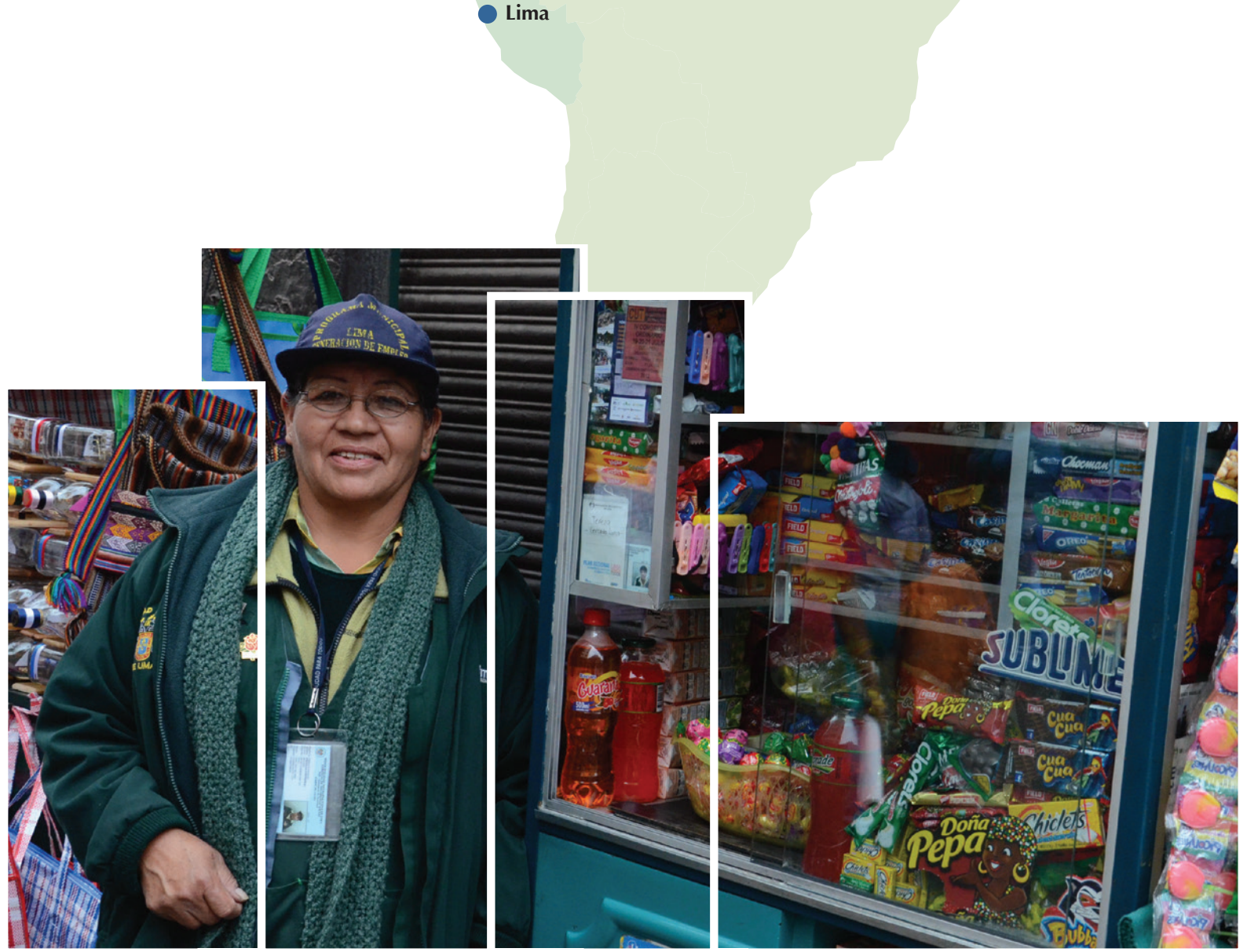
Ciudades inclusivas

EMEI Estudio de Monitoreo de la Economía Informal

Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú

por Themis Castellanos

Febrero de 2014



Estudio de Monitoreo de la Economía Informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú

La investigación de campo para este reporte se realizó en Lima durante 2012; los grupos focales se realizaron entre julio y setiembre, y las encuestas se aplicaron entre setiembre y noviembre del 2012. En Lima, el socio de la investigación fue la Federación Departamental de Vendedores Ambulantes de Lima y Callao (FEDEVAL). Manuel Sulca Escalante y Luis Ángel Rodríguez Salcedo coordinaron la investigación. Carmen Roca y Edith Anampa de WIEGO brindaron apoyo durante todo el proceso. El equipo de investigación estuvo compuesto por: Themis Castellanos, Martha Lazarte Salines, Guillermo Pérez Herrera y Bárbara Sparrow Alcánzar.

Autora

Themis Castellanos Del Portal, Investigadora senior cualitativa, tiene un Bachiller en Antropología por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y una Maestría en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Florida, con mención en Comunicaciones. Es especialista en investigación cualitativa y ha desarrollado investigaciones en una amplia diversidad de temas urbanos como economía informal, género, educación, entre otros.

Coordinadores de la organización de base

Manuel Sulca Escalante es trabajador autoempleado y dirigente gremial. En la década de 1980 empezó a trabajar como vendedor ambulante y organizó la Asociación "Buen Jesús" en el distrito de Jesús María. Fue dirigente fundador de la FEDEVAL, donde actualmente funge como Secretario General. Fue uno de los fundadores de StreetNet Internacional y formó parte de su consejo por dos períodos. Se desempeñó como regidor de la Municipalidad de Lima de abril a diciembre del 2013.

Luis Ángel Rodríguez Salcedo estudió Humanidades y Filosofía en la Escuela Jesuita Antonio Ruiz de Montoya y en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Se desempeña como consultor y asesor en temas laborales y sindicales. Es asesor de la FEDEVAL.

Asesora técnica

Sally Roever, Especialista en el sector de venta ambulante del Programa de políticas urbanas de WIEGO, es la Coordinadora de la investigación cualitativa del Estudio de Monitoreo de la Economía Informal (EMEI) y forma parte de los Comités de investigación, de leyes e informalidad y de la iniciativa Ciudades focales. Tiene un Doctorado en Ciencias Políticas de la Universidad de California en Berkeley (2005), con especializaciones en diseño de investigación, metodologías cualitativas y cuantitativas, y política latinoamericana. Su trabajo en WIEGO se centra en políticas urbanas en materia de venta ambulante, leyes e informalidad y diseño de investigación cualitativa.

Reconocimientos

Este documento es el resultado del trabajo de un equipo muy profesional, que estuvo a la altura de la circunstancias. Agradezco a cada uno de mis colegas por su aporte y dedicación: Miguel Jaramillo, Martha Lazarte, Guillermo Pérez y Bárbara Sparrow. El apoyo de Carmen Roca y Edith Anampa fue crucial para lograr sortear un conjunto de dificultades que se presentaron. El señor Manuel Sulca de FEDEVAL merece también un reconocimiento por su rol en esta investigación, así como Luis Rodríguez. Espero que los resultados de este primer estudio sean útiles para la FEDEVAL y sirvan para sustentar propuestas. Un especial agradecimiento para Sally Roever y Carmen Roca quienes me mostraron que es mucho más llevadera la tarea de escribir cuando se tienen sugerencias y comentarios enriquecedores. Gracias a WIEGO y a Ciudades Inclusivas por la oportunidad de participar en el proyecto y poder contribuir a mejorar las condiciones de los comerciantes ambulantes de mi ciudad. Finalmente, quisiera agradecer en nombre del equipo a cada uno de los y las comerciantes ambulantes que participaron en este estudio y compartieron con nosotros sus preocupaciones y opiniones.

Fecha de publicación: Febrero de 2014

ISBN: 978-92-95095-77-9

Publicado por Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO). Una asociación de beneficencia, limitada por garantía. Número de registro: 6273538, Sociedad de beneficencia registrada número: 1143510

Secretariado de WIEGO
Harvard University
79 John F. Kennedy Street
Cambridge, MA 02138, USA

WIEGO Limited
521 Royal Exchange
Manchester M2 7EN
Reino Unido

www.wiego.org

Derechos reservados © WIEGO. Este informe puede ser reproducido para fines educativos y de organización siempre y cuando se reconozca la fuente.

Cita completa: Castellanos, Themis. 2014. *Estudio de Monitoreo de la Economía Informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú*. WIEGO: Manchester, R.U.

Fotografía en la portada: Luis Alberto Venegas Sosa

Diseño: Julian Luckham de Luckham Creative Edición: Olga Abizaid

Sobre el Estudio de Monitoreo de la Economía Informal

El Estudio de Monitoreo de la Economía Informal (EMEI) es un estudio amplio y longitudinal de la economía informal urbana, desarrollado inicialmente en dos momentos en el tiempo, 2012 y 2015, en diez ciudades diferentes: Accra, Gana; Ahmedabad, India; Bangkok, Tailandia; Belo Horizonte, Brasil; Bogotá, Colombia; Durban, Sudáfrica; Lahore, Pakistán; Lima, Perú; Nakuru, Kenia; y Pune, India. El estudio combina métodos de investigación cuantitativos y cualitativos, para proveer un entendimiento profundo de cómo tres grupos de trabajadores informales –trabajadores a domicilio, vendedores ambulantes y recicladores– se ven afectados por (y responden a) tendencias económicas, políticas y prácticas urbanas, dinámicas de la cadena de valor y otras fuerzas económicas y sociales. El EMEI generará datos de panel sobre la economía informal urbana.

En cada ciudad, un equipo de cinco investigadores trabajó en conjunto con una organización de base (organización con base de miembros, OBM) local de trabajadores informales de abril de 2012 hasta abril de 2013, para recolectar y analizar la primera ronda de datos.

Todos los reportes de las ciudades, así como los reportes sectoriales (uno para cada uno de los tres sectores: trabajadores a domicilio, venta ambulante y reciclaje), un reporte global y otra información, pueden encontrarse en www.inclusivecities.org y www.wiego.org.

Tabla de contenido

Una nota acerca del uso del lenguaje 1

Resumen ejecutivo: Vendedoras y vendedores ambulantes en Lima Metropolitana 2

La investigación en Lima Metropolitana 2

Hallazgos de la investigación de Lima Metropolitana 3

Recomendaciones de políticas 4

Introducción 5

Objetivos del estudio 5

Marco conceptual 6

Metodología y muestreo 6

El comercio ambulatorio en Lima 8

1. Características del sector de vendedores ambulantes 10

1.1 Características de los vendedores ambulantes y sus hogares 10

1.2. Características de los negocios 12

1.3 Actividades y cadenas de valor de los vendedores ambulantes 15

2. Cambios en el sector 20

2.1 Fuerzas motoras en la economía informal urbana 20

2.1.1. Fuerzas económicas 20

2.1.2. Fuerzas de la ciudad 22

2.1.3. Fuerzas de las cadenas de valor 27

3. Respuestas 30

3.1. Respuestas a fuerzas motoras negativas 30

3.2 Instituciones intermediarias 32

3.2.1. Instituciones y actores 32

3.2.2. Instituciones que ayudan u obstaculizan 34

3.2.3. FEDEVAL como organización de base 36

4. Contribución del sector a la ciudad 38

4.1. Vínculos y contribuciones a la ciudad 38

4.1.1. Vínculos a la economía formal 39

4.1.2 Vínculos con el gobierno y la planificación de la ciudad. 41

4.1.3. Contribuciones a la ciudad 42

5. Hallazgos clave e implicancias para las políticas públicas 44

5.1. Conclusiones y hallazgos clave 44

5.2. Recomendaciones de políticas 45

Referencias 47

Anexos 48

Índice de tablas

Tabla 1 - Vendedores ambulantes según rango de edad, por sexo (%) 10
Tabla 2 - Características básicas del hogar, por sexo (%) 10
Tabla 3 - Características demográficas del hogar, por sexo 11
Tabla 4 - Nivel de educación de los entrevistados, por sexo 11
Tabla 5 - Fuente de ingreso principal del hogar, por sexo (%) 12
Tabla 6 - Acceso a otros tipos de ingreso del hogar, por sexo (%) 12
Tabla 7 - Ingresos netos medios por día 13
Tabla 8 - Número de ayudantes remunerados y no remunerados, por sexo y lugar de trabajo (%) 14
Tabla 9 - Ingresos y estabilidad laboral, por sexo y lugar de trabajo (%) 14
Tabla 10 - Tipo de apoyo durante incapacidad de trabajo, por sexo y lugar de trabajo (%) 15
Tabla 11 - Principal producto (o servicio) que vende, por sexo y lugar de trabajo (%) 15
Tabla 12 - Clasificación de trabajo realizado por las trabajadoras y los trabajadores como vendedores ambulantes 17
Tabla 13 - Obstáculos relacionados con el mercado y sus competidores clasificados como "muy problemáticos" por los entrevistados, por sexo y lugar de trabajo 20
Tabla 14 - Problemas relacionados con el gobierno local experimentados por los comerciantes ambulantes, por lugar de trabajo 23
Tabla 15 - Obstáculos de tipo institucional clasificados como "muy problemáticos" por los entrevistados, por sexo y lugar de trabajo 23
Tabla 16 - Obstáculos relacionados a la capacidad e infraestructura clasificados como "muy problemáticos" por los entrevistados, por lugar de trabajo 27
Tabla 17 - Problemas relacionados a la cadena de valor experimentados por los comerciantes ambulantes, por lugar de trabajo 28
Tabla 18 - Matriz de respuestas a fuerzas de la ciudad negativas 30
Tabla 19 - Matriz de respuestas a fuerzas negativas económicas 32
Tabla 20 - Matriz de intervenciones institucionales 33
Tabla 21 - Tipos de organizaciones identificadas como "útiles", por sexo y lugar de trabajo 35
Tabla 22 - Capacitaciones recibidas, por tipo de institución (%) 36
Tabla 23 - FEDEVAL: Matriz de intervenciones 37
Tabla 24 - Tipo de establecimiento donde adquiere sus insumos, por sexo y lugar de trabajo 40
Tabla 25 - Servicios contratados por los comerciantes ambulantes, por lugar de trabajo 42
Tabla 26 - Resumen de información de los grupos focales realizados 48
Tabla 27 - Entrevistas realizadas 49
Tabla 28 - Principales indicadores macroeconómicos Perú 2002- 2012 50

Índice de gráficos

Gráfico 1 - Herramienta de análisis: Actividades que realizan como vendedores ambulantes 16
Gráfico 2 - Diagrama de vínculos económicos de los vendedores ambulantes 18
Gráfico 3 - Prioridad de fuerzas motoras económicas identificadas como negativas 21
Gráfico 4 - Diagrama de flujo causal: aumento de precios 21
Gráfico 5 - Prioridad de fuerzas motoras de la ciudad identificadas como negativas 24
Gráfico 6 - Diagrama de flujo casual: La municipalidad nos quita las cosas y nos pega 25
Gráfico 7 - Prioridad de fuerzas motoras de la ciudad identificadas como positivas 26
Gráfico 8 - Prioridad de fuerzas motoras de las cadenas de valor identificadas como negativas 28
Gráfico 9 - Diagrama de flujo de vínculos de fuerzas negativas de la ciudad: Inestabilidad en el trabajo 31
Gráfico 10 - Mapas institucionales 34
Gráfico 11 - Mapas espaciales 38
Gráfico 12 - Mapa espacial 39
Gráfico 13 - Diagrama de vínculos económicos 40
Gráfico 14 - Herramienta de análisis: Contribuciones a la ciudad 43

Una nota acerca del uso del lenguaje

Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO, por su sigla en inglés) tiene como misión el mejoramiento de la situación de las personas que laboran en la economía informal, en particular la de las mujeres, de manera tal que cuenten con las mismas oportunidades económicas y los mismos derechos, así como la posibilidad de determinar las condiciones en las que trabajan y viven. Para ello, WIEGO busca apoyar a estas personas para que cuenten con mayor voz a través de organizaciones fuertes y democráticas que se encuentren representadas en instancias de toma de decisiones, para que tengan mayor visibilidad en las investigaciones y en datos estadísticos, así como mayor validez basada en el reconocimiento extendido de los aportes que este sector hace a la economía en general. Como tal, no podemos dejar de abordar el tema de los riesgos de invisibilización o discriminación de las mujeres que existen en ciertos usos del español.

De manera creciente organizaciones sociales, instancias académicas e instituciones gubernamentales han hecho un llamado a tratar de evitar el uso de discursos que perpetúen desigualdad entre los sexos o la ocultación de uno de los sexos, generalmente el femenino. El uso de genéricos masculinos recomendado por la Real Academia de la Lengua Española ha sido un importante foco de atención, ya que ofrece una imagen ambigua que a menudo puede ocultar una presencia importante de mujeres.

Las alternativas son diversas: se puede recurrir al uso de desdoblamientos (es decir, a especificar los sustantivos femeninos y masculinos) o al uso sustantivos genéricos, colectivos o abstractos. La primera opción, si bien es la que mayor precisión ofrece en términos lingüísticos, a menudo implica otro tipo de retos relacionados con la fluidez del texto, ya que crea estructuras repetitivas y difíciles de leer. A fin de balancear nuestro interés de incrementar la voz, la visibilidad y la validez de las mujeres a nivel discursivo con el de seguir produciendo materiales accesibles para nuestra audiencia, WIEGO procurará –en la medida de lo posible– el uso de sustantivos genéricos, colectivos, y abstractos. Recurrirá al uso de desdoblamientos una vez en el texto para hacer notar que esa es nuestra preferencia. Sin embargo, a partir de entonces si fuera imposible el uso de las otras alternativas recurrirá al uso de genéricos masculinos.

Resumen ejecutivo: Vendedoras y vendedores ambulantes en Lima Metropolitana

Los hallazgos en las estadísticas oficiales muestran que la mayoría de las trabajadoras y los trabajadores en los países en desarrollo se gana la vida en la economía informal. El Estudio de Monitoreo de la Economía Informal (EMEI) es un estudio cualitativo y cuantitativo diseñado para evaluar la realidad de estas personas. Con la información recolectada a lo largo de tres años, el EMEI busca ofrecer evidencia confiable y bien fundada sobre la diversidad de fuerzas motoras, tanto positivas como negativas, que afectan las condiciones de trabajo en la economía informal a través del tiempo. El estudio coloca a las personas que laboran de manera informal y a sus organizaciones en el centro del análisis.

La investigación en Lima Metropolitana

En Lima, la investigación del EMEI fue llevada a cabo con comerciantes ambulantes que, si bien no necesariamente forman parte de la Federación Departamental de Vendedores Ambulantes de Lima y Callao (FEDEVAL), sí participan en sus actividades y coordinan con ella. Las dos variables utilizadas para seleccionar la muestra de 150 trabajadores informales fueron: 1) sexo y 2) lugar de trabajo. Esta última fue dividida a su vez en venta en la zona centro, donde se encuentran los conglomerados comerciales más grandes e importantes de la ciudad, y venta en las zonas periféricas. Para el componente cuantitativo de la investigación, todos los participantes respondieron una encuesta, y para el componente cualitativo, 75 personas participaron en 15 grupos focales. Se llevaron a cabo también cuatro entrevistas con informantes claves de la FEDEVAL/Confederación Unitaria de Trabajadores del Perú (CUT) y de la ONG Alternativa, así como con expertos en temas municipales y de participación social, a fin de explorar con mayor profundidad algunos de los temas que surgieron en la investigación.

La población utilizada para la muestra estuvo constituida de la siguiente manera: el 69.3% era mujeres y 30.7% hombres, lo cual es consistente con la composición por sexo del sector obtenida a partir de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO). De acuerdo con la información del estudio, la mayoría de los hogares de las personas encuestadas tiene, en promedio, 3.7 miembros. La edad promedio de esta población es de 50 años, lo cual implica la existencia de más de una persona dentro del hogar en edad de trabajar: en más del 70% de los hogares de las mujeres encuestadas y en 60% de los de los hombres hay más de un trabajador. La gran mayoría de los comerciantes que participaron en este estudio son trabajadores por cuenta propia y más de la mitad se dedica a la venta de alimentos y comidas preparadas.

Los comerciantes trabajan en promedio más de 40 horas a la semana –medida que sirve de estándar mundial de trabajo decente–. Sin embargo, los comerciantes en el centro tienden a trabajar más horas que los comerciantes en la periferia, y las comerciantes mujeres tienden a trabajar más horas que los comerciantes hombres. En general, trabajan casi los 12 meses del año y en su mayoría no cuentan con asistencia de otras personas, ya sean remuneradas o no.

En esta población el nivel educativo de las mujeres se encuentra concentrado principalmente en el nivel básico (primaria completa o menos), mientras que el de los hombres se encuentra en el nivel medio superior (secundaria completa o más). Estos niveles educativos tienen incidencia en el giro de las actividades a las que se dedican los comerciantes, siendo los hombres quienes se dedican más a actividades que implican algún procesamiento o servicios que requieren un nivel más alto de capacitación (como servicios técnicos o de contabilidad, etc.), los cuales por lo general son mejor remunerados.

Los ingresos netos de estos trabajadores registrados durante la investigación son más altos que los del resto de los comerciantes ambulantes de Lima; sin embargo, es importante resaltar que dichas cifras no toman en cuenta una serie de gastos que afectan negativamente los ingresos como los decomisos y los costos de financiación con prestamistas informales. Asimismo, la encuesta solicitó a los comerciantes que declararan cuáles habían sido sus ingresos la semana anterior sin calificar si se trataba de un período alto o bajo de ventas. En el caso de un porcentaje de los vendedores de alimentos, comidas preparadas y productos agrícolas los ingresos netos eran negativos. Por lo tanto, los ingresos deben analizarse con cautela.

Es importante hacer notar que el desarrollo de la investigación para el presente reporte coincidió con un período donde la Municipalidad de Lima y su alcaldesa fueron objeto de fuertes controversias por sus acciones relacionadas a los problemas de tránsito y al cierre del viejo mercado mayorista en La Parada.

Hallazgos de la investigación de Lima Metropolitana

Durante la investigación, los comerciantes identificaron y clasificaron los factores que favorecen u obstaculizan sus medios de sustento. De acuerdo con la información proporcionada a través de las encuestas y los grupos focales, las municipalidades, la FEDEVAL (como organización de segundo nivel de comerciantes ambulantes) y las asociaciones de comerciantes fueron identificadas como importantes por los trabajadores en la muestra.

Las municipalidades, tanto distritales como la metropolitana, fueron identificadas por los comerciantes como las instituciones más importantes en su trabajo, aunque la relación con ellas está definida por desconfianza y enfrentamiento mutuo. A pesar de algunos programas y medidas de los gobiernos municipales para esta población, su definición del comercio ambulante como problema permea los procesos de planeación urbana y las prácticas de gobierno hacia el sector, lo cual lleva a la implementación de medidas restrictivas hacia los comerciantes que afectan sus condiciones de trabajo y medios de sustento. En general, las municipalidades son percibidas como abusivas, poco transparentes y poco dialogantes con el sector. Es por ello que la percepción encontrada sobre las municipalidades es negativa.

Por su parte las organizaciones de comerciantes de primer y segundo nivel son percibidas como positivas y negativas al mismo tiempo. A la FEDEVAL se le valora en su calidad de organización de base (organización con base de miembros, OBM), y es percibida como importante, sobre todo por los comerciantes que trabajan en el centro y por los hombres, por su apoyo en materia de capacitaciones, permisos y para lidiar con desalojos, por los diálogos con las autoridades y por haber logrado que el sector fuera incluido dentro de una central sindical nacional junto con organizaciones de trabajadores formales –la CUT–. Sin embargo, la valoración de la FEDEVAL es menor entre los comerciantes de la periferia y las mujeres, lo que sugiere las limitaciones que ha tenido esta OBM para integrar a estos grupos de comerciantes y sus necesidades. Si bien las asociaciones de comerciantes de primer nivel son valoradas por la conciencia de que es positivo estar organizados y necesario para hacerse escuchar por las autoridades, enfrentan también importantes limitantes relacionadas a su capacidad para representar a los vendedores ambulantes y negociar con las autoridades.

Políticas y prácticas de la ciudad

De acuerdo a los comerciantes ambulantes, las fuerzas motoras que más impactan su trabajo son las relacionadas con las políticas y prácticas de la ciudad, y dicho impacto en general es negativo. Y por tanto, las municipalidades distritales y metropolitana fueron calificadas como las instituciones más importantes para los comerciantes ambulantes. En el caso de la Municipalidad de Lima, los comerciantes reconocen algunas prácticas del gobierno metropolitano a favor de los comerciantes, como las consultas para cambiar la Ordenanza No 002 que norma el comercio ambulatorio y los programas de capacitación. No obstante, los comerciantes también perciben a esta institución como negativa por el marco normativo restrictivo, la no entrega de licencias y la falta de control de la corrupción de los serenos[1], entre otras cosas. En el caso de los gobiernos distritales, la percepción de los comerciantes está definida por enfrentamientos y denuncias por abuso de autoridad. Existe la percepción de que los gobiernos locales no tienen voluntad para dialogar con el sector y que la normatividad para el sector es restrictiva y poco clara.

Uno de las fuerzas que obstaculizan el trabajo de los comerciantes es el hecho de que los marcos regulatorios y las políticas de planificación de la ciudad no han incorporado al comercio ambulatorio y lo perciben como un problema; esto a su vez desemboca en prácticas represivas –como los decomisos y desalojos– y lleva a una relación de mutua desconfianza y de enfrentamiento entre los comerciantes y las autoridades municipales, tanto a nivel distrital como municipal.

La percepción negativa en torno a los vendedores ambulantes, tanto de los gobiernos municipales como de la opinión pública, también constituye un obstáculo para el reconocimiento de los aportes que hacen a la ciudad, entre los que se encuentran las contribuciones a través del pago de impuestos, la creación de empleo, el pago de servicios de la ciudad, los servicios de limpieza y seguridad en espacios públicos.

Las respuestas colectivas que se han dado para mitigar estas fuerzas han sido la búsqueda de diálogo, la presentación de propuestas y la negociación de medidas municipales. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, este tipo de respuestas es menor debido a las capacidades limitadas de las organizaciones que tendrían que canalizar estas respuestas e interactuar con las autoridades.

[1] Serenos es la forma en que se denomina al personal del serenazgo, que son trabajadores municipales que brindan servicio de seguridad en sus jurisdicciones. Parte de su trabajo es cuidar los espacios públicos para evitar que dichos espacios sean ocupados por los vendedores ambulantes.

Dinámicas económicas y de la cadena de valor

En el estudio, los comerciantes identificaron la pérdida de ganancias y la inflación como problemas económicos importantes. El primer problema se encuentra relacionado con la percepción de que cuentan con una menor clientela (en comparación con el año anterior) y con el aumento de la competencia tanto de grandes mayoristas y supermercados, como de otros vendedores ambulantes. Los vendedores de alimentos, comidas preparadas y productos agrícolas también resaltaron el aumento de precios de sus insumos, debido a la inflación en los alimentos como un problema importante que afecta sus medios de sustento. En este caso, el aumento de la competencia y la debilidad para negociar menores precios con sus proveedores, les impide a los comerciantes incrementar sus precios de venta y los lleva a tomar medidas como la búsqueda de créditos con prestamistas informales, los cuales tienen altas tasas de interés.

Al hacer el análisis de la cadena de valor, la investigación encontró que el comercio ambulante informal se encuentra integrado al sector formal en las relaciones hacia "adelante" y hacia "atrás". En las relaciones hacia "adelante", se encontró que los principales clientes de los comerciantes ambulantes son amas de casa, trabajadores en negocios cercanos y otros actores del sector formal (bodegas o restaurantes, por ejemplo). Y en las relaciones hacia "atrás", el 76% de los comerciantes que laboran en la zona centro y el 55% de los que laboran en la periferia adquieren sus insumos en negocios formales; y si se añaden a los proveedores mayoristas, el porcentaje asciende a 79% entre los comerciantes de la zona centro y 65% de los de la periferia. En la mayoría de los casos la relación entre los comerciantes y los proveedores es de larga trayectoria, y por lo general, los comerciantes suelen comprar de proveedores fijos. Los comerciantes de la zona centro escogen a sus proveedores de acuerdo a los precios y calidad de los productos; mientras que en la periferia, además de los precios, la cercanía a su lugar de trabajo comienza a cobrar importancia.

Además del marco regulatorio, el estudio encontró que los cambios en las ciudades pueden afectar negativamente, mediante procesos de planificación y diseño urbano (como reubicaciones y el desarrollo de infraestructura), no sólo las condiciones de trabajo de los comerciantes, sino también las dinámicas de cadena de valor.

Para hacer frente a los problemas relacionados con dinámicas económicas y de cadena de valor, los comerciantes han desplegado en mayor medida respuestas individuales orientadas a mitigar los efectos negativos, como el establecimiento de relaciones con su clientela, y el fiar o rematar la mercadería. La mayoría de las respuestas se limitan a hacer frente a los desafíos y no a lograr cambios.

Recomendaciones de políticas

- Es importante que la ciudad cuente con un marco legal para el comercio ambulatorio, que lo regule y norme como actividad económica y en su uso de los espacios públicos. También es necesario que promueva procesos de formalización de los comerciantes que tomen en cuenta los pocos ingresos o las pérdidas del mismo de los vendedores más vulnerables, así como la necesidad de que estén protegidos contra los abusos de autoridad. Dichas consideraciones también se deben tener en cuenta en la emisión de permisos.
- Sin embargo, es necesario que este marco legal sea parte de una visión más amplia que reconozca al comercio ambulatorio en su importancia para la ciudad y como parte de sus dinámicas sociales y económicas, ya que brinda trabajo y oportunidades laborales a un amplio sector de la población y tiene potencialidades para aportar en la solución de problemas centrales como la seguridad y la limpieza.
- Las municipalidades, especialmente distritales, tienen que propiciar la legitimización de su liderazgo en procesos de desarrollo económico a través de una mayor apertura para la negociación y comunicación de sus ordenanzas y reglamentos. También sería importante que se promovieran programas de liderazgo entre las mujeres, quienes de acuerdo al estudio conforman el segmento de población más vulnerable (sobre todo las vendedoras en la periferia), y que se desarrollaran apoyos para los vendedores de alimentos, los cuales son más vulnerables a la pérdida de ingresos.

Recomendaciones para la FEDEVAL:

- Necesita revisar su agenda como gremio para que esté sintonizada con las demandas de los comerciantes.
- Tiene en las mujeres comerciantes y, especialmente de los distritos de la periferia, un público objetivo que debe ser prioridad por su mayor vulnerabilidad.
- Es necesario que se fortalezcan las asociaciones de comerciantes y organizaciones de base para que vayan más allá de estar organizados solamente para tramitar autorizaciones o lidiar con desalojos.

Introducción

Objetivos del estudio

En la actualidad es ampliamente reconocido el hecho de que la mayoría de los trabajadores en el mundo en vías de desarrollo se gana la vida en la economía informal. Los hallazgos en las estadísticas oficiales muestran que el empleo informal constituye más de la mitad del total del empleo no agrícola en la mayoría de las regiones y llega hasta 82% en el sur de Asia y 80% en muchos países de África Subsahariana (Página web de WIEGO, 2013). Si bien es cierto que muchos estudios plantean teorías para explicar la persistencia, las características y el crecimiento del empleo informal, pocos han evaluado la realidad del trabajo en la economía informal en el terreno; y ninguno lo ha hecho longitudinalmente o transversalmente con un número suficientemente grande de sectores y ciudades. El Estudio de Monitoreo de la Economía Informal (EMEI) busca llenar esta brecha.

Más específicamente, el objetivo del estudio es proporcionar evidencia confiable y bien fundamentada sobre la gama de fuerzas motoras, tanto positivas como negativas, que afectan las condiciones laborales en la economía informal a través del tiempo. El estudio tiene a los trabajadores informales y a sus organizaciones en el centro del análisis, y busca examinar no sólo el impacto de estas fuerzas motoras, sino también las respuestas estratégicas a estas fuerzas por parte de los trabajadores informales. El estudio se basa en un enfoque colaborativo entre investigadores y organizaciones de base (OBM) de trabajadores informales para monitorear, de forma continua, el estado de los trabajadores pobres en tres sectores –trabajo a domicilio, comercio ambulante y recolección de material reciclable–, y busca también desarrollar las capacidades de las OBM para evaluar y mediar las fuerzas motoras que afectan su trabajo.

El estudio se realiza en diez ciudades de la siguiente forma:

	Sector(es)	Socios locales
África		
Accra, Ghana	Comercio ambulante	Institute of Statistical, Social and Economic Research (ISSER, por su sigla en inglés) y StreetNet Ghana Alliance
Durban, Sudáfrica	Comercio ambulante, recolección de material reciclable	Asiye eTafuleni
Nakuru, Kenia	Comercio ambulante, recolección de material reciclable	Alianza Nacional de Vendedores Ambulantes y Comerciantes Informales de Kenia (KENASVIT, por su sigla en inglés)
Asia		
Ahmedabad, India	Trabajo a domicilio, comercio ambulante	Asociación de Mujeres Autoempleadas (SEWA, por su sigla en inglés)
Bangkok, Tailandia	Trabajo a domicilio	HomeNet Tailandia
Lahore, Pakistán	Trabajo a domicilio	HomeNet Pakistán
Pune, India	Recolección de material reciclable	Kagad Kach Patra Kashtakari Panchayat (KKPKP, por su sigla en hindi)
América Latina		
Belo Horizonte, Brasil	Recolección de material reciclable	Instituto Nenuca de Desenvolvimento Sustentável de Belo Horizonte
Bogotá, Colombia	Recolección de material reciclable	Asociación de Recicladores de Bogotá (ARB)
Lima, Perú	Comercio ambulante	Federación Departamental de Vendedores Ambulantes de Lima y Callao (FEDEVAL)

Marco conceptual

En el EMEI, el término "fuerza motora" se refiere a factores sistémicos que impactan, tanto positiva como negativamente, las ocupaciones y medios de sustento de los trabajadores informales urbanos. Este estudio se basa en tres categorías de "fuerzas motoras". En primer lugar, el EMEI considera a la economía como una fuerza motora: es decir, las **condiciones macroeconómicas** como la inflación, la recesión y las tendencias de crecimiento que pueden tener impacto en las condiciones laborales en la economía informal. En segundo lugar, el EMEI explora las **políticas y prácticas gubernamentales**, específicamente, pero no de manera exclusiva, las llevadas a cabo a nivel de ciudad o municipalidad, incluyendo la planificación y las políticas urbanas, las regulaciones de zonificación, las políticas para sectores en específico, las normas reguladoras e infraestructura urbana y la prestación de servicios. En tercer lugar, se toman en cuenta las **dinámicas de las cadenas de valor** específicas a cada sector, incluyendo las relaciones de poder entre los trabajadores informales y sus abastecedores y compradores, y el papel de los intermediarios en la cadena de valor. El marco también permite la identificación de otras fuerzas motoras, como la migración, que pueden tener un impacto importante en las condiciones laborales de un sector o ciudad en particular.

El EMEI asume que el impacto de estas fuerzas motoras es mediado por las instituciones y los actores vinculados al sector en específico estudiado en cada ciudad. El estudio examina una variedad de instituciones, incluyendo las instituciones gubernamentales, las organizaciones de la sociedad civil y, fundamentalmente, las OBM de trabajadores informales. El estudio también analiza las respuestas de los trabajadores informales a las fuerzas motoras principales en cada ciudad, así como los vínculos económicos, políticos, y espaciales dentro de cada sector. Finalmente, y mediante su diseño de muestreo, facilita las comparaciones a nivel individual por sexo (en ciudades donde tanto hombres como mujeres forman parte de la OBM socia), estatus laboral y ubicación del lugar de trabajo.

Las hipótesis del estudio y el diseño de las herramientas para la recopilación de información se basaron en varios de los mitos existentes sobre la economía informal:

Mito # 1: La economía informal no está ligada a la economía formal.

Hipótesis # 1: Los trabajadores informales se encuentran estrechamente ligados a la economía formal.

Mito # 2: La economía informal no es parte de la economía moderna.

Hipótesis # 2: Los trabajadores informales forman parte de las cadenas modernas de producción, distribución y de servicios, las cuales transfieren los costos y riesgos a los trabajadores informales.

Mito # 3: Los trabajadores informales "se esconden" intencionalmente de las regulaciones y evaden los costos de la formalización.

Hipótesis # 3: Los trabajadores informales no se están escondiendo de las regulaciones; más bien las regulaciones son o bien desconocidas, inapropiadas u hostiles para los trabajadores informales.

Hipótesis # 4: Las políticas económicas, así como las políticas y reformas urbanas no apoyan los medios de sustento informales urbanos.

Metodología y muestreo

El EMEI se basa tanto en métodos cualitativos como cuantitativos. El componente cualitativo consiste en una evaluación participativa de la economía informal, un método innovador diseñado para captar de forma sistemática las percepciones y el entendimiento de los trabajadores informales en sus propias palabras, dentro del marco de grupos focales[2]. Cada equipo de ciudad llevó a cabo 15 grupos focales (por sector), en los cuales se utilizaron nueve herramientas –organizadas en torno a temas vinculados con las características, fuerzas motoras y respuestas del sector, así como el entorno institucional y las contribuciones a la ciudad que éste ofrece– para generar información relacionada al marco conceptual. Los resultados de los grupos focales fueron incluidos en informes de aproximadamente 12 páginas en promedio, redactados inmediatamente después de la realización de cada grupo. Estos informes fueron posteriormente analizados.

El componente cuantitativo consiste en un cuestionario de encuesta que fue aplicado a todos los 75 participantes de los grupos focales por sector, así como a aproximadamente 75 trabajadores más, para llegar a un total de alrededor de 150 personas encuestadas en cada sector por ciudad (con pequeñas variaciones en el tamaño de la muestra en algunos sectores y/o ciudades). El cuestionario está diseñado para complementar la información que fue reco-

[2] La metodología fue desarrollada conjuntamente con Caroline Moser, Angélica Acosta e Irene Vance, quienes también capacitaron a los equipos de cada ciudad en torno a métodos de recolección de información y posteriormente sobre su análisis. La evaluación participativa de la economía informal es una adaptación de metodologías participativas anteriores desarrolladas por Chambers (1994), Moser y Holland (1997), Moser y McIlwaine (1999, 2004), y Moser, Acosta and Vásquez (2006).

lectada a través de los grupos focales mediante la recolección de datos sobre el perfil y las fuentes de ingreso de los hogares de los trabajadores, el perfil de activos de los hogares de los trabajadores, información detallada sobre la empresa u oficio de los trabajadores, y los vínculos entre la economía informal y la economía formal. Le tomó aproximadamente 90 minutos a cada participante completar la entrevista del cuestionario.

En conjunto, los grupos focales y los cuestionarios proporcionan información sobre el contexto en el que los trabajadores informales se ganan la vida, y las fuerzas que afectan, positiva y negativamente, sus ingresos y condiciones laborales. También podemos entender cómo los trabajadores adaptan sus estrategias laborales cuando enfrentan estas fuerzas económicas, sociales e institucionales.

El enfoque del muestreo fue diseñado, en primer lugar, para mantener la comparabilidad en los resultados a través de los 13 sectores-ciudad, y en segundo lugar, para permitir cierta flexibilidad según fuese requerida por las circunstancias locales. En la mayor medida posible, se acataron los siguientes principios en todas las ciudades y sectores:

- Solamente se incluyeron miembros de la OBM en la muestra[3]
- Cada muestra de sectores se basó en las siguientes dos variables en la medida de las posibilidades:

Sector	Variable de muestreo 1		Variable de muestreo 2	
Trabajo a domicilio	**Situación en el empleo**		**Categoría de producto**	
	Autoempleado	Subcontratado	Categoría 1	Categoría 2
Comercio ambulante	**Sexo**		**Ubicación del lugar de trabajo**	
	Mujeres	Hombres	Centro de la ciudad	Periferia
Recolección de materiales reciclables	**Sexo**		**Fuente de materiales**	
	Mujeres	Hombres	Fija	Calle

Cada equipo de ciudad desarrolló la "mejor muestra posible" con base en las variables de muestreo detalladas en la tabla anterior. "Mejor" se definió como (a) la muestra más representativa posible de la población de miembros de OBM bajo estudio; y (b) la muestra más sensible, viable y apropiada que fuera posible localmente. Por ejemplo, en las ciudades donde la OBM socia contaba con un registro actualizado de miembros con información sobre las variables de muestreo fue posible desarrollar un muestreo aleatorio estratificado que fuera estadísticamente representativo de la población de la OBM en relación a las variables de muestreo; en las ciudades donde no existía un registro preciso, el equipo de ciudad utilizó un enfoque de muestreo por cuotas. En cada ciudad, los investigadores locales trabajaron con la OBM para identificar cuál sería la mejor muestra posible de acuerdo a las circunstancias locales.

La segunda variable de muestreo –giro en el caso de los trabajadores a domicilio; lugar de trabajo para los comerciantes ambulantes y fuente de materiales para los recicladores– fue diseñada para ser correlacionada con un grado de vulnerabilidad que reflejara las circunstancias específicas del sector. En el sector del comercio ambulante, por ejemplo, los vendedores que trabajan en el centro de la ciudad son habitualmente más vulnerables a desalojos que los vendedores que trabajan en la periferia. Cada equipo de ciudad identificó la mejor manera posible para poner en funcionamiento esta variable en conformidad con las circunstancias locales.

En Lima se realizó un muestreo por cuotas usando como guía las características de la población de comerciantes ambulantes a nivel Lima Metropolitana[4]. Las variables de muestreo utilizadas fueron sexo y lugar de trabajo. Para la variable de lugar de trabajo se consideró que los comerciantes estuvieran ubicados en distritos de la zona central de la ciudad –donde se encuentran los conglomerados comerciales más importantes y grandes de la ciudad– y en zonas periféricas de la ciudad[5]. Los comerciantes ambulantes que conforman la muestra no son necesariamente miembros de la Federación Departamental de Vendedores Ambulantes de Lima y Callao (FEDEVAL), sin embargo,

[3] Ser "miembro" de una OBM significa diferentes cosas en diferentes ciudades; por ejemplo, en algunas ciudades significa estar registrado formalmente, mientras que en otras ciudades supone una afiliación más flexible.

[4] La principal fuente de información sobre las características de los vendedores ambulantes fue la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO).

[5] Los distritos se seleccionaron teniendo en cuenta la ubicación de las organizaciones de base de la FEDEVAL. Los distritos seleccionados de la zona central de la ciudad fueron: Lima, Rímac, La Victoria y Magdalena. De las zonas periféricas se seleccionaron distritos del norte de la ciudad: San Martín de Porres, Comas, Independencia, Puente Piedra y Carabayllo.

sí se encuentran involucrados en las actividades de dicha OBM y coordinan actividades con ella[6]. Los participantes en los grupos focales también compartían estas características[7].

Manuel Sulca y Luis Rodríguez de la FEDEVAL tuvieron a su cargo realizar la convocatoria y coordinar los locales, así como la logística para la realización de los grupos focales. En la mayoría de casos se utilizaron los locales de los sindicatos, pero en otros, fueron dirigentes quienes brindaron sus casas. Para la aplicación de la encuesta el equipo de FEDEVAL estableció los contactos locales para la aplicación de los cuestionarios. Los grupos focales se realizaron entre julio y setiembre, y las encuestas se aplicaron entre setiembre y noviembre del 2012.

El comercio ambulatorio en Lima

La población de Lima en 2011 era de 8 398 445 personas de acuerdo a estimaciones oficiales. Esta cifra comprende a la población ubicada en la Provincia de Lima, la cual forma parte de la jurisdicción de la Municipalidad de Lima Metropolitana.

En 2011, el total de la población económicamente activa (PEA) en Lima Metropolitana ascendía a 4 743 000 personas, de las cuales se calcula que 61.2% tenía un empleo informal (WIEGO-CIES 2012). Los trabajadores independientes no calificados eran la categoría más importante con un 24.2%, seguidos por los asalariados que representan el 22.3%. Esta información ilustra la importancia del empleo informal para Lima Metropolitana, donde seis de cada 10 trabajadores tienen empleos informales (Herrera et al 2012; WIEGO-CIES 2012).

Los servicios no personales y el comercio son las actividades económicas que proveen de más trabajo a los pobladores de Lima Metropolitana. Más de la mitad de la PEA de Lima Metropolitana (58.7%) se encuentra empleada en alguno de estos dos sectores. El comercio es la segunda rama de actividad en importancia con un 20.5% de la PEA; sin embargo, el 12.7% de la PEA formal trabaja en esta actividad, mientras que el 25.5% la PEA con empleo informal trabaja en el comercio[8].

Estudios recientes señalan que en el ámbito de Lima Metropolitana el trabajo más común dentro del empleo informal es la venta ambulante. Se ha calculado que los vendedores ambulantes representan alrededor del 14% del empleo informal total de Lima[9].

Los vendedores ambulantes tienen una historia organizativa que inició en la década de 1970 y que les ha servido para obtener reconocimiento y procesos de formalización. El más importante reconocimiento fue a través de la Ordenanza N° 002 de 1985 para Lima Metropolitana, vigente hasta el día de hoy, que establece el marco normativo para el sector a nivel metropolitano. Una de las primeras organizaciones de comerciantes ambulantes fue la FEDEVAL. Sus estatutos fueron modificados en 2008 para también incluir a trabajadores de galerías, conglomerados, bodegas, etc. y abarcar, así, a un espectro más amplio de trabajadores. La FEDEVAL está afiliada a la Central Unitaria de Trabajadores del Perú (CUT) y a nivel internacional es parte de StreetNet International. Sin embargo, su representatividad se ha reducido considerablemente después de haber tenido una gran importancia en la década de 1980[10].

En la actualidad, el sector de comerciantes ambulantes o comercio en la vía pública se rige por la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972 de 2003, la cual otorga a las municipalidades distritales y la municipalidad metropolitana la facultad de regular el uso del espacio público y el comercio ambulatorio. El marco normativo vigente estipula un conjunto de mecanismos y procedimientos para que el comerciante ambulante pague tasas por el uso del espacio público y servicios de limpieza, pero reciba también protección[11]. La presente gestión municipal metropolitana está llevando a cabo un proceso de consulta y revisión de una nueva ordenanza para este sector. Esta propuesta contiene cambios de crucial importancia: primero, es una ordenanza metropolitana para toda la jurisdicción de la Provincia de Lima que regula la actividad en concordancia con la nueva Ley de Municipalidades; y

---

[6] La FEDEVAL no contaba con un padrón de miembros actualizado por organizaciones de base. Para compensar esta limitación, ésta se comprometió a hacer una primera base de datos que sirvió para la selección de los participantes en los grupos focales. Una vez elaborado el diseño de la muestra, el proceso de selección de participantes para la encuesta se realizó de manera paralela a su aplicación

[7] La información cualitativa fue recolectada a través de grupos focales y adicionalmente se realizaron cuatro entrevistas a informantes clave. A lo largo del informe se mostrarán herramientas elaboradas en los grupos focales, cuyo contenido ha sido transcrito respetando la forma original en que fueron elaborados por los comerciantes participantes.

[8] Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2011).

[9] Javier Herrera et al. (2012: 76) calcula que los vendedores ambulantes conforman 9.2% del empleo total no agrícola en Lima.

[10] Actualmente existen tres organizaciones que tienen presencia a nivel metropolitano: FEDEVAL, la Confederación de Instituciones de Trabajadores Ambulantes, Mercados, Galerías y Similares (CONFIAR) y la Red de Mujeres Trabajadoras Ambulantes y de Mercados de Lima y Callao.

[11] La Ordenanza 002-1985-MLM establece el pago del Sistema Impositivo al Servicio Ambulatorio (SISA) como una tasa por el espacio urbano que ocupan los comerciantes ambulantes, si bien esta tasa ya no se paga en Lima Cercado.

segundo, establece la Autorización Municipal Temporal del comercio informal en los espacios públicos conducente a la formalización con vigencia anual[12].

El contexto en el que se desarrolló el trabajo de campo para el presente estudio fue bastante convulsionado: la Municipalidad de Lima Metropolitana y la alcaldesa de la ciudad, Susana Villarán, fueron el foco de controversias por medidas poco populares para enfrentar problemas como el tránsito vehicular y el comercio mayorista. De manera paralela al proceso de recolección de información, se realizó la apertura del nuevo mercado mayorista y el cierre del antiguo mercado en "La Parada" y se aprobó un proceso de revocatoria en contra del Consejo Metropolitano[13].

Finalmente, hay que precisar que el comercio ambulatorio es percibido como un problema de la ciudad por un amplio sector de la opinión pública y sociedad civil. Como señala Aliaga (2011), la aglomeración de ambulantes se percibe como causa del desorden, la suciedad y el crimen en los espacios públicos. Es por ello que las regulaciones restrictivas y los desalojos son aprobados, y que el aumento de ambulantes en una zona es percibido como indicador de una gestión municipal ineficiente. Hay que resaltar, sin embargo, que Lima tiene problemas graves de inseguridad ciudadana, especialmente relacionados a la criminalidad, cada vez más violenta, y con indicadores que muestran que la prostitución y la comercialización de drogas están en aumento[14].

[12] De esta manera, la autorización es excepcional y es el documento único resultado de una evaluación previa que "no da derecho de propiedad, posesión o permanencia sobre el espacio físico en el que se encuentra el módulo o se ejerce la actividad, constituyendo únicamente una ubicación temporal autorizada, sin derechos sucesorios. (Título V, Art. 10). La propuesta de ordenanza se encuentra en el portal institucional de la Municipalidad de Lima Metropolitana y aún está pendiente su aprobación. Puede encontrarse en el siguiente enlace: http://www.munlima.gob.pe/documentos/proyectos/Propuesta-de-Ordenanza-Comercio-Ambulatorio.pdf.

[13] Ver línea de tiempo en los anexos de los principales eventos en Lima durante el desarrollo del trabajo de campo.

[14] En la encuesta *Lima Cómo Vamos* desarrollada por Ciudad Nuestra entre 2010 y 2012, el primer problema señalado para la ciudad es la inseguridad, seguido por la contaminación ambiental y el transporte público. En este mismo período el comercio informal/comercio ambulatorio ocupó el cuarto lugar. Para 2012 la inseguridad obtuvo el 73%, la contaminación ambiental 49%, el transporte público 34% y el comercio ambulatorio 25%.

1. Características del sector de vendedores ambulantes

1.1 Características de los vendedores ambulantes y sus hogares

Esta sección presenta las principales características de los 150 comerciantes ambulantes encuestados y sus hogares. La muestra se compone de 46 hombres y 104 mujeres con edades que fluctúan entre los 22 y 80 años. La edad promedio al interior de la muestra es de 50 años, siendo ésta ligeramente superior entre los hombres (53 años) que entre las mujeres (48 años).

La muestra respeta la composición por sexo del sector que se obtiene a partir de la ENAHO, la que indica que las mujeres representan aproximadamente el 69% de total de trabajadores del sector[15]. En la tabla 1 se compara la composición de edades de la muestra con la que se obtiene a partir de la ENAHO. En ésta se observa claramente que la muestra presenta edades superiores a las que se encuentran en la encuesta nacional, tanto entre hombres como entre mujeres.

Tabla 1 - Vendedores ambulantes según rango de edad, por sexo (%)

	Hombres		Mujeres	
	Muestra	ENAHO	Muestra	ENAHO
25 o menos	0	9	3	10
26-35	4	19	13	28
36-45	28	24	23	20
46-55	26	20	37	23
Más de 55	41	27	24	18

Fuente: Aliaga (2011) y encuesta EMEI. Elaboración propia.

La muestra, sin embargo, sí representa adecuadamente la relación de edades entre hombres y mujeres del sector, ya que en ambos casos se observa que los hombres que se dedican a la venta ambulante son en promedio mayores que las mujeres que se dedican a esta misma actividad.

Como se observa en la tabla 2, el hogar de los vendedores ambulantes entrevistados tiene en promedio 3.7 miembros y una tasa de dependencia de 0.6. Es interesante anotar que mientras el promedio de miembros por familia es similar al promedio nacional y de zonas urbanas, la tasa de dependencia es mucho menor, lo que puede estar relacionado con la composición de edades de la muestra, en la que hay más participantes de mayor edad[16]. Más del 70% de los hogares de las mujeres encuestadas cuenta con al menos un trabajador extra en el hogar, mientras que el 60% de los hombres entrevistados pertenecen a hogares en los que hay más de un trabajador. Se tiene también que más de la mitad de los hogares de los entrevistados cuentan con otro trabajador en el sector informal, mientras que sólo el 23% de éstos cuentan con otro trabajador en el sector formal.

Tabla 2 - Características básicas del hogar, por sexo (%)

	Hombres	Mujeres	Total
Tamaño del hogar	3.82	3.66	3.71
Tasa de dependencia del hogar	0.65	0.62	0.63
Porcentaje con:			
Otros trabajadores en el hogar	60.87	72.12	68.67
Otros trabajadores informales en el hogar	47.83	56.73	54
Otros trabajadores formales en el hogar	21.74	24.04	23.33
N	46	104	150

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

[15] Los cálculos de la ENAHO (INEI 2009) fueron tomados del Perfil del Comercio Ambulatorio en Lima Metropolitana realizado por Aliaga (2011).

[16] De acuerdo a la ENAHO (INEI 2011) el índice de dependencia en Lima por mujer es 3.77 y el agregado es 1.94. Las cifras a nivel nacional son más altas: por mujer 4.29 y agregado 2.18. Estas diferencias ejemplifican las brechas existentes entre Lima y el resto del país.

En la tabla 3 se presentan las principales características demográficas de los hogares. Aunque no son muy amplias las diferencias, los hogares de las mujeres presentan una mayor vulnerabilidad debido a que existe mayor probabilidad de que cuenten con un niño menor de 16 años y a que sus miembros tengan menor nivel educativo. Por lo tanto, en estos hogares hay menos posibilidades de un segundo ingreso, por actividad económica o por recibir una pensión. El 16% de los entrevistados cuenta con algún pensionista en el hogar, siendo esta proporción mayor en los hogares de los hombres (20%) que en los de las mujeres (15%).

Si se comparan los resultados entre las tablas 2 y 3, se encuentra que hay más hogares de comerciantes mujeres donde hay otros trabajadores (72%), de los cuales el 56% son informales y 24% son formales. En los hogares de los comerciantes hombres estos porcentajes son menores.

Tabla 3 - Características demográficas del hogar, por sexo

	Hombres	Mujeres	Total
Número de niños (menores de 16 años)	0.78	0.81	0.8
Número de adultos en edad de trabajar	2.8	2.66	2.7
Número de pensionistas	0.23	0.16	0.18
Número de adultos que terminaron la escuela secundaria	1.82	1.76	1.78
N	**46**	**104**	**150**

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Cabe resaltar que un porcentaje importante de mujeres en la muestra son madres solteras o separadas, lo que las hace más vulnerables ante eventos de incapacidad. Así, se tiene que el 65% de las mujeres encuestadas indicaron ser solteras, viudas o separadas y que el 79% de las mismas indicaron tener hijos (55% indicó tener hijos de menos de 16 años). El porcentaje de hombres solteros divorciados o separados, en cambio, es de 45%, de los cuales sólo el 33% indicó vivir con sus hijos.

Otra característica en la que sí se presentan diferencias amplias por sexo es el nivel educativo: hay más mujeres (43%) que hombres (20%) que tienen primaria completa o menos, mientras que el 58% de hombres han alcanzado niveles educativos de secundaria completa e incompleta. Así, casi un 40% de los hombres cuenta con secundaria completa, mientras que 21% tiene alguna forma de enseñanza superior o más.

Tabla 4 - Nivel de educación de los entrevistados, por sexo

	Hombres	Mujeres	Total
Ninguna	0	5.77	4
Primaria no completada	4.35	19.23	14.67
Primaria completa	15.22	18.27	17.33
Secundaria no completada	21.74	11.54	14.67
Secundaria completa	36.96	34.62	35.33
Al menos alguna enseñanza superior	6.52	5.77	6
Enseñanza superior completa	15.22	4.81	8
Total	100	100	100
N	**46**	**104**	**150**

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Las ventas de los comerciantes ambulantes son en el 80% de los casos la principal fuente de ingresos del hogar, sin embargo, este porcentaje es considerablemente mayor entre los hombres entrevistados (89%) que entre las mujeres entrevistadas (71%). En aquellos casos en que las ventas del comerciante no son la principal fuente de ingreso del hogar, la actividad que cumplía esta función era también de carácter informal (13%). Menos del 10% del total de entrevistados indicaron que la principal fuente de ingresos de su hogar proviniera de alguna actividad del sector formal.

Hay que resaltar que los ingresos de los hogares de los comerciantes encuestados provienen en su gran mayoría de actividades del sector informal: 88% en el caso de los hogares de las mujeres y 95% en el de los hombres. Estos

altos porcentajes muestran que una mayoría de los vendedores muestra una gran vulnerabilidad por la falta de protección social característica de los trabajadores informales.

Tabla 5 - Fuente de ingreso principal del hogar, por sexo (%)			
	Hombres	Mujeres	Total
Su propio negocio/empresa/trabajo informal	89.13	71.84	77.18
Ingresos de trabajo informal de otros miembros del hogar	6.52	16.5	13.42
Empleo asalariado en el sector formal (del encuestado) en el sector público	0	4.85	3.36
Empleo asalariado en el sector formal (del encuestado) en una empresa particular	2.17	1.94	2.01
Empleo asalariado en el sector formal (de otro miembro del hogar) en el sector público	0	0.97	0.67
Empleo asalariado en el sector formal (de otro miembro del hogar) en una empresa particular	0	0.97	0.67
Total	100	100	100
N	46	103	149

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Finalmente, se tiene que un porcentaje mínimo de los hogares tienen acceso a fuentes de ingreso diferentes a las derivadas del trabajo. Las mujeres perciben con mayor frecuencia este tipo de ingresos, especialmente en el caso de remesas y pagos por manutención de niños. En el caso de los hombres, el ingreso no laboral más común es el pago por indemnizaciones.

Tabla 6 - Acceso a otros tipos de ingreso del hogar, por sexo (%)			
	Hombres	Mujeres	Total
Subvención del gobierno	0	0.96	0.67
Indemnización laboral	13.04	2.88	6
Ingreso de alquiler	4.35	0.96	2
Indemnización por despido	4.35	1.92	2.67
Manutención para niños	4.35	17.31	13.33
Remesas	8.7	18.27	15.33
Pensión	4.35	6.73	6
N	46	104	150

Fuente: Encuesta EMEI- pregunta de opción múltiple. Elaboración propia.

1.2. Características de los negocios

Los vendedores ambulantes que participaron en el estudio son casi en su totalidad trabajadores por cuenta propia (149 de los 150 entrevistados se colocaron dentro de esta categoría)[17]. Los ingresos netos por día son en promedio de S/.27.64 (para toda la muestra), siendo éstos más altos entre los hombres (S/.45.82 en promedio) que entre las mujeres (S/.19.97 en promedio). Este promedio no toma en cuenta las pérdidas relacionadas a decomisos y robos ni los costos de créditos, que en el caso de muchos vendedores incluyen las altas tasas de interés que pagan a los prestamistas informales; esto último fue un tema importante que surgió en los datos cualitativos obtenidos en el estudio. Este promedio puede ser más alto del que se conoce como ingreso promedio diario de los vendedores

[17] Sólo una mujer de las 104 entrevistadas indicó que la categoría ocupacional que mejor la caracterizaba era la de "empleador".

ambulantes de Lima en general, debido a que la muestra está compuesta por vendedores relacionados con la FEDEVAL, los cuales tienen una mejor inserción económica que los vendedores no organizados[18].

También es importante señalar que en el tipo de trabajo de los comerciantes, el ingreso por hora y por día puede variar significativamente aún dentro de un mismo día y/o semana. Por lo general, existen horas bajas dentro de un día de trabajo, y días bajos en ventas en una semana de trabajo. Al responder la encuesta, los entrevistados declararon el ingreso y los gastos de la semana anterior, fuera por hora, día, semana o mes, sin calificarlos como de ventas altas o bajas. La distribución de ingresos se muestra en tabla 7[19].

Tabla 7 - Ingresos netos medios por día

	Número	%
Pérdida (ingresos menores a gastos)	31	21.4
Ingresos entre 0 y 20 soles	40	27.6
Ingresos entre 21 y 50 soles	36	24.8
Ingresos entre 51 y 100 soles	24	16.6
Ingresos mayores a 100 soles	14	9.6
N	**145**	**100**

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Los ingresos netos y el valor de las ventas brutas mensuales también varían entre el centro de Lima y la periferia. Los ingresos netos diarios de los comerciantes del centro llegan a S/.32.86 en promedio, mientras los comerciantes de la periferia ganan S/.21.89 en promedio. Mientras tanto, el valor de las ventas brutas mensuales de los comerciantes del centro se encuentra alrededor de S/.920 al mes y en los comerciantes de la periferia en alrededor de S/.613 mensuales en promedio. Cabe resaltar que, en promedio, los ingresos netos resultaron negativos según lo declarado por los vendedores de productos agrícolas (-13.53 por día). Como se verá más adelante, este sector de ambulantes se encuentra en condiciones más vulnerables debido al aumento de los precios de sus insumos.

En general, las mujeres trabajan en promedio más horas por semana que los hombres y los comerciantes de la zona centro trabajan más horas que aquellos que trabajan en la zona de la periferia, aunque las diferencias no son muy amplias. En los dos casos, los vendedores ambulantes trabajan mucho más que las 40 horas por semana que se usan como estándar global de trabajo decente. El número de meses en los que se trabaja en el año es cercano a 12 en todos los grupos.

La mayoría de los comerciantes encuestados no cuenta con ningún apoyo durante los períodos de trabajo regular ni durante los meses de mayor actividad. Sólo el 6% del total de entrevistados indicó contratar a un trabajador de forma regular, mientras que apenas el 4% contrata trabajadores extra durante etapas de mayor actividad.

Un porcentaje considerablemente mayor de entrevistados (28%) recibe apoyo de algún trabajador no remunerado a lo largo del año, en la mayoría de los casos de algún pariente (25%). Sin embargo, se observan diferencias entre el centro y la periferia: se observa que hay más mujeres del centro que tienen algún tipo de ayudante (34%), cifra superior a la de las mujeres en la periferia (26%). En el caso de los hombres es al revés: en la periferia son más quienes recurren a ayudantes (34%) que en el centro (26%). En todos los casos los ayudantes son mayormente miembros de familia no remunerados.

[18] Los ingresos netos por día para la muestra también podrían ser más altos que los ingresos netos promedio de la ciudad debido a que un número grande de los comerciantes encuestados (78 de 150) laboran en el centro de la ciudad, donde el consumo es mayor.

[19] Los promedios diarios fueron calculados sobre la base del número promedio de horas trabajadas por semana y el promedio del número de días trabajados en el mes para quienes reportaron ingresos semanales o mensuales, respectivamente.

Tabla 8 - Número de ayudantes remunerados y no remunerados, por sexo y lugar de trabajo (%)				
	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	La semana pasada			
Porcentaje con:				
Miembros de familia no remunerados	21.74	25.45	30.43	22.45
No remunerado (que no sean parientes)	4.35	1.82	4.35	2.04
Remunerados	4.35	7.27	4.35	6.12
Total con algún ayudante	26.09	34.55	34.78	26.53
	En la época de más trabajo del año			
Porcentaje con:				
Miembros de familia no remunerados	21.74	23.64	26.09	28.57
No remunerado (que no sean parientes)	4.35	0	0	2.04
Remunerados	0	7.27	4.35	4.08
N	22	55	23	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

La información sugiere que la inestabilidad de los ingresos laborales es un tema que tiene experiencias divididas. Por un lado, se tiene que el 46% de los comerciantes del centro indican que los ingresos han bajado durante el último año, mientras que sólo el 33% de los comerciantes de la periferia indican que esto haya ocurrido. En el centro de la ciudad, en distritos como La Victoria, Lima y Rímac, esto puede explicarse por la inestabilidad relacionada a los avisos de desalojos y reubicaciones que se han producido en el último año, así como por las estrategias nuevas para hacer cumplir las regulaciones en zonas rígidas que prohíben la venta ambulatoria o la fiscalización del cumplimiento de giros comerciales. Por otro lado, que la mitad o más de los encuestados declaren que su ingreso es estable muy probablemente se relaciona con la estabilidad macroeconómica del país[20].

De forma similar, mientras más de la mitad de los trabajadores en el centro indican que hubiesen querido trabajar más horas en la última semana, sólo el 30% de los comerciantes de la zona periférica son de esta opinión. Las variaciones por sexo son importantes en estos temas: el deseo de trabajar más horas es más común entre hombres que entre mujeres (52% y 35%, respectivamente). Sin embargo, se encuentra que sólo un 18% de las mujeres que laboran en la periferia hubiera querido trabajar más, lo cual se puede explicar por el hecho de que ya están trabajando más horas y requieren más tiempo en el hogar que los hombres. Además, sólo algunas vendedoras cuentan con un segundo trabajo, mientras que casi la mitad de los hombres en el centro tiene un segundo trabajo, lo cual indica que éstos tienen una capacidad mayor para lidiar con la inestabilidad de ingresos.

Tabla 9 - Ingresos y estabilidad laboral, por sexo y lugar de trabajo (%)				
	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Ingreso ha bajado en los últimos 12 meses	45.45	47.27	27.27	39.58
Hubiera querido más horas	43.48	50.91	47.83	18.37
Tiene un segundo trabajo	43.48	5.45	18.18	2.04
N	23	55	22	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

[20] Desde 2002 el país mantiene estabilidad macroeconómica. Para el período 2002-2012 se reportó un crecimiento porcentual del producto interno bruto (PIB) acumulado de 73.2%, la reducción de la deuda pública y un aumento de las reservas internacionales netas. Aunque cuestionada por el cambio de metodología en su medición, se reporta una disminución significativa de la pobreza desde las principales fuentes oficiales. Vea el anexo para mayor información.

Además de la larga jornada laboral que tienen los comerciantes entrevistados, y del hecho de que la gran mayoría no cuenta con ningún apoyo en el trabajo, se encuentra también que poco más del 50% del total de las personas entrevistadas no cuenta con ningún apoyo en caso de no poder acudir al trabajo, por lo que los ingresos del día se pierden en caso de enfermedad o incapacidad. Esta limitación se presenta con mayor frecuencia entre las mujeres (59%) que entre los hombres (49%). En el caso de que se presente algún tipo de ayuda, ésta proviene generalmente de algún miembro del hogar.

Tabla 10 - Tipo de apoyo durante incapacidad de trabajo, por sexo y lugar de trabajo (%)

	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Ningún apoyo	47.56	67.27	49.65	49.24
Un empleado se hace cargo del trabajo	4.35	1.82	0	2.04
Un miembro del hogar se hace cargo del trabajo	43.48	29.09	52.17	48.98
Otro trabajador informal se hace cargo del trabajo	4.35	0	0	0
N	23	55	23	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

A pesar de las percepciones de inestabilidad y de que los ingresos han disminuido a lo largo del año para un grupo importante de las personas entrevistadas, sólo un pequeño porcentaje cuenta con una segunda actividad laboral (12%). De ellos, la mayor parte se dedica a una actividad por comisión o a los servicios. Una proporción también importante se dedica a producir bienes y venderlos.

1.3 Actividades y cadenas de valor de los vendedores ambulantes

Los comerciantes ambulantes que participaron en el estudio realizan actividades diversas. De acuerdo a la información de la encuesta, la mayoría de los entrevistados del centro y periferia, hombres y mujeres, se dedica a la venta de comida, ya sea de comida preparada o que no requiere preparación. Cabe resaltar que la venta de alimentos es especialmente importante entre las mujeres y en la zona centro (55% vende alimentos preparados y 24% vende alimentos que no requieren preparación).

Tabla 11 - Principal producto (o servicio) que vende, por sexo y lugar de trabajo (%)

	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comida y alimentos preparados	43.48	54.55	34.78	38.78
Productos agrícolas frescos o alimentos sin preparar	13.04	23.64	21.74	20.41
Bazar (ropa, calzado, accesorios, tocador, etc.)	13.04	16.36	17.39	24.49
Productos del hogar, eléctricos	8.7	3.64	21.74	8.19
Servicios (peluquería, zapatería, reparación)	17.39	3.64	4.35	4.08
Cigarros	0	9.09	0	6.12
Libros, revistas y juguetes	8.7	1.82	0	4.08
Productos medicinales	8.7	5.45	0	0
N	23	55	23	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Se tiene que más de la mitad de la muestra se ve afectada si se produce un alza de precios en los alimentos, precisamente aquellas personas que venden comida o platos preparados o productos agrícolas. El porcentaje más alto está conformado por mujeres del centro (78%), seguidas por el 59% de las mujeres de la periferia; por otro lado, el porcentaje para los hombres del centro y la periferia es de 56%. La información sugiere una relación entre el tipo de producto y el nivel de ingreso: por ejemplo, los vendedores de comida preparada se encuentran en el quintil de

ingreso más bajo son casi el doble (64% de todos los vendedores del quintil más bajo) de los que se encuentran en el quintil más alto de ingreso (36%); mientras que los vendedores de productos de bazar, cuyos ingresos se encuentran en el quintil más alto (22%) son más de cinco veces los ingresos obtenidos en el quintil más bajo (4%). Este es un aspecto importante que será analizado en la siguiente parte.

La venta de productos de bazar, como ropa y productos del hogar, por otro lado, es una actividad que se presenta con mayor frecuencia en la zona periférica, tanto entre los hombres como entre las mujeres. La venta de ropa, calzado y accesorios, sin embargo, es claramente una actividad en la que las mujeres se encuentran más involucradas que los hombres. Resalta también el porcentaje de hombres dedicados a la prestación de servicios lo que se puede explicar por su nivel educativo más alto, como se verá en la siguiente sección.

En una revisión de los informes de los grupos focales encontramos que las actividades que realizan los comerciantes ambulantes también puede clasificarse principalmente en tres: prestación de servicios, comercialización de bienes como intermediario (compra-venta) y comercialización de bienes que han sido transformados o manufacturados por ellos mismos. Es importante precisar que un vendedor o una vendedora puede realizar una, varias o todas estas actividades.

Durante los grupos focales se pidió a los participantes que describieran los trabajos que realizan como vendedores ambulantes. En el siguiente gráfico, extraído de un grupo focal, se ejemplifica la diversidad de actividades que realizan los comerciantes en la ciudad.

Gráfico 1 - Herramienta de análisis: Actividades que realizan como vendedores ambulantes[21]

Artesanías	Alimentos	Servicios	Salud
Vendo manualidades: chalinas, bolsos	Compro y vendo aceitunas, hojas de plátanos y maíz para tamales	Peluqueria a domicilio	Servicio: Reflexóloga y quiropraxia a domicilio
Hago manualidades y comercializo	Yo vendo golosinas	Editor y redactor en prensa	Productos naturopatas y salud
		Enseño cursos de computación	

Fuente: Grupo focal 2.

En la siguiente tabla se han resumido los resultados de los grupos focales de acuerdo al tipo de actividad que realizan los comerciantes, resaltando las diferencias de género. Por ejemplo, en las actividades de prestación de servicios encontramos que los hombres realizan actividades que requieren de capacitación y/o especialización técnica como, por ejemplo, el arreglo de relojes, servicios contables, etc. En el caso de las mujeres, los servicios están relacionados con el cuidado de la salud y/o el arreglo personal como la reflexoterapia o peluquería.

Se puede clasificar a los comerciantes ambulantes por el tipo de productos que comercializan ya que algunos venden insumos para la producción o manufactura de otros productos como es el caso de las hojas de plátano para la producción de tamales. En este grupo también se encuentran aquellos productos específicos para un rubro determinado, como por ejemplo los insumos para la comida china. Estos comerciantes tienen clientes fijos, generalmente otros comerciantes que tienen restaurantes o puestos de comida. Por otro lado, encontramos vendedores de productos finales como golosinas, revistas, libros, etc. Dentro de los productos finales vendidos en su gran mayoría por mujeres y reconocidos como productos "para mujeres" se encuentran la lencería y la mercería.

[21] Entre las herramientas que hicieron parte de la metodología participativa en el EMEI se incluyó una herramienta de análisis participativo. Esta herramienta fue utilizada para explorar con las personas participantes la naturaleza de sus ocupaciones y los problemas que enfrentan.

Tabla 12 - Clasificación de trabajo realizado por las trabajadoras y los trabajadores como vendedores ambulantes			
	Descripción	**Diferencias de género**	**Ejemplos**
Servicios	Diferentes niveles de especialización Algunos los realizan a domicilio sin contar con un puesto o local, aunque sí utilizan un lugar de contacto comercial. También brindan servicios de manera complementaria a su actividad de venta.	Mujeres: actividades relacionadas al cuidado del cuerpo y arreglo personal.	Reflexoterapia, peluquería, fisioterapia
		Hombres: con cierta capacitación y especialización	Arreglo de relojes, servicio automotriz, servicios contables y tributarios, redactores
Comercialización	Diferentes niveles de productos: productos finales *versus* productos que son parte de otras cadenas específicas, es decir que son insumos.	Mujeres venden productos considerados para mujeres como mercería, lencería.	Golosinas, ropa, accesorios de ropa
		Hombres venden artículos de mayor valor	Venta de hojas de plátano, relojes, herramientas, artículos de hogar
Manufacturados/ transformados		Mayormente realizados por mujeres. Solamente en dos casos por hombres	Comida/ alimentos preparados Productos de limpieza, acrílicos

Fuente: Todos los grupos focales.

Los productos transformados que son vendidos por hombres han requerido un proceso de manufactura como las artesanías, la elaboración de placas de acrílico o productos para la limpieza. Estos procesos de manufactura requieren habilidades y conocimientos técnicos que se pueden relacionar con el mayor nivel educativo que se encontró entre los hombres de la muestra. En el caso de las mujeres se encuentra, principalmente, la preparación de alimentos como señaló una participante: "tengo negocito vendiendo papa rellena, mote, chicharrones, cocinamos comida andina, chicharrones, motecito, desayunos hago" (grupo focal 11).

Las personas en el comercio ambulante realizan sus actividades y participan en las cadenas de valor: identifican a sus proveedores de insumos, a sus clientes. Mientras, van desplazándose por la ciudad, realizando viajes metropolitanos desde sus lugares de compra de insumos hasta sus lugares de venta. Hay que enfatizar que Lima tiene conglomerados comerciales que han mantenido su especialización y primacía durante las últimas décadas: Gamarra para insumos y productos textiles, La Parada para productos agrícolas y el Mercado de Frutas en La Victoria, el centro de Lima para artículos de bazar y hogar al por mayor y menor en el distrito de Lima. Estos conglomerados se encuentran ubicados en el centro de la ciudad y a distancia considerable de los distritos de la periferia.

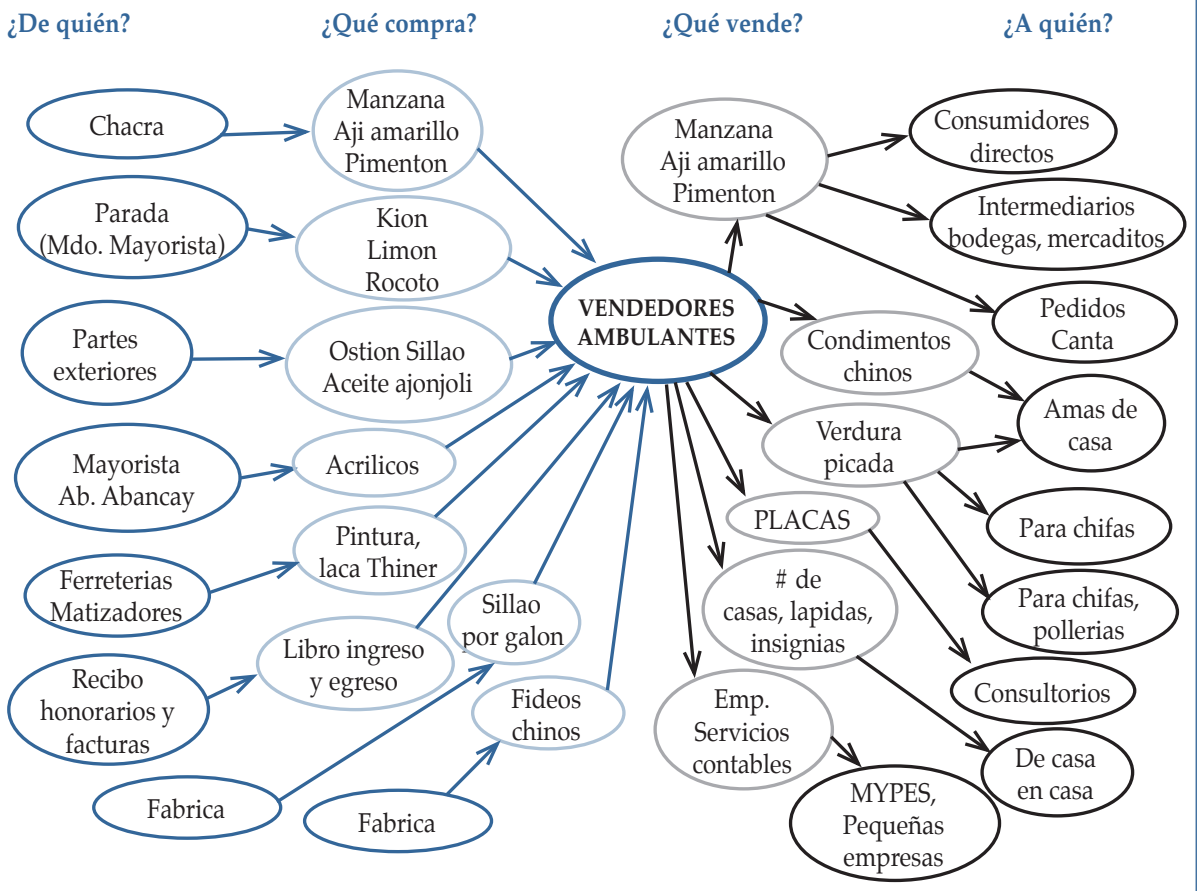
La mayor parte de los comerciantes entrevistados cuentan ya con un lugar de venta fijo, por lo que su ruta de viaje se encuentra por lo general definida. A partir de la encuesta, se encontró que el 83% de los comerciantes de la zona centro indica que siempre compra a un mismo proveedor, mientras que el 70% de los comerciantes de la zona periférica indica lo mismo. Al indagar sobre las razones que determinan la elección de este proveedor, los comerciantes de la zona centro resaltan la importancia del precio (el 39% indica que mantiene el proveedor por el ser el más barato) y de la calidad (22%), mientras que los comerciantes de la periferia resaltan la conveniencia de la ubicación o cercanía (20%) y el precio (39%).

Por ejemplo, en el siguiente diagrama de vínculos económicos desarrollado durante los grupos focales para conocer su cadena de valor, se puede observar cómo los comerciantes participantes de Carabayllo –distrito de la periferia de la ciudad que aún tiene algunas zonas agrícolas– han identificado los diversos, y específicos, insumos empleados, los distribuidores y proveedores que se encuentran ubicados en el centro de la ciudad, pero también las fábricas especializadas ubicadas en Independencia, distrito de la periferia. Hay que resaltar que los distribuidores y las fábricas señalados son negocios formales.

Al otro lado de la cadena de valor se encuentran los consumidores, los clientes que también son diversos ya que incluyen a las amas de casa, a otros negocios y comerciantes locales, así como clientes de provincias aledañas como

Canta, al noreste de Lima. Este es un dato importante ya que permite reconocer otras de las formas en que los comerciantes ambulantes se vinculan con la economía formal.

Gráfico 2 - Diagrama de vínculos económicos de los vendedores ambulantes



Fuente: Grupo Focal N°7. Hombres - Periferia

Fuente: Grupo focal 7.

Si los factores para elegir un proveedor son precio y calidad, eso explicaría por qué hay comerciantes ambulantes que se trasladan desde distritos de la periferia a los conglomerados ubicados en el centro de la ciudad, estableciendo así vínculos económicos estables pero que también requieren traslados y recorridos amplios espacialmente por la ciudad. Explicaría asimismo lo que se ha identificado a través de los grupos focales: que ya hay vendedores ambulantes que compran en las nuevas zonas comerciales ubicadas también en la periferia, donde los proveedores si bien tienen precios más altos para los insumos, los ahorros en tiempo y transporte les permiten a los comerciantes ambulantes compensarlos[22].

Como se ha descrito, las condiciones de trabajo de los vendedores ambulantes de la muestra son variadas y muestran diferencias entre los subgrupos determinados: por ejemplo, según el sexo, son los hombres quienes han alcanzado un nivel educativo más alto, mientras que las mujeres se dedican mayormente a la venta de alimentos preparados para lo cual no requieren estudios. De manera similar, el lugar de venta en el centro o periferia de la ciudad muestra diferencias significativas en los ingresos. Estas diferencias se reflejan en las mejores condiciones de trabajo de los comerciantes con ingresos más altos y estables, en comparación con aquellos comerciantes que se encuentran en situación más vulnerable, en su mayoría mujeres, y quienes se ven en la necesidad de trabajar jornadas más largas y más horas a la semana.

Estas diferencias son importantes dentro de la muestra. No obstante es necesario enfatizar que la muestra tiene un sesgo importante ya que reúne a los vendedores ambulantes convocados por FEDEVAL, es decir, aquellos que

[22] Los comerciantes que trabajan en la zona centro tardan en promedio 39 minutos en llegar a su lugar de trabajo, mientras que los comerciantes que trabajan en la periferia tardan en promedio 22 minutos desde sus hogares. Este dato sugiere que parte de sus estrategias sea que sus hogares se encuentren a una distancia cercana de sus puestos de venta, lo cual les permite "invertir" más tiempo y recursos en transportar su mercadería de sus lugares de compra hasta sus puntos de venta, de preparación o almacenaje.

tienen capacidad organizativa o se relacionan con las instituciones y organizaciones y, por lo tanto, tienen mejor situación laboral ya que tienen autorizaciones para trabajar en espacios públicos o tienen la posibilidad de que sus intereses sean representados frente a las autoridades. Como se verá en la siguiente sección del estudio, las condiciones de trabajo reflejan la forma en la que responden a las fuerzas motoras que afectan su trabajo y, por ende, sus condiciones de vida.

2. Cambios en el sector

2.1 Fuerzas motoras en la economía informal urbana

En esta sección el objetivo es describir cómo las condiciones de trabajo de los comerciantes ambulantes son definidas por las fuerzas motoras económicas, las dinámicas de la ciudad y las dinámicas de las cadenas de valor. Como se describe en esta sección, las fuerzas motoras que inciden en las condiciones de trabajo de los comerciantes son las económicas –como la inflación– y las fuerzas de la ciudad –las prácticas y políticas implementadas por los gobiernos municipales a nivel distrital o metropolitano–. Estas fuerzas explican diferencias en las condiciones laborales entre los subgrupos de la muestra especialmente entre hombres y mujeres, por lugar de venta y por productos comercializados.

2.1.1. Fuerzas económicas

La información cuantitativa y cualitativa muestra que las fuerzas económicas tienen un impacto en las condiciones de trabajo de los vendedores ambulantes. Especialmente, se han podido identificar las ganancias bajas, la inflación y una mayor competencia como las fuerzas económicas que dificultan su trabajo. Sin embargo, como se describe a continuación, el impacto de estas fuerzas varía entre hombres y mujeres, y de acuerdo a la ubicación de su puesto de venta (centro o periferia de la ciudad).

En la encuesta se preguntó a los vendedores ambulantes por los principales obstáculos que enfrentan al realizar su trabajo. De manera complementaria en los grupos focales se pidió a los participantes realizar una lista y un ranking de los problemas identificados, para luego analizarlos a través de diagramas de flujo.

De acuerdo con la encuesta, el principal obstáculo identificado como "problema mayor" por los comerciantes fue contar con ganancias bajas (60% de los entrevistados consideraron esta situación como muy problemática). Las diferencias por género y lugar de trabajo son marcadas: en general, el tener bajas ganancias constituye un problema especialmente para las mujeres (79% de mujeres de la periferia y el 61% de las del centro). Por su lado, los hombres presentan menores porcentajes, siendo menos los que trabajan en el centro (30%) que los que trabajan en la periferia (47%).

Los demás obstáculos económicos fueron señalados como problemáticos por un sector minoritario de comerciantes del centro. La información cuantitativa sugiere entonces que las fuerzas económicas no son percibidas como problemáticas por un gran sector de comerciantes, salvo que las ganancias son bajas. Una vez que se analiza la información por sexo y lugar de trabajo, se encuentran notorias diferencias entre el centro y periferia; en el centro hay menos comerciantes que perciben los temas económicos como problemáticos, especialmente los hombres. En la periferia las dificultades económicas tienen un mayor impacto para un porcentaje mayor de vendedoras como se verá a lo largo de esta sección. Así, se puede decir que la falta de compradores (63%), la variabilidad en las ventas e ingresos (51%) y contar con muchos competidores (31%) se consideran como problemáticos por un porcentaje importante de los vendedores, especialmente para la mayoría de las vendedoras de la periferia.

La siguiente tabla muestra diferencias importantes entre centro y periferia y entre sexos en relación a las ganancias bajas y variaciones en ventas e ingresos. Es posible que estas diferencias estén relacionadas con la venta de comidas.

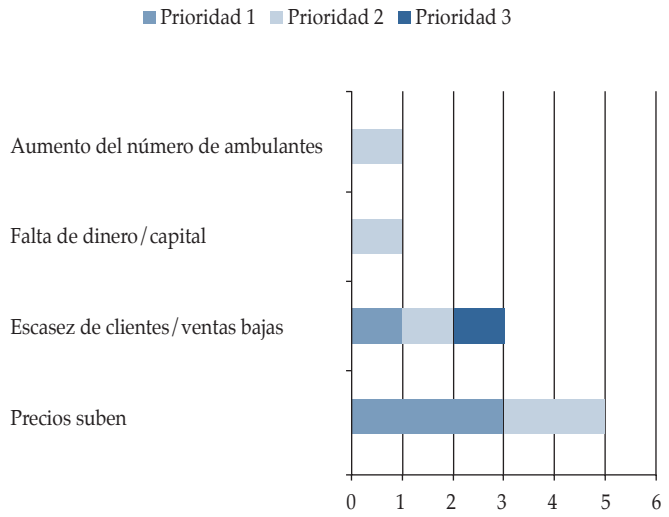
Tabla 13 - Obstáculos relacionados con el mercado y sus competidores clasificados como "muy problemáticos" por los entrevistados, por sexo y lugar de trabajo

	Centro		Periferia		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Ganancias bajas	30.43	61.82	47.83	79.59	60.67
Muy pocos compradores	21.74	30.91	43.48	63.27	42
Demasiados competidores	17.39	27.27	43.48	36.73	31.33
Variaciones en ventas/ingresos	4.35	23.64	30.43	51.02	30.67
Clientes rechazan los productos	13.04	9.09	17.39	26.53	16.67
No sabe lo que los clientes quieren	13.04	5.45	4.35	8.16	7.33
Distancia de los mercados	4.35	10.91	0	8.16	7.33
N	**23**	**55**	**23**	**49**	**150**

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Por otro lado, durante los grupos focales se identificó a la variable "precios suben" como la dificultad económica que fue señalada más veces (5)[23]. Hay que resaltar que en los grupos focales realizados tanto en el centro (3) como en la periferia (2) esta fuerza económica fue clasificada en primer lugar tres veces y en segundo lugar dos veces.

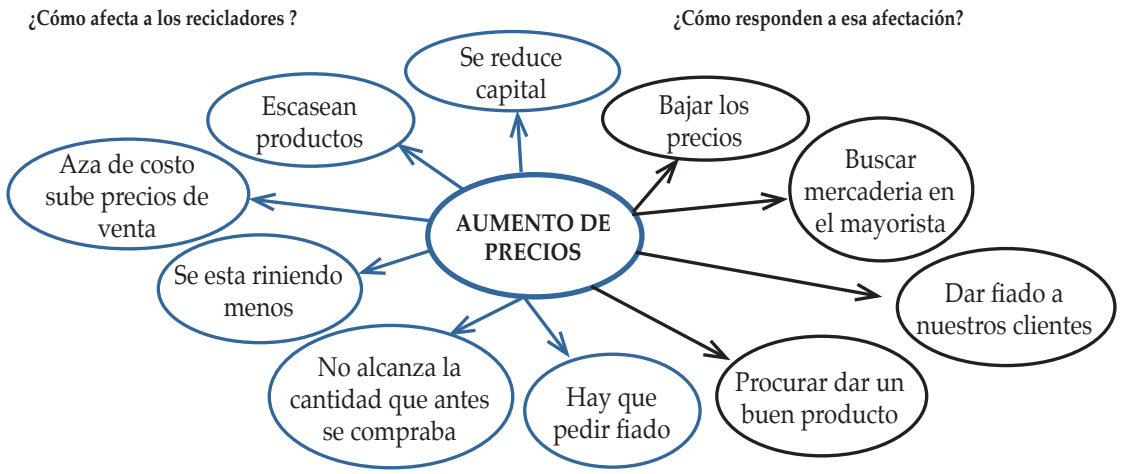
Gráfico 3 - Prioridad de fuerzas motoras económicas identificadas como negativas



Fuente: Todos los grupos focales.

La variable "Los precios suben" está relacionada directamente a la inflación en el precio de los alimentos, lo cual afecta a los comerciantes que trabajan en la venta de productos agrícolas y preparando comida o alimentos, los cuales representan la mayoría de los comerciantes de la muestra[24]. Como se puede observar en el siguiente diagrama de flujo, el aumento de precios dificulta las actividades de los vendedores ya que requieren de más capital para invertir, reduce sus ganancias, y los obliga a endeudarse para comprar los ingredientes y/o los productos o insumos que requieren. También se mencionó que la escasez de algunos productos hace que los precios de éstos suban: "El ajo no tiene un día, una fecha, una o dos veces al año se dispara 12 soles, 15 soles".

Gráfico 4 - Diagrama de flujo causal: aumento de precios



Fuente: Grupo focal 14.

[23] El número entre paréntesis indica el número de veces que los temas fueron mencionados.

[24] Durante el trabajo de campo se experimentó un pico inflacionario: un alza de precios internacionales que empezó en julio de 2012 produjo un alza de precios en Lima de productos como el trigo, el maíz y la soya. De acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas, el alza de los precios de algunos alimentos se debía a la estacionalidad de su producción en el país o al incremento coyuntural de los precios internacionales. Además, el Ministerio de Agricultura también denunció que había evidencia de especulación de precios. Sin embargo, aunque la inflación del 2012 fue de 2.65%, el reporte anual el INEI señala que, durante el año, de 532 productos que componen la canasta familiar, 403 productos subieron de precio, como la papa amarilla, el ají escabeche, el frejol canario, la naranja de jugo y el plátano de seda, en tanto que 98 productos bajaron de precio, como la zanahoria, el bonito fresco, la papaya, el azúcar rubia y el limón; 31 productos no mostraron variación.

Por otro lado, entre las respuestas que tienen los comerciantes para enfrentar esta dificultad está el reducir su margen de utilidad lo que podría incluso llevarlos a decidir rematar sus productos para no quedarse con ellos ('bajar los precios'). Una de las explicaciones es que no están en condiciones de subir los precios de sus productos porque entonces sus clientes les dejarían de comprar y, como hay más comerciantes ambulantes, sería muy probable que sus clientes encontraran a alguien que mantuviera el precio. Otra respuesta es buscar mejores precios para sus ingredientes y/o insumos o productos con los mayoristas, para lo cual requieren más capital y tiempo. Otras respuestas están asociadas a lograr la fidelización de los clientes a través de prácticas como "dar fiado" (vender con pago posterior) y ofrecer un buen producto, de calidad. Estas respuestas son potencialmente perjudiciales para los vendedores ya que pueden agudizar su inestabilidad generando ciclos en los que no recuperan su capital, y por lo tanto, verse obligados a prolongar sus jornadas de trabajo y tener mayor presión para incrementar sus ganancias. De esta manera, se puede afirmar que la fuerza motora en esta situación es la inflación y que las respuestas de los comerciantes están dirigidas a lidiar con esta fuerza. Ésta es una fuerza económica que afecta de manera directa particularmente a los vendedores de alimentos o productos agrícolas.

La segunda dificultad económica fue la "escasez de clientes/ventas bajas" que refleja la percepción de algunos de los vendedores ambulantes en torno a la existencia de una menor cantidad de compradores, de clientes. Como se ha descrito con anterioridad, la encuesta indica que este problema es más fuerte en la periferia, y sobre todo para las mujeres (63%). La encuesta brinda la pista de que hay un 36% de mujeres en la periferia que señalan que son rechazados sus productos.

Para los participantes del estudio, la escasez actual de clientes se percibe en comparación al nivel de clientela que existía en el pasado donde tenían mayor cantidad de clientes y, por lo tanto, mejores ingresos como se muestra en el siguiente extracto del informe de un grupo focal del centro de la ciudad:

> "Ya no se vende como antes", dijo la señora que vende juguetes. La señora que vende queques dijo: "antes yo trabajaba 2 horas exactito. Ahora son cinco", comentó para ilustrar que necesita ahora más tiempo para vender la misma cantidad. Otra de las señoras más bien dijo: "Ahora trabajo menos porque hay menos clientes". (Grupo focal 4).

Esta escasez de clientes puede explicarse por la mayor cantidad de vendedores, es decir, una mayor competencia en determinadas zonas, sobre todo las más céntricas y dinámicas, que resulta en un número menor de clientes por vendedor[25]. Las otras dos dificultades económicas identificadas están relacionadas con las limitaciones de los vendedores para tener dinero o capital necesario para sus negocios y el aumento de la competencia, es decir, que cada vez hay más vendedores ambulantes con los que están compitiendo.

Por otro lado, fueron pocos los aspectos económicos (5) identificados por los comerciantes como positivos en su trabajo. El acceso a crédito ya sea proporcionado por bancos, prestamistas o sus mismos proveedores fue señalada más veces como positivo. La "estabilidad económica nacional" recibió una mención. Sin embargo, hay que resaltar que en varios grupos focales, en general, los participantes no pudieron identificar aspectos que los ayudaran.

2.1.2. Fuerzas de la ciudad

El comercio ambulatorio está regulado por las municipalidades distritales y metropolitana en la ciudad de Lima. Es por ello que todos los vendedores ambulantes, de alguna u otra manera, se relacionan con las autoridades municipales y que las políticas relacionadas a los espacios públicos y al desarrollo económico tienen un impacto en las condiciones de trabajo de los comerciantes ambulantes. La información cuantitativa obtenida a través de la encuesta señala que hay una variedad de obstáculos reconocidos como "muy problemáticos" por los vendedores ambulantes. De esta manera, ninguna de las opciones alcanza porcentajes muy altos y no hay contrastes de resultados tan marcados entre hombres y mujeres, ni tampoco entre centro y periferia. Una posible explicación para estos resultados dispersos es que las condiciones de la ciudad, tanto en infraestructura y en seguridad en los espacios públicos, como en políticas municipales para administrarlos y regular la venta ambulatoria, aunque presenten matices en las gestiones ediles, se aplican en las diferentes áreas de la ciudad –centro periferia– y afectan a hombres y mujeres por igual.

Por otro lado, se tiene información cuantitativa sobre los problemas experimentados en el lugar de trabajo donde se ilustran otros aspectos que están relacionados con la ciudad como fuerza motora. Por un lado, se encuentran las respuestas relacionadas con la relación con la autoridad municipal: cómo ejerce su rol de autoridad (falta de difusión de regulaciones, abuso); las regulaciones y normas del comercio ambulatorio (decomiso de mercancías, desalojo), y finalmente, las condiciones de inseguridad que para los comerciantes de la periferia es mayor (80%).

[25] En un estudio reciente se encontró que existe una alta competencia entre vendedores ambulantes en el distrito de Lima, en la zona céntrica de la ciudad, conocida como Cercado. Cercado de Lima es un conglomerado comercial muy importante y con gran afluencia de público debido a la concentración de instituciones públicas y privadas. Esta es una zona muy atractiva para los vendedores ambulantes autorizados y no autorizados ya que tiene mucho dinamismo (Castellanos 2012).

Tabla 14 - Problemas relacionados con el gobierno local experimentados por los comerciantes ambulantes, por lugar de trabajo			
	Centro	Periferia	Total
Falta de información sobre regulaciones locales	69.23	62.5	66
Inseguridad de los sitios de venta	41.03	80.56	60
Abuso de las autoridades locales	39.74	45.83	42.67
Decomiso de mercancías	16.67	26.39	21.33
Desalojos/falta de apoyo durante los desalojos	12.82	20.83	16.67
N	78	72	150

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Como se observa en la tabla 15, si se suman los riesgos laborales y el robo tenemos un 54% de vendedores que los consideran como obstáculos "muy problemáticos". Estos problemas se acentúan para los hombres tanto del centro como de la periferia, con un mayor porcentaje de hombres del centro (69%)[26]. La misma tabla muestra que las demás opciones no alcanzan ni a la cuarta parte de comerciantes. El trato de las autoridades locales es considerado un problema importante en la zona centro, especialmente por un grupo mayor de hombres (35%) que mujeres (25%). Mientras que en la periferia estos porcentajes son menores: un 24% de mujeres y sólo un 13% de hombres. De manera contradictoria, cuando se pregunta a los comerciantes por los problemas experimentados en su lugar de trabajo se encuentra que un 42% señala el abuso de las autoridades locales, siendo más alto el porcentaje en la periferia (46%) que en el centro (40%). Esta aparente contradicción puede deberse a interpretaciones de la pregunta, teniendo en cuenta que las respuestas pueden estar haciendo referencia a situaciones totalmente diferentes[27].

La dificultad para obtener una licencia comercial es reconocida como un problema por una minoría (17%), sin embargo, se le considera como un "problema moderado" con más frecuencia que como un "problema mayor". Llama la atención la diferencia que existe en la percepción de hombres y mujeres: por ejemplo, mientras un 34% de los hombres de la periferia señalaba que la obtención de licencias era un problema mayor, sólo el 8% de las mujeres lo consideraba así. Esta diferencia podría estar relacionada con la experiencia propia de haber intentado conseguir una licencia, lo cual indicaría que son más hombres quienes han tramitado la licencia con sus respectivas autoridades y que solamente un grupo muy pequeño de vendedoras ambulantes han intentado tramitarla y no lo han logrado[28].

Tabla 15 - Obstáculos de tipo institucional clasificados como "muy problemáticos" por los entrevistados, por sexo y lugar de trabajo					
	Centro		Periferia		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Riesgos laborales que afectan la seguridad	30.43	27.27	26.09	26.53	27.33
El robo	39.13	25.45	34.78	20.41	27.33
El trato de las autoridades locales	34.78	25.45	13.04	24.49	24.67
Escaso acceso a centros de apoyo a empresas pequeñas	13.04	16.36	21.74	22.45	18.67
No puedo obtener una licencia comercial	13.04	20	34.78	8.16	17.33
Falta de transporte público	8.7	0	13.04	8.16	6
N	23	55	23	49	150

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

[26] Que la seguridad y los robos sean un problema mayor en el centro puede explicarse porque son zonas con mayores niveles de criminalidad. El que más hombres perciban estos obstáculos como problemáticos se puede explicar con el hecho de que se dedican a vender productos de mayor valor como se señaló en la primera sección de este informe.

[27] La pregunta directa sobre el abuso de autoridades locales fue respondida con porcentajes más altos. Sin embargo, la pregunta sobre los obstáculos que enfrentan que incluye una opción sobre el "trato" de las autoridades locales puede haberse interpretado, por un uso coloquial, como una pregunta en cuanto a si tenían una "relación" con las autoridades, y, en muchos casos, un sector de ambulantes no considera tener ningún tipo de relación con sus autoridades. Si es así, se podría interpretar que casi el 75% de los comerciantes consideran que no tienen relación con las autoridades.

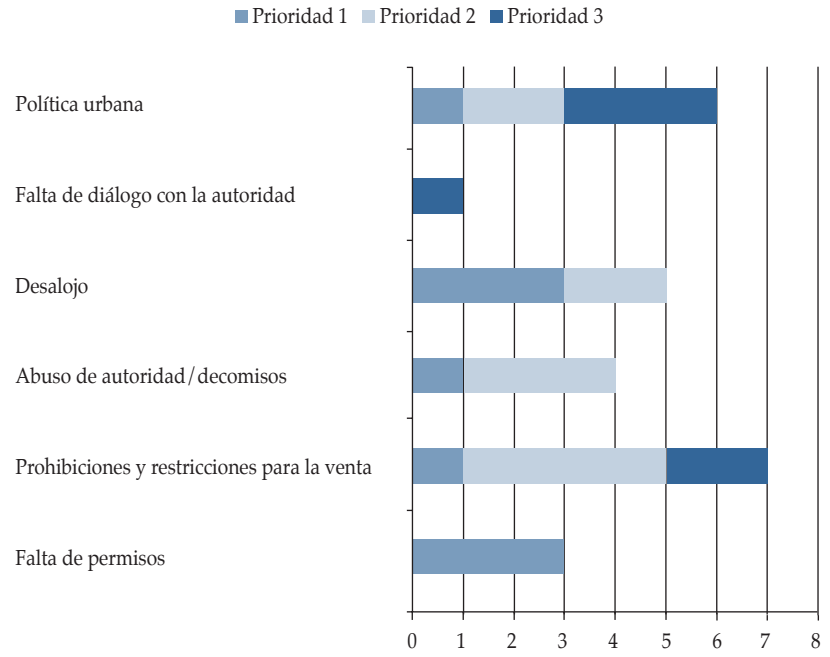
[28] La otra explicación es que la "licencia" no se considera sinónimo a "permiso" ya que el uso de la licencia es para locales.

La información cualitativa también ilustra estos temas. Como se puede observar en el siguiente gráfico que resume los listados que fueron elaborados durante los grupos focales sobre los obstáculos que enfrentan y el ranking que los comerciantes hicieron de éstos. Hay una diversidad de dificultades relacionadas a las políticas y las prácticas del gobierno local, que son percibidas por los vendedores ambulantes: el "desalojo" y la "falta de permisos" han sido las dificultades que más veces han sido señaladas como primera prioridad (3).

No solamente las dificultades y obstáculos relacionados con la ciudad fueron los más señalados en las encuestas (26); éstos fueron también identificados en 14 de los 15 grupos focales como los principales problemas que dificultan el trabajo de los participantes, tanto hombres como mujeres, así como del centro y de la periferia de la ciudad. Aunque los problemas de ciudad son comunes en los diferentes distritos, no en todos se presentan de la misma manera; hay matices y acentos.

En la categoría "desalojo" se agrupó a todas aquellas dificultades relacionadas con el traslado de vendedores ambulantes realizado o por realizarse por las municipalidades[29]. El desalojo es una dificultad identificada como muy importante para los vendedores ambulantes en los grupos focales ya que pone en riesgo el desempeño de su actividad económica. Es la que más veces fue señalada como primera prioridad, tanto en grupos focales del centro (3) como de la periferia (2), así como en grupos focales mixtos y de mujeres.

Gráfico 5 - Prioridad de fuerzas motoras de la ciudad identificadas como negativas



Fuente: Todos los grupos focales.

El desalojo se produce cuando después de un tiempo de ocupación de espacios públicos, como calles o plazas, una gestión municipal decide la "recuperación" de esta área. En algunos casos la ocupación por parte de los vendedores ambulantes puede haber durado décadas. Así, es muy frecuente que los desalojos se realicen con avisos anticipados y procesos de negociación entre las organizaciones de comerciantes y las autoridades municipales, aunque éstos no siempre son exitosos. Las personas que participaron en los grupos focales mostraron la preocupación que experimentan por los avisos de reubicación, los cuales perciben como una amenaza: "sabe que estamos con psicosis al saber que no vamos a saber qué llevar para nuestros hijos" (grupo focal 5) o "el desalojo produce todo en la familia, todos los problemas" (grupo focal 14). Ambos comentarios son de grupos focales realizados en el centro de la ciudad.

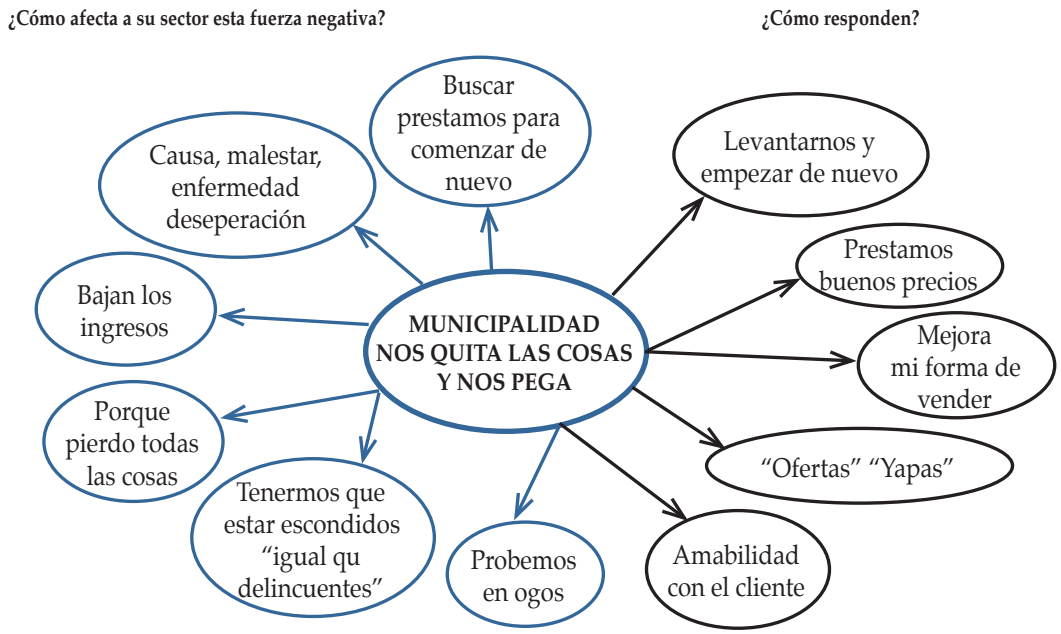
Las "prohibiciones y restricciones para la venta" impuestas por las municipalidades fue la categoría que más veces se planteó en los grupos focales (7) y en cuatro ocasiones como segunda prioridad. En esta categoría se han considerado las medidas y normas que están cambiando y regulando la actividad de venta del comercio ambulatorio, como por ejemplo la medida de los puestos en la vía pública, la prohibición de dejar el puesto durante la noche que

[29] Como se mencionó al inicio del informe el contexto del trabajo de campo estuvo marcado por amenazas de desalojo en los principales conglomerados y mercados de la ciudad como La Parada en el distrito de La Victoria y Ciudad y Campo del Rímac. Además estaban muy recientes los desalojos realizados en distritos de la periferia como Ate, San Martín de Porres, etc.

obliga a los vendedores a alquilar un depósito, y por tanto, incrementa sus costos fijos, entre otros. En un grupo focal estos problemas fueron comentados porque significa que venden menos; esto es válido tanto para las mujeres del centro "tenemos la venta baja" (grupo focal 12), como para los hombres y las mujeres del centro y la periferia: "si tenemos permiso para golosinas, sólo golosinas debes vender, yo quise vender jugo pero la municipalidad no me autoriza, me cae encima" (grupo focal 13).

En los grupos focales los vendedores participantes elaboraron diagramas de flujo para analizar cada una de las dificultades. En el gráfico siguiente se analizan los decomisos violentos, es decir, como "la Municipalidad nos quita las cosas y nos pega", que está incluida como una restricción y prohibición para la venta. Es muy común que las municipalidades realicen decomisos periódicos como medidas de control de los ambulantes en determinadas zonas. Los decomisos son realmente perjudiciales para los vendedores, especialmente para aquellos que tienen que volver a empezar o tienen que asegurarse rápidamente ganancias para recuperar lo perdido.

Gráfico 6 - Diagrama de flujo casual: La municipalidad nos quita las cosas y nos pega



Fuente: Grupo focal 8.

Pero además de los decomisos, existen otras formas de restringir la venta, como el mantener el serenazgo para evitar que los vendedores ambulantes se establezcan en un lugar. Al respecto encontramos menciones de vendedoras del centro sobre la actitud de los serenos: "nos dificulta los serenazgos", "el serenazgo se para dónde sabe que vendes, ahí se para" o "yo parezco el gato y el ratón. Entro por una puerta y salgo por otra. Yo soy el ratón y el serenazgos son los gatos" (grupo focal 12).

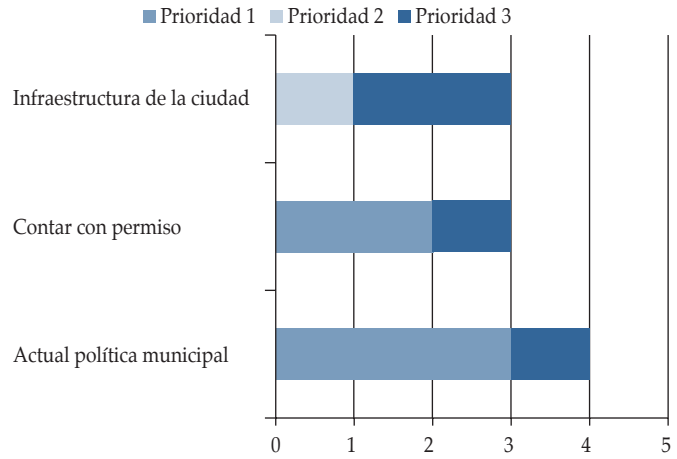
Estas medidas son ejecutadas por las municipalidades distritales o metropolitana a través de diferentes gerencias: por ejemplo, el serenazgo cumple con vigilar y mantener las calles o las zonas libres de comercio ambulatorio, los agentes de fiscalización son quienes decomisan mercadería, etc. Luego se encuentra la categoría de "política urbana", en la que se han incluido dificultades como "no hay políticas de estado (estado y municipalidades)", como medidas relacionadas al control del comercio ambulatorio en determinadas zonas o modalidades como la prohibición de venta ambulatoria en unidades de transporte público, determinación de zonas rígidas, así como medidas que responden a la ejecución de obras que corresponden a políticas o planes urbanos. Sumando las dificultades mencionadas que están agrupadas en esta categoría son seis.

La categoría "abuso de autoridad/decomisos" reúne las dificultades que plantean de manera evidente abusos por parte de las autoridades que involucran alguna forma de violencia o de acciones desproporcionadas o ilegales por su parte. Los decomisos se han incluido en esta categoría ya que, de la revisión de los reportes de los grupos focales, se encuentra que para los vendedores ambulantes el decomiso de sus módulos de venta y/o productos es considerada como un abuso de autoridad, y en muchos casos se realiza con violencia.

Entre los aspectos positivos que los ayudan en su trabajo se señalaron 10 en los grupos focales, como se observa en el siguiente gráfico, los cuales se agruparon en cuatro categorías. La categoría "actual política urbana" fue la

que tuvo una frecuencia de cuatro donde se hace referencia a la construcción de obras como el tren eléctrico que es beneficioso para la zona porque facilita el comercio al permitir que un mayor número de clientes lleguen hasta sus lugares de venta (2), la construcción de paraderos (1) y los programas municipales de capacitación y formación de pequeñas empresas (1).

Gráfico 7 - Prioridad de fuerzas motoras de la ciudad identificadas como positivas



Fuente: Todos los grupos focales.

No obstante, es interesante que los comerciantes, en tanto usuarios, no señalen las grandes obras de infraestructura para el transporte masivo como el tren eléctrico o la ruta de bus a nivel metropolitano como positivas para su trabajo o para su transporte, aun cuando ambas unan los conglomerados comerciales ubicados en la zona centro; el tren que lo vincula hacia el sur de la ciudad y el bus con el norte. Esto se debe a que los comerciantes no hacen uso de estas rutas para trasladarse a sus lugares de venta ni para transportar su mercadería.

"Tener permiso" fue mencionado tres veces en grupos focales del centro y de la periferia; dos veces como primera prioridad y una vez como tercera prioridad[30]. Finalmente, es importante mencionar que la municipalidad fue mencionada de manera positiva dos veces: una vez por tener una actitud diferente (metropolitana) haciendo referencia a la actual gestión y otra vez por ser indiferente frente al comercio informal (distrito). Hay que resaltar que es esta última categoría la que fue identificada más veces como primera prioridad.

Cabe enfatizar que el desalojo, las prohibiciones y las regulaciones de la venta son dificultades que los comerciantes enfrentan como resultado de la ejecución de la normatividad vigente por parte de la autoridad, que es la municipalidad. Así, el abuso de autoridad y los decomisos están relacionados con la manera en que la municipalidad ejecuta su autoridad e implementa las normas para enfrentar al comercio regulatorio. En un contexto así, el "tener permiso" cobra mayor importancia ya que le permite al vendedor ambulante no sólo evitar las prácticas para hacer cumplir las regulaciones restrictivas, sino también tener acceso a una mayor seguridad y mejores condiciones para relacionarse con la autoridad. Se puede entonces concluir que las fuerzas motoras de la ciudad que los comerciantes ambulantes enfrentan son parte del modelo de planificación urbana vigente en la ciudad: las políticas de uso del espacio público que restringe el comercio ambulatorio a través de prácticas autoritarias. Por otro lado, se encuentran la violencia y las actividades delictivas que producen la inseguridad en los espacios públicos.

Por ejemplo, en el grupo focal realizado con mujeres que trabajan en el distrito de Magdalena donde se ha prohibido el comercio ambulatorio, las vendedoras tienen como estrategia el vender mientras caminan, sin un lugar fijo, y el llevar consigo su mercadería para evitar decomisos: "A veces los clientes no nos encuentran porque estamos en movimiento, no nos encuentra. Te dicen, te he buscado. Y no te encuentran". Esta prohibición no es nueva: "El alcalde no nos quiere" dijo una de las participantes, mientras otra agregó "y nunca nos querrá" (grupo focal 12). La falta de un lugar de venta, seguro y estable, tiene consecuencias también en los distritos de la periferia, como en San Martín de Porres, donde un comerciante comentó: "Uno vende su producto al paso y solamente un tiempo. No es como tener un puesto que la gente ya sabe dónde estás y te buscan. No vendes tres o cuatro sino veinte" (grupo focal 2).

Así, las regulaciones y restricciones del comercio ambulatorio redundan en una falta de lugar seguro donde los vendedores ambulantes puedan realizar su trabajo, lo cual significa una falta de estabilidad de ingresos que, a la

[30] En la periferia fue señalado en el distrito de Independencia, donde se han realizado programas de formalización de comerciantes y de capacitación durante varias administraciones del gobierno local.

vez, dificulta la acumulación y la inversión en su propios negocios. De esta manera, el crecimiento de sus negocios se ve limitado.

2.1.3. Fuerzas de las cadenas de valor

Como se ha señalado en las secciones previas, la información obtenida del estudio muestra que un sector muy importante de comerciantes se ve afectado por la inflación de productos agrícolas, ya sea porque los venden o porque venden alimentos preparados y comida. Es decir, estos mismos comerciantes establecen cadenas de valor relacionados a los productos agrícolas. Se ha encontrado a partir de la encuesta que la mayoría de los comerciantes ambulantes, tanto del centro como de la periferia, compran sus productos o insumos a un proveedor fijo teniendo en cuenta el precio y la calidad.

Que los comerciantes tengan un proveedor fijo significa que sus vínculos económicos son estables y se mantienen en el tiempo, lo cual podría explicar por qué los obstáculos relacionados con las cadenas de valor no son considerados como muy problemáticos para la mayoría de comerciantes tanto del centro como de la periferia.

Como se observa en la siguiente tabla, los obstáculos señalados no son considerados como problemáticos por la mayoría de comerciantes, especialmente del centro. Hay que relacionar esta información con el contexto en el que se desarrolló el trabajo de campo en el cual la Municipalidad de Lima Metropolitana inició las operaciones del nuevo mercado mayorista e iniciaba la implementación de medidas para que los mayoristas de productos agrícolas se trasladaran[31]. El rechazo a esta medida, es decir al traslado de estos mayoristas, tuvo una oposición generalizada entre los comerciantes ya que iba a modificar sus vínculos económicos y la cadena de valor de sus productos.

Por su parte, más comerciantes de la periferia consideran la falta de fondos y el costo del alquiler y de la infraestructura como problemas que consideran de mayor relevancia. La infraestructura limitada en los distritos de periferia es consistente con el proceso de urbanización informal de la ciudad, el cual aún no tiene cubiertos los servicios básicos ni el equipamiento urbano como vías de comunicación o espacios públicos. La falta de espacios adecuados para la comercialización o almacenamiento son parte de estas carencias[32].

Tabla 16 - Obstáculos relacionados a la capacidad e infraestructura clasificados como "muy problemáticos" por los entrevistados, por lugar de trabajo

	Centro	Periferia	Total
Falta de fondos	21.79	50	35.33
Alquiler caro	8.97	45.83	26.67
Costo de la infraestructura (electricidad, agua, teléfono)	12.82	30.56	21.33
Escaso acceso a la infraestructura (electricidad, agua, teléfono)	12.82	29.17	20.67
Escaso acceso a capacitación	26.92	11.11	19.33
Espacio comercial inadecuado	10.26	23.61	16.67
Espacio de almacenamiento inadecuado o inexistente	5.13	23.61	14

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

En la siguiente tabla se muestra que los problemas de los comerciantes relacionados a la cadena de valor son experimentados por más comerciantes en la periferia que por los del centro. Esta información confirma la información cualitativa recolectada que señalaba que las comerciantes consideraban que a pesar de comprar insumos más caros, no podían aumentar los precios de sus productos a sus clientes (72%).

[31] En términos estrictos, la Municipalidad de Lima Metropolitana evitó realizar un desalojo del Mercado Mayorista N° 1 conocido como La Parada, ya que se consideraba que podía suscitar una situación de mucha violencia. Es decir, no realizó un operativo para reubicar a los comerciantes ni desalojarlos de sus puestos. Lo que se realizó fue declarar prohibido el tránsito de vehículos pesados que transportaban los productos agrícolas y declaró al nuevo mercado como el único mercado mayorista de la ciudad. Los operativos desarrollados por la policía en octubre tenían como objetivo la colación de barreras de cemento en las calles perimétricas y de acceso a La Parada para evitar que los camiones ingresaran y así desalentar el comercio. La oposición a la colación de estas barreras de cemento en las calles generó actos de violencia y, lamentablemente, hubo personas muertas y heridas. El operativo se realizó en dos días. Posteriormente se llevó a cabo una investigación policial y un proceso judicial que declaró ilegal el cierre de las calles. Pero aún sigue el litigio. Un importante sector de comerciantes mayoristas no demoraron en mudarse al nuevo mercado mayorista; sin embargo, los comerciantes minoristas de la zona y de toda la ciudad fueron perjudicados y recibieron el impacto de la reestructuración de sus rutinas, la reubicación de sus proveedores o la necesidad de contactar a otros y de tener que recorrer mayores distancias. Estos hechos se conocen como el "desalojo" de La Parada.

[32] En la zona central de la ciudad también existen estas carencias, pero están relacionadas a un desgaste del equipamiento por falta de mantenimiento o por sobreuso.

Tabla 17 - Problemas relacionados a la cadena de valor experimentados por los comerciantes ambulantes, por lugar de trabajo			
	Centro	Periferia	Total
Falta de capacitación relevante en contabilidad, marketing, otras habilidades de negocios	82.05	68.06	75.33
Dificultad en negociar precios más altos de los clientes	43.59	72.22	57.33
Dificultades para negociar precios más bajos de los proveedores	26.92	76.39	50.67
Competencia de tiendas grandes o supermercados	35.9	56.94	46
Dificultad en negociar con otros vendedores ambulantes	34.62	56.94	45.33
N	78	72	150

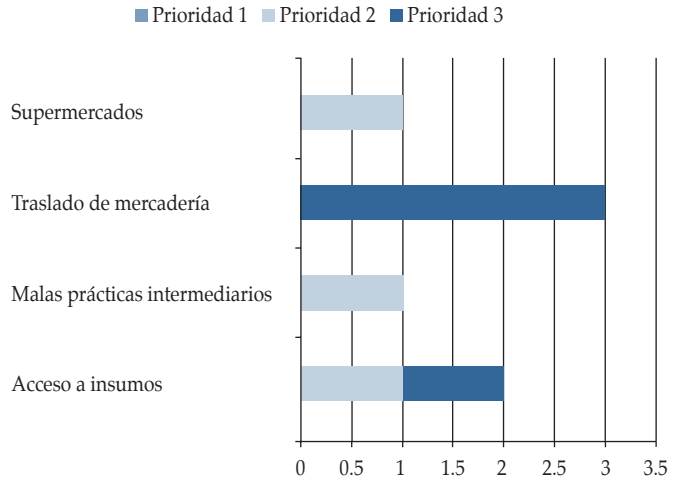
Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

La información señala que el 76% tiene dificultades para negociar precios más bajos con sus proveedores, que, también se sabe, son en la mayoría de los casos sus proveedores estables. Por otro lado, la competencia de tiendas grandes o supermercados y el negociar con otros vendedores ambulantes resulta más problemático para un sector de comerciantes de la periferia.

Así, se encuentra que existe una diferencia bastante pronunciada en relación a los problemas que enfrentan los comerciantes de la zona centro con respecto a los que enfrentan los comerciantes de la zona periférica. Mientras que los problemas de los comerciantes del centro se concentran en temas como la falta de capacitación y la falta de información respecto a regulaciones locales, los problemas de los comerciantes de la periferia se enfocan más en la poca capacidad de negociación que tienen con clientes y proveedores. De esta forma, los comerciantes de la zona periférica experimentan con mayor frecuencia limitaciones relacionadas a la cadena de valor (relación con proveedores, clientes y la competencia con supermercados) que aquellos ubicados en la zona centro.

En ninguno de los grupos focales realizados las fuerzas motoras de las cadenas de valor identificadas (7) estuvieron en la primera prioridad. El traslado de mercadería fue la más mencionada (3) y ocupó un tercer lugar[33]. Las dificultades para conseguir los insumos fue señalado en dos grupos focales, como una segunda y tercera prioridad.

Gráfico 8 - Prioridad de fuerzas motoras de las cadenas de valor identificadas como negativas



Fuente: Todos los grupos focales.

[33] El traslado de mercadería también puede considerarse como parte de las fuerzas de la ciudad ya que se relaciona a la falta de infraestructura vial y a los problemas de tránsito de la ciudad. Sin embargo, se ha considerado como parte de la cadena de valor ya que en varios grupos focales el traslado de mercadería es realizado por los distribuidores o comerciantes mayoristas como un servicio que es parte de la comercialización. Aunque el traslado de mercadería también se realiza de manera individual por muchos vendedores ambulantes.

Por otro lado, también fueron mencionados los problemas relacionados con los intermediarios y distribuidores que tenían malas prácticas para encarecer los productos como, por ejemplo, "adulteran productos, sobre todo cuando no hay en el mercado, los manipulan" o "como nadie hace control de calidad, ellos lo hacen a su conveniencia, lo dividen en diferentes calidades y así sacan precio, hasta los que están malogrados los venden.". De igual manera se señaló la aparición de los supermercados con los que tienen que competir: "la verdad, los supermercados hacen fuerte competencia, tienen buena infraestructura, productos variados, hacen ofertas" (grupo focal 7).

De los aspectos de las cadenas de valor identificados como positivos, sobresale el reconocimiento de los vendedores ambulantes de sus clientes fijos, "caseritos", los cuales han tenido tres menciones y como primera prioridad: "ser conocidos con nuestras mercancías", "ya tengo mi gente fija" (grupo focal 4). Esta es una respuesta por parte de los comerciantes para lidiar con el impacto negativo en su trabajo y sus ingresos de la dinámica de una cadena de valor en la que no pueden cambiar las reglas del juego. Por otro lado, los proveedores que los ayudan son aquellos que han adoptado prácticas como la distribución de la mercadería y el pago contra entrega, facilidades que son valoradas por los comerciantes pero que muestran que los proveedores están empleando las mismas respuestas que los comerciantes para fidelizar a sus clientes.

3. Respuestas

3.1. Respuestas a fuerzas motoras negativas

Una revisión de los diagramas de flujo construidos por los participantes en los grupos focales para analizar las dificultades relacionadas a la ciudad muestra que de las 59 dificultades relacionadas a la ciudad que más fueron señaladas, 34 fueron respuestas individuales y 25 colectivas. La siguiente tabla muestra los tipos de respuestas según la dificultad analizada. Así, las dificultades que tienen más respuestas colectivas son el desalojo (13), seguidas por falta de permisos (6). En estos casos, las respuestas están en la línea de cambiar la situación a través de la elaboración de una propuesta, la negociación en diálogo con la autoridad o la búsqueda de apoyo de los medios de comunicación.

Hay que enfatizar que la categoría "prohibiciones y restricciones para la venta" agrupa la mayor cantidad de respuestas individuales (16) de acuerdo a lo expresado en los grupos focales. Por ejemplo, a partir de la medida de no permitir a los vendedores dejar sus puestos en la vía pública impuesta por una municipalidad del centro de la ciudad, los comerciantes se ven obligados ahora a pagar el alquiler de depósito; las repuestas han sido "ahora tengo que vender más pues pago más" o "esto de los alquileres de locales es un gran negocio y los perjudicados somos nosotros, yo tengo que estar haciendo ofertas a mis clientes, para sacar algo más" (grupo focal 5). Es decir, estas respuestas individuales están lidiando con las regulaciones, pero no están tratando de cambiar la regulación.

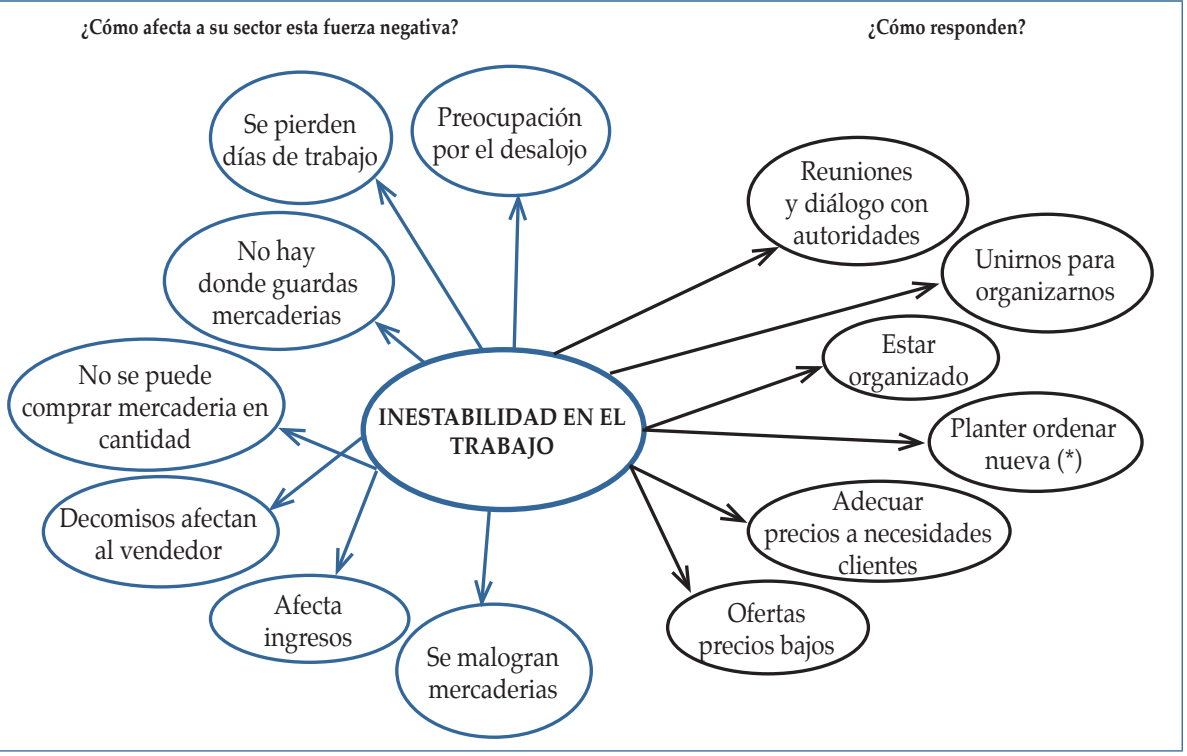
Tabla 18 - Matriz de respuestas a fuerzas de la ciudad negativas

	Dificultades											
Respuestas	Falta de permisos		Regulación restrictiva		Abuso de autoridad/ decomisos		Desalojo		Política urbana		Total	
	I	C	I	C	I	C	I	C	I	C	I	C
Organizarse		3		1				8		1		13
Diálogo con la municipalidad, presentar propuestas/proyectos		3		1		1		5				10
Bajar precios, reducir porciones, cambiar ingredientes			4		1		2				7	
Seguir adelante, diálogo con la familia	3		1		2						6	
Defender puesto, lugar de trabajo	1		1				2				4	
Tratar bien al cliente, ofertas, que los ubique			3		2						5	
Escapar de serenazgo, tener más cuidado					2						2	
Denunciar, presentar reclamos					1						1	
Cambiar de lugar de venta, ocupar espacios públicos			3								3	
Alquilar local			1								1	
Ahorro, juntar capital			1				1				2	
Trabajar más horas			1								1	
Hablar con serenazgo			1								1	
Mostrar documentos							1				1	
Buscar capacitaciones										1		1
Buscar apoyo de medios de comunicación										1		1
TOTAL	**4**	**6**	**16**	**2**	**8**	**1**	**6**	**13**	**0**	**3**	**34**	**25**

Fuente: Todos los grupos focales.
Nota: I= respuestas individuales; C= respuestas colectivas

Un ejemplo, se observa en el siguiente diagrama, en el que se ilustra el análisis de los participantes en un grupo focal sobre el problema de la inestabilidad en el trabajo debido al inminente desalojo. En él hay un mayor número de respuestas colectivas, aunque también se señalaron respuestas individuales. Aunque hay una valoración de la organización, lo que se encuentra es que entre los vendedores ambulantes hay desinterés, pero también desconfianza hacia las organizaciones y los dirigentes. La percepción reflejada en comentarios como "No es por pedirle que se afilie pero en organización vamos y afloja" es compartida por muchos vendedores, quienes reconocen que pueden ser más efectivos a través de las organizaciones de comerciantes para que las autoridades municipales los escuchen o para tramitar sus permisos. Pero también existe la percepción de que las organizaciones necesitan estar más organizadas como se refleja en los siguientes comentarios: "porque no estamos organizados; si no, no estaríamos como estamos" o "unidad, lo que nos falta es unidad". En otras palabras, se puede inferir que para un sector de comerciantes es a través de la organización que se pueden revertir medidas o cambiar decisiones de las autoridades.

Gráfico 9 - Diagrama de flujo de vínculos de fuerzas negativas de la ciudad: Inestabilidad en el trabajo



Fuente: Grupo focal 10.
(*) Lo que se quiere decir es "Plantear ordenanza nueva".

En un segundo lugar se encuentran las fuerzas motoras económicas, las cuales reunieron 32 respuestas. Se identificó a la inflación, la subida de precios, como la fuerza motora de mayor impacto para los vendedores ambulantes. Las respuestas son en su mayoría individuales (30) y la revisión de los diagramas de flujo y la clasificación de las respuestas muestra que entre las respuestas individuales están acciones como el trabajar más horas, el cambiar insumos y el servir porciones más chicas frente a la subida de precios. Es decir, respuestas individuales pero que hacen frente a la inflación.

Este análisis sugiere que las respuestas individuales que señalan los comerciantes ambulantes están dirigidas a "arreglárselas" para hacer frente a la situación y lidiar con ella, pero no para cambiarla. Es decir, estas respuestas no están enmarcadas en una visión más amplia que se proyecte en el crecimiento del negocio o hacia la formalización. Al contrario, son paliativos para sobrevivir día a día. Llama la atención que haya la tendencia hacia respuestas individuales, ya que este sector tuvo una gran capacidad organizativa y de movilización décadas atrás y que a la fecha aún mantiene muchas organizaciones[34]. Las respuestas colectivas aunque menos, más allá de su eficiencia y eficacia, sugieren que están avocadas a mitigar la fuerza motora.

[34] Guillermo Nolasco, consultor en temas municipales y de participación social y gremial, enfatizó durante la entrevista realizada en la importancia de que los comerciantes ambulantes refuercen sus organizaciones, su afiliación y que no se limiten a ser asociaciones formales y legalmente constituidas: "no es posible organizaciones de papel, de membrete, pero que en verdad no funcionan como expresión de las necesidades e intereses de sus integrantes, todas las organizaciones, sin excepción, independientemente de su tamaño y nivel, deben tener mecanismos y desenvolvimientos que hagan fácil la participación de sus integrantes".

Tabla 19 - Matriz de respuestas a fuerzas negativas económicas										
Respuestas	Dificultades									
	Suben precios		Escasez de clientes/ ventas bajas		Falta de dinero/ capital		Aumento en el número de comerciantes informales		Total dificultades económicas	
	I	C	I	C	I	C	I	C	I	C
Buscar crédito			1						1	0
Mayor esfuerzo personal					2				2	0
Fidelizar al cliente	2		4		3		1	1	10	1
Buscar mejores precios	3		1						4	0
Trabajar más horas/otro trabajo/otro producto	3		1						4	0
Denunciar/presentar reclamos								1	0	1
Ajustar insumos/porciones más chicas	7		1		1				9	0
Total	**15**	**0**	**8**	**0**	**6**	**0**	**1**	**2**	**30**	**2**

Fuente: Todos los grupos focales.
Nota: I= respuestas individuales; C= respuestas colectivas

Finalmente, las respuestas a las cadenas de valor (7) siguen la misma tendencia, es decir son más de carácter individual (5) que colectivo (2). Entre las respuestas colectivas estaban la elaboración de propuestas desde las organizaciones.

3.2 Instituciones intermediarias

Si los comerciantes ambulantes tienden más a responder de manera individual que colectiva, es necesario conocer qué instituciones, organizaciones o actores sociales están representando los intereses de los comerciantes y acompañándolos en sus respuestas colectivas para enfrentar los impactos de las fuerzas motoras que afectan su trabajo.

3.2.1. Instituciones y actores

De la información cualitativa recolectada, se encuentra claramente que son las municipalidades distritales y la metropolitana las instituciones que tienen mayor importancia para los comerciantes ambulantes, lo cual es consecuente con lo señalado hasta ahora respecto a la importancia de la ciudad como fuerza motora para el trabajo que realizan los comerciantes ambulantes. La tabla siguiente muestra el resumen de las instituciones mencionadas, así como la importancia, positiva o negativa, que le fue asignada a cada una durante la construcción de mapas institucionales.

Las instituciones públicas en general, son las más mencionadas (23) lo cual incluye a municipalidades y ministerios, así como a otras dependencias públicas. Las municipalidades distritales por sí solas fueron señaladas 10 veces y la Municipalidad de Lima Metropolitana siete veces.

Las asociaciones de comerciantes y de mercado como organizaciones de base alcanzan nueve menciones. Sin embargo, si se agrupan todas las organizaciones y asociaciones de trabajadores, no solamente de base sino también de segundo nivel como la FEDEVAL y la CUT, se tienen 22 menciones. Lo cual coloca a las organizaciones en un segundo lugar.

Finalmente, hay que resaltar que las instituciones privadas fueron mencionadas doce veces e incluyen a bancos, instituciones financieras y ONG.

Tabla 20 - Matriz de intervenciones institucionales								
	Institución	Frecuencia de menciones	Importancia			Positiva/Negativa		
			Grande	Mediana	Pequeña	+	-	+/-
1	Municipalidad Distrital	10	7	2	1		6	4
2	Municipalidad de Lima	8	4	1	3	1	2	5
3	Asociaciones de comerciantes	7	1	5	1	3		4
4	FEDEVAL	6	2	3	1	5		1
5	CUT	5	1	3	1	5		
6	ONG	5		2	3	4	1	
7	Instituciones públicas	5		1	4	1	1	3
8	Organizaciones financieras/ bancos	3	1		2	1	1	1
9	Asociaciones de comerciantes de mercado	2	1		1	1		1
10	FEDEVAL/CUT	2	1		1	2		
11	WIEGO	2	1		1	2		
12	Organizaciones vecinales comunidad/clientes	5	1	2	2	4	1	
13	Iglesia	1		1		1		
14	Proveedores	1	1			1		
15	Comedores populares/ Vaso de leche/organización distrital	3		3		3		
16	Otros	3		2	1	2		1

Fuente: Todos los grupos focales.

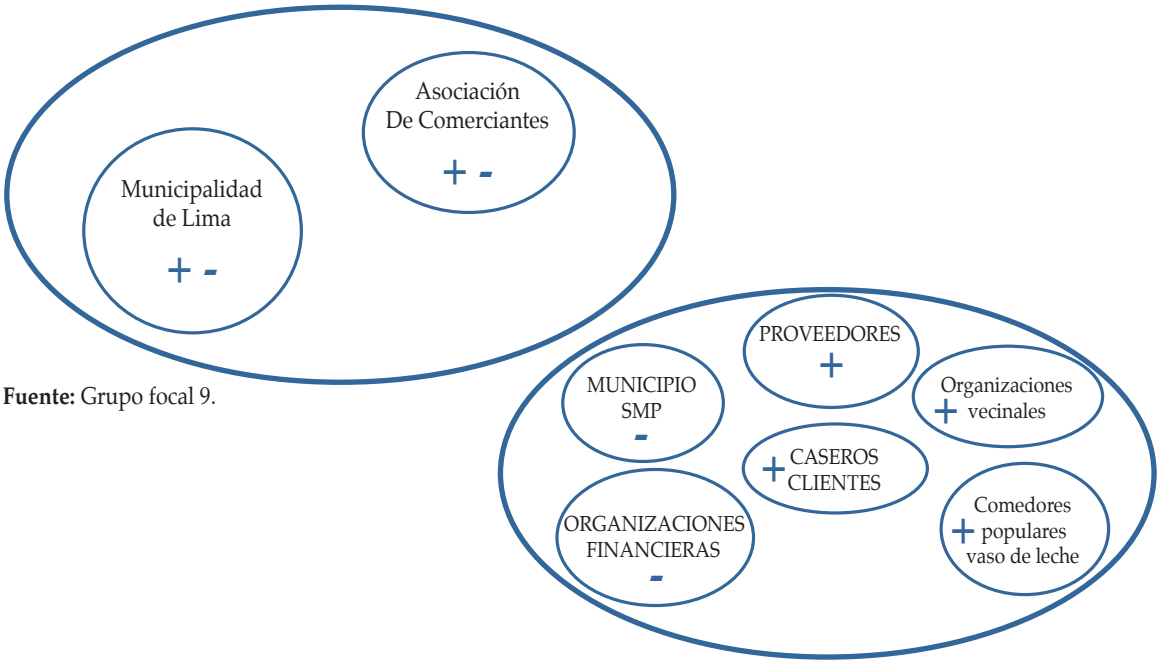
Los mapas institucionales muestran las instituciones que son importantes para su sector desde el punto de vista de los comerciantes. Un aspecto que resalta en los dos mapas mostrados a continuación es la diferencia en el número de instituciones mencionadas, así como la importancia asignada a cada una. Durante el estudio, cuatro grupos focales del centro señalaron solamente dos o tres instituciones, en las que incluyeron a la Municipalidad de Lima y a la asociación de comerciantes. Este es un aspecto que sugiere las limitadas relaciones que establecen en sus comunidades o distritos. Pero, es importante resaltar que si estas organizaciones no pueden canalizar las demandas de los comerciantes y defender sus intereses, los últimos se quedan sin instituciones alternativas a las cuales recurrir. Además, las asociaciones de comerciantes tienen evaluación positivo-negativa. Esto explicaría por qué son más las respuestas individuales, especialmente cuando se trata de una fuerza motora de ciudad como la regulación y planificación del espacio público.

En contraste, en el mapa elaborado por un grupo focal de la periferia se muestran más instituciones, en las que se incluyen organizaciones sociales de base como los comedores populares y vaso de leche[35], así como organizaciones vecinales. En este contexto social se reconocen más instituciones que pueden servir para mediar el impacto de la fuerza motora.

[35] Vaso de leche es un programa social que ofrece una ración diaria de alimentos que está dirigido a poblaciones identificadas como vulnerables [N. del E.]

Gráfico 10 - Mapas institucionales

Lima



Fuente: Grupo focal 9.

Fuente: Grupo focal 2.

3.2.2. Instituciones que ayudan u obstaculizan

En la encuesta se preguntó por las instituciones útiles. Así, se encuentra que un porcentaje considerablemente menor al 50% de los entrevistados considera que las organizaciones gubernamentales son útiles, mientras que un porcentaje considerablemente más alto respalda el papel de la FEDEVAL y de los otros trabajadores.

Los resultados obtenidos a partir de la información recogida en las encuestas también nos permiten diferenciar de forma más clara cómo se distribuyen las percepciones respecto a las instituciones en función de las variables de ubicación y sexo. Así, se tiene que los hombres parecen tener mayor confianza en la utilidad del gobierno nacional y local que las mujeres y que este nivel de confianza es más pronunciado en la zona centro que en la zona periférica. Resalta también que la confianza en la utilidad de la FEDEVAL sea mayor entre los comerciantes del centro que entre los de la periferia, siendo el nivel de confianza en estas instituciones especialmente pequeño entre las mujeres de la zona periférica.

Como se observa, hay diferencias marcadas en los resultados de la encuesta, principalmente entre la opinión de comerciantes del centro y periferia respecto a las ONG y la FEDEVAL. Pero si se comparan las diferencias entre los hombres del centro y las mujeres de la periferia, las diferencias son mayores. Esto se puede explicar por la presencia más activa de la FEDEVAL y otras organizaciones, así como el trabajo de ONG en los distritos del centro de la ciudad y con los comerciantes hombres ya que por mucho tiempo—y hasta la actualidad—han tenido dificultades para incluir a mujeres como miembros y en cargos de dirigencia. El resultado para los sindicatos expresa también esta misma situación ya que están constituidos mayoritariamente por hombres[36].

[36] Hay otras diferencias interesantes: por ejemplo, las cooperativas de trabajadores tienen porcentajes más altos entre hombres y mujeres de la periferia, lo cual se puede explicar por la presencia y actividad de cooperativas de vivienda, de crédito, productos y comerciantes que existen en muchos distritos de la periferia. Por otro lado, los supermercados y otros grandes minoristas se perciben también como aliados. En el caso del distrito de Independencia se encontró que los comerciantes ambulantes percibían a los supermercados como positivos porque atraían clientes y dinamizaban las zonas comerciales.

Tabla 21 - Tipos de organizaciones identificadas como "útiles", por sexo y lugar de trabajo				
	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gobierno nacional	43.48	23.64	30.43	20.41
Gobierno local o municipal	43.48	30.91	30.43	22.45
ONG	60.87	27.27	34.78	12.24
FEDEVAL-OBM	82.61	67.27	69.57	28.57
Policía	60.87	56.36	34.78	42.86
Otros trabajadores	73.91	60	60.87	67.35
Sindicato	34.78	7.27	8.7	4.08
Cooperativa de trabajadores	8.7	5.45	17.39	22.45
Supermercados y otros grandes minoristas	52.17	54.55	65.22	53.06
Total	100	100	100	100
N	23	55	23	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

En la información cualitativa se obtuvo información más precisa sobre los gobiernos municipales. Las municipalidades distritales fueron descritas como negativas para el trabajo que realizan los vendedores ambulantes (6) y como positivas–negativas (4). La Municipalidad de Lima, por su parte, fue señalada como positiva sólo una vez, seis veces como negativa y cuatro veces como positiva-negativa. Una persona señaló que "la municipalidad es totalmente negativa para todos los vendedores" (grupo focal 13), ya sea porque les dificulta el trabajo al no darles una autorización o porque no los atiende. La relación con las municipalidades distritales y Lima es positiva-negativa en tanto que se le reconocen acciones positivas pero, al mismo tiempo, las municipalidades son las instituciones que regulan y fiscalizan, y que muchas veces emplean la violencia o abusan de su autoridad. Las palabras de una comerciante del centro de la ciudad expresan esta ambivalencia: "para mi caso, la municipalidad tiene de bueno y tiene de malo, te da permiso, claro, pero también te molesta, tiene un momento en el cual te dice, hasta aquí nomás trabajas y te sacan" (grupo focal 9). Y en esta ambivalencia es que las municipalidades fueron señaladas más veces como las instituciones más importantes: siete veces en el caso de las municipalidades distritales y cuatro veces en la metropolitana.

Las otras instituciones señaladas con mayor frecuencia en los grupos focales fueron las asociaciones de comerciantes (7), que fueron señaladas cinco veces como de mediana importancia y cuatro veces como positivas y negativas. Esta ambivalencia se encuentra en los grupos focales. Por un lado, reconocen la importancia de estar organizados, y por el otro, los gobiernos locales les exigen estar organizados para cualquier proceso de formalización: "cuando vas como asociación la municipalidad te atiende, si vas individual no es igual" (grupo focal 13). Sin embargo, hay experiencias negativas, de malos liderazgos y hasta corrupción. Ambas posiciones han estado presentes en varios grupos focales. Por ejemplo, en un grupo focal en la periferia, un comerciante señaló: "en nuestra asociación de mercados se está ahorrando para lograr algo de la formalización". Poco después otro participante comentó: "algunos proyectos terminan en estafa, algunos dirigentes han defraudado y eso siempre trae desconfianza entre la gente" (grupo focal 7).

Por su parte, la FEDEVAL y la CUT fueron mencionadas seis y cinco veces, respectivamente, con un mayor consenso de los grupos focales de verlas como organizaciones positivas para el sector. Como se describe mejor más adelante, a la FEDEVAL y a la CUT se les reconocen actividades de capacitación en diferentes temas lo cual es muy apreciado por los comerciantes ambulantes[37]. La FEDEVAL fue señalada dos veces como de gran importancia y tres como de mediana importancia. La CUT fue señalada tres veces como de mediana importancia, una vez como de gran importancia y otra como de menor importancia. Esta información sugiere que entre los comerciantes hay un consenso en la valoración de las organizaciones de segundo piso que representan sus intereses como trabajadores.

[37] El 29% de los comerciantes del centro y 11% de los de la periferia señalaron que la falta de capacitación era un obstáculo muy problemático.

3.2.3. FEDEVAL como organización de base

La FEDEVAL se presenta como una institución que se considera útil en la mayoría de los casos de acuerdo a los resultados de las encuestas. La percepción respecto a la organización es más positiva entre los hombres, especialmente entre aquellos que trabajan en la zona centro. La institución sólo es clasificada como inútil en un número reducido de casos, siendo esta clasificación más frecuente entre las mujeres de la zona periférica.

En seis de los 15 grupos focales, la FEDEVAL fue identificada como una institución importante. En cinco fue señalada como positiva y en uno como positiva y negativa[38]. Es decir, en la mayoría de grupos focales no se identificó a la FEDEVAL, lo cual indica las limitaciones con las que ha venido trabajando en los últimos años.

Se le reconoce principalmente como positiva porque brinda capacitación y apoyo a las organizaciones de comerciantes. También se señaló como positiva la gestión que hace de las denuncias y la defensa de los derechos de los comerciantes: "Nos defiende nuestros derechos a nivel gremial", "Nos ha ayudado a organizarnos", "Nos escucha cuando nos quejamos. Nos dice cómo debemos contestar, qué debemos decir, cómo hacer documentos." (grupo focal 12). Sin embargo, en lo que se refiere a capacitaciones, el papel de la FEDEVAL no resalta en comparación a las capacitaciones que realizan empresas privadas u ONG como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 22 - Capacitaciones recibidas, por tipo de institución (%)

	Gobierno	Empresa privada	FEDEVAL	ONG	Otro
Préstamo	0.67	2.67	1.33	0	0.67
Maquinarias	0	0.67	0	0.67	0
Oportunidades comerciales	0.67	1.33	2	1.33	0.67
Asesoría Jurídica	0.67	2	2	4	0.67
Pedidos de producción	0	1.33	0.67	0	0
Comercialización de productos	4	4	13.33	4	1.33
Otros	17.33	2.67	2.67	3.33	1.33

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

En los grupos focales se les pidió a los comerciantes que hicieran sugerencias para mejorar el rendimiento de la institución. Con mayor frecuencia las sugerencias están relacionadas a que realice más capacitaciones: "Para mi FEDEVAL debe dar más charlas, en cada distrito donde trabajan, informar sobre derechos, seguro social, que se de una ley, no tenemos nada,… si no nos informamos bien, ya fuimos" (grupo focal 11). Los otros temas sugeridos para las capacitaciones están relacionados a sus negocios como: marketing, manejo empresarial administrativo-contable, computación, etc.

Una segunda sugerencia fue que la FEDEVAL consolidara la organización a nivel de federación y a nivel de las bases como una tarea de gran importancia. Por un lado, se trataría de recuperar el trabajo organizativo que se tuvo: "Hay una federación que funcionó hace un tiempo, pero está sin funcionar, la FEDEVAL debería reorganizarla, sería bueno eso" (grupo focal 3)[39]. Por otro lado, se trataría de organizar a los que no están organizados o ya no están relacionados. Para hacerlo habría que descentralizar a nivel de distrito y establecer mayor comunicación. En este sentido, los comerciantes plantean una agenda de temas puntuales que reconocen la importancia del rol de la FEDEVAL como plataforma organizativa para dialogar en su representación con los gobiernos locales y metropolitano.

Finalmente, hay que mencionar que en la mayoría de los grupos focales donde se señaló a la FEDEVAL, se le relacionó con la CUT. Esto muestra uno de los logros político-institucionales más importantes que ha realizado la FEDEVAL en los últimos años: el haber sido reconocida como miembro de una organización de representación de trabajadores a nivel nacional, lo que le permite en la actualidad tener representación de los comerciantes ambulantes y de trabajadores informales en una plataforma donde participan mayormente trabajadores formales a través de sindicatos.

[38] En dos grupos focales fue señalada como de gran importancia, en tres de mediana importancia y en uno de pequeña importancia.

[39] El comentario hace referencia a una federación a nivel distrital, es decir de Comas, afiliada a FEDEVAL.

Tabla 23 - FEDEVAL: Matriz de intervenciones		
Focal	**¿Cómo ayuda?**	**¿Qué soluciones deberían brindar?**
1	Apoya organización Capacitación Formación de líderes, charlas	Hacer proyectos de pequeña empresa Defender ambulantes de serenazgo, Municipalidad, otras instituciones públicas y privadas (como Juntas vecinales, galerías comerciales) Consolidar organización Evitar desalojos Promover consensos en sociedad civil (para evitar quejas de juntas vecinales)
3	Capacitaciones	Mayor comunicación Descentralizarse a nivel de distritos. Reorganizar la Federación de Comas. Capacitación en manejo económico de ganancias, pérdidas, sacar cuentas. Charlas de marketing.
4	Apoya quejas Gestiones capacitaciones	Mayor capacitación en diversos temas (frecuencia). Mesa de diálogo con alcalde.
8	Capacitaciones Unidad	Más capacitaciones. Apoyar en el diálogo con la municipalidad. Convenios de capacitación con la municipalidad, para todos computación y contabilidad
11	Organizando Capacitaciones en derecho Género	Mas charlas sobre derechos, seguro, pensiones. Tener una ley
12	Nos defienden nuestra lucha a nivel gremial Organizar como un grupo como contratar/hacer documentos/talleres computación/chamba en grupo	Agilice los permisos en el municipio Una seguridad en salud a las mujeres discapacitadas

Fuente: Todos los grupos focales.

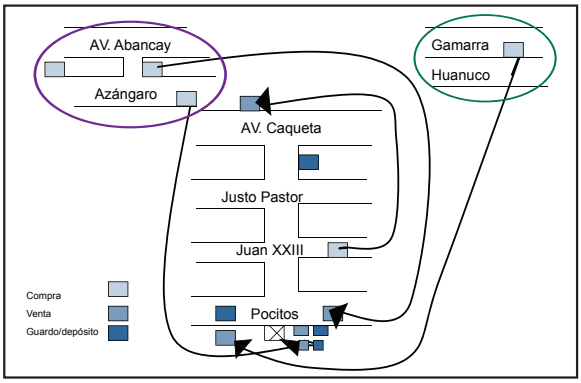
4. Contribución del sector a la ciudad

4.1. Vínculos y contribuciones a la ciudad

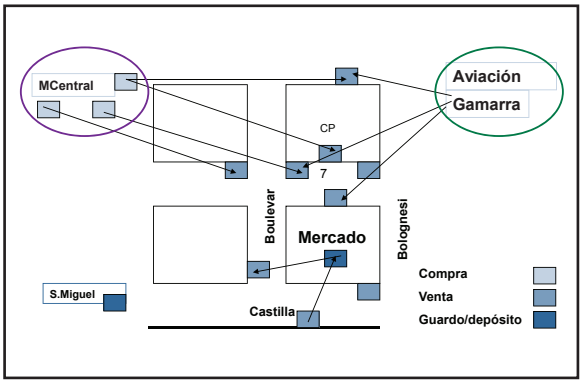
Los participantes en los grupos focales se trasladan por la ciudad para comprar sus productos o insumos al desempeñar su trabajo como vendedores en la vía pública. Durante los grupos focales se solicitó a los participantes que dibujaran un mapa donde tenían que ubicar su lugar de venta, el lugar de preparación o almacenaje de sus productos y el lugar de compra de sus productos. La información recolectada a través de los mapas espaciales muestra la importancia de los conglomerados comerciales ubicados en la zona central de la ciudad, tanto para los comerciantes del centro como de la periferia. La Parada, el Mercado Central o Gamarra son mencionados repetidamente.

En los siguientes mapas se pueden observar los lugares de compra de productos correspondientes a dos grupos focales: uno realizado en un distrito central de la ciudad y el otro en la periferia:

Gráfico 11 - Mapas espaciales[40]



Fuente: Grupo focal 9.



Fuente: Grupo focal 2.

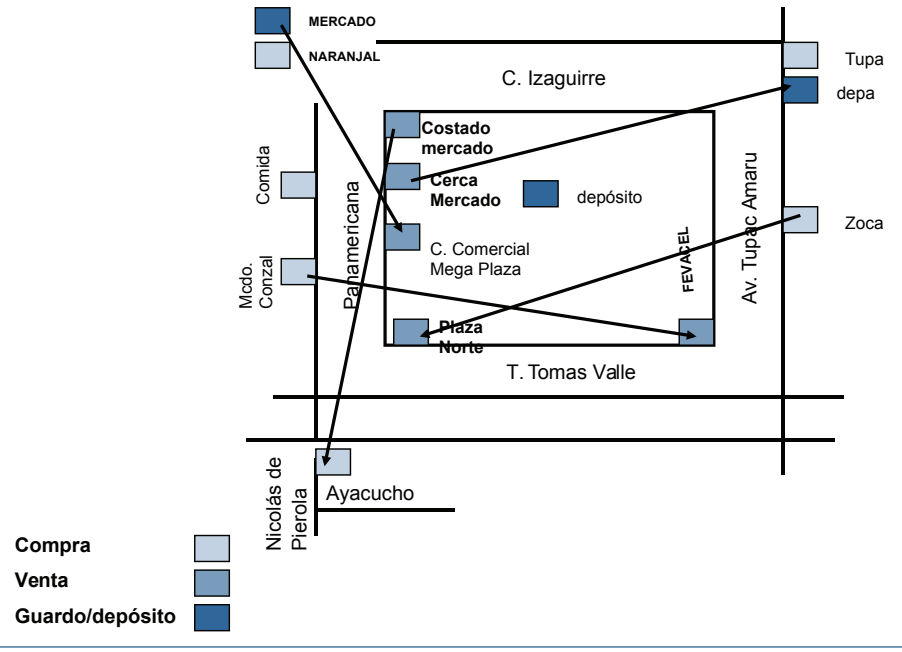
Los mapas muestran los mismos conglomerados comerciales (Mercado Central en morado, Gamarra en verde) donde compran sus insumos o productos para vender. Sin embargo, muestran desplazamientos muy diferentes debido a las distancias entre la ubicación de los proveedores, los lugares donde almacenan o preparan sus productos y, de ahí, hasta donde se encuentran sus puntos de venta.

En este sentido, hay una diferencia entre las rutinas de los comerciantes que están en el centro y los que trabajan en los distritos más alejados, ya que sus desplazamientos por la ciudad van a ser mucho más largos. Se ha encontrado una valoración positiva de vivir cerca a los lugares donde se compra o vende, ya que son circunstancias beneficiosas que ayudan a economizar tiempo, dinero y esfuerzo. A esto hay que agregarle la valoración cuando tienen alguna facilidad para almacenar o preparar sus productos. Por ejemplo, una vendedora en un distrito céntrico de la ciudad explicó en un grupo focal que compra sus productos en Gamarra y en el Mercado Central para después venderlos. Para ella resulta beneficioso no tener que llevar sus cosas a su casa ni necesitar un almacén: "Guardo mis cosas en el mercado, dentro, hay un paisano huarochirano que tiene puesto y me guarda mis cosas" (grupo focal 12).

En los mapas espaciales correspondientes a la periferia, se observa que los vendedores ya han empezado a dejar de ir al centro y optan por circunscribir su cadena de comercialización a sus propios distritos o a los distritos colindantes. Así, ya dejan de movilizarse hasta el centro de la ciudad como muestra el mapa siguiente.

[40] Los semicírculos han sido agregados para resaltar las ubicaciones de los conglomerados comerciales sólo para este informe. No son parte de los mapas originales elaborados durante los grupos focales.

Gráfico 12 - Mapa espacial



Fuente: Grupo focal 6

Esto es posible en algunas zonas de la periferia, como en el distrito de Independencia, donde ya existe una dinámica comercial más consolidada que permite a los vendedores comprar todavía en el centro pero también comprar productos o insumos a distribuidores o en mercados ubicados más cerca de sus puntos de venta ("Yo compro en el centro, en Abancay con Ayacucho"); o como los vendedores de helados que compraban en fábricas o diferentes distribuidoras ("Yo compro en ZOCA, es un almacén, una distribuidora"), mientras que otro precisó: "Yo compro en Naranjal los helados, la harina en COVIDA." (Grupo focal 6).

4.1.1. Vínculos a la economía formal

El principal vínculo que tienen los comerciantes ambulantes con la economía formal es la adquisición de bienes de proveedores formales, los cuales son, a su vez, distribuidores o fábricas. Más aún, cuando compran productos perecederos y agrícolas también pagan impuestos: "Otros pagan impuestos directos, pero pagamos impuestos indirectos. Los mayoristas ahora ponen su Registro Único de Contribuyente (R.U.C)[41], o sea, están formalizados" (grupo focal 10)[42]. De esta forma hacen referencia a los impuestos indirectos, como el Impuesto General a las Ventas (IGV), que les cobran cada vez que compran a un proveedor o distribuidor y que equivale al 19%. Esta relación es especialmente importante dado que gran parte de la muestra indica adquirir sus insumos de establecimientos formales. De acuerdo con los datos de la encuesta, se sabe que el 76% de los comerciantes entrevistados de la zona centro y el 55% de los entrevistados de la periferia adquieren sus insumos de un negocio formal. Si a estas cifras le sumamos los porcentajes de quienes compran a proveedores mayoristas formales, se obtienen porcentajes considerablemente altos, especialmente en la zona centro (79%) y periferia (65%). Esta información muestra cómo una mayoría de comerciantes son partícipes de la economía formal.

Por otro lado, solamente un 13% de los comerciantes del centro y un 18% de los de la periferia compran insumos a un negocio informal. Como ya se ha descrito, la mayoría de los participantes del estudio son mujeres que se dedican a la preparación de alimentos, y sus principales insumos son productos perecederos y agrícolas.

[41] Es el número de identificación que cada contribuyente tiene en el Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) y se encuentra a cargo de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

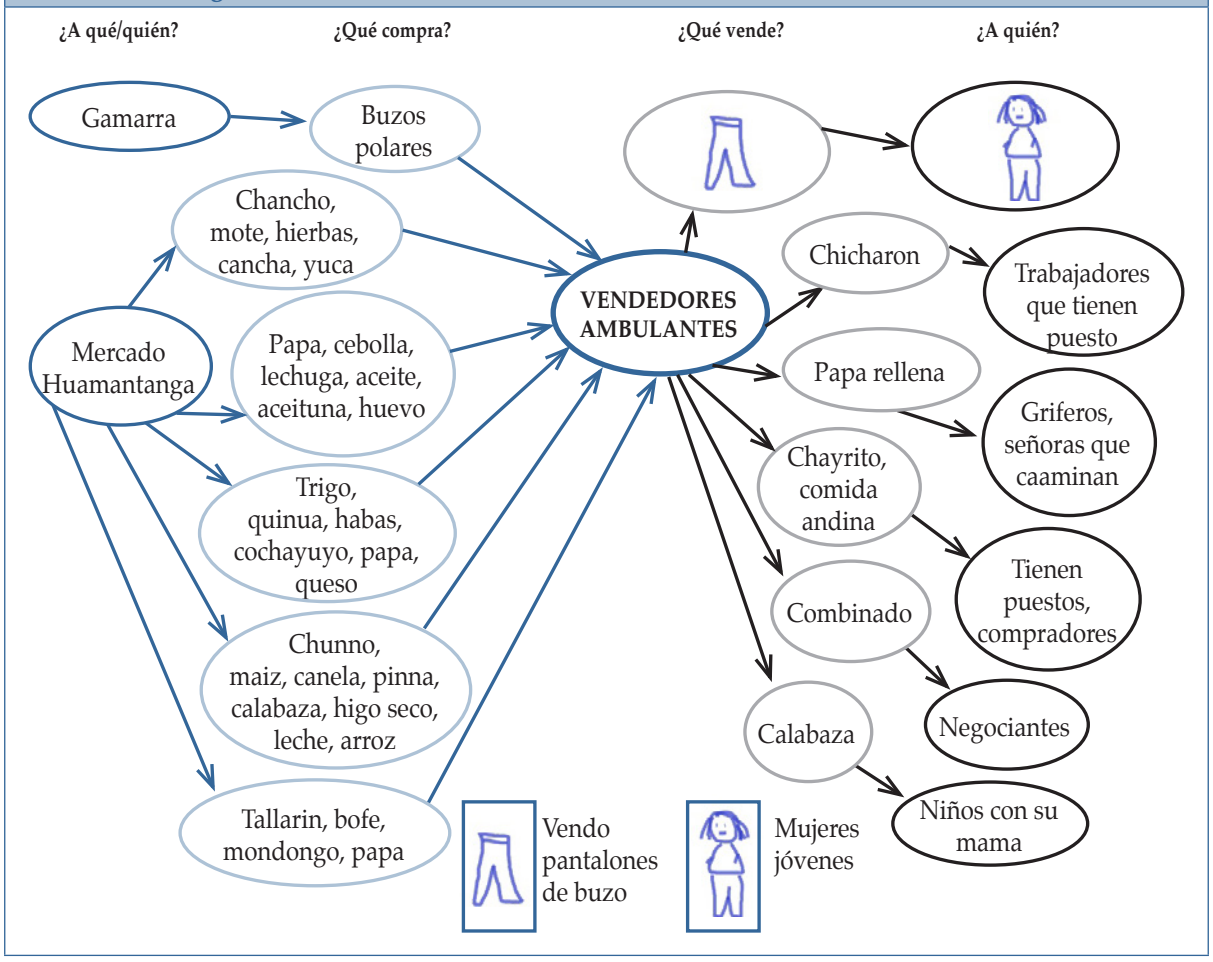
[42] Por ejemplo, los comerciantes mayoristas del Mercado Mayorista de San Anita cuentan con R.U.C., así como otros comerciantes. Sin embargo, las ventas informales aún se practican entre comerciantes mayoristas.

Tabla 24 - Tipo de establecimiento donde adquiere sus insumos, por sexo y lugar de trabajo				
	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Los produzco o cultivo yo mismo	13.04	0	4.35	14.29
Los compro de otro vendedor ambulante	0	5.56	0	6.12
Los compro de un negocio informal	8.7	14.81	17.39	18.37
Los compro de un negocio formal	73.91	77.78	47.83	59.18
Los adquiero de un proveedor formal	4.35	1.85	26.09	2.04
Otro	0	0	4.35	0
N	23	54	23	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Como ejemplo, el siguiente gráfico muestra a la mayoría de los participantes, quienes se dedican a la preparación de comidas y se surten en el Mercado Huamantanga, que es uno de los más importantes de la zona de periferia y se encuentra ubicado en el distrito de Puente Piedra. Sin embargo, cuando las compras son de productos perecederos al por menor, como los realizados por estas vendedoras, los pagos se hacen sin boleta y el pago del IGV no se realiza.

Gráfico 13 - Diagrama de vínculos económicos



Fuente: Grupo focal 1.

Hay que resaltar, sin embargo, que en siete grupos focales, los comerciantes señalaron que contribuyen a la ciudad pagando sus impuestos al comprar con boleta de pago o al contar con el R.U.C. En diferentes grupos se mencionaron las obligaciones tributarias que tienen que afrontar los comerciantes, especialmente aquellos con un puesto o local, que están establecidos en un mercado o que han conformado una micro o pequeña empresa (MYPE). Si están

llevando a cabo un proceso de formalización o tienen una buena oportunidad de negocio, requieren entregar una boleta de pago. Es cierto que para ello requieren desarrollar capacidades que les permitan afrontar la administración y contabilidad de sus negocios. Precisamente, en un grupo focal, uno de los participantes describió su trabajo como una prestación de servicios contables y administrativos a otros comerciantes: "yo hago servicios contables señorita, para vendedores y mypes, tengo regulares clientes y tengo registro en SUNAT, doy recibos, boletas, todo lo que me solicitan" (grupo focal 7).

4.1.2 Vínculos con el gobierno y la planificación de la ciudad.

Como se ha señalado, los gobiernos distritales y metropolitano son, sin lugar a dudas, las instituciones más importantes con las que se relacionan los comerciantes en Lima debido a que son las que emiten las autorizaciones y crean la regulación para realizar su actividad económica.

Esta relación entre los comerciantes y los gobiernos tiene varias facetas; depende, además, de las características de la gestión local, así como también de las características de los propios comerciantes: si tienen autorización, si están organizados, etc.

En los ocho grupos focales donde se señaló a la Municipalidad de Lima como institución importante, se le reconoce positivamente porque está impulsando espacios de diálogo, tales como una mesa de trabajo y las consultas para la modificación de la Ordenanza N° 002 (3) que regula la actividad del comercio en vías públicas. En varios grupos focales se le reconoce alguna acción que mejora las condiciones en las que realizan su trabajo como el mejor trato a los vendedores, una nueva agencia municipal y seguridad. Por otro lado, señalan algunos beneficios como las capacitaciones y becas para los jóvenes. Es por estas acciones que los ayudan que la Municipalidad fue valorada como positiva y negativa a la vez.

Por otro lado, las formas en las que obstaculiza el trabajo de los comerciantes más señaladas son: la no entrega de licencias de trabajo y un marco normativo que regula el comercio ambulatorio de manera restrictiva. Las regulaciones en el centro también limitan sus actividades, especialmente cuando les señalan qué vender, dónde vender y en qué horarios. Se expresó una demanda por un mayor control de la corrupción, ya que la municipalidad manda a los serenos pero "nos piden para uno, piden chanchita. Pasa otro distinto y pide, pasa otro. Todo el día estoy así, voy a trabajar para pagarles" (grupo focal 8)[43].

Por otro lado, también hay un malestar muy grande por los decomisos de mercadería y del procedimiento del personal de fiscalización que los realiza: "Obstaculizan siempre nuestro trabajo, retienen la mercadería, eso es hurto. Los funcionarios deberían solucionar, atender, apoyar, mandar a investigar quiénes son esas personas que tenemos derecho y quiénes necesitamos, porque hay personas que tienen hasta cinco o más carretas, ellos no necesitan pues" (grupo focal 15). Los decomisos se realizan a los vendedores sin autorización, de ahí el reclamo. Estos comentarios se relacionan con la propuesta de la nueva ordenanza y, si bien implícitamente reconocen que no se puede dar permisos a todos los comerciantes, éstos deberían darse a quienes más lo necesitan.

Finalmente, hay un tema crítico que son los programas promovidos desde la Municipalidad para que los comerciantes asociados inviertan en proyectos empresariales para los cuales los comerciantes son capacitados, tienen que ahorrar para invertir y tienen plazos de ejecución. Se mencionaron varias sugerencias relacionadas a la ampliación de los plazos, a la facilitación de más capacitaciones y al malestar porque los proyectos son obligados, etc.:

> "la municipalidad nos debe alargar la capacitación, que nos den también plazo nuevo, pues nosotros sólo tenemos dos años vendiendo, no hemos ahorrado mucho, de la venta sale para todo, estudios de los hijos, pagos, a veces no puedes dar educación porque cuesta un ojo de la cara, más plazo, eso es para ahorrar un poco más, dejar ahora la calle, me parece apresurado" (grupo focal 13).

En el caso de la relación que establecen con las municipalidades distritales, ésta varía mucho de distrito a distrito. De la información recolectada en los grupos focales se encuentra que en general dicha relación es de enfrentamiento, con denuncias por abuso de autoridad y reclamos de diverso tipo, especialmente en los distritos del centro de la ciudad. Los abusos son de distinta forma: "No nos da información sobre las normas que da" o "las multas son exageradas, excesivas, muy altas" (grupos focales 4), "nos interrumpe la venta al mandar los serenos" o "no nos dan permisos, hace tiempo nos tiene meciendo" (grupo focal 12).

En dos de los grupos focales realizados en el centro, en particular, se señaló que las municipalidades ayudaban, uno en La Victoria y otro en Magdalena. Ahí se reconoció que "las calles que están limpias permite que la gente venga a comprar" (grupo focal 12). En el grupo focal de La Victoria se señaló que había facilidades para los trámites como la del permiso y la del carné de sanidad (grupo focal 5).

[43] "Chanchita" es la forma coloquial que se le dice a juntar dinero entre varios. En este caso se junta para pagar la coima (soborno).

En el caso de los grupos focales de municipalidades de distritos de la periferia, las cuales tienen menos recursos destinados a la fiscalización y regulación del comercio ambulatorio, se reconocieron más formas de ayuda a su sector. En Independencia se reconoció como excepción que la municipalidad ayudaba a través de facilidades para la formalización, que cumplía y brindaba capacitaciones: "La municipalidad tiene convenios con estudios de abogados para la formalización de asociaciones, MYPES y lo hacen más barato" (grupo focal 6). El otro caso fue en Comas donde se señaló que la municipalidad "ni ayuda, ni obstaculiza; no se mete" (grupo focal 3), lo cual les permite trabajar tranquilamente.

Un tema importante es el leve impacto en las condiciones de trabajo de los comerciantes de las últimas obras de infraestructura de la ciudad, como el Tren eléctrico o el Metropolitano. En el caso del tren fue mencionado como positivo en la medida que ha ayudado a que más personas visiten el conglomerado comercial, teniendo así, más clientes. Pero no les ayuda de otras maneras, primero porque sus horarios de compra por lo general son antes de los horarios de operación de estos servicios de transporte y también porque no les permiten ir con la cantidad de mercadería que normalmente movilizan.

Esta información es consistente con la hipótesis del estudio que señala que los comerciantes ambulantes son dependientes de la infraestructura urbana pero que su déficit frecuentemente dificulta no solamente su trabajo sino también su calidad de vida.

4.1.3. Contribuciones a la ciudad

Al finalizar los grupos focales, se les pidió a los participantes que reflexionaran sobre sus contribuciones a la ciudad. Desde su punto de vista, los comerciantes contribuyen a la ciudad en varios aspectos. Bajo el rótulo de "economía" o "contribuimos a la economía" en diferentes grupos focales se planteó la generación de empleo y puestos de trabajo entre sus contribuciones. Las respuestas relacionadas con este tema son que los vendedores han creado sus propios puestos de trabajo, generan otros puestos de trabajo, mantienen a sus familias y no son "una carga para el estado". Como fue expresado por unos comerciantes: "el trabajo que hago me ha permitido educar a mis hijos", "Esto debe ser motivo para los que trabajamos todos los días se demuestre que somos un sustento del hogar" (grupo focal 15). Asimismo, en varios grupos focales se enfatizó su contribución al pagar los impuestos, "compramos con boleta" (grupo focal 11).

Estas percepciones se confirman con los resultados de la encuesta que muestran cómo los comerciantes contratan a un conjunto de personas para diferentes servicios: transportistas, cargadores, seguridad, entre otros, generando puestos de trabajo. Asimismo, los comerciantes ambulantes también contribuyen a la comunidad a través del uso de servicios. Así, el 90% de los comerciantes contratan el servicio de sanitarios públicos, el 60% utiliza servicios de almacenamiento y poco menos del 40% utiliza servicios municipales. El 30% de los comerciantes ambulantes también utiliza servicios de transportistas.

Tabla 25 - Servicios contratados por los comerciantes ambulantes, por lugar de trabajo

	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Sanitarios públicos	86.96	98.15	86.96	83.67
Almacenamiento	60.87	81.48	47.83	34.69
Servicios municipales	26.09	55.56	34.78	24.49
Seguridad	21.74	27.78	34.78	36.73
Transportistas	17.39	57.41	30.43	6.12
Cargadores	4.35	25.93	17.39	10.2
Reparación	8.7	27.78	26.09	0
Transporte privado	4.35	12.96	26.09	12.24
Servicio de reparto	0	12.96	4.35	6.12
Guardería	0	0	4.35	6.12
Ninguno	0	0	0	12.24
N	23	54	23	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

Otro aporte señalado en los grupos focales es que con su trabajo dinamizan la economía ya que "cuando no hay ambulantes, no hay negocio para nadie" (grupo focal 11). También señalaron que "regulamos los precios, vendemos a menor precio y más barato" (grupo focal 14) y "Nosotros vendemos al paso, ahorramos tiempo y plata" (grupo focal 8).

Otro hallazgo de los grupo focales es que los comerciantes prestan servicios de limpieza y seguridad muy importantes para la ciudad al ocupar las calles: "dejamos el espacio limpio, es una labor social, un servicio" (grupo focal 4); "estamos ayudando a la Municipalidad con los rateros y la limpieza" (grupo focal 12)[44].

También se enfatizó, como muestra el gráfico 14, que se contribuye a la municipalidad con "los pagos", tributos a los que están obligados en muchos distritos por estar en la calle. En algunos distritos este tributo cubre los servicios municipales de limpieza, seguridad; en otros distritos hay quejas porque el gobierno local no presta estos servicios de manera eficiente.

Esta percepción es consistente con los resultados de la encuesta. Entre los comerciantes que reportaron gasto por concepto de pagos de licencias, cuotas y permisos, los vendedores en el centro por lo general pagaron S/.32 al año por una licencia y S/.128 al año por un permiso, o S/.1 diario para asegurar el espacio; los comerciantes en la periferia tendieron con mayor frecuencia a pagar un sol para asegurar su espacio, sin pagar tasas por licencias o permisos. En toda la muestra, los comerciantes contribuyeron en promedio con S/.2 al día a las arcas de la ciudad para poder trabajar en espacios públicos.

Los ambulantes consideran que con su trabajo prestan un servicio y hubo comentarios que mostraban la valoración que había por su trabajo ("¿qué sería de la gente sin nosotros?", grupo focal 5), ya que facilitan que las personas hagan su trabajo, se alimenten, compren bienes de acuerdo a su economía y sean tratadas bien ("prácticamente como enamorado tratamos al cliente", grupo focal 8).

Gráfico 14 - Herramienta de análisis: Contribuciones a la ciudad

GUIA	Educación masiva	Ordenamiento de la ciudad	Economia
Somos orientadores turisticos Had Honorem	Ofreciendo medios culturales a bajos precios.	Con el orden porque respetamos las leyes	Con la economia porque compramos y vendemos
	Incrementando el conocimiento de los peruanos a traves de la lectura de obras literarias, politicas, cientificas, etc.	Apoyamos la formalizacion progresiva	Generando empleo
			Protegiendo la economia del hogar
			Contribuyendo de desarrollo de la ciudad
			Generando nuestro trabajo de autoempleo sin costo alguno al estado
			Buscar un puesto de trabajo para poner un negocio
			Trabajar en compra para saber hacer negocio

Fuente: Grupo focal 1.

[44] Los "rateros" son ladrones pero que generalmente roban al paso, aprovechando las oportunidades.

5. Hallazgos clave e implicancias para las políticas públicas

5.1. Conclusiones y hallazgos clave

El EMEI ha permitido reunir información cuantitativa y cualitativa valiosa sobre las condiciones de trabajo de las comerciantes y los comerciantes de Lima, de la cual resaltan los principales hallazgos:

- El 80% de los comerciantes participantes en el estudio tiene en el comercio ambulatorio su principal fuente de ingresos para su hogar y son, en casi su totalidad, trabajadores por cuenta propia.
- Casi todos los hogares dependen del empleo informal como su principal fuente de ingresos (88% de los hogares de las mujeres y 95% de los hogares de los hombres), lo cual revela la gran vulnerabilidad por falta de protección social característica de los trabajadores informales.

  Más de la mitad de la muestra se ve afectada si se produce un alza de precios de alimentos porque venden comida, alimentos preparados o productos agrícolas. El porcentaje más alto de vendedores de alimentos –que incluye alimentos preparados, productos agrícolas frescos o alimentos sin preparar– está conformado por mujeres que trabaja en el centro de la ciudad (78%), seguido por el 59% de las mujeres que trabajan en la periferia y los hombres del centro y periferia están en 56%. El mayor porcentaje de entrevistados se dedica a la venta de comida, ya sea de comida lista para comer, dulces o de otros tipos. Un grupo también importante se dedica a la venta de productos agrícolas frescos.
- Un segmento importante de los comerciantes se encuentra vinculada al sector formal de varias maneras, principalmente porque compran a proveedores y distribuidores formales, confirmando una de las hipótesis del estudio: el 76% de los comerciantes entrevistados de la zona centro y el 55% de los entrevistados de la periferia adquieren sus insumos de un negocio formal. Si a estas cifras le sumamos los porcentajes de quienes compran a proveedores mayoristas formales, se obtienen porcentajes considerablemente altos, especialmente en la zona centro (79%) y periferia (65%).
- Los comerciantes contribuyen a la ciudad a través del pago de impuestos, pero también brindando oportunidades laborales al contratar servicios de otros trabajadores como transportistas, cargadores, seguridad, etc. Otra forma en la que contribuyen con la ciudad es cuando pagan por servicios de la ciudad, tales como el mantenimiento de los sanitarios públicos y los servicios de almacenamiento, entre otros servicios municipales. Además contribuyen brindando servicios de limpieza y seguridad en espacios públicos. Esto confirma otra de las hipótesis del EMEI.

Sin embargo, los hallazgos más importantes del EMEI se relacionan con la puntualización de las diferencias que existen entre los comerciantes de acuerdo a su género y lugar de trabajo, siendo las mujeres de la periferia quienes tienen condiciones laborales más vulnerables y precarias. De esta manera:

- Las mujeres comerciantes ambulantes han alcanzado niveles educativos más bajos: en comparación con los hombres, hay más mujeres que tienen primaria completa o menos (43% y 20%, respectivamente), mientras que el 58% de hombres y el 45% de mujeres han alcanzado niveles educativos más altos (de secundaria completa para arriba). Así, casi un 40% de los hombres cuenta con secundaria completa, mientras que 21% tiene alguna forma de enseñanza superior o más.
- Las mujeres trabajan en promedio más horas por semana que los hombres. Las mujeres del centro trabajan en promedio más que el resto. Más mujeres se dedican a la venta de comidas y alimentos preparados, actividad que implica también más horas de trabajo.
- Para toda la muestra, los ingresos netos diarios son de S/.27.64 en promedio, siendo éstos más altos entre los hombres (S/.45.82 en promedio) que entre mujeres (S/.19.97 en promedio). También existen diferencias según el lugar de trabajo: los ingresos netos diarios de los comerciantes del centro llegan a S/.32.86 en promedio, mientras los comerciantes de la periferia ganan S/.21.89 en promedio. El valor de las ventas brutas mensuales de los comerciantes del centro es de alrededor de S/.920 al mes y en los comerciantes de la periferia de alrededor de S/.613 mensuales en promedio. Cabe resaltar que, en promedio, los ingresos netos resultaron negativos según lo declarado por los vendedores de productos agrícolas (-13.53 por día). Es importante, asimismo, subrayar que estas cifras no toman en consideración las pérdidas que resultan de los decomisos y robos, ni los costos de los créditos a altas tasas de interés adquiridos con prestamistas informales. Se debe también tener cautela de no generalizar esta información, ya que las cifras proporcionadas en las encuestas no permiten rescatar las variaciones características de esta actividad económica; sólo reflejan la actividad de la semana anterior sin ofrecer información en torno a si se trataba de un período de alta o baja actividad.

Además el estudio ha permitido identificar las fuerzas motoras que tienen un mayor impacto en el trabajo que realizan los comerciantes ambulantes. Para Lima se han identificado las siguientes fuerzas motoras:

- La principal fuerza motora que impacta en el trabajo de los comerciantes ambulantes se relaciona con la ciudad: el marco regulatorio y las políticas de planificación de la ciudad, en general, y de los espacios públicos en particular, que no han incorporado al comercio ambulatorio y lo perciben como un problema. Este marco regulatorio es implementado por los gobiernos municipales a nivel distrital y metropolitano de maneras diferentes, pero se caracteriza por la falta de diálogo con los comerciantes y con prácticas represivas. Este hallazgo confirma otra hipótesis inicial del EMEI.
- Como resultado de esta fuerza, la relación entre las autoridades municipales y los comerciantes ambulantes es de desconfianza y enfrentamiento mutuo. Otro impacto es que la implementación de políticas y programas urbanos –como reubicaciones, desalojos, programas de formalización– producen inestabilidad en los vendedores, lo cual afecta sus condiciones laborales y sus ingresos. Esto, a su vez, lleva a otro impacto: muchos vendedores se ven forzados a tomar préstamos a altas tasas de interés de prestadores de dinero informales.

Otras fuerzas motoras que se han encontrado importantes para el sector son:

- La inflación que produjo una subida de los precios de alimentos, como se ha señalado, ha tenido un impacto directo y negativo en los ingresos del sector, ya que en su mayoría venden productos agrícolas o preparan alimentos con ellos.
- La dinámica de la cadena de valor de alimentos frente a la cual los comerciantes no tienen capacidad para negociar precios. Los comerciantes en su mayoría tienen proveedores fijos, lo cual los vuelve más vulnerables (83% de comerciantes de la zona centro, 70% de comerciantes de la zona periférica).

Es importante resaltar que el análisis de las fuerzas motoras y de las respuestas que dan los comerciantes para hacerles frente muestran que:

- Una mayoría de comerciantes opta por respuestas individuales que tienen como objetivo lidiar con estas fuerzas motoras de la ciudad y económicas antes que cambiarlas.
- Las respuestas colectivas están asociadas principalmente con medidas para mitigar las fuerzas a través de la discusión y presentación de propuestas, la negociación de acciones municipales que responden a las políticas urbanas a ser implementadas. Sin embargo, las respuestas colectivas son menos debido a que las instituciones que deberían canalizar estas respuestas, como las asociaciones de comerciantes, tienen limitaciones y debilidades para representar a los comerciantes y negociar con las autoridades.
- Las municipalidades distritales y metropolitana son las instituciones más importantes para los vendedores ambulantes, aunque su importancia es mayormente negativa ya que son percibidas como abusivas, poco transparentes y poco dialogantes con el sector.

5.2. Recomendaciones de políticas

- Es importante que la ciudad cuente con un marco legal para el comercio ambulatorio, que lo regule y norme como actividad económica y en su uso de los espacios públicos. También es necesario que promueva procesos de formalización de los comerciantes que tomen en cuenta los pocos ingresos o las pérdidas del mismo de los vendedores más vulnerables, así como la necesidad de que estén protegidos contra los abusos de autoridad. Dichas consideraciones también se deben tener en cuenta en la emisión de permisos.
- Sin embargo, es necesario que este marco legal sea parte de una visión más amplia que reconozca al comercio ambulatorio en su importancia para la ciudad y como parte de sus dinámicas sociales y económicas, ya que brinda trabajo y oportunidades laborales a un amplio sector de la población y tiene potencialidades para aportar en la solución de problemas centrales como la seguridad y la limpieza.
- Las municipalidades, especialmente distritales, tienen que propiciar la legitimización de su liderazgo en procesos de desarrollo económico a través de una mayor apertura para la negociación y comunicación de sus ordenanzas y reglamentos. También sería importante que se promovieran programas de liderazgo entre las mujeres, quienes de acuerdo al estudio conforman el segmento de población más vulnerable (sobre todo las vendedoras en la periferia), y que se desarrollaran apoyos para los vendedores de alimentos, los cuales son más vulnerables a la pérdida de ingresos.

Recomendaciones para la FEDEVAL:

- Necesita revisar su agenda como gremio para que esté sintonizada con las demandas de los comerciantes.
- Tiene en las mujeres comerciantes y, especialmente de los distritos de la periferia, un público objetivo que debe ser prioridad por su mayor vulnerabilidad.
- Es necesario que se fortalezcan las asociaciones de comerciantes y organizaciones de base para que vayan más allá de estar organizados solamente para tramitar autorizaciones o lidiar con desalojos.

Referencias

Aliaga, Lissette. 2011. *Perfil del Comercio Ambulatorio de Lima Metropolitana.* Documento de trabajo elaborado para el Proyecto "Estudio de Monitoreo sobre la Economía Informal: El Estado de la Economía Informal Urbana" coordinado por Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO).

Budlender, Debbie. 2009. *Análisis presupuestal de la economía informal en el Perú y la Municipalidad Metropolitana de Lima.* Nota Presupuestaria de WIEGO No. 2. Manchester: WIEGO.

Castellanos, Themis. 2012. *Estudio socio-económico del comercio en la vía pública en Lima Cercado.* Consultoría realizada por encargo de Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO) y el Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES).

Herrera, Javier, Mathias Kuépié, Christophe J. Nordman, Xavier Oudin and François Roubaud. 2012. *Informal Sector and Informal Employment: Overview of Data for 11 Cities in 10 Developing Countries.* WIEGO Working Paper No. 9.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2010. *Lima Metropolitana: IV Censo Nacional Económico 2008.* Lima: INEI. Tomos I, II y III.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2011. *Encuesta Nacional de Hogares. Condiciones de vida y pobreza.* Lima, INEI.

Lima Cómo Vamos. 2012. *Encuesta Lima Cómo Vamos. Informe de percepción de calidad de vida.* Encontrado en: http://www.limacomovamos.org/cm/wp-content/uploads/2013/01/EncuestaLimaComoVamos2012.pdf

Moser, Caroline y Jeremy Holland. 1997. Urban Poverty and Violence in Jamaica. Washington DC: IBRD/World Bank Latin American and Caribbean Studies.

Moser, Caroline, y Cathy McIlwaine. 1999. "Participatory Urban Appraisal and its Application for Research on Violence". *Environment and Urbanization,* Vol. 11 (2), pp. 203–26.

Moser, Caroline y Cathy McIlwaine. 2001. "Violence and Social Capital in Urban Poor Communities: Perspectives from Colombia and Guatemala." *Journal of International Development* 13.

Moser, Caroline y Cathy McIlwaine. 2004. E*ncounters with Violence in Latin America. Urban Poor Perceptions from Colombia and Guatemala.* Nueva York y Londres: Routledge.

Moser, Caroline y Alfredo Stein. 2011. "A Methodological Guideline for Implementing Urban Participatory Climate Change Adaptation Appraisals. *Environment and Urbanization* 23, No. 2, pp. 463-486

Moser, Caroline, Angélica Acosta, María Eugenia Vásquez. 2006. *Mujeres y Paz: Construcción de Consensos, Guía para procesos participativos e incluyentes.* Bogotá: Social Policy International.

WIEGO-CIES. 2012. *Estadísticas sobre el empleo formal e informal. Perú 2005-2011.* Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social.

Páginas web consultadas

Página web de WIEGO. 2013. "Statistical Picture". Disponible en: http://wiego.org/informal-economy/statistical-picture (consultada el 8 de noviembre de 2013).

Anexos

Anexo 1

Tabla 26 - Resumen de información de los grupos focales realizados							
N° GF	Fecha	N° partici-pantes	Sexo	OBM	Nombre del principal lugar de venta	Centro o peri-feria	Principal pro-ducto vendido/ servicio brindado
1	11 de julio	5	Hombres		Cercado de Lima	Centro	Diversos: golosi-nas, folletería, etc.
2	13 de julio	5	3 hombres 2 mujeres		Caquetá, Av. Universitaria	Periferia	Servicios y diver-sos: manualidades, golosinas, etc.
3	15 de julio	5	3 mujeres 2 hombres		Mercado A.H. Belaúnde-Co-mas	Periferia	Diversos: aba-rrotes, productos agrícolas, comida preparada
4	23 de julio	5	Mujeres	Asociación de mercado Con-glomerado de Caquetá	Caquetá	Periferia	Diversos: ropa, comida preparada, útiles y juguetes
5	24 de julio	5	3 hombres 2 mujeres		La Parada	Centro	Diversos: produc-tos de limpieza, hierbas medicina-les, CD, etc.
6	2 de agosto	5	Hombres	Asociaciones de mercado- Inde-pendencia	Zonas comer-ciales distrito Independencia	Periferia	Helados y dulces.
7	4 de agosto	5	Hombres	Asociaciones comerciantes de mercado La Cumbre	Mercado la Cumbre Cara-bayllo	Periferia	Productos agrí-colas
8	22 de agosto	5	Mujeres		Cercado de Lima	Cercado	Alimentos, comi-das preparadas
9	26 de agosto	5	Mujeres		Cercado de Lima y Mercado Av. Perú-San Martín de Porres	Centro y periferia	Alimentos, comi-das preparadas
10	28 de agosto	6	Hombres		Alrededores de La Parada	Centro	Diversos: Produc-tos agrícolas, bazar
11	31 de agosto	6	Mujeres		Mercado de Huamantanga-Puente Piedra	Periferia	Alimentos, comi-das preparadas
12	2 de setiem-bre	5	Mujeres		Mercado de Magadalena	Centro	Prendas de vestir, mercería
13	7 de setiem-bre	6	Mujeres		Cercado de Lima, La Parada y SMP	Centro y periferia	Alimentos, comi-das preparadas

Tabla 26 - Resumen de información de los grupos focales realizados							
N° GF	Fecha	N° participantes	Sexo	OBM	Nombre del principal lugar de venta	Centro o periferia	Principal producto vendido/ servicio brindado
14	8 de setiembre	5	3 hombres 2 mujeres	Asociación de comerciantes Ciudad y Campo-Rímac. Vendedores Comas	Mercado Ciudad y Campo y mercados en Comas	Centro y periferia	Productos agrícolas y comidas preparadas
15	10 de setiembre	6	2 hombres 4 mujeres		Alrededores de La Parada y Av. Universitaria-San Martín de Porres	Centro y periferia	Alimentos, comidas preparadas

Anexo 2

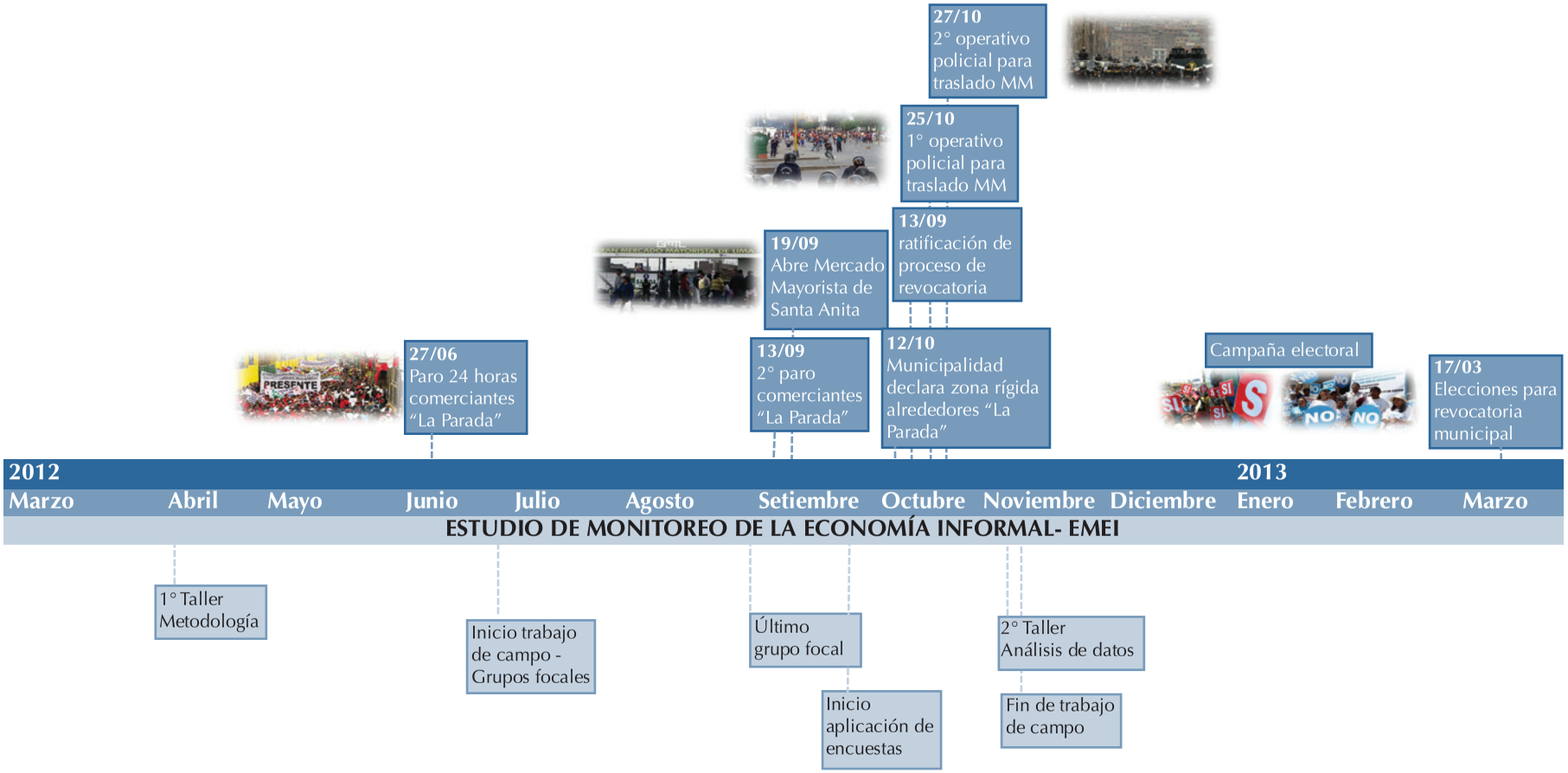
Tabla 27 - Entrevistas realizadas		
Nombre	Cargo	Entrevistador
Manuel Sulca	Secretario General de la FEDEVAL Vicepresidente del sector autoempleado CUT Perú	Guillermo Pérez
Elsie Guerrero	Especialista municipal. Actualmente es consultora del Mercado Mayorista. Ex funcionaria de la Municipalidad Distrital de La Victoria	Martha Lazarte
Guillermo Nolasco	Consultor en temas municipales y de participación social y gremial. Fundador y Primer Secretario General de la FEDEVAL Miembro de la Mesa Técnica de apoyo al autoempleo liderada por WIEGO y CIES	Guillermo Pérez
Johnny Palomares	Encargado de la Jefatura del Departamento de Desarrollo Económico Local de la ONG Alternativa.	Martha Lazarte

Anexo 3

Tabla 28 - Principales indicadores macroeconómicos Perú 2002- 2012		
	2002	**2012**
Producto Bruto Interno (Miles de millones US$)	56.8	199.7
Deuda pública (% del PBI)	46.7	19.8
Reservas internacionales netas (Miles de millones US$)	9.6	67.2
Inversión privada (Miles de millones de US$)	8.4	44.3
Pobreza total (% de población)	54.3	25.8%

Anexo 4

Contexto de la ciudad durante la investigación para el EMEI en Lima



* Nota: MM= Mercado mayorista

El Estudio de Monitoreo de la Economía Informal (EMEI) es parte del proyecto Ciudades Inclusivas. Ciudades Inclusivas es una colaboración entre organizaciones con base de miembros (OBM) de trabajadores pobres, alianzas internacionales de OBM y organizaciones de apoyo que trabajan en conjunto para mejorar la situación de los trabajadores pobres. Lanzado en 2008, el propósito de Ciudades Inclusivas es fortalecer a las OBM en las áreas de organización, análisis de políticas y defensa, a fin de garantizar que los trabajadores informales urbanos tengan las herramientas necesarias para hacerse oír dentro de los procesos de planeamiento urbano.

El Estudio de Monitoreo de la Economía Informal está siendo llevado a cabo por Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO, por su sigla en inglés).Ver: www.wiego.org, una red global de acción, investigación y políticas que busca mejorar las condiciones de los trabajadores pobres en la economía informal, especialmente la de las mujeres. WIEGO ha reunido un Comité asesor técnico para guiar el proyecto.

Los miembros principales del Comité son:

Imraan Valodia (Universidad de KwaZulu-Natal), Director del EMEI

Martha Chen (Harvard University), Presidenta del Comité

Sally Roever (WIEGO), Coordinadora de Investigación Cualitativa del EMEI

Michael Rogan (Universidad KwaZulu-Natal), Coordinador de Investigación Cuantitativa del EMEI

Miembros adicionales del Comité:

Sonia Dias (Especialista en el sector de residuos de WIEGO y Universidad Federal de Minas Gerais)

Rhonda Douglas (Directora Global de proyectos, WIEGO)

Zoe Horn (Investigadora WIEGO, EMEI)

Francie Lund (Universidad de KwaZulu-Natal)

Melanie Samson (Coordinadora del Programa de recicladores de WIEGO África, y PARI)

Shalini Sinha (Especialista en el sector de trabajo a domicilio de WIEGO)

Caroline Skinner (Directora del Programa de Políticas urbanas de WIEGO, African Centre for Cities y Universidad de Ciudad del Cabo)

Caroline Moser, Angélica Acosta e Irene Vance llevaron a cabo el desarrollo de (y el entrenamiento relativo a) los módulos cualitativos del estudio.

inclusive
cities

FEDEVAL
FEDERACION DEPARTAMENTAL DE VENDEDORES
AMBULANTES DE LIMA Y CALLAO
Fundado el 20 de Mayo de 1979-afiliada a Street Net y Cut-Peru-con Ficha Registral No. 15395

WIEGO
Women in Informal Employment
Globalizing and Organizing