis al apropiarse de manera indebida de los espacios que están destinados para el disfrute y goce colectivo. Dentro de estas características está la peculiar venta informal estacionaria, la cual se ubica de manera permanente y diaria en el mismo lugar, andén, esquina o calle, limitando una de las tesis que hacen efectivo el espacio público: la circulación, dimensión que contribuye a calificar un espacio como público (Monnet, 2015).

En un panorama más local en la ciudad de Bogotá, el estudio realizado por Rincón y Soley (2015) dio a conocer las perspectivas socio-económicas de los vendedores informales del sector de Chapinero central. Por medio de una investigación descriptiva que utilizó como herramienta de análisis la estadística descriptiva, concluyó que no existe una política pública que le dé continuidad a la venta informal y a sus actores, y las acciones que se han realizado por las administraciones municipales han sido ineficientes. La venta informal es la consecuencia del desempleo, la carencia de oportunidades laborales, la falta de recursos y los problemas sociales, lo vuelve una actividad de subsistencia; la misma actividad de informalidad lleva a que los vendedores busquen estructuras financieras ilegales que les permita financiar la economía que desarrollan y es muy baja la relación con el sector bancario.

Por otro lado, en la ciudad de Medellín, Sanín (2007) realizó un estudio sobre la apropiación del espacio público y cultural callejero por parte de los ciudadanos que no corresponden a la función oficial y/o ideal de la ciudad concebida. Este objetivo lo desarrolló mediante el análisis morfológico del objetivo de estudio donde se generaron cuatro tipologías según los escenarios o las connotaciones funcionales de los territorios que cada uno configuran, para agrupar y construir una tipología. Este estudio llegó a la conclusión que el espacio público es apropiado como una actitud más de la conciencia ciudadana para adaptar la ciudad a sus necesidades; como la principal táctica, técnica y estética para la consolidación y materialización de estos procesos.

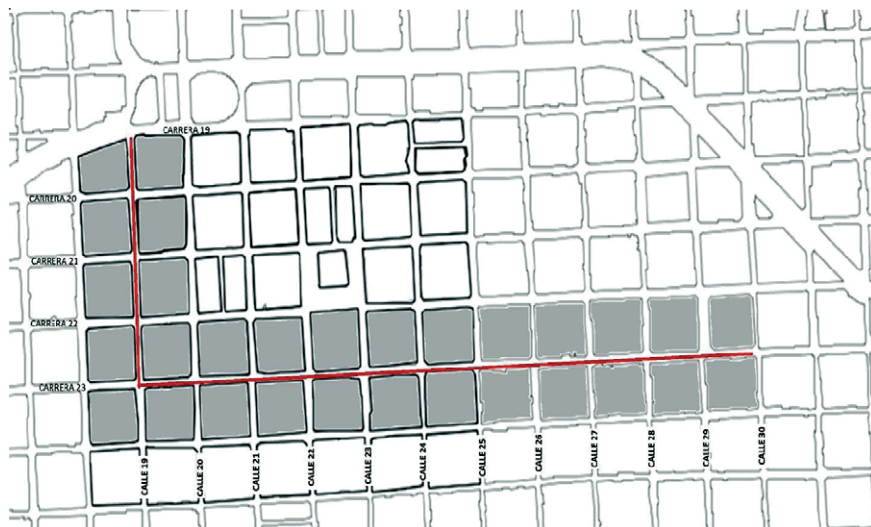
El presente estudio permitió además de representar gráficamente algunas características espaciales de la venta informal en el sector delimitado, reflexionar sobre cómo la apropiación indebida del espacio público, en este caso por vendedores informales, se convierten en marcas del estilo de vida urbano que configuran de forma desregulada este mismo cuyos impactos son los evidenciados. Al respecto, “la producción del espacio público depende de su apropiación no exclusiva, pero a menudo conflictiva” (Monnet, 2015, p. 12). Sumado a ello, cómo esta apropiación puede llegar a representar lo que los actores sociales piensan, sienten y efectivamente hacen en estos espacios, en los que se atisba no hay presencia de una conciencia colectiva, o por lo menos esta se confunde con el libre albedrío o por necesidades personales que deben ser suplidas.

2. Diseño metodológico

El diseño metodológico parte de los planteamientos de Castro y Serna (2016) sobre la pertinencia de utilizar un enfoque multi-escalar a nivel micro, macro y meso, que es adecuado considerarse en estudios para este tipo de problemáticas, ya que la información primaria puede tener un carácter y un manejo cualitativo y/o cuantitativo. A su vez el enfoque macro-escalar, permitió desarrollar una descripción gráfica, cartográfica y sonora de las dinámicas emplazadas en el espacio observado, en un tiempo y lugar delimitados y dio buena cuenta de la distribución de los vendedores, la forma como ofertan sus productos, el tipo de organización entre ellos y en general, la apropiación de los lugares, en el centro histórico de Manizales. Las diferentes técnicas de manejo de las observaciones in situ, permitieron mapear las relaciones entre movilidad, niveles de ruido y dinámicas comerciales. Estos hallazgos se representan a través de un corema, un mapa de la densidad del flujo vehicular y un mapa de interpolación de decibeles de ruido. También se lograron establecer algunas descripciones estadísticas que relacionan tipos de puestos de trabajo, tipos de productos, género y rangos de edad de los vendedores ambulantes.

Una mirada al fenómeno estudiado, desde lo micro-escalar, como segunda instancia, a través de la observación participante⁹, permitió compartir y hablar durante períodos de 15 a 20 minutos con 14 personas, establecidas desde hace unos años en el sector y auto reconocidos como vendedores ambulantes. Se realizaron preguntas abiertas, con un guion preestablecido y explicando a los entrevistados el interés de las preguntas. No hubo un criterio para acercarse a los vendedores, simplemente aquellos que permitieron la interacción y que contestaron las preguntas. Este ejercicio permitió conocer la percepción que los vendedores tienen de su rol y función en el espacio delimitado, las razones para mantenerse allí, las negociaciones que se han establecido con las diferentes administraciones municipales, la permanencia en el tiempo, el estado de ánimo y el significado que le dan al trabajo bajo estas condiciones.

9 Como método de recolección de información, la observación participante implica que el investigador se vincule en las actividades cotidianas, que son recurrentes y que forman el día a día de los miembros de la comunidad, durante el tiempo que sea necesario, hasta alcanzar una comprensión de las acciones, los comportamientos, las razones, las formas de relación y las situaciones percibidas como problemáticas. De manera importante, se rescatan las entrevistas formales e informales y los diarios de campo que faciliten la organización y posterior sistematización y narrativa de la información.



Mapa 1. Plano del Centro Histórico de Manizales

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente, para la reconstrucción de sinergias y redes se hizo una matriz donde se evaluaron las relaciones derivadas del comercio informal por medio de la aplicación *Netdraw*®, analizando la intensidad de dichos vínculos entre los vendedores informales y los principales actores en el problema, tales como otros vendedores, los vendedores locatarios, los clientes, la policía, los inspectores de espacio público, las instituciones, los habitantes de calle, actores ilegales, conductores de transporte público y los turistas. El análisis de la red se hizo en una escala de 1 a 5 según la importancia o la intensidad de la relación, la cual se presenta a su vez con una línea de color más tenue para indicar una relación débil y una línea de color oscuro y más gruesa para indicar una relación fuerte. En la red los puntos representan los actores y el tamaño de estos nodos explica la dimensión de importancia que tienen como militantes en el Centro Histórico. Esta red además se representa desde un análisis egocéntrico mediante la aplicación *Egonetwork* del software utilizado para tal fin.

A partir de preguntas abiertas se identificaron características de la población que trabaja en esta actividad, tales como: el tiempo de ejercicio como vendedor o vendedora, los elementos que incidieron para su inserción al inicio de la actividad como comerciantes del espacio público; además, percepciones sobre las ventajas y desventajas de trabajar en la calle, las ideas sobre su proyecto de vida vinculado o no con su actividad laboral actual y las dinámicas que constituyen su vida social y laboral en relación con los demás comerciantes y actores que hacen presencia en el Centro Histórico.

El equipo de investigadores realizó además un recorrido por la zona de estudio delimitada recogiendo los datos necesarios para elaborar el análisis en los puntos de intersección de los ejes viales o a mitad de la cuadra. De este trabajo de campo se hicieron análisis espaciales y geo-estadísticos. En primera instancia se realizaron conteos de vehículos y peatones en los cruces de las calles del área de estudio por un periodo de un minuto. Posteriormente se hizo un procedimiento de reconstrucción cartográfica para cada punto y para los puntos adyacentes mediante interpolaciones utilizando GvSIG y ArcGIS. Las gráficas de saturación se hicieron reconstruyendo los polígonos para ver los espacios donde son más fuertes las relaciones de estas variables con la presencia del comercio informal; con estos datos se elaboró un Corema que integra las relaciones y dinámicas percibidas en el Centro Histórico. Finalmente, se hizo un análisis del paisaje sonoro, tomando como referencia los principales sonidos, murmullos y publicidad por perifoneo, entre otros sonidos.

3. Análisis de las dinámicas del comercio informal

3.1 Características generales y localización

El espacio público para fines comerciales en el Centro Histórico de Manizales se distribuye en su mayoría entre las esquinas y los centros de manzana, donde la ubicación más utilizada es el andén con un 69,2% contrastando con el 30,7% que se ubican en la calle, vendedores que están asociados con los medios de transporte y los requerimientos que tienen. Al desagregar la utilización de los andenes se nota una preferencia de ubicarse en las esquinas con respecto a los centros de cuadra con los siguientes datos: esquinas 70,8%, centros de cuadra 29,1%; lo que indica que en las esquinas se da una mayor concentración de posibles compradores lo que genera que los vendedores se establezcan allí por ser puntos de intercepción. Otro factor que se genera es el conflicto por la ubicación en el espacio público donde las esquinas son los sitios preferidos.

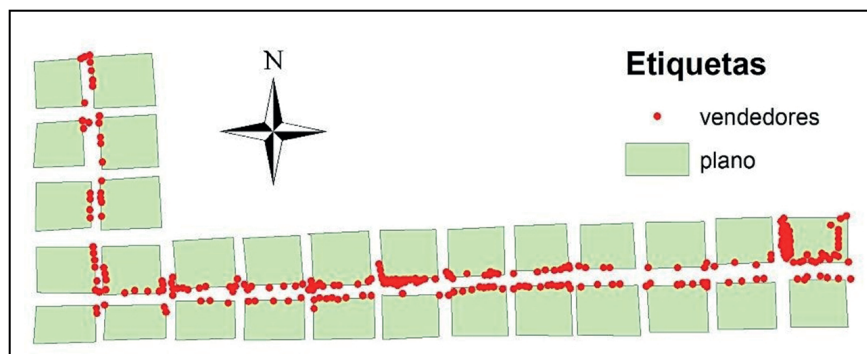
En la siguiente tabla se muestra la estructura de ese proceso.

Tabla 1
Ubicación de los vendedores según la ocupación del espacio público

¿Dónde se ubica?	A media manzana	En la esquina	Total
El andén	67,24%	70,83%	69,23%
La calle	32,76%	29,17%	30,77%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia, resultados de la investigación.

Mediante el ejercicio de observación participativa se lograron identificar 130 vendedores en toda la franja de estudio. En el siguiente mapa se pueden identificar las zonas de mayor densidad de vendedores informales, lo que sugiere una dinámica comercial muy fuerte en la zona de mayor afluencia de comercio sobre la Carrera 23 y en el Parque Ernesto Gutiérrez Arango por ser una zona de confluencia y un equipamiento de interacción comunitario se puede percibir que se concentra la ubicación de los vendedores ambulantes.



Mapa 2. Localización espacial de los vendedores informales
Fuente: Elaboración propia

Respecto a la infraestructura utilizada por los vendedores, sobresale el hecho de privilegiar la movilidad de sus puestos ya que como se observa en la tabla 2 el 46,9% de los vendedores utiliza la modalidad de coche móvil¹⁰, seguido por la chaza móvil¹¹ con 44,6%. Las menores preferencias para la localización de las ventas en el espacio público son las casetas estacionarias con una utilización de solo el 1,54% y la silla, trapo o mostrador con un 6,92%. Las casetas estacionarias que están ubicadas sobre esta margen del centro, fueron impulsadas por la administración municipal que en su momento busco solucionar la problemática de los vendedores informales, ante esta medida lo que se puede percibir es que la relación de vendedores que regularizaron su actividad por medio de la ubicación en casetas fue insuficiente.

Los productos que se ofertan a la venta son de fácil transporte y transacción comercial, bajo poder adquisitivo, por lo que evidencia que la mayoría de los vendedores lo realizan en choques y chazas móviles. Este factor de la movilidad es esencial por las condiciones de control policivo que se realiza

¹⁰ Algún tipo de mobiliario con rueda para deambular o reubicarse fácilmente, por ejemplo las carretillas

¹¹ Generalmente asociado a la estructura que el mismo vendedor la porta sobre su cuerpo. Esto es más común sobre todo en los vendedores de dulces.

a la actividad por lo cual es necesario que se tenga la disposición de recoger la mercancía y trasladarse del sitio para evitar pérdidas económicas por decomisos.

Por ultimo un aspecto que es relevante mencionar son las fluctuaciones que tiene de esta económica respecto a la época del año y eventos que se rigen por las dinámicas comerciales (día de la madre, día del padre, Halloween, navidad, fin de año). La venta informal es un actor que dinamiza la economía local para estas fechas.

Tabla 2
Tipos de puestos de trabajos de los vendedores informales

Tipo de puesto	Porcentaje
Chaza móvil	44,62%
Coche móvil	46,92%
Estacionario , caseta	1,54%
Silla, trapo o mostrador	6,92%
Total general	100,00%

Fuente: elaboración propia, resultados de la investigación.

Se pudo identificar que el mayor producto que se comercializa es el de los comestibles y bebidas con un 26,92%, seguido por la venta de accesorios varios con un 17,69%, mientras que en el último rango se ubican las ventas de productos relacionados con la temporada navideña (fecha en la cual se hizo el trabajo de campo). Lo que se percibe es la gran oferta de dulces, café y frituras, entre otros ya que son muy atractivos por su bajo costo y facilidad para el consumo. Por género se encuentra que los hombres están dedicados en un mayor porcentaje a la venta de accesorios varios y las mujeres a la venta de comestibles y bebidas. Un asunto sociológico sobre las características de los vendedores informales es la movilidad que se tiene entre los municipios del eje cafetero más específicamente entre las capitales de los departamentos, muchos de los vendedores durante la temporada navideña agrega un elemento nuevo a la dinámica de comercialización trasladándose entre estos tres ciudades (armenia, Pereira y Manizales) buscando mejores condiciones comerciales tanto para la compra de artículos como para la venta de los mismos.

Tabla 3
Producto que comercializan los vendedores
informales según género

Producto que vende	Hombre	Mujer	Total general
Accesorios Varios	22,22%	7,50%	17,69%
Bienes y servicios	15,56%	10,00%	13,85%
Comestibles y bebidas	25,56%	30,00%	26,92%
Jugos y frutas	15,56%	15,00%	15,38%
Productos navideños	10,00%	15,00%	11,54%
Ropa	11,11%	22,50%	14,62%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia, resultados de la investigación.

Realizando un análisis demográfico de los vendedores ambulantes chequeados del Centro Histórico de Manizales, se puede concluir varios elementos: el primero es que hay un mayor número de hombres que de mujeres trabajando en el espacio público; de los hombres sobresalen dos grupos etarios, los de 40 a 49 años y los mayores de 70 años. Se puede concluir a partir de estas cifras que son personas que ya no tienen acceso al mercado laboral por su edad y se ven abocados a salir a las calles de la ciudad a buscar su sustento diario. En el caso particular de los hombres mayores de 70 años es alarmante, ya que se perciben personas mayores que ya no deberían estar trabajando por su avanzada edad y condiciones de salud, personas que llevan en la actividad de la informalidad fácilmente 30 años que no cuentan con una pensión. En el caso de las mujeres se aprecia que el 50% de las vendedoras chequeadas está en el rango de edad de entre los 40 y 49 años; éstas comparten con los hombres la imposibilidad de insertarse en el mercado laboral por su edad, además de tener diversas condiciones de vulnerabilidad como ser madres solteras o tener algún tipo de discapacidad. En síntesis, las personas que comercializan productos de manera informal en el espacio público comparten condiciones como la de tener una edad que no le permite encontrar un empleo formal, son personas con alto grado de vulnerabilidad social y económica donde predominan las mujeres y las personas mayores. En la figura 1 se puede ver esta condición.

En términos generales, la actividad comercial, tanto pública como privada, que se desarrolla en el Centro Histórico de Manizales, se ha caracterizado por la construcción de sinergias y procesos que han desarrollado y consolidado un tipo de tejido social. Se percibe que sobre el territorio se movilizan relaciones sinérgicas fuertes entre los actores que tienen vocación pública y privada, pero en el caso de los primeros, la relación se sostiene y se

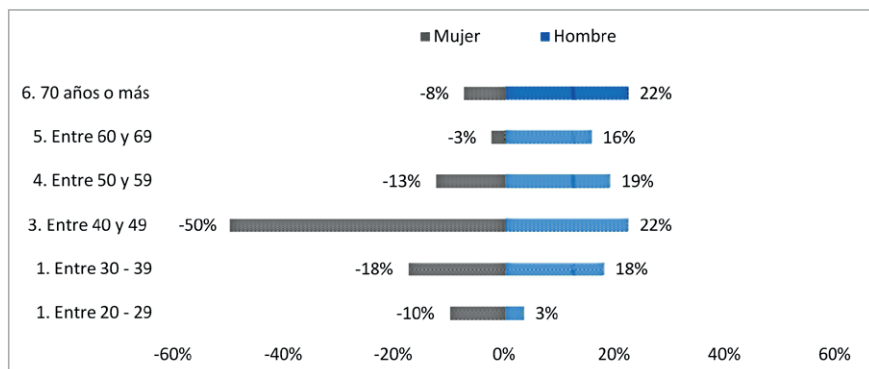


Figura 1. Pirámide poblacional de los vendedores informales del espacio público del centro histórico de Manizales

Fuente: elaboración propia, resultados de la investigación

consolida cuando se cumple con el criterio de legalidad, materializada en el permiso que otorga la administración municipal, a través de la Secretaría del Medio Ambiente. En contraposición, aquellos vendedores que tienen restricción para estar en un lugar y desarrollar un tipo de venta, perciben sus relaciones débiles, inestables y/o conflictivas.

Existen momentos del año en donde la red se complejiza y crece por el aumento de vendedores informales, la cual se establece durante la época de diciembre y de ferias. Muchos de ellos no están caracterizados por la administración municipal o desarrollan actividades laborales que riñen con las reglas establecidas, ya sea porque venden otros productos, porque se ubican en lugares no asignados o porque superan el límite del espacio para vender. En la siguiente figura se representa la red global que tiene las siguientes convenciones: los colores claros de las líneas representan los tipos de relaciones débiles o conflictivas; los colores oscuros representan las relaciones fuertes, sinérgicas y vinculantes. El tamaño del actor, para el caso de la red global, corresponde a la mayor o menor presencia o importancia del actor en relación con los demás actores.

De la Red global de sinergias el primer punto para señal es precisamente la sinergia que existe entre los actores con la actividad existe un reconocimiento de la actividad sea de las instituciones, los turistas, de los funcionarios, de las autoridades de control lo que permite que se tengan las condiciones para desarrollar la actividad económica. Las relaciones con mayor fuerza es con el cliente la aceptación por parte de la sociedad de la actividad economía es muy fuerte, no se percibe la dificultad que genera para el transeúnte la utilización del espacio público para su libre movilidad, caso que no pasa con el turista donde la importancia del actor es baja con respecto a la dinámica económica.

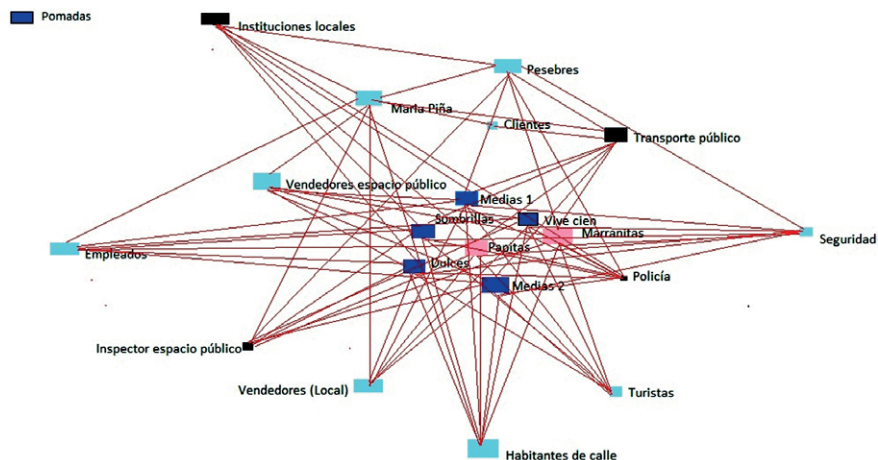


Figura 2. Red Global de sinergias y relaciones sociales

Fuente: Elaboración Propia

Las dos relaciones de conflictividad que tiene mayor intensidad son con los vendedores locales o establecimientos comerciales y con los mismos vendedores informales. Dos actores que tienen relación en la competitividad por el mercado que se ofrece (comestibles, vestuario, etc.). Aunque la actividad es informal se percibe que la relación con las autoridades conflictiva pero no es la que tiene mayor intensidad, lo que permite que tienen una estabilidad en el desarrollo de su actividad.

Los vendedores de alimentos cuentan una diferencia en el relacionamiento con los inspectores por las condiciones de salubridad de estos, por disposición de la administración municipal no se pueden utilizar las sombrillas abiertas. Situación que puede generar problemas sanitarios por la venta de productos que por las condiciones ambientales se pueden descomponer y se pueden ingerir.

Para lograr analizar las relaciones de los vendedores informales, se categorizó respecto a las relaciones sinérgicas en: vendedores tradicionales, vendedores temporales, vendedores de comidas, vendedores móviles y el caso de un vendedor atípico que se salía de estas características.

3.2 Vendedores tradicionales

Este tipo de vendedor construye una red de relaciones egocéntricas, de tipo sinérgico, con percepción positiva de sus actividades laborales. Para este caso la sinergia está en relación directa con: largos períodos de tiempo en la actividad laboral, procesos de legalidad establecidos por la administración municipal, ubicación específica en el lugar asignado, consolidación de clientela y las relaciones armónicas con todo tipo de actores.

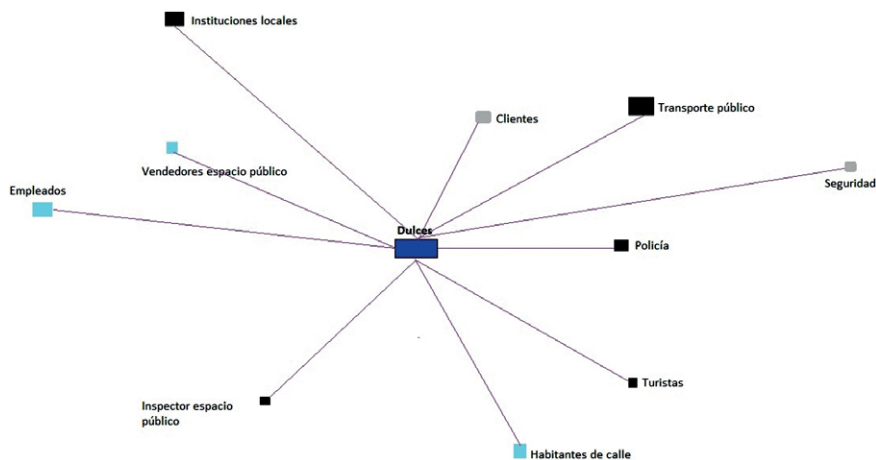


Figura 3. (Arriba, derecha) Red de relación típica para vendedor tradicional

Fuente: elaboración propia

Desde una percepción sociológica este tipo de vendedor construye el centro histórico, existe una relación muy fuerte entre los diferentes actores con él. Una de las formas como lo reconoce la institución es con la expedición de un permiso para la actividad, pero es una acción paliativa con la actividad que desarrolla esta clase de vendedor por el significado simbólico. La realidad es que mucho de ellos son personas de la tercera edad que no tienen ninguna seguridad social para la atención de su esta de vejez. En el testimonio de uno de ellos lo manifiesta:

“... yo en el centro llevo 35 años trabajado... toda la vida como vendedor, yo he tenido negocios en la galería, vendiendo revuelto, de todos negocios he tenido, hasta que me enfermé y quedé que ya no podía hacer nada, me tocó coger este destino... yo tengo permiso para trabajar, precisamente para que no me molesten... entonces yo por ese lado, gracias a Dios no tengo problemas con nada...”
(Vendedor de Gafas. Minuto 33)

En este tipo de vendedores se encuentran los que su actividad económica está determinada por la oferta según la temporada (navidad, año nuevo, día del amor y la amistad, día de la madre, del padre, Halloween, etc.), su temporalidad está relacionada con la duración del uso del espacio público, no por su antigüedad se encontraron que en promedio los vendedores que tienen esta característica la desarrollan hace 10 años. En esta categoría se encuentran los que se movilizaban por las ciudades capitales del eje cafetero ejerciendo esta actividad.

Este tipo de vendedores no genera relación con todos los actores, con algunos tiene mayor intensidad. El caso de los vendedores con estableci-

miento comercial o con los vendedores tradicionales, existen algunos conflictos por competencia. Estos vendedores son fluctuantes en su ubicación dentro de la zona de estudio. Existen dentro de estas relaciones sociales entre vendedores mecanismos de solución de conflictos, mediante códigos de convivencia para el desarrollo de la actividad.

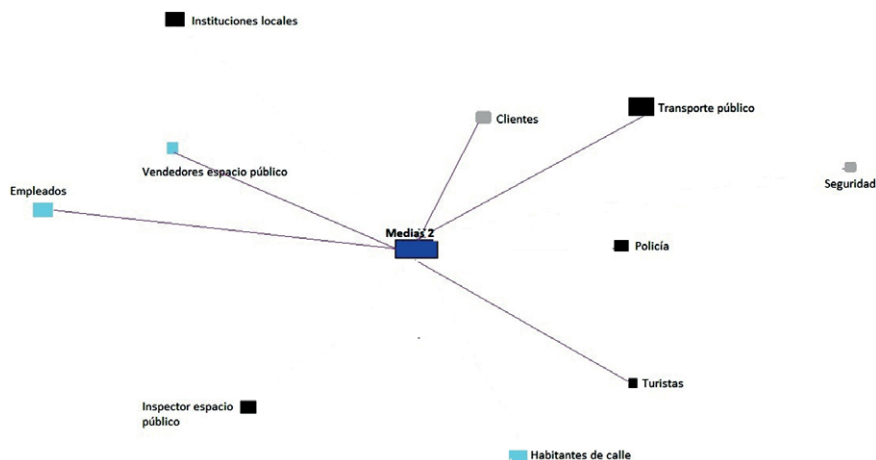


Figura 4. Red de relación de vendedores temporales típica
Fuente: elaboración propia

En el siguiente párrafo se narra el testimonio de la característica de este tipo de vendedores

*“...como hoy en quincena la gente ya sale a comprar... lo que pasa es que nosotras por temporadas trabajamos por este lado, por otro tiempo trabajamos por otro lado, vendiendo tinto, vendiendo limpienes y a mí cuando me va muy mal aquí me voy a trabajar en construcción, en pintura, en restaurantes... Lo que sea, porque yo realmente, yo soy mamá y papá, tengo que responder por mis hijos y por mis nietos... aquí hay que pasar un permiso temporal y ellos molestan mucho que porque uno se ancha, que porque uno saca una cosa, que porque uno saca la otra... supongamos yo hasta mañana vendo lo de los pesebres y luego empiezo a vender los cucos para el 31...”
(Vendedora de artículos diferentes. Minuto 5)*

3.3 Vendedor de comidas

Este grupo de vendedores tienen una antigüedad en promedio de 10 años en la actividad laboral, su ubicación es definida en acuerdo con los vendedores de la misma categoría para generar mejor distribución de los productos.

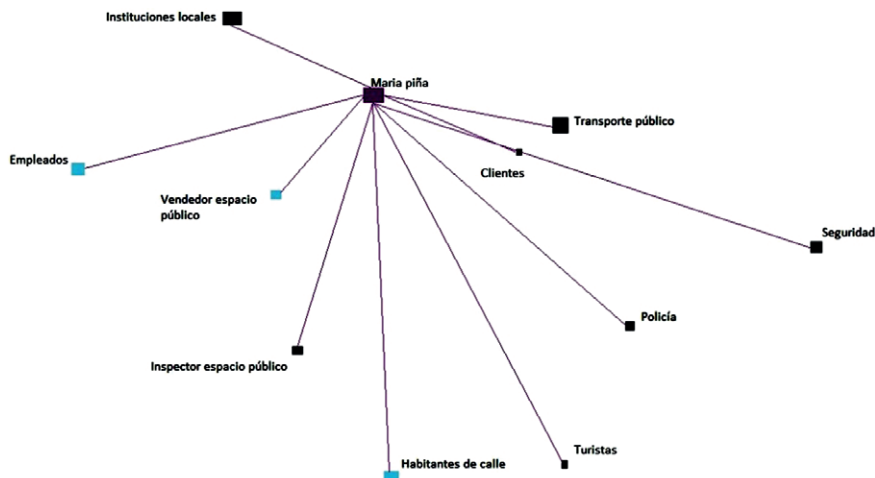


Figura 5. Red de relación de vendedores de comidas

Fuente: elaboración propia

En la figura 5 se percibe como los vendedores de comida tiene una relación sinérgica con los actores que hacen presencia en la zona de estudio, pero se tiene un nivel de conflictividad con los inspectores del espacio público, los cuales no les permiten tener objetos como sombrillas con el argumento de la contaminación visual que producen. En este caso, los vendedores se mantienen en el uso de las sombrillas como mecanismo para conservar los alimentos, por lo que la tensión se genera en el momento en que el funcionario realiza el proceso de inspección. Para compensar esta tensión, los vendedores de alimentos, cuentan con unos códigos y una red de apoyo de los demás vendedores, quienes les avisan con tiempo cuando el funcionario está cerca y ellos se disponen a quitar las sombrillas. A continuación, se presenta un testimonio:

“... ya llegaron los guardas, toca quitar la sombrilla, ellos quieren que trabaje así, quieren que les caiga el sol y los alimentos se coloquen todos vinagres... Quien va a comer así, el Alcalde quiere que uno trabaje cochinemente.” (Vendedor de jugo de naranja. Minuto 1,5)

3.4 Vendedores móviles

Los vendedores móviles pueden trabajar para una empresa o portar un uniforme o vender productos a través de toda la avenida sin tener un punto fijo, recorren largas distancias durante el día, van y vuelven y, en este proceso, interactúan con muchos actores¹², generando una sinergia positiva, cuyo actor más relevante para este tipo de productos ofertados, se encuentra en relación directa con los conductores de transporte público, ya que

¹² Vendedores de bonice, vive 100, cremhelado.

son sus principales consumidores. Por otro lado, el vendedor y vendedora prototipo para estos productos se identificaron como personas mayores y personas que producen una percepción de inseguridad. Al preguntarles por las razones para ejercer esta actividad, las respuestas fueron: "...*Esto es lo único que hay para hacer madre...*" y "...*a nosotros ya nadie nos da empleo...*". Es de resaltar que la percepción que tienen los vendedores que deambulan sobre su actividad laboral es negativa por el hecho de estar en la calle más expuestos al peligro y realizando esta actividad laboral, porque es el único medio de supervivencia que tienen actualmente. En este sentido, la administración municipal ha tenido responsabilidad, los criterios para asignar los cubículos en el espacio público, no contemplan a los vendedores mayores, lo que conlleva a que esta población acepte las condiciones precarias laborales que les ofrecen estas empresas.

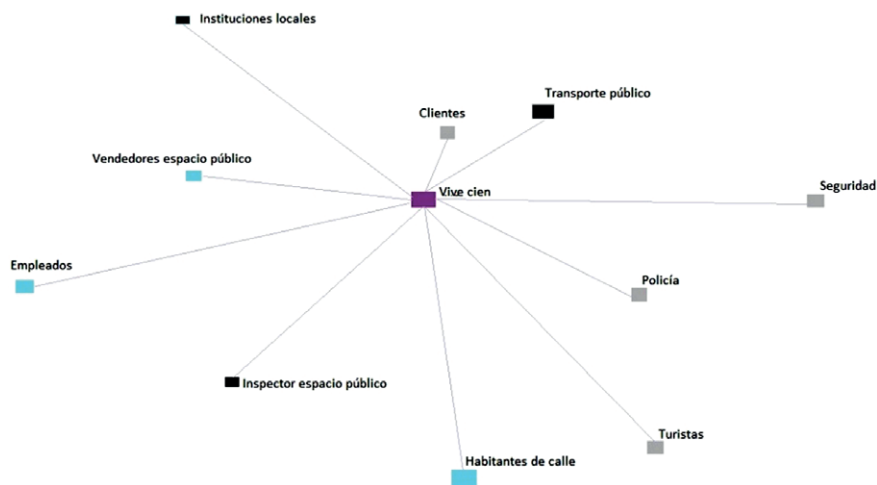


Figura 6. Red de relación de vendedores móviles típica
Fuente: elaboración propia

Durante las entrevistas se encontró un caso atípico, relacionado con un proceso de ventas móviles en la calle de una persona que lleva sólo dos semanas en la ciudad. Es una mujer afrocolombiana, oriunda del distrito de Buenaventura, Departamento del Valle del Cauca y llama la atención la gran acogida y clientela que ha tenido en el sector en la carrera 23. Este hecho refuerza el argumento que los vendedores informales generalmente se asocian con población vulnerable y población migrante. Se encontraron personas que se reunían a escucharla y ver el producto. Llama la atención que su forma de atraer es el perifoneo, ofertando un producto diferente llamado "marranitas" y que promete ser "delicioso y nutritivo". Al entrevistarla se percibe una alta autopercepción positiva de

su trabajo y de las relaciones con todos los actores en el medio, incluso se le pudo ver interactuando con los funcionarios de espacio público, quienes le compraron el producto.

“... ..ellos me estaban diciendo que mañana también me compran (...) gracias al Señor, llevo dos semanas aquí lo más de ricas... (...) a la orden las “marranitas ricas”, deliciosas y nutritivas (...) quien pidió algo tan bueno, tan bonito y tan barato...” (Vendedora de comida. Minuto 5)

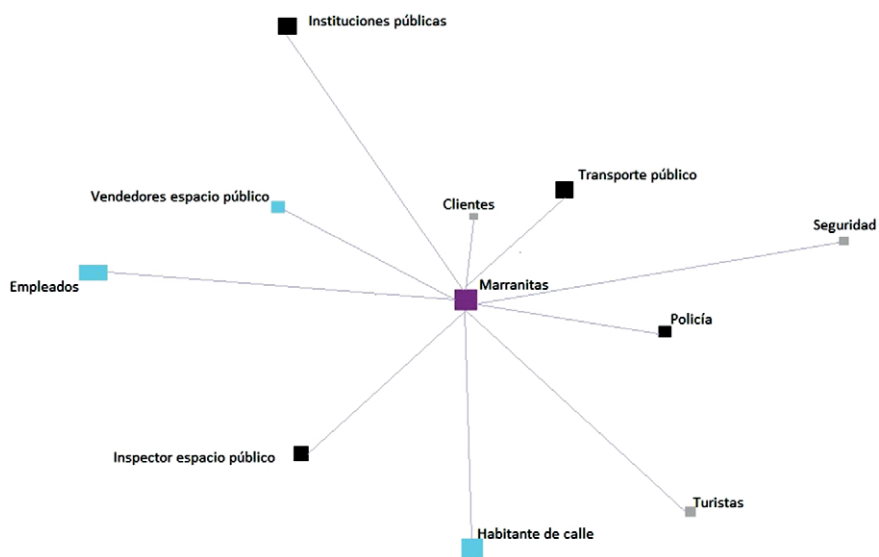


Figura 7. Red de relación de vendedor atípico
Fuente: elaboración propia

3.5 Condiciones de deterioro urbano y contaminación

En el paisaje sonoro que se registra en el Centro Histórico se percibe un ruido constante y persistente del tránsito que se ve alterado por el sonido estridente de las bocinas de los carros. Principalmente hay dos fuentes de sonido que sobresalen: las voces de las personas que van caminando y la música que proviene de altoparlantes o vehículos. Cuando se analizan los segmentos de las músicas y de las conversaciones que se escuchan, la mayoría están relacionadas con las actividades de la temporada de Navidad, hecho que indica que los vendedores del espacio público adaptan su actividad y estrategias de ventas según los ciclos inter-temporales de las festividades, celebraciones, romerías o demás eventos que se llevan a cabo en la dinámica social y cultural de la ciudad. Seguido por éstas, se encuentra el perifoneo de los comerciantes locatarios y del espacio público,

los primeros que invitan a pasar a los locales y los segundos que ofrecen sus productos a viva voz.

Existe una percepción que el nivel de Db del ruido en pregonar los productos aumentan las posibilidades de compra, colocando en este caso a los negocios comerciales con locación con un nivel de ruido mucho mayor por este fin.

En cuanto a la percepción del sonido, se puede escuchar toda la música de la época navideña. Ésta música ambientada durante el recorrido genera sentimientos de nostalgia o alegría relacionados con el tipo de estímulos que se pretendan transmitir a los compradores para incentivar las ventas. Si bien la gente puede no estar prestando atención a las canciones, esta produce emociones de acuerdo a su experiencia vital en torno a la época y lo que evocan dichas canciones. El perifoneo de los comerciantes del espacio público va a ser el sello de identidad que se imprime en el paisaje sonoro del sector. Su tono de voz cantado al ofrecer los productos y sus frases típicas de *“todo a mil”* o *“Bien pueda siga, que está buscando”*, es la marca distintiva de los demás sonidos que se captan en el paisaje. El murmullo que se percibe en el centro de la ciudad, asociado principalmente a la presencia de vehículos, con frecuencia se acompaña del sonido de las conversaciones de los transeúntes, el cual tiene un matiz de diferentes tipologías, donde predominan las interacciones alrededor de las transacciones consecuentes con la experiencia urbana del comercio. Sobresale la voz de mujeres, quienes hablan principalmente de compras y actividades tan importantes para las fechas propias de la dinámica inter-temporal del comercio.

Construir el paisaje sonoro de esta zona en la cual se emplaza el sector comercial más representativo del centro, evidencia – a través del sonido – las acciones por medio de las cuales los actores del comercio territorializan el espacio. Es así como los sonidos que se registran, si bien cambian en la temática que se escucha en las conversaciones o en la música por la temporada, en su sentido más cotidiano son las mismas.

El siguiente esquema refleja la intensidad sonora que se asocia a la contaminación auditiva en la que es posible observar la concentración de alta intensidad en las zonas de color más roja siendo esta la calle 19 entre la carrera 19 a la 22, luego la zona con intensidad media en la carrera 23 con calle 26, mientras que la zona con menor intensidad sonora se refleja en la carrera 23 con calle 29. En el siguiente mapa se expresa el paisaje sonoro expresado en decibeles de ruido.

La medición de decibeles en las esquinas en las cuales se encuentran ubicados vendedores con reproductores de sonido, demuestra que éstos aumentan la percepción del ruido a casi 90 decibeles. En promedio en el

Centro Histórico de Manizales los decibeles de ruido son de 75,3db, siendo más perceptible en las zonas concurridas por vehículos de transporte masivo y cerca de espacios donde se perifonean las ventas o se ambienta la compra de productos.



Decibeles producidos por fuentes de sonido que provienen de parlantes con música – carrera 23 con calle 23

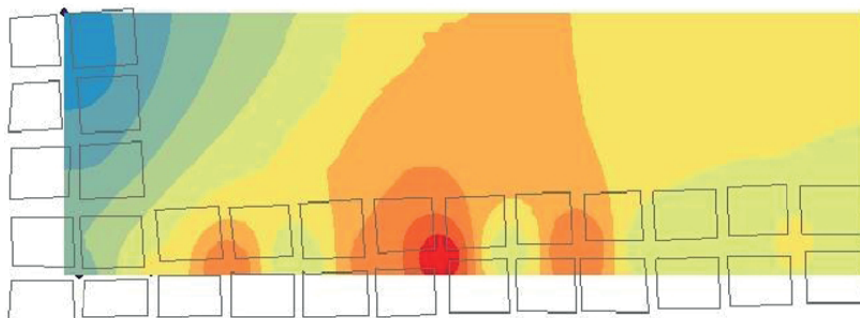


Decibeles producidos por fuentes de sonido que provienen de parlantes con música – carrera 23 con calle 26

3.6 Relaciones con la movilidad

El hecho que haya más peatones no es un factor causal por el cual se incrementa considerablemente la cantidad de vendedores informales. Si bien los peatones son actores que están en mayor interacción con los vendedores informales, no son un actor determinante en el incremento de vendedores (informales) ya que las dinámicas en el sector no sólo se restringen a la venta informal, sino que además hay circularidad de instituciones tanto públicas como privadas, comercio formal y residencias que inciden en la afluencia de peatones. Por lo tanto, se trata de un análisis co-relacional de dos actores, que encierra dimensiones que van más allá de un intercambio económico-comercial. En el siguiente mapa se presentan esas condiciones:

El mapa refleja la concentración de peatones en la cual entre más azul se torna la zona, menos es la concentración de peatones y mientras la zona es más roja más concentración de ellos expresa. Así pues, los lugares con mayor representación de peatones son los referidos a la carrera 23 con calles 21, 23, 24 y 26, mientras que las zonas con menor afluencia de peatones son la calle 19 con carreras 19, 20, 21, en disminución respectiva. Puede estar asociada la cantidad de peatones en cada uno de los polígonos a la hora en la que fueron tomados los datos, siendo entre más temprano en la mañana las zonas con menos peatones y a medida que avanzaba la jornada fue incrementando el flujo de peatones, hora que puede asociar el espacio y el tiempo a la cantidad de peatones por polígono. Añadiendo a



Peatones

2

Prediction Map

[Intersecciones] [PEATONES]

Filled Contours



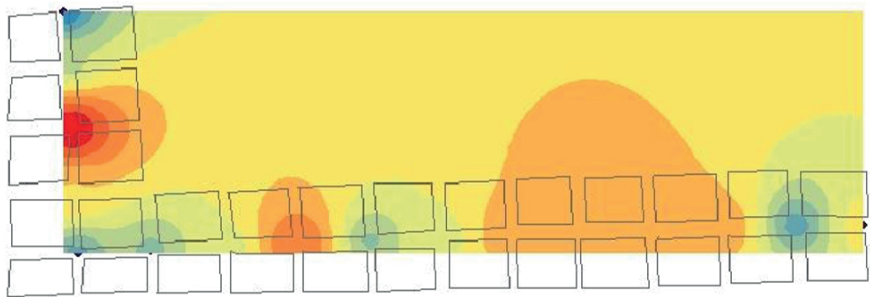
Mapa 3. Interpolación de decibeles de ruido
 Fuente: elaboración propia.

ello, entre más temprano se obtuvieron los datos, menos disponibilidad de comercio formal, oficinas e instituciones disponibles había. De tal manera que, se puede asociar el flujo de peatones a diversos factores en una relación de espacio-tiempo.

Así mismo, otro de los supuestos se refiere a que la densidad poblacional en los sectores recorridos obedece más a la cantidad de peatones circulando y desarrollando otro tipo de actividades. Por ejemplo, se asocia esta superposición en densidad y circularidad entre las instituciones y los peatones en bancos, entidades estatales y administraciones públicas, edificios residenciales y almacenes comerciales. Es posible que la relación (lineal) peatón – vendedor informal, no parece evidenciar que los vendedores informales arrinconen de manera considerable a los peatones e indebidamente ocupan preponderantemente los espacios de uso público y por lo tanto responsables de su mal uso y la densidad de su población en el lugar. Lo anterior, tampoco pretende eximir el orden y restricción del

espacio público por parte de las autoridades competentes y de control, ni oponerse a las decisiones administrativas con obligación de asumir políticas de empleo, educación y formalización laboral. En una traducción normativa el derecho al espacio público y el derecho al trabajo, para el caso reflejan la superposición del primero sobre el segundo, sin que ello represente una situación de conflicto ya que se trata de un derecho colectivo que prima sobre uno de minorías.

La misma interpretación se puede plantear sobre el flujo de vehículos, aunque la relación de causalidad es más débil. En el siguiente esquema se hace referencia a la cantidad de vehículos que transitan según cada intersección en las calles referidas y en las cuales se logra establecer que las intersecciones con mayor tránsito de vehículos son: la calle 19 con carrera 21, la carrera 23 con calle 22 y la carrera 23 con calle 25, 26,27 y 28, en nivel descendente respectivamente. En sentido inverso, las intersecciones con menos tránsito de vehículos son aquellas presentes en las direcciones: calle 19 con carrera 19, calle 19 con carrera 23 y carrera 23 con calle 29. De manera particular, estas últimas son intersecciones que están retiradas entre ellas mismas y son los puntos de entrada y salida de la zona conside-



Vehículos

3

Prediction Map

[Intersecciones],[VEH_CULOS]

Filled Contours

6 - 6,65876971
6,65876971 - 7,43176717
7,43176717 - 8,33879897
8,33879897 - 9,40310607
9,40310607 - 10,6519593
10,6519593 - 12,1173581
12,1173581 - 13,8368507
13,8368507 - 15,8544956
15,8544956 - 18,2219912
18,2219912 - 21



Mapa 4. Interpolación del flujo de vehículos del centro de la ciudad.

Fuente: Elaboración propia.

rada el “centro de la ciudad”. Sin embargo, estas valoraciones igualmente se asocian a la relación espacio – tiempo, anteriormente expuestas que influyen en la cantidad de peatones. A continuación se presenta el mapa de la densidad del flujo vehicular:

La conceptualización de los gráficos resultado de análisis de datos anteriores, permitió además plantear una serie de lógicas que determinan la interrelación de todas las variables mediante un ejercicio de coremática. De este modo, se puede evidenciar la formación de un polígono de forma triangular, que se da en relación a la tensión entre dos nodos: la Plaza Alfonso López y el Parque Francisco José de Caldas, en donde se desarrolla la mayor concentración de actividad comercial del Centro Histórico, derivada de las tensiones que genera la centralidad en donde generalmente se encuentran equipamientos de índole público, privado, religiosas que determinan una afluencia constante y cotidiana de los peatones. La concentración de peatones se encuentra en los cruces de acceso a un nodo de equipamientos ubicados en el sector, de la misma forma refleja que en estos cruces se encuentra la mayor concentración de vendedores informales. En relación a la movilidad vehicular, esta se concentra en la intersección por la cual se accede al centro, y de la misma forma que los peatones en los cruces de acceso al sector de los equipamientos. A continuación se representan esas relaciones:

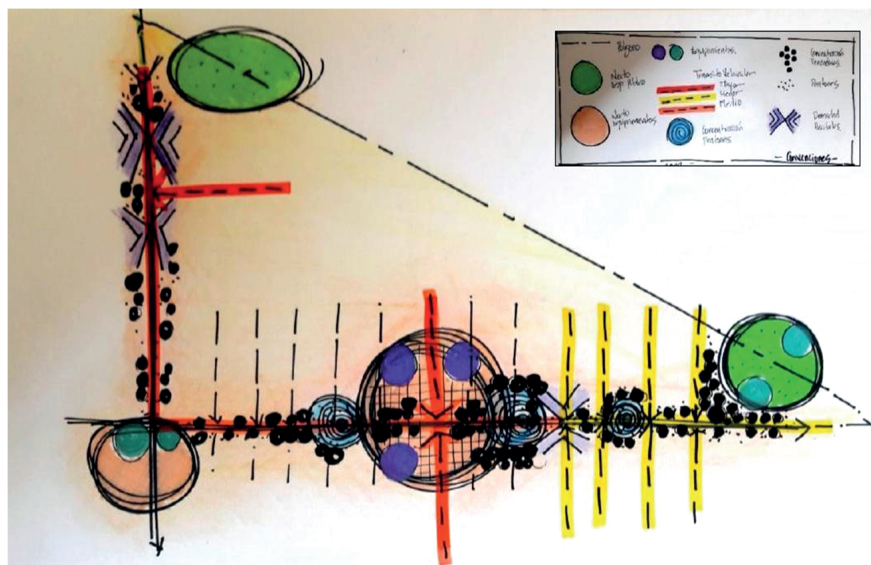


Figura 8. Corema sobre las dinámicas del comercio informal en el Centro Histórico de Manizales
Fuente: Elaboración propia

4. Conclusiones

Hay múltiples definiciones del espacio público. A modo de conclusión consideramos que el espacio público es una suma de espacios de características y funciones determinadas en relación con la ciudad. Hay áreas de tránsito como las vías peatonales y vehiculares, otras como las zonas de recreación pública y retiros arquitectónicos sobre los andenes peatonales. Zonas de permanencia como plazas y parques, los lugares que rodean las zonas de interés histórico, cultural o artístico, entre otras como las zonas de instalación de servicios públicos. El espacio público circundante de la ciudad lo encontramos en el paisaje del entorno.

Es así como este es un contenedor de los espacios de todos. Y los vendedores del espacio público son algunos. ¿Cómo entonces acordar lo que es de todos y lo que necesitan unos? Las discusiones enfrentan criterios ambientales, económicos, sociales, culturales y urbanos que requieren consensos y acuerdos que propicien la sinergia colectiva entre los actores. El estudio de caracterización de las ventas informales del espacio público aporta a la mirada del fenómeno desde su manifestación local, considerando múltiples actores que participan en la construcción social del espacio público, juntos con los vendedores: transeúntes, conductores, comerciantes, habitantes residentes -semi-permanentes, visitantes -transitorios. El énfasis descriptivo identifica las experiencias de los vendedores de manera individual e indaga por las condiciones de relacionamiento entre los vendedores y entre estos con los demás actores.

La pertinencia de la delimitación espacial del estudio obedece a la ubicación mayoritaria de los vendedores en la calle 19 y la carrera 23 del centro de Manizales. La temporada navideña recrea el ciclo anual que cierra con los balances y expectativas de picos de ganancias por temporada de festividades. La diversificación en los productos que ofrecen los vendedores informales en el espacio público por la temporada es circunstancial lo que es evidente en sus lugares de trabajo donde mantienen la mercancía tradicional de las demás épocas del año. Los fenómenos económicos, sociales y físicos que componen las ventas informales en el espacio público del centro histórico de Manizales han sido ampliamente estudiados, aporte teórico del estudio que se presenta de forma sistemática en el artículo.

Aumentar la cantidad de actores amplía las redes de relaciones entre vendedores, compradores, transeúntes, autoridades, entre otros, y complejiza el análisis en profundidad. Las relaciones entre los actores son dinámicas y conllevan lógicas que se distancian de las reglamentaciones locales, las cuales se vuelven inoperantes ante la realidad social que se observa en las calles. Los conflictos surgen en las prácticas cotidianas por el uso del espacio público. El análisis de lo simbólico es una forma más de entender el territorio y las formas de comprensión del mundo de los actores. La

temporalidad, que para los vendedores representa un aspecto singular, constituye una situación de confianza, lo que significa una nueva dimensión de análisis de la conflictividad del espacio público del centro histórico de Manizales y de manera específica el ejercicio de la actividad de la venta informal por los vendedores y vendedoras que allí permanecen todo el año.

Espacialmente se delimita el recorrido en el centro histórico de Manizales, pues es el lugar de mayor concentración de personas vendedores de mercancías. Los productos conservan un patrón de temporada y venta masiva de ciertas cosas que son iguales en la mayoría de los módulos de venta, complementariamente la variedad y calidad distintiva permiten sobresalir unos entre otros oferentes. Los vendedores encuestados se auto-reconocen como comerciantes lo que se legitima con su estancia y actividad. Por otra parte, el estudio cuestiona los conceptos relativos a la informalidad (rebusque, auto-empleo, ambulantes, informales, ilegales, etc.) como posibles rótulos asignados por las instituciones encargadas del manejo y gestión del espacio público en la construcción de explicaciones (a veces para nada afortunadas) ante la dificultad que se proyecta de lograr una actuación acertada en beneficio comunitario.

Desde la perspectiva jurídica, hay dos aspectos de conflictividad: el primero de ellos es la falta de observancia de las leyes que reglamentan el espacio público. Lo que se percibe como permisividad de parte de las autoridades frente a ciertos abusos que se cometen en el espacio público, se refleja en una disminución de la adopción de la norma por parte de los ciudadanos. El segundo responde a la planificación, en lo que tiene que ver con la necesidad de contar con instrumentos jurídicos adecuados para el análisis de las ventas informales así como la destinación presupuestal que ello requiere. Lo inmediatamente anterior no deja de lado la coyuntura que se presenta diariamente con las autorizaciones judiciales para la ocupación del espacio público que enfrentan los postulados jurídicos del derecho al trabajo con los postulados del derecho al espacio público.

Como todas las grandes concentraciones de personas que constituyen grupos de interés, son múltiples motivos los que subyacen en las relaciones de los actores que se encuentran en el espacio público del centro histórico de Manizales. La condición general es la característica de ser vendedor informal. Las solicitudes para la autorización del trabajo en el espacio público exceden la capacidad física del espacio. La acción de coordinación de la institución local en cabeza de la Secretaría del Medio Ambiente de la Alcaldía de Manizales no alcanza a cubrir la magnitud de los requerimientos de espacio por parte de los vendedores. Las ventas en el espacio público del centro histórico de Manizales, son -de forma permanente-, una oportunidad para mirar un problema multi-escalar entre lo local y lo global. Se presentan incluso casos de discriminación pues la incapacidad de la acción local impide a su vez la ayuda a personas de otras ciudades. De

esta manera se da un salto del análisis del conflicto a nivel local para entender la manifestación global emergente al nivel regional y nacional. Un abordaje distinto requiere la discusión sobre la vinculación de extranjeros en el campo laboral formal e informal.

Adicionalmente, se evidencia que existe una fuerte relación entre el campo laboral y la informalidad. Se entiende la informalidad como la incapacidad de los empleadores de acoger la mano de obra disponible. En la actualidad la proporción entre la formalidad y la informalidad crece casi hasta el 50%. De allí que las redes de la actividad de los vendedores se extiendan hasta sus familiares como beneficiarios o afectados de la labor de vendedor informal en el espacio público. Descubrir las lógicas comerciales de las ventas en el espacio público permite ver otra cara del comercio de la ciudad con los vendedores informales. Esto requiere nuevas formas de construir la informalidad, tal vez no de forma antagónica, sino como una oportunidad de concebir su participación en el territorio del espacio público y su representatividad en los procesos económicos locales.

En cuanto a las dificultades que se presentan en materia urbana, la caracterización arroja nuevas conflictividades entre los actores de las ventas informales en el espacio público. Ya comentadas en el estudio, sobresalen las dificultades de visibilidad entre las personas que circulan en diferentes medios de transporte al cruzar con los puestos de venta. Otro aspecto urbano que refleja la actividad comercial informal es el exceso de ruido del perifoneo y otras formas de atracción de público. Hay estudios que relacionan la informalidad con el comercio ilegal, la marginalidad y la apropiación del espacio público. Estas se reconocen como situaciones conexas de manifestación esporádica, que no pretenden ser comunes, y que trascienden a conflictos jurídicos y sociales que requieren de disciplinas como el derecho penal, el trabajo social y la gestión comunitaria.

Por el contrario, los espacios de encuentro en la ciudad permiten el intercambio entre las personas. El fragmento de la entrevista a David Harvey permite la reflexión cuando le preguntan si considera que el espacio público debe promover el consenso o enfatizar el conflicto, responde: “Ambos. Una frase brillante de Heráclito sugiere que la armonía más bella nace del enfrentamiento de las diferencias. Creo que una idea de consenso que no contemple la diferencia no tiene sentido. El espacio público ideal es un espacio de conflicto continuo y con continuas maneras de resolverlo, para que éste después se vuelva a reabrir”.

Para concluir, se encuentra que las características que estructuran el espacio de las ventas informales quedan expuestas para el análisis del conflicto territorial que se presenta en el centro histórico de Manizales. El estudio da cuenta de varias causas problemáticas por solucionar en materia de ventas informales, en el espacio público del Centro Histórico de Manizales. Múltiples

actores deben juntarse para definir estrategias progresivas de integración en torno a objetivos claramente definidos. La descripción del fenómeno de las ventas informales permite establecer fines acordes con los intereses de los actores. Se exhorta a la sociedad civil a seguir estructurando estrategias colectivas, que sean más efectivas y pertinentes que las “soluciones” ya utilizadas y que de verdad contribuyan a la resolución que más allá de ser un problema económico es un problema social.

Referencias bibliográficas

Castro, E., Ramírez, D. & Serna, H. (2018). Panorama de las ventas informales en el espacio público en la ciudad de Villavicencio (Colombia). *Semestre Económico*, 21(46), 141 – 166. <http://dx.doi.org/10.22395/seec.v21n46a6>

Castro, E. & Serna, H. (2016). Apropiación del espacio público en el centro histórico de la ciudad de Manizales-Colombia. Consideraciones metodológicas para el análisis del conflicto entre las ventas callejeras y la conservación del patrimonio. En: Universidad Nacional de la Plata (Ed) *V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales*. Encuentro realizado en la Universidad Nacional de la Plata, Mendoza, Argentina.

De Souza, M. & Bustos, A. (2017). El comercio informal de calle en las comunas Santiago y Concepción. *Revista Urbano*, (35), 58 – 73. <https://doi.org/10.22320/07183607.2017.20.35.05>

García, L., Rocha, R. & Sánchez, F. (2009). Ventas callejeras y espacio público: efectos sobre el comercio de Bogotá. *Revista Desarrollo y Sociedad*, (63), 245-268.

García-Doménech, S. (2015). Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. *Revista DEARQ - Revista de Arquitectura*, (17), 26-39.

Garza-Toledo, Sarmiento & Gayosso-Ramírez. (2017). Corporatism, Informality and Democracy in the Streets of Mexico City. *Global Labour Journal*, 8(3), 219-233.

Herzer, H., Di Virgilio, M., Rodríguez, M. & Redondo, A. (2008). ¿Informalidad o informalidades? Habitat popular e informalidades urbanas en áreas urbanas consolidadas (Ciudad de Buenos Aires). *Pampa*, 1(4), 85 – 112. <https://doi.org/10.14409/pampa.v1i4.3153>

Hoffman, M. (1977). Sex Differences in Empathy and Related Behaviours. *Psychological Bulletin*, (84), 712-722.

Jaramillo, N. (2007). Comercio y espacio público. Una organización de ambulantes en la Alameda Central. *Revista Alteridades*, 17(34), 137-153.

Loayza, N. (2008). Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú. *Revista Estudios Económicos*, 15, 43-64.

Kowarick, L. (1972). *Capitalismo e Marginalidade na América Latina. Brasil*. Universidad de Texas.

Massey, D. (2012). Espacio, lugar y política en la coyuntura igual. *Urban*, (4), 7-12.

Monnet, J. (2015). "El espacio público definido por sus usos: una propuesta teórica" En: Universidad Nacional de Educación a Distancia (Ed) *VIII Seminario internacional sobre territorio y cultura: Perspectivas actuales de la investigación sobre el territorio*. Seminario internacional celebrado en la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.

Organización Internacional del Trabajo-OIT. (2019). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo*. Ginebra: Suiza.

Oliven, R. (1980). *Marginalidad urbana en América Latina*. *Revista EURE - Revista De Estudios Urbano Regionales*, 7(19), 49 - 62.

Oliveira, R. (1972). *Etnicidad y estructura social*. Iztapalapa, México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Pereira, R. (2015). Max Paredes, el comercio popular y la apropiación del espacio público, *Revista Tinkazos*, 18(38), 35 - 51.

Rincón-Báez, W. & Solear-Hurtado, A. (2015). Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero, en Bogotá, Colombia. *Revista Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107), 107-124.

Rosenbluth, G. (1994). Informalidad y pobreza en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 52.

Sanín, J. (2007). Apropiaciones del espacio público y cultura material callejera. *Revista Iconofacto*, 3(4), 16-33.

Santos, M. (1996). *Metamorfosis del espacio habitado*. Barcelona, España: Oikos-Tau

Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*. Barcelona, España: Editorial, Ariel.

Vázquez, C., Medrano, R., Tapia, J. & Barrios, P. (2011). Espacio Público e Informalidad: El caso del programa de apoyo para la reubicación del comercio popular en la ciudad de México. *Revista de Antropología Experimental*, (11), 139-158.

Veleda da Silva. (2004). *Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil* (Tesis de doctorado no publicada). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Geografía.

