

**CONDICIONES Y DETERMINANTES SOCIOECONÓMICOS PARA
LA INSERCIÓN AL COMERCIO AMBULANTE EN EL AÑO 2020. CASOS DE
VENEDORES AMBULANTES EN EL SISTEMA INTEGRADO DE
TRANSPORTE MASIVO-MASIVO INTEGRADO DE OCCIDENTE (SITM-MIO) EN
LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI- VALLE DEL CAUCA.**

AUTORES:

KAREN JULIETH PEÑAFIEL MARTÍNEZ ID: 000377076

LESLIE DAYANA SATIZABAL SANTANA ID: 000376825

VALERI OSPINA TRAIETTO ID: 000377078

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
PROGRAMA DE TRABAJO SOCIAL
SANTIAGO DE CALI, VALLE DEL CAUCA
AÑO 2020**

**CONDICIONES Y DETERMINANTES SOCIOECONÓMICOS PARA
LA INSERCIÓN AL COMERCIO AMBULANTE EN EL AÑO 2020. CASOS DE
VENEDORES AMBULANTES EN EL SISTEMA INTEGRADO DE
TRANSPORTE MASIVO-MASIVO INTEGRADO DE OCCIDENTE (SITM-MIO) EN
LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI- VALLE DEL CAUCA.**

AUTORES:

**KAREN JULIETH PEÑAFIEL MARTÍNEZ ID: 000377076
LESLIE DAYANA SATIZABAL SANTANA ID: 000376825
VALERI OSPINA TRAIETTO ID: 000377078**

MONOGRAFÍA PARA OBTENER EL TÍTULO DE TRABAJADORA SOCIAL

TUTOR A CARGO:

ALEJANDRO DUQUE GÓMEZ - DOCENTE UNIVERSITARIO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
PROGRAMA DE TRABAJO SOCIAL
SANTIAGO DE CALI, VALLE DEL CAUCA
AÑO 2020**

NOTAS DE ACEPTACIÓN

FIRMA DEL REPRESENTANTE DEL JURADO

JURADO

Santiago de Cali, 01 febrero del 2021

AGRADECIMIENTOS

Primero, damos gracias a DIOS por permitirnos culminar una de nuestras metas en nuestro proceso formativo, segundo darles gracias a nuestras familias por estar presentes e incondicionalmente en las diferentes circunstancias de este proceso universitario, el cual aportó una experiencia significativa a nuestras vidas. Por último, darle nuestros mayores agradecimientos a la Facultad de Ciencias Sociales y Políticas, especialmente al programa de Trabajo Social, de la Universidad Católica Lumen Gentium y a todos los profesores que hicieron parte de nuestra formación académica, especialmente al docente Alejandro Duque y a la docente María Isabel Zafra por brindarnos su apoyo incondicional para poder hacer de esta investigación una realidad.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2 ANTECEDENTES.....	14
1.2.1 Condiciones socioeconómicas de la inserción al comercio ambulante	15
1.2.2 Determinantes de la inserción al comercio ambulante	17
1.3 JUSTIFICACIÓN	20
1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	22
1.4.1 Objetivo general.....	22
1.4.2 Objetivo específico	22
1.5 MARCO CONTEXTUAL.....	23
2. MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	25
2.1 MARCO TEÓRICO	25
2.2 MARCO CONCEPTUAL	28
2.2.1 INFORMALIDAD	28
2.2.2 Inserción	29
2.2.3 Tipo de vendedores	29
2.2.4 Condiciones socioeconómicas	30
2.2.5 Determinantes socioeconómicos.....	30
2.3 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	31
3. MARCO METODOLÓGICO	32
3.1 EXPERIENCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.3 MÉTODO	34

3.4 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	34
3.5 POBLACIÓN Y/O MUESTRA.....	35
4. ANÁLISIS.....	36
4. 1 DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS	36
4. 2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	39
4.2.1 Categoría de análisis 1: Caracterización Socioeconómica.....	39
4.2.2 Categoría de análisis 2: Motivación al ubicarse en el Masivo Integrado de Occidente (MIO)	48
4.2.3 Categoría de análisis 3: Motivaciones sobre inserción laboral informal	50
5. CONCLUSIONES.....	55
5.1 CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA A LOS VENDEDORES AMBULANTES Y SU INCORPORACIÓN AL DESARROLLO SOCIAL EN EL SITM-MIO DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.....	55
5.2 LAS RAZONES POR LA CUAL LOS VENDEDORES INFORMALES ESCOGEN EL SITM-MIO COMO MEDIO FÍSICO PARA EJERCER SU ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.	56
5.3 FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE INFLUYERON EN LA DECISIÓN DE LOS TRABAJADORES INFORMALES QUE SE UBICAN EN EL SITM-MIO A SER PARTE DEL COMERCIO AMBULANTE DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.	57
6. BIBLIOGRAFÍA	59
7. ANEXOS	62
7.1 DISEÑO DE ENCUESTA	62
7.2 DISEÑO DE LA ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA	65
7.3 FOTOS	70

TABLA DE CUADROS

Tabla 1. Desarrollo de escala humana

Tabla 2. Categorías de análisis

Tabla cruzada 1. Lugar de procedencia y como se auto reconoce

Tabla cruzada 2. Estrato y nivel de vida

Tabla cruzada 3. Rango de edad y vivienda

Tabla cruzada 4. Conformación de núcleo familiar y cuantos cuartos tiene la vivienda

Tabla cruzada 5. Tipo de informalidad e ingresos diarios

Tabla cruzada 6. Ingresos y gastos diarios de su actividad diaria

Tabla cruzada 7. Edad y nivel educativo

Tabla 3. Tabla secuencias de preguntas

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Procedencia de los vendedores ambulantes encuestados

Gráfico 2. Motivo que lo llevo a emprender en SITM-MIO y no en otros lugares de la ciudad

Gráfico 3. Colaboración económica

Gráfico 4. Motivo de emprender en el MIO

RESUMEN

Partiendo de la teoría cognitiva social y de las necesidades del desarrollo humano planteadas por Bandura (1977) y Max Neff (1968), respectivamente, la presente investigación permitió analizar las condiciones y los determinantes socioeconómicos de la inserción laboral de los trabajadores informales para el comercio ambulante localizado en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali en el año 2020, aplicando un enfoque metodológico de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo) a través del diseño del instrumento (encuesta y entrevista semi-estructurada), el cual fue implementado en la estación de unidad deportiva dado que es un punto de encuentro clave para los vendedores ambulantes, debido a esto se recolectó los datos que dieron paso a conocer las condiciones socioeconómicas del vendedor ambulante frente a su caracterización socioeconómica que da paso a los determinantes socioeconómicos como el desempleo y la falta de oportunidades, que es una de las razones por la cual el vendedor informal decide ser parte del comercio ambulante, teniendo en cuenta que estas razones van entrelazadas con las necesidad básicas del vendedor.

Palabras clave: informalidad, vendedor ambulante, inserción laboral.

ABSTRACT

Based on the social cognitive theory and the needs of human development proposed by Bandura (1977) and Max Neff (1968), respectively, the present research allowed analyzing the conditions and socioeconomic determinants of informal workers' labor insertion for street commerce located in the Integrated System of Massive Transport (SITM-MIO) of the city of Santiago de Cali in 2020, applying a methodological approach of mixed type (quantitative and qualitative) through the design of the instrument (survey and semi-structured interview), which was implemented at the sports unit station since it is a key meeting point for street vendors, due to this data was collected that gave way to the socio-economic conditions of the street vendor as opposed to its socio-economic characterization which gives way to socio-

economic determinants such as unemployment and lack of opportunities which is one of the reasons why the informal vendor decides to be part of the street trade, taking into account that these reasons are intertwined with the basic needs of the vendor.

Keywords: informality, street vendor, labor insertion.

GRUPO DE INVESTIGACION: No aplica

LINEA DE INVESTIGACION: No aplica

AREA: Condiciones y determinantes del trabajo informal.

TEMA: Condiciones y determinantes socioeconómicos de los vendedores ambulantes del SITM-MIO.

INTRODUCCIÓN

Las ventas ambulantes representan una actividad laboral que genera un sustento económico para la subsistencia diaria. Igualmente, es un medio que permite incluir en el mercado laboral a personas provenientes en su mayoría del área rural del país (Colombia), sobre todo aquellas víctimas del desplazamiento forzado o el conflicto armado (Polis, 2019). Por lo tanto, la inserción de esta actividad ya mencionada se puede dar por vías razonables, ya sean tradicionales o culturales, como respuesta a situaciones históricas, problemas estructurales o a coyunturas temporales en estructuras económicas donde las actividades informales son un refugio a la problemática del desempleo (Sánchez, 2017).

Dicho lo anterior, la presente investigación pretende analizar las condiciones y los determinantes socioeconómicos de la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020. Esta se enfocará en dos paradigmas, los cuales son el positivista y el constructivista. El primero permite agrupar hechos relacionados con el sujeto social, en términos cuantitativos, con el fin de explicar y predecir la problemática social; mientras que el segundo, se encarga de la construcción del conocimiento de la realidad social del sujeto, con una metodología cualitativa, a partir de su contexto social (Monje, 2011). Así mismo, como enfoque teórico se abordarán las teorías planteadas por Albert Bandura (1977) y Manfred Max Neef (1986), las cuales muestran al individuo como un ser de necesidades básicas que se relaciona con su contexto, el cual acoge todo lo relacionado a la conducta y los factores personales que puede afectar o modificar las dinámicas del individuo a partir de su entorno. Finalmente, esta investigación tiene como metodología un enfoque mixto el cual facilita agrupar datos que permita dar una posible respuesta al objetivo de la investigación. Por consiguiente, se llevó a cabo mediante 83 encuestas y tres entrevistas semi-estructuradas.

Este documento se divide en siete secciones. La primera relaciona el planteamiento del problema y los antecedentes referentes a revisiones de investigaciones previas relacionadas con el tema de investigación. La segunda sección tiene relación al

marco de referencia o contextual, seguido de la teoría abordada en la investigación y la definición de conceptos clave para entender desde qué óptica conceptual se entiende el problema. El tercer capítulo presenta el marco metodológico, el cual corresponde al tipo de investigación a realizar, método, las técnicas de recolección de datos y la población o muestra escogida para la implementación del estudio etnográfico. El cuarto capítulo está relacionado con el análisis, que hace referencia a la descripción de los resultados obtenidos en las técnicas implementadas a los vendedores ambulantes. El quinto capítulo hace referencia a las conclusiones, las cuales dan respuesta al objetivo general planteado. El sexto y séptimo apartado, están las referencias utilizadas y los anexos tales como: el diseño del instrumento (encuesta y entrevista semi-estructurada); respuestas de las entrevistas semi-estructuradas y fotos.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Sistema Integrado de Transporte Masivo-Masivo Integrado de Occidente (SITM-MIO) es un espacio público, cuya función es transportar a la población caleña buscando una movilidad por los sectores de la ciudad de Cali, de igual manera es utilizado por los vendedores ambulantes como escenario para desarrollar su actividad económica. Esta actividad, clasificada como informal, se debe a que ejercen su labor en unas condiciones inadecuadas, con ingresos irregulares, sin seguridad social, sin prestaciones sociales y desarrollando su actividad en el espacio público (DANE, 2013). Esto responde a que la informalidad es entendida como una necesidad de sustento que no ha sido posible desarrollar en el mercado laboral formalizado en un territorio. La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2005) plantea que esta también responde a los altos costos del proceso de formalización de una empresa, los desajustes estructurales de la oferta y la demanda de la mano de obra, la baja productividad y los escasos ingresos de los trabajadores.

Las personas acceden a este tipo de formas de subsistencia por diversos motivos, como la búsqueda de una mejor calidad de vida para ellos y sus familias, las facilidades de entrada (ya que el capital inicial es bajo y asequible para cualquier persona), los rápidos ingresos que reciben en corto tiempo y, en algunos casos, porque es su única oportunidad para satisfacer sus necesidades básicas, teniendo en cuenta que algunos factores como el género, la edad, el desempleo, la migración, el nivel educativo, entre otros, han llevado a las personas a buscar sus propias fuentes de ingresos (Saldarriaga, Vélez & Betancur, 2015).

Esta ocupación informal ha estado prohibida durante décadas en Colombia, excluyendo a los vendedores ambulantes en los programas de protección social a aquellos que obtienen sus ingresos económicos a través del trabajo informal (Martínez & short, 2016). Por lo tanto, a través de las discusiones sobre el marco

legal en Colombia, el cual ha modificado a lo largo de la década, surge una legislación actual, la cual refiere que está prohibido retirar a los vendedores ambulantes del espacio público y en caso de ser estos retirados, el gobierno local debe garantizar medidas compensatorias que permitan que estas personas puedan cubrir las necesidades básicas (Meneses & Caballero, 2014).

Por consiguiente, la ley 1988 del 2019 tiene como objetivo establecer lineamientos generales para la formulación de política pública de los vendedores informales, con el fin de garantizar el derecho a la dignidad humana, al trabajo y a la convivencia en el espacio público. Así mismo, la política pública establecida por el gobierno del presidente Iván Duque lleva a cabo la ejecución del *capital semilla* “financiamiento inicial (fondos que no deben ser devueltos), para la creación de una microempresa que permitir el despegue y/o consolidación de una actividad empresarial existente (República de Colombia, 2019)”, para que los vendedores ambulantes tengan la posibilidad de emprender iniciativas productivas que les permitan mejorar su sustento económico (Baena, 2019).

A partir de lo aludido anteriormente, surge la pregunta de investigación ¿Cuáles son las condiciones y determinantes socioeconómicos de la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo- Masivo Integrado de Occidente (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020? Por consiguiente, se pretende desarrollar la siguiente propuesta de investigación con los vendedores ambulantes que se encuentran ejerciendo el trabajo informal en el SITM-MIO, teniendo en cuenta que es un medio de transporte que es usado por el trabajador informal como plataforma para desarrollar su actividad económica.

1.2 ANTECEDENTES

El comercio ambulante en Colombia es una situación que presenta distintas causas las cuales son: crisis económicas, bajos salarios, desempleo, desplazamiento forzado, falta de oportunidades y entre otras, que han permitido el análisis y debate

de este fenómeno. Por lo tanto, ha sido un tema de análisis y de diferentes discusiones académicas y prácticas en diversos contextos a nivel nacional e internacional. Por consiguiente, se presenta un recorrido investigativo desde el análisis empírico donde se indicarán algunos autores que han investigado sobre el contenido, evidenciando la metodología, las estrategias de recolección de datos y sus resultados, para así dar una claridad del asunto. Por tanto, estos antecedentes se dividen en dos dimensiones, la primera se relaciona con las condiciones socioeconómicas de la inserción al comercio ambulante y la segunda corresponde a los determinantes de la inserción al comercio ambulante, es decir, documentos que den razones por las cuales el vendedor ambulante decide ser informal.

1.2.1 Condiciones socioeconómicas de la inserción al comercio ambulante

Un primer trabajo corresponde a Borja, Barreto y Sánchez (2008) en su artículo "*Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de chapinero frente a sus condiciones laborales y políticas*", los cuales presentan un estudio de tipo descriptivo multidimensional, cuyo objetivo era conocer las actitudes de un grupo de 31 vendedores ambulantes de la localidad de Chapinero en Bogotá, frente a las dimensiones de trabajo, salud, seguridad y política, relacionada con el trabajo informal. Para esto diseñaron una encuesta estructurada con preguntas abiertas y cerradas. Los resultados muestran que para los vendedores ambulantes las dimensiones más importantes son la salud y el trabajo, las cuales, según los reportes, son las que les permiten satisfacer sus necesidades básicas.

El comercio informal urbano callejero es ejercido principalmente por inmigrantes campesinos o migrantes de pueblos y pequeñas ciudades, que buscaron en las grandes ciudades mayores oportunidades de empleo y mejora de su nivel de vida. No obstante, la realidad que encuentran al llegar a la ciudad es otra, pues las pocas oportunidades de empleo a su alcance están relacionadas con oficios que exigen pocas o ninguna cualificación y experiencia, que podrían ser mal remunerados, situación que les induce a emprender actividades de *rebusque* "factores económicos y sociales que conllevan al individuo a buscar una subsistencia a partir

de las conductas dirigidas por una sociedad o por su entorno social (González, 2008)”, con el ánimo de incrementar sus ingresos y, posteriormente, constituirlos como su principal fuente de sostenimiento (Rojas et al., 2004; Caratón, 2007).

De igual forma, y de acuerdo a la investigación anterior, el estudio “*Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de chapinero, en Bogotá, Colombia*” de los autores Rincón y Solarte (2015), buscó realizar una caracterización de los factores económicos del negocio informal y los productos financieros utilizados por los vendedores informales en la ciudad de Bogotá. A partir de una muestra de 161 vendedores, aplicaron una encuesta con la que se evidenció que los vendedores ambulantes no tienen políticas públicas que abrigue por completo su calidad de vida, lo que les genera problemas como desempleo, inestabilidad en las ventas e ingresos, agudizando más sus necesidades básicas. Por esta razón, la informalidad se convierte en una forma de subsistencia. Como conclusión, las ventas ambulantes también varían según los escenarios que ocupan los vendedores, es decir, dependen de si se ubican en espacios públicos de encuentro ciudadano (parques, plazoletas, plazas) o si se localizan en el transporte público.

Del mismo modo, en la investigación “*Dinámica económica de los vendedores ambulantes en el centro de Cali, Colombia*”, de los autores Franco y Molina (2015), realizan un estudio descriptivo de los vendedores ambulantes del centro de la ciudad de Cali para el año 2014, con el propósito de estudiar las características sociodemográficas y socioeconómicas de carácter cuantitativo, a través de una muestra de 527 individuos del centro de esta ciudad. Los autores encontraron que el vendedor ambulante promedio del centro de Cali presenta el siguiente perfil sociodemográfico y económico: Entre los individuos encuestados 54,5% son hombres y 45,5% mujeres, la edad promedio de un vendedor es de 43 años, el 69,37% es jefe de hogar, el 49,10% vive en estrato uno, el 59,01% vive en arriendo, y sus gastos promedio mensuales se acercan a los \$698.000.

Kusakabe (2006), afirma que las condiciones laborales de los vendedores informales en Colombia son difíciles al no contar con el apoyo del gobierno, ya que sufren de persecución policial y carecer de seguridad. Como resultado de la

investigación evidenciaron que en Colombia la mujer es también quien principalmente se ve inmersa en las ventas ambulantes. Estas se caracterizan por estar en una edad entre los 30 y 50 años, cuentan con un nivel educativo inferior al promedio nacional y trabajan en una jornada laboral que va de 8 a 13 horas por día.

Finalmente, OIT (2010) ha considerado que la economía informal es un refugio para mujeres y hombres que no encuentran trabajo en la economía formal, por lo cual deben aceptar cualquier trabajo o crear su propio empleo por medio de actividades económicas limitadas o incluso marginales. Sin embargo, no todas las personas de la economía informal son pobres. Existen algunos(as) que comenzaron a funcionar marginalmente y que, debido a su dinamismo, han hecho crecer sus empresas y salido de la pobreza.

1.2.2 Determinantes de la inserción al comercio ambulante

La investigación “*Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá*” del autor Sánchez (2017), buscó hacer un análisis de la inserción laboral en las ventas ambulantes a partir del caso de la zona comercial de San Victorino de la ciudad de Bogotá. En la investigación se tomó como fundamento de construcción analítica el trabajo de campo realizado en San Victorino, en el que se aplicó una encuesta no probabilística a 414 vendedores ambulantes y se recolectaron testimonios que contribuyeron al estudio de la inserción laboral. A lo largo del artículo se resaltan las heterogeneidades en las trayectorias y en las características de los vendedores ambulantes, la importancia de ciertos grupos poblacionales, con el fin de conocer los diferentes factores sociales, históricos y económicos que se articulan con las formas de inserción a esta ocupación. Algunos de los resultados encontrados por los autores se relacionan con que el 61,5% de los vendedores ambulantes de San Victorino se insertaron laboralmente en esta actividad por la falta de empleo y recursos para su sustento diario (Sánchez, 2017).

Los autores De Soto (1987); Rocha, Ricardo, Sánchez y García (2009) refieren que la inserción laboral en las ventas ambulantes se ha asociado frecuentemente a las condiciones de marginalidad, los bajos niveles educativos, condiciones de la estructura ocupacional caracterizada por la informalidad, y hasta por decisiones racionales deliberadas de quienes ejercen esta actividad.

Del mismo modo, la falta de ingresos económicos lleva a que esta población se inserte laboralmente en empleos por cuenta propia, en ocupaciones de baja remuneración y en el sector informal (Sánchez, 2017). Es por eso que actividades como las ventas ambulantes le permite a un grupo de individuos generar su propio medio económico que les permitan suplir sus necesidades básicas vitales, al tiempo les ofrece una forma de inclusión social y sociabilidad a través del trabajo. Por consiguiente, las ventas ambulantes es una de las actividades informales con mayor número de trabajadores y con más visibilidad en el espacio público (Yatmo, 2008).

Así mismo, Bisquerra (1992), dice que la inserción laboral es un proceso integral en el que intervienen distintos factores para su realización, como pueden ser las características que presentan las personas y las oportunidades que ofrece el mercado laboral, originando un encuentro entre empleabilidad y ocupabilidad. De este modo, el autor Orgemer (2002) refiere que la empleabilidad hace referencia a la oportunidad del trabajador a acceder a un empleo, que cumpla con sus expectativas, formación y trayectoria profesional, es decir, se enfoca en la persona y su aprendizaje. Por otro lado, la ocupabilidad hace referencia a la posibilidad de inserción dependiendo de las oportunidades en el mundo laboral, es decir, el contexto donde se encuentra el sujeto. Por consiguiente, la empleabilidad y la ocupabilidad se encuentran entrelazadas entre sí, porque el contexto de inserción le permite al individuo aprender de su entorno que le rodea.

Finalmente, la inserción laboral al comercio informal tiene dos componentes principales los cuales son: el tradicional-histórico, el cual inserta a los trabajadores en el mundo laboral y está conformada por vendedores que llevan muchos años trabajando en esa actividad, que no han tenido otro tipo de experiencias laborales, o éstas han sido efímeras e inestables y derivaron en el regreso a las ventas

ambulantes, como resultado de hábitos, el cual se adquiere por el entorno social y económico, y cuya razón principal para iniciar esa actividad es la influencia familiar. De otro lado, está el componente moderno-reciente, este está integrado por trabajadores que ven esta actividad como una alternativa para generar ingresos que no obtienen por falta de empleo o por condiciones físicas y de salud mental (Sánchez, 2017).

Por otro lado, Rojas, Rivas y Rojas (2004), mencionan que las principales causas del paso permanente de personas hacia actividades informales, particularmente hacia el comercio urbano callejero, están asociadas con las migraciones de población campesina hacia las ciudades, generadas principalmente por violencia (política, guerrilla, extorsión, secuestro, paramilitarismo y narcotráfico). Por otro lado, por la búsqueda de mejores oportunidades (empleo, ingresos, nivel de vida y estatus social) para contribuir con un apoyo o estímulo para sus familiares que se encuentra en su lugar de residencia.

De esta misma forma, el autor García (2008) refiere que el proceso de migración a las ciudades es consecuencia de la crisis agrícola y del incremento de la guerra interna. A causa de este, los individuos realizan actividades de carácter comercial, en su mayoría en el sector informal. Por consiguiente, la población desplazada, desempleada y personas mayores o sin estudios, deciden buscar otra forma de sustento como el trabajo en las calles o las ventas ambulantes (Castañeda & García, 2007). En este sentido, el autor Olea (2001) indica que las migraciones entre ciudades están impulsadas por la violencia urbana e inseguridad, las cuales permiten la inserción productiva de la mano de obra informal en el cambiante mercado laboral urbano, sin embargo, carecen de los recursos para financiar la educación de su núcleo familiar. A consecuencia de esto, nace una baja motivación que afecta a los individuos para poder emprender estudios o capacitación profesional, generando la inserción en el sector informal (Borja, Barreto & Sánchez, 2008).

Para concluir, Rojas et al. (2004), afirman que la tradición de familia en el desempeño de actividades informales, comerciales o callejeras, se da por la

modernización de las empresas públicas y privadas, que generan un despido masivo; Así mismo estos deciden abandonar sus empleos por los bajos salarios pagados que no cubren los costos de vida familiar, por lo tanto, se inserten en el trabajo informal, la cual les genera una independencia.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación pretende analizar las condiciones y los determinantes socioeconómicos de la decisión que tienen los trabajadores informales ubicados en el SITM-MIO al insertarse al comercio ambulante en la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020.

Según el Departamento Administrativo de Planeación Municipal de Santiago de Cali (DAPM, 2019) la tasa de desempleo para el año 2017 fue de 11,9%, mientras que para el año 2018 llegó al 11,5%. Sin embargo, para el año 2019 la tasa de desempleo tuvo un aumento del 1,3%. Por consiguiente, para el periodo del 2020-1 la tasa de desempleo en Cali fue del 23,0%, donde registra un aumento de 10,0% frente al trimestre del 2019 (Cámara de Comercio, 2020). Estos importantes crecimientos en el desempleo muestran por qué este continúa siendo una de las problemáticas sociales y económicas que más preocupa a la ciudad de Cali – Colombia, debido a que este fenómeno es uno de los factores que influyen en la inserción al trabajo informal en donde se convierte en un mecanismo para la subsistencia económica.

Dicho lo anterior, según el DANE (2020) “la proporción de ocupados informales en las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue del 46,6% para el trimestre móvil noviembre 2019 - enero 2020, para el total de las 23 ciudades y sus áreas metropolitanas fue 47,7%”. Por consiguiente, la ciudad de Cali cuenta con aproximadamente 3.000 trabajadores dedicados al trabajo informal, Así mismo el SITM-MIO tiene alrededor de 589 trabajadores informales para el año 2017 (Polis, 2018). Ya que el 49% de la población en edad de trabajar gana sus ingresos a través de una actividad económica informal por la falta de sustentos económicos para su

subsistencia (DANE, 2016). A partir de estos datos nace la inquietud de investigar esta problemática informal, y conocer cuáles son las condiciones y determinantes socioeconómicos de los trabajadores informales al insertarse en el comercio ambulante en el SITM-MIO.

Las motivaciones que generó investigar este fenómeno está asociado con la informalidad del comercio ambulante, donde se buscó indagar los posibles determinantes socioeconómicos que dan paso a la inserción al sector de la informalidad, ya que este puede afectar de manera directa a los vendedores informales que se enfrentan en algunas ocasiones a rechazos, malos gestos, discriminación y frustración al utilizar el SITM-MIO como espacio físico para vender sus bienes y/o servicio. Así mismo, pueden ser afectados de manera indirecta en su salud mental y física. Sin embargo, es importante resaltar que las condiciones socioeconómicas son aquellas situaciones sociales como; ingresos, educación, salud, calidad de vida y ocupación, que están ligadas a una amplia consecuencia de la vida, que pueden afectar las capacidades cognitivas, la salud física y mental de los individuos (Adler et al., 2013). Por esta razón se buscó analizar las condiciones y determinantes socioeconómicas de los vendedores ambulantes, con el fin de comprender su contexto social y económico, a partir de un conocimiento investigativo y teórico que permita desde la ciencias sociales y políticas comprender los posibles comportamientos y situaciones que los lleva a tomar la decisión de insertarse en el comercio informal y cómo esta decisión puede aportar positiva y negativamente en su calidad de vida.

Finalmente, es necesario especificar que esta investigación abordó únicamente a los vendedores informales ambulantes, los cuales son considerados como personas emprendedoras que buscan generar ingresos mediante la informalidad donde comercializan productos y servicios utilizando como lugar de operación la vía pública principalmente en el SITM-MIO. Es decir, que esta población no está en un solo lugar si no que están en continuo movimiento (Rincón & Solear, 2015).

1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las condiciones y determinantes socioeconómicos de la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020?

1.4.1 Objetivo general

Analizar las condiciones y los determinantes socioeconómicos para la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020.

1.4.2 Objetivo específico

- Caracterizar socioeconómicamente a los vendedores ambulantes y su incorporación al desarrollo social en el SITM-MIO de la ciudad de Santiago de Cali.
- Identificar las razones por las cuales los vendedores informales escogen el SITM-MIO como medio físico para ejercer su actividad económica en la ciudad de Santiago de Cali.
- Conocer los factores socioeconómicos que influyeron en la decisión de los trabajadores informales que se ubican en el SITM-MIO a ser parte del comercio ambulante de la ciudad de Santiago de Cali.

1.5 MARCO CONTEXTUAL

La presente investigación se realizó en la ciudad de Santiago de Cali, ubicada en el Departamento del Valle Cauca, al suroccidente de Colombia. Esta ciudad cuenta con aproximadamente 2.470.852 habitantes para el año 2019 (DAPM, 2019). Esta investigación se llevó a cabo con los vendedores ambulantes ubicados en el SITM-MIO, el cual se implementó en la ciudad de Cali en el año 2009, con el fin de transportar al 50% de la comunidad caleña y mejorar los índices de movilidad de la ciudad de Cali (Metrocali, 2018).

Como parte del marco contextual, es importante entender que las ventas ambulantes son una actividad económica que permite la recolección de ingresos para los individuos de bajo nivel económico (Martínez, Short & Estrada, 2018). En Cali, se realizó para el 2016 una caracterización socioeconómica de los vendedores informales en la galería Santa Elena, en donde se encuestaron a cerca de 3.000 trabajadores informales, encontrando que el 68% de ellos viven en estratos 1 y 2, el 58% son mujeres. Lo que evidencia que la mujer tiene una mayor participación en el sector informal y viven en condiciones económicas precarias (POLIS, 2019).

Ahora bien, analizando el contexto de los trabajadores informales en el transporte público de Cali, el SITM-MIO es uno de los escenarios con mayor concentración de vendedores informales, teniendo en cuenta que este medio permite el desarrollo comercial de los trabajadores informales a través de nuevas estrategias para vender sus bienes y/o servicios, permitiendo este un sustento económico, ya que facilita la interacción de los vendedores informales con la población caleña, lo que ayuda a la comercialización de sus productos (Metrocali,2018).

Para el año 2017, el Observatorio de Políticas Públicas (POLIS) de la Universidad de ICESI realizó una caracterización de los vendedores ambulantes, estacionarios y semiestacionarios ubicados en el SITM-MIO, con el objetivo de que la administración local contará con información asociada con las características económicas y sociodemográficas de esta población, para integrarlos dentro del programa piloto “Fortalecimiento Social y Empresarial de los Vendedores

Ambulantes del SITM-MIO”, realizado por Metrocali S.A., que buscaba mejorar la calidad de vida de esta población vulnerable, de los 589 trabajadores informales que se encuentran inmersos en el ámbito informal, utilizando como espacio físico y público el SITM-MIO, en donde caleños, desplazados e inmigrantes han encontrado en la informalidad una opción de trabajo (POLIS, 2018).

2. MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1 MARCO TEÓRICO

Para hablar de los determinantes socioeconómicos de la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales, se abordó una serie de conceptos y autores que permitieron ampliar el conocimiento sobre el objetivo de investigación. Por lo tanto, las teorías son: **La teoría cognitiva social por Albert Bandura (1977), y la teoría de las necesidades del desarrollo humano planteada por Manfred Max Neef (1986).**

Inicialmente se toma como referencia la teoría cognitiva social que plantea Bandura en (1977) la cual acoge todo aquello relacionado con la conducta y los factores personales que pueden afectar o modificar las dinámicas del individuo en la sociedad. La teoría cognitiva social sostiene que comprender el funcionalismo humano implica tener en cuenta la interpretación recíproca, es decir, que la relación debe ser mutua, donde exista una cohesión con el contexto, abarcando factores conceptuales (conductas individuales y aseveraciones verbales); personales (creencias, expectativas, actitudes y conocimiento); ambientales, físicos y sociales (recursos, consecuencias de los actos, otros individuos y escenarios físicos).

Lo anterior, va en relación con el aprendizaje mutuo que se genera entre el individuo y su contexto. Por ejemplo, el vendedor ambulante y el comercio informal, al ser un vínculo informal con la sociedad, las consecuencias o actos recíprocos según el contexto serán situaciones derivadas de ello, es decir, al ser una vinculación informal no se cuenta con prestaciones sociales o se encuentra mayor exposición ante situaciones como el rechazo social, implicaciones legales o también la aceptación, esto dependiendo de la reciprocidad social de los actos y el contexto en donde se desarrolle la acción (venta ambulante).

Esta teoría permitió conocer la reciprocidad entre el tipo de comercio y el factor personal dentro del sector informal, a partir de sus conocimientos, ya que el proceso cognitivo social abarca todo tipo de aprendizaje que el sujeto pueda entender en su

entorno social. Teniendo en cuenta que su conducta y aprendizaje recíproco se da a través de la observación de una acción o actividad en común, por ejemplo, la forma de vender sus productos donde se establecen unos posibles patrones que los identifica como vendedores informales, teniendo en cuenta el entorno, la necesidad o característica personales que puede influir en su comportamiento (Bandura, 1977).

Por otro lado, se abordó la teoría de las necesidades del desarrollo humano del economista Manfred Max Neef (1986), el cual refiere que el individuo es un ser de necesidades múltiples y básicas, ya que se caracterizan por su independencia recíproca entre dos o más persona y por el funcionamiento de un sistema en la cotidianidad, es decir, que dependen de un contexto para suplir unas necesidades como lo es el ingreso, la educación, la salud, entre otras.

Así mismo, el autor Max-Neef (1986) menciona que el desarrollo va dirigido a la persona y no a objetos, ya que se mide la calidad de una persona a partir de las posibilidades que tenga el individuo de satisfacer sus necesidades de manera individual según su contexto económico, social y político. Sin embargo, los satisfactores no son solo bienes económicos disponibles, sino también todo aquello que hace parte de las necesidades. Max-Neef divide las necesidades humanas en ontológicas y axiológicas, las primeras se fundamentan en: i) ser (características) ii) tener (herramientas) iii) hacer (acciones) y iv) estar (espacio). Las segundas se entienden como necesidades humanas fundamentales asociadas con subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad. Lo anterior, se observa en la Tabla 1.

Tabla 1. Matriz de Necesidades y Satisfactores de Max-Neef et. al

Necesidades según categorías axiológicas	Necesidades según categorías existenciales			
	1. Ser	2. Tener	3. Hacer	4. Estar
1. Subsistencia	Salud física, salud mental, equilibrio, solidaridad, humor, adaptabilidad	Alimentación, abrigo, trabajo	Alimentar, procrear, descansar, trabajar	Entorno vital, entorno social
2. Protección	Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio, solidaridad.	Sistemas de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, legislaciones, derechos, familia, trabajo	Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender	Contorno vital, contorno social, morada
3. Afecto	Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia, generosidad, receptividad, pasión, voluntad, sensualidad, humor	Amistades, parejas, familia, animales domésticos, plantas, jardines	Hacer el amor, acariciar, expresar emociones, compartir, cuidar, cultivar, apreciar	Privacidad, intimidad, hogar, espacios de encuentro.
4. Entendimiento	Conciencia crítica, receptividad, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad.	Literatura, maestros, método, políticas educacionales, políticas comuncacionales	Investigar, estudiar, experimentar, educar, analizar, meditar, interpretar.	Ámbitos de interacción formativa, escuelas, universidades, academias, agrupaciones, comunidades, familia
5. Participación	Adaptabilidad, receptividad, solidaridad, disposición, convicción, entrega, respeto, pasión, humor	Derechos, responsabilidades, obligaciones, trabajo	Afiliarse, cooperar, proponer, compartir, discrepar, acatar, dialogar, acordar, opinar.	Ámbitos de interacción participativa, partidos, asociaciones, iglesias, comunidades, vecindarios, familias
6. Ocio	Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación, humor, tranquilidad, sensualidad	Juegos, espectáculos, fiestas, calma	Divagar, abstraerse, soñar, añorar, fantasear, evocar, relajarse, divertirse, jugar.	Privacidad, intimidad, espacios de encuentro, tiempo libre, ambientes, paisajes.
7. Creación	Pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, racionalidad, autonomía, inventiva, curiosidad.	Habilidades, destrezas, método, trabajo	Trabajar, inventar, construir, idear, componer, diseñar, interpretar	Ámbitos de producción y retroalimentación, talleres, ateneos, agrupaciones, audiencias, espacios, de expresión, libertad temporal
8. Identidad	Pertenencia, coherencia, diferenciación, autoestima, asertividad.	Símbolos, lenguajes, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo	Comprometerse, integrarse, confrontarse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer	Socio-ritmos, entornos de la cotidianidad, ámbitos de pertenencia, etapas madurativas
9. Libertad	Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, tolerancia.	Igualdad de derechos	Discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar	Plasticidad espacio-temporal.

Fuente: Max-Neef et.al (1986). Desarrollo a escala humana

Esta teoría permitió analizar las condiciones y determinantes socioeconómicos de los vendedores ambulantes, ya que esta puede clasificar las necesidades que influyen en la decisión que tiene el individuo al convertirse en vendedor ambulante, debido a que la necesidad se entiende como un desarrollo dinámico de similitudes, complemento y satisfactores para el ser humano. Por lo tanto, los individuos que hacen parte de este fenómeno de la informalidad, posiblemente, pueden estar expuesto a no contar con la satisfacción o herramientas para satisfacer sus

necesidades básicas como lo son: la salud, el trabajo, vivienda, alimentación, entre otras.

Así mismo la teoría cognitiva social mide los comportamientos del vendedor ambulante en su proceso de inserción laboral, a través del aprendizaje del sector informal, debido a que el contexto social es un elemento activo en la construcción de la realidad por parte del individuo, es decir, que este insumo permite construir una realidad individual a partir de la interacción del sujeto con su entorno, dando respuesta a los posibles cambios en las dinámicas económicas y sociales, de su ambiente familiar o su condición de vida (Bandura, 1977).

2.2 MARCO CONCEPTUAL

En el siguiente apartado se definen diferentes conceptos o palabras claves de la presente investigación, permitiendo distintos puntos de vista de algunos autores, ya que esta investigación se enfoca principalmente en el concepto de informalidad, dando esta cabida a nuestro trabajo.

2.2.1 INFORMALIDAD

En Colombia el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2009), presenta la informalidad como “aquellas unidades que tienen por objetivo la producción de bienes y servicios generando empleos e ingresos a quienes participan de dicha actividad. Estas unidades se caracterizan por ser de pequeña escala, y por tener organizaciones rudimentarias en las que no se diferencia entre el capital y el trabajo, como factores de producción. El empleo en estas unidades es de tipo ocasional, y se genera por acuerdos personales y sociales, mas no en acuerdos contractuales que generen garantías laborales formales”

Julio Calderón (2005) en el libro *“La ciudad ilegal. Lima en el siglo XX”*, se refiere a la informalidad, como acciones que generan ingresos, y que no tienen regulación por parte del Estado, en un ambiente en el cual existen actividades similares que sí

se encuentran reguladas por ellos mismos. Según esto, la informalidad hace referencia a las actividades que tienen una regulación propia o paralela a la del Estado con el fin de generar ingresos.

En términos generales, otros autores como Herzer, Virgilio, Rodríguez y Redondo (2008) consideran la informalidad como un fenómeno que representa a un cierto grupo de la población que tiene limitaciones para integrarse a los nuevos modelos económicos y sociales. Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación tiene concordancia con la postura del autor Julio Calderón (2005), ya que expone la informalidad como un medio para la subsistencia económica de un grupo de personas sin oportunidades y sin ayuda del estado.

2.2.2 Inserción

Iglesia (1955), entiende la inserción laboral como una apuesta por la incorporación en el mercado de trabajo, puesto que considera que el trabajo facilita el acceso a la actividad económica, el cual permite el paso a otro tipo de condiciones tanto social, política, cultural, entre otros.

2.2.3 Tipo de vendedores

Según el Congreso de la República de Colombia y la ley 1988 de 2019 del artículo 3º, las personas dedicadas de manera voluntaria al comercio de bienes y/o servicios en el espacio público, como medio básico de subsistencia, se denominará vendedores informales. Por lo tanto, los vendedores informales se clasifican de la siguiente manera:

- **Vendedor Informal Ambulante:** Aquellos que realizan su labor y presentan diversas expresiones artísticas, servicios y/o productos, recorriendo las vías en espacios de uso público sin estacionarse temporal o permanentemente en un lugar específico, utilizando sus capacidades artísticas, elementos móviles portátil o su propio cuerpo para transportar las mercancías.

Los autores Saldarriaga, Betancur, y Vélez (2016) también los definen como emprendedores no formalizados que comercializan productos y servicios teniendo como lugar de operación la vía pública. La manera de administrar su negocio es producto del conocimiento empírico que desarrollan cada día. Esta investigación agrupa esta postura, ya que va encaminada a una alternativa de subsistencia, que permite el ingreso económico para suplir sus necesidades básicas.

- **Vendedor Informal Semi-Estacionario:** Es aquel que ejecuta su quehacer recorriendo los espacios de uso público, estacionados de manera transitoria en un lugar.

- **Vendedor Informal Estacionario:** Son aquellas personas que ofrecen sus bienes y/o servicios y se establecen de manera permanente en un lugar del espacio público.

- **Vendedor informal periódico:** Lleva a cabo su trabajo en días específicos, o en determinadas horas del día que pueden llegar a ser inferiores a las ocho horas.

- **Vendedor informal ocasional o de temporada:** Realizan sus actividades económicas en temporadas o periodos específicos del año, ligados a festividades, o eventos conmemorativos.

2.2.4 Condiciones socioeconómicas

Bolaños (1999), entiende las condiciones socioeconómicas como la caracterización o descripción de las situaciones sociales (ingresos, educación, salud, calidad de vida y ocupación), a partir de múltiples interpretaciones que facilita la construcción de una realidad según su contexto.

2.2.5 Determinantes socioeconómicos

Son aquellas razones o/y situaciones que dan cuenta de las posibles acciones de un sujeto o un colectivo, ya que las condiciones de vida determinan la realidad de

un sujeto o grupo social sobre su contexto y situación socioeconómica (Adler, et.al, 2013).

2.3 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Las categorías y subcategorías de análisis hacen referencia a las posibles condiciones económicas y factores socioeconómicos influyentes que permiten la inserción al comercio ambulante, teniendo en cuenta que éste se da por diferentes necesidades según su contexto social. Por otro lado, tenemos los tipos de comercio ambulante según el servicio que puede brindar el vendedor ambulante para subsistencia diaria, tanto para ellos como para sus familias.

Tabla 2. Categorías de Análisis

Categorías	Sub categorías	Objetivos específicos	Descripción
Caracterización socioeconómica	A. Estatus social B. Vivienda C. Ingresos D. Gastos E. Nivel educativo	Caracterizar socioeconómicamente a los vendedores ambulantes y su incorporación al desarrollo social en el SITM-MIO de la ciudad de Santiago de Cali.	El seguimiento de la categoría y subcategoría de análisis es orientar la investigación a las posibles condiciones socioeconómicas de los vendedores ambulantes, ya que va dirigida a la caracterización socioeconómica la cual permite tener una mirada o análisis de la situación económica que viven los individuos inmersos en el sector informal. Por lo tanto, esta categoría se compone de las subcategorías como es el estatus social, vivienda, ingresos, gastos y el nivel educativo el cual pueden ser influyente en la inserción en el trabajo informal.
Motivación al ubicarse en el MIO	A. Programa Metrocali B. Afluencia de usuario	Identificar las razones por la cual los vendedores informales escogen el SITM-MIO como medio físico para ejercer su actividad económica en la ciudad de Santiago de Cali.	Esta categoría y subcategorías de análisis va orientada a identificar cuál es la situación o razón que motiva o lleva al vendedor ambulante a desempeñar su actividad económica en el SITM-MIO, con el fin de conocer cuál es la diferencia u oportunidades que le puede brindar el ubicarse en el SITM-MIO como instrumento para su sustento económico que otros espacios no les puede brindar.
Motivaciones sobre inserción laboral informal	A. Motivación social (positiva y negativa) B. Contexto social C. Percepciones (colectivas e individuales)	Conocer los factores socioeconómicos que influyeron en la decisión de los trabajadores informales que se ubican en el SITM-MIO a ser parte del comercio ambulante de la ciudad de Santiago de Cali.	Esta categoría y subcategoría de análisis van dirigidas a conocer cuáles son las posibles motivaciones/razones de la decisión de los vendedores informales de ser parte del comercio informal. A través de la primera subcategoría de análisis se pretende conocer las motivaciones sociales referentes a su aprendizaje empírico de acuerdo a sus creencias e ideologías. En la segunda subcategoría está el contexto social, el cual permite conocer cómo su contexto influyó en dicha decisión, si se originó a partir de una necesidad por suplir u otra situación. Por último, se tienen las percepciones como subcategoría con las que buscará entender los niveles de satisfacción o insatisfacción del trabajador informal con su labor.

Fuente: Elaboración propia

3. MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo da cuenta de la metodología que corresponde a la presente investigación, en el cual se dará conocimiento de cómo se realizó y qué método se utilizó para la implementación de dicho trabajo.

3.1 EXPERIENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la ejecución del instrumento se abordaron una serie de retos a asumir, que fueron cómo implementar las técnicas de encuesta y entrevista-semi-estructurada a los vendedores informales, dado que por motivos de la pandemia del Coronavirus (COVID-19), no se habían desarrollado estrategias para la realización de técnicas de modo virtual, sin antes mencionar que estas se pueden emplear, a través de google forms o llamadas, lo cual no era muy factible, ya que el sujeto a investigar no era propicio, para realizar dichas técnicas de modo virtual.

Por consiguiente, se asume el reto de salir a las instalaciones del SITM-MIO, para poner en funcionamiento las técnicas, (encuesta, entrevista semi-estructurada), a los vendedores informales. Sin embargo, la primera semana fue un poco compleja, dado que, no se sabía en qué horario podría haber más afluencias de vendedores. Por esa razón, se organizó un horario que facilitó el poder desarrollar las técnicas con los sujetos a investigar, permitiendo esta la implementación del instrumento que se llevó a cabo en el SITM-MIO en la estación unidad deportiva, donde se evidenció que ese es el punto de encuentro de los vendedores ambulantes.

De acuerdo a lo anterior, cabe resaltar que al momento de recolectar los datos no se tuvo en cuenta ningún criterio de selección para realizar la encuesta ni la entrevista semi-estructurada debido a la falta de afluencia de usuarios y trabajadores informales en el sector. Por lo tanto, se realizó de forma aleatoria, de acuerdo a la disponibilidad y tiempo que presentara el vendedor ambulante.

Por otro lado, a la hora de analizar la información recolectada de los trabajadores informales se trabajó con el programa SPSS, el cual es una herramienta que facilito y permito el diligenciamiento y clasificación de los datos para la formulación de hipótesis y análisis, a partir de los gráficos. Por consiguiente, el programa brindo la posibilidad de analizar dos preguntas con un instrumento llamado tabla cruzada.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es un conjunto de métodos que sirve para conocer un asunto o problema en profundidad, ya que es una herramienta que permite describir un fenómeno, comprobar o descartar hipótesis que pueden ser comprobadas y replicadas. Dicho lo anterior, esta investigación es de carácter mixto o triangular, lo que ayuda a la recolección de datos precisos o detallados. Por consiguiente, se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo, con el fin de obtener un resultado que posibilitó comprender el fenómeno de la informalidad ubicado en el SITM-MIO de la ciudad de Santiago de Cali. De este modo, se dará una breve descripción de los diferentes enfoques y sus respectivos paradigmas, con un supuesto epistemológico.

Enfoque Cualitativo, se interesa por captar la realidad social, a través de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto (Bonilla & Rodríguez, 1997). Este se fundamenta del paradigma constructivista, el cual se nutre epistemológicamente de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico, se basan en la observación de la realidad subjetiva donde el investigador está inmerso en el contexto que se desea investigar. Esto facilitó un conocimiento más detallado de la sociedad a partir de comportamientos naturales. De igual manera, se interesa por comprender el significado de los fenómenos y no solamente explicarlos en términos de causalidad (Monje, 2011).

Enfoque Cuantitativo, permite la fundamentación de diseños, técnicas e instrumentos acordes al contexto del objeto de estudio, a partir de la recolección de información cuantitativa, la cual busca recopilar y analizar los datos para obtener resultados de una hipótesis. Esta se fundamenta en el paradigma positivista que se

complementa con el supuesto epistemológico, el cual genera una distancia frente a lo que se pretende investigar, con el fin de alcanzar un conocimiento objetivo, permitiéndole al investigador medir y cuantificar los datos, a través de encuestas (Monje, 2011).

Del mismo modo el supuesto epistemológico es una actividad que conlleva a reflexionar sobre la naturaleza de la ciencia y del carácter de los supuestos, es decir; estudia, evalúa y critica los problemas cognoscitivos de tipo científico ya que pueden dar respuesta a un fenómeno dentro de la realidad (Marin & Rios 2006).

3.3 MÉTODO

Teniendo en cuenta la metodología que se desarrolló bajo este trabajo, se procede a abordar como métodos de estudio, el experimental y el etnográfico, donde solamente se utilizó la técnica de la entrevista semi-estructurada; teniendo en cuenta que el estudio experimental, está orientado a las relaciones entre variables independientes y dependientes, la cual posibilite el análisis y/o explicación de los fenómenos de la informalidad a partir de la profundidad o alcance de la investigación (Mata, 2019). Por su parte, el estudio etnográfico ayuda a la descripción e interpretación de un grupo o un sistema social y cultural, en este caso es de los vendedores informales a través de la interacción con el vendedor y su contexto, por medio de la observación participante y la entrevistas, con el fin de comprender la realidad social de los trabajadores informales del SITM-MIO (Álvarez & Jurgenson, 2012).

3.4 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

A partir de lo expuesto anteriormente, se utilizaron como técnicas de recolección de datos la encuesta y la entrevista semi-estructurada. La primera es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, en la que se pueden obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz, mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos representativos de una población o universo (Casas, Repullo &

Donado, 2003). La entrevista semiestructurada, por su parte, genera una conversación directa y profunda entre ambas partes (investigador y sujeto), generando una comunicación asertiva y reflexiva en la información recolectada (Díaz, Torruco, Martínez & Varela, 2013). De acuerdo a lo anterior, estas técnicas facilitan agrupar las condiciones y factores socioeconómicos que influyen en la decisión de los vendedores ambulantes al insertarse en el SITM-MIO, a través de sus experiencias vividas dentro del sector informal.

3.5 POBLACIÓN Y/O MUESTRA

Para la investigación se tomó como base la muestra utilizada por el estudio *“Fortalecimiento social y empresarial para artistas y vendedores informales en el SITM-MIO”* realizada por el Observatorio de Políticas Públicas de la Universidad ICESI (POLIS, 2019), en el que consideran a 589 personas dedicadas al trabajo informal en el SITM-MIO y sus alrededores. De esta manera, se aplica un tipo de muestra probabilística aleatoria simple, y se calcula una sub-muestra con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 10%, obteniendo como resultado 83 encuestas para aplicar a distintos vendedores ambulantes en distintas estaciones del sistema de transporte público de la ciudad.

Por lo tanto, se tuvo como población total 86 vendedores ambulantes del SITM-MIO, de los cuales a tres se les realizaron unas entrevistas semiestructuradas debido a que ésta garantiza una información más detallada y completa con el objetivo de analizar a profundidad las condiciones y los determinantes socioeconómicos de la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020.

4. ANÁLISIS

Este capítulo da cuenta del análisis correspondiente a la ejecución del diseño del instrumento (encuesta y entrevista semi-estructurada) realizadas a los vendedores ambulantes que se ubican en el SITM-MIO. Permitiendo la profundización detallada de la recolección de datos, con el fin de darle respuesta a los objetivos planteados para el desarrollo de esta investigación basada en la teoría cognitiva social de Albert Bandura (1977), y la teoría de las necesidades del desarrollo humano de Manfred Max-Neef (1986).

4. 1 DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

A partir de la implementación de las 83 encuestas a la población de vendedores ambulantes ubicados en SITM-MIO, se pudo analizar y observar que de la muestra encuestada en las instalaciones del MIO, 56 son hombres y 27 mujeres, donde el 28,9% son bachilleres, el 25,3% no culminó con la secundaria ni la primaria y el 14,5% son estudiantes universitarios.

El SITM-MIO cuenta con un incremento de individuos que laboran en el ámbito informal, en donde se evidenció que el 50% de la población encuestada en este trabajo son migrantes de otros países, ciudades y pueblos aledaños a Cali, los cuales se han adaptado al modo de subsistencia para obtener los recursos necesarios para suplir sus necesidades básicas, estos utilizan el SITM-MIO como un instrumento de trabajo para ofrecer sus productos o servicios como un medio de “rebusque”.

Gráfico #1



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, se evidencia que solo 13,3% de la población encuestada estudia y trabaja y el 86,7% solo se dedica a laborar, donde el 59% cuenta con servicio subsidiado en el Sistema de Selección de Beneficiarios para Programas Sociales (SISBEN) y el 30,1% no cuenta con ningún servicio de salud. De esta misma forma, se pudo identificar que la mayoría de la población es de estrato 1 y 2, la cual en su mayoría residen en los barrios La Sirena y El Centro de la Ciudad de Cali.

De los 83 vendedores encuestados, se cuenta con 16 personas de estrato 1, 22 de estrato 2, los cuales tienen de 1 a 4 hijos y de estratos superior 1 persona con 1 hijo. Por consiguiente, el 11% de la población se considera con un nivel de vida alto, el 67% con un nivel de vida medio y el 22% con un nivel de vida bajo.

Por otra parte, los trabajadores informales expresaron que sus ingresos diarios son de aproximadamente 30.000 a 50.000 mil pesos y sus gastos diarios son alrededor de 30.000 mil pesos, los cuales a la semana tienen un ingreso máximo de 350.000 mil pesos; esto debido a los 20 recorridos diarios aproximadamente en el SITM-MIO, que se suma a las horas de trabajo que van de 6 a 8 horas por día, las cuales se dedican a ofrecer sus productos y servicios tales como: artesanía; arte y cultura; comidas/confites; material escolar y otros. Así mismo, se evidenció que los vendedores encuestados llevan ejerciendo su actividad económica entre 5 meses a 25 años.

La encuesta permitió abordar las razones por las cuales los vendedores ambulantes deciden ser vendedores informales y no otro tipo de vendedor, donde el 28% de la población refiere que, por la economía de los productos, el 26% por darle publicidad a su arte, 16% por la afluencia de personas en las instalaciones del SITM-MIO y el 13% por otros motivos. De esta misma forma, se evidencia que el 38% de la población encuestada se estableció en las instalaciones del SITM-MIO por el flujo de personas y el 30% por la ubicación geográfica de las estaciones del MIO. Ya que, en la actualidad el SITM-MIO cuenta con 55 estaciones, cinco terminales, 1.685 paraderos y alrededor de mil buses (Metrocali, 2018). Por lo tanto, estas opciones son el motivo por la cual eligen el SITM-MIO como sustento del trabajo, ya que les permite hacer parte del comercio informal para generar su ingreso económico.

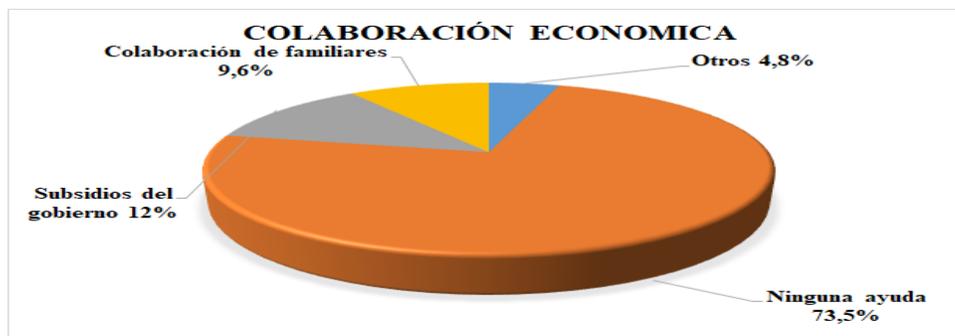
Gráfico #2



Fuente: Elaboración propia.

En el acercamiento a la población encuestada se obtuvo que el 9,6% cuenta con colaboración familiar, el 12% con subsidio del gobierno (programa de familias en acción y/o programa de prosperidad social); SISBEN y programa de acompañamiento, el 4,8% con otras ayudas y el 73,5% de la población no cuenta con ninguna colaboración económica a parte de su empleo.

Gráfico #3



Fuente: Elaboración propia.

4. 2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El siguiente apartado da cuenta del análisis de los resultados obtenidos en la encuesta y entrevista semi-estructurada realizada a los vendedores ambulantes del SITM-MIO. Por consiguiente, los datos se relacionarán según las categorías de análisis para su respectiva interpretación práctica y teórica que da respuesta a los objetivos planteados.

4.2.1 Categoría de análisis 1: Caracterización Socioeconómica.

De acuerdo a la categoría de análisis sobre la caracterización socioeconómica de los vendedores ambulantes, fue posible conocer y analizar la situación económica que atraviesa la población encuestada, inmersa en el sector informal que hace parte de la lucha a nuevos retos, desafíos y a la adaptación de nuevos cambios, tanto económicos como culturales, de la cual el 63% son emigrantes de ciudades, municipios, veredas y países distintos a la ciudad de Cali, que llegan a la ciudad en busca de una mejor calidad de vida. Debido, a que el individuo se caracteriza por su independencia y su funcionamiento dentro de su contexto para poder suplir sus necesidades básicas tales como: el ingreso, la educación, la salud, entre otras (Manfred Max Neef, 1986). Por lo tanto, los vendedores ambulantes han adoptado el SITM-MIO progresivamente como un espacio y/o opción de trabajo; esto es así

para muchos caleños, desplazados e inmigrantes, los cuales tienen problemáticas similares o en común como lo es la necesidad (POLIS, 2018).

A continuación, se presentan algunas subcategorías de la caracterización sociodemográfica de los vendedores ambulantes del SITM-MIO los cuales son:

A. Estatus Social

El estatus social es el reconocimiento que tiene cada individuo sobre el entorno donde se desenvuelve dentro de la sociedad, el cual hace parte de diversas características en el rol que cumple el individuo. De esta forma, se pudo analizar que de las 83 encuestas realizadas se encuentra que 19 personas se auto reconocen blancos, 32 mestizo y 30 como afro. Lo anterior, se observa en la Tabla cruzada #1.

Tabla cruzada #1. Lugar de procedencia y como se auto reconoce étnicamente.

lugar de procedencia	Como se auto reconoce				
	Blanco	Mestizo	Afro	Indígena	No se
Cali	5	14	13	0	1
Venezuela	7	9	3	0	0
Barbacoas	0	0	2	0	0
zarzal	1	0	0	0	0
Tumaco	0	2	6	0	0
Caloto Cauca	0	1	0	0	0
Buenaventura	0	1	2	1	0
Cajibío Cauca	0	0	1	0	0
La tola	0	0	2	0	0
Guapi	0	0	1	0	0
Ibagué	1	0	0	0	0
Florida cauca	0	1	0	0	0
Argelia valle	1	0	0	0	0
Manizales	1	0	0	0	0
Medellín	0	1	0	0	0
Palmira	1	0	0	0	0
Costa rica	0	1	0	0	0
Cúcuta	0	1	0	0	0
Bogotá	2	1	0	0	0
Total	19	32	30	1	1

Fuente: Elaboración propia.

El autor Max-Neef (1986) en su teoría hace referencia que cada persona es un ser de necesidades múltiples e interdependientes. Por ello, las necesidades

humanas deben entenderse como un sistema en que las mismas se interrelacionan e interactúan. Ya que, las simultaneidades, complementariedades y compensaciones, son características de la dinámica del proceso de satisfacción de las necesidades. De acuerdo a eso, se puede relacionar a partir de la estratificación socioeconómica (estrato 1,2,3,4,5 y 6) vigente en Colombia, la cual es la clasificación de estratos que se le da a una vivienda para establecer por sectores el valor del pago de los servicios públicos domiciliarios para poder asignar subsidios a estratos más vulnerables y cobrar contribuciones en algunos establecimientos de estratos altos; y por otro lado, el nivel de vida (Bajo, Medio y Alto), hace referencia a la consideración personal que tiene cada individuo a partir de su posición económica y de los bienes materiales que permitan cubrir sus necesidades. Por consiguiente, estas dos variables (estrato social y nivel de vida) se interrelacionan e interactúan a partir del estatus social de cada vendedor ambulante que pertenece a una comunidad específica. Así mismo, se auto reconoce socioeconómicamente en una sociedad a partir de la satisfacción de sus necesidades, tanto económicas como personales.

Por otra parte, se tiene que los vendedores ambulantes que se consideran estrato 1 hacen parte de la comuna 1, 3, 4, 6, 7, 13, 14, 16, 18, 20 y 21; los vendedores que se consideran estrato 2 corresponden a la comuna 1, 3, 4, 6, 9, 10, 13, 15, 16, 18 y 20; los vendedores ambulantes que se consideran estrato 3 corresponden a la comuna 1, 2, 3, 8, 10, 15, 16 y 19 y los vendedores ambulantes que se considera estar en otro estrato se ubican en la comuna 10,17 y 20. Por consiguiente, 18 personas de estrato 1 se auto identifican con un nivel de vida bajo; 56 personas de estrato 2 se auto identifican con un nivel de vida medio y 9 personas de estrato 3 se auto identifican con un nivel de vida alto. Esto nos permite analizar que cada individuo se identifica a partir de su comodidad personal y de sus necesidades, las cuales se basan en lo económico. Por lo tanto, el entorno y la sociedad generan que el individuo mida su estatus social a partir de los satisfactores, que no solo son los bienes económicos disponibles, si no todo aquello que se representa a partir del ser, tener, hacer y estar, que contribuyen a las necesidades humanas (ontológicas), las cuales tienden a ser infinitas por su constante cambio, que está relacionado a la

variación de culturas establecidas en una sociedad y por los diferentes cambios en cada periodo histórico (Max-Neef, Elizalde, Hopenhayn, Herrera & Zemelman, 1986).

Tabla cruzada #2. Estrato y nivel de vida.

Estratos	Nive de vida			
	Bajo	Medio	Alto	Total
Estrato 1	9	12	2	23
Estrato 2	6	31	3	40
Estrato 3	3	12	2	17
Otro	0	1	2	3
Total	18	56	9	83

Fuente: Elaboración propia.

B. Vivienda

Según Max-Neef (1986), la vivienda hace parte de una necesidad básica fundamental para la vida del individuo, sin importar las condiciones de esta, si no, la satisfacción de obtener un lugar donde vivir. Por consiguiente, en la encuesta realizada a los vendedores ambulantes se obtuvo que el 7% tiene vivienda propia, con un rango de edad de 26 a 74 años; el 79% viven en casas alquiladas, teniendo un rango de edad desde los 12 a los 74 años; el 10% cuenta con vivienda familiar y el 4% de la población encuestada con otro tipo de vivienda.

Tabla cruzada #3. Rango de edad y vivienda.

Rango de edad	Vivienda			
	Propia	Alquilada	Familiar	Otro
12 a 18 años	0	13	1	0
20 a 25 años	0	17	4	0
26 a 31 año	1	20	1	2
32 a 37 años	3	10	1	0
38 a 48 años	1	5	0	1
49 a 74 años	1	1	1	0
Total	6	66	8	3
Porcentaje	7%	79%	10%	4%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a las preguntas realizadas a los vendedores ambulantes, se tiene que de las 83 encuestas hay un número máximo de 29 personas que hace parte de una familia extensa, es decir, aquellos familiares diferentes a los padres y hermanos tales como: abuelos, tíos, primos, bisabuelos o parientes que tienen en común un vínculo de consanguinidad. Por otro lado, se analizó que de los vendedores informales encuestados en su mayoría cuenta con 1 a 3 habitaciones en donde comparten un mismo espacio.

Tabla cruzada #4. conformación del núcleo familiar y cuantos cuartos tiene la vivienda.

Núcleo familiar	Cuartos de la vivienda									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Familia universal	8	4	0	1	0	0	0	1	0	14
Familia nuclear	2	7	5	2	1	0	0	0	0	17
Familia extensa	2	4	12	4	3	1	1	0	2	29
Familia monoparental	3	4	3	0	0	1	0	0	0	11
Familia homoparental	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Familia de padres separados	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Otro	5	4	0	0	1	0	0	0	0	10
Total	20	25	20	7	5	2	1	1	2	83

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los datos mencionados anteriormente, se pudo analizar que la mayoría de los vendedores ambulantes no cuentan con una vivienda propia ni un espacio amplio para sus familias, teniendo en cuenta que en una sola vivienda hay más de 4 personas con 1 a 3 cuartos; sin embargo Max-Neef (1986), interpreta las necesidades según las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas fundamentales, como lo es la vivienda, que hace parte de los satisfactores singulares que son los que apuntan a la satisfacción de una sola necesidad, siendo neutros respecto de la satisfacción de otras necesidades. Por consiguiente, se tiene que la vivienda es una necesidad

ontológica del tener, relacionada con las necesidades axiológicas de subsistencia, debido a que la satisfacción estimula protección, afecto e identidad, en donde al compartir un mismo espacio, se generan costumbres y personalidades diferentes.

C. Ingresos y Gastos

La siguiente tabla cruzada hace referencia a los ingresos diarios y al tipo de informalidad que ofrece el vendedor ambulante, de acuerdo a la recolección de datos a partir de la encuesta y la entrevista semiestructura. Con el fin de identificar cual es el producto que más ganancias genera a partir de las necesidades de cada individuo.

Tabla cruzada #5. Tipo de informalidad e ingresos diarios

Ingresos diarios	Tipos de informalidad				
	Artesanía	Arte y Cultura	Comidas /Confetis	Material escolar	Otros
10.000 A 20.000	1	4	4	0	0
25.000 A 40.000	6	6	8	0	4
50.000 A 70.000	4	8	10	2	4
75.000 A 80.000	2	4	5	0	0
90.000 A 120.000	3	5	2	1	0
Total	16	27	29	3	8

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los datos recolectados mediante la realización del diseño de los instrumentos, se tiene que el rango mayor de los ingresos que pueden ganar los vendedores ambulantes ofreciendo productos tales como comidas y/o confetis está entre 50.000 a 70.000 mil pesos diarios, teniendo en cuenta que estos son algunos de los productos con mayor demanda en los ingresos de la actividad económica que ofrecen los vendedores ambulantes, ya que el producto es económico y asequible para los usuarios, debido a que algunos productos no tienen costo establecido, sino de la voluntad que cada pasajero quiera brindar al trabajo o rebusque del vendedor ambulante.

Por consiguiente, Max-Neef (1986) plantea que este tipo de trabajo es llamado autoempleo, donde se produce bajos ingresos como también una pluralidad de formas de organización social del trabajo (Desempeño en diferentes tipos de informalidad). Por lo tanto, predominan unidades productivas no institucionalizadas, es decir, localizadas fuera del sector productivo formal. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el trabajo informal es un concepto amplio que se basa en una perspectiva del desarrollo integral que no solo hace referencia a generar ingresos (salario u otros), sino un impacto sobre la calidad de vida, con el fin de satisfacer las necesidades humanas y agrupar recursos de acuerdo a la necesidad social del individuo dentro de su contexto social (Max-Neef, Elizalde, Hopenhayn, Herrera & Zemelman, 1986).

Por otro lado, la tabla cruzada #6 permite analizar detalladamente los ingresos diarios y semanales que obtiene cada uno de los vendedores ambulantes encuestados a partir de sus recorridos en el SITM-MIO, junto con las horas de trabajo ejercidas en el día a día y el gasto que suplen dentro de su contexto familiar y social diariamente. Por consiguiente, se tiene que el ingreso semanal está entre \$210.000 mil a 700.000 mil pesos realizados en 20 a 50 recorridos diarios en aproximadamente 8 a 12 horas diarias, con un gasto de 10.000 a 80.000 pesos diarios. Todo esto es de acuerdo al tipo de actividad económica que ofrece y a su necesidad económica de cada vendedor.

Así mismo, se puede decir que el menor ingreso es de 70 mil pesos semanales con un gasto de 8 mil a 20 mil diarios, es decir que a la semana tienen un gasto de 56 mil a 140 mil pesos. Por consiguiente, se evidencia que la mayoría de la población genera aproximadamente 350 mil con unos gastos semanales de 42 mil a 140 mil pesos.

Tras analizar la cantidad de ingresos diarios en comparación con los gastos diarios, se puede concluir que más de la mitad de los encuestados(as) les queda un excedente económico después de suplir sus necesidades básicas como las satisfactorias. Por otro lado, se pudo analizar que algunos vendedores ambulantes con menor recorridos y horas ejercidas en su actividad económica, pueden generar

más ingresos, los cuales dependen del producto y/o servicio que ofrezcan. También, se cuenta con que el 50% de los encuestados(as) ganan semanalmente más de un mínimo en 7 días, donde sus gastos son bajos, pero invierten sus ganancias diarias en su subsistencia del día a día, ya que no cuentan con una fuente de ahorro.

Tabla cruzada #6. Ingreso y gasto diario de su actividad diaria

Nº	Ingreso diario	Ingreso semanal/ 7 días	Gasto diario	Gasto semanal /7 días	Recorridos por día	horas de trabajo	Total de personas
1	10.000	70.000	8.000 a 20.000	56.000 a 140.000	10 a 50	10 horas	4
2	15.000	105.000	20.000	140.000	20	5 horas	1
3	20.000	140.000	8.000 a 30.000	56.000 a 210.000	20 a 30	12 horas	6
4	25.000	175.000	10.000 a 25.000	70.000 a 175.000	10 a 40	7 horas	3
5	30.000	210.000	10.000 a 25.000	70.000 a 175.000	15 a 40	7 horas	11
6	40.000	280.000	30.000 a 35.000	210.000 a 245.000	10 a 40	7 horas	10
7	50.000	350.000	6.000 a 50.000	42.000 a 350.000	10 a 60	12 horas	12
8	60.000	420.000	10.000 a 40.000	60.000 a 280.000	12 a 30	12 horas	9
9	70.000	490.000	30.000 a 35.000	210.000 a 245.000	20 a 30	12 horas	5
10	75.000	525.000	10.000	70.000	20	5 horas	1
11	78.000	546.000	25.000	175.000	30	11 horas	1
12	80.000	560.000	15.000 a 50.000	105.000 a 350.000	20 a 50	10 horas	9
13	90.000	630.000	40.000	280.000	100	12 horas	1
14	100.000	700.000	20.000 a 80.000	140.000 a 560.000	20 a 50	5 A 10 hora	9
15	120.000	840.000	30.000	210.000	30	11 horas	1
TOTAL							83

Fuente: Elaboración propia.

Retomando la matriz de las necesidades humanas planteada por Max Neef (1986), para quien el trabajo es una subsistencia de la categoría de “tener” (lo que podemos recibir o adquirir de un externo), en la que las necesidades no sólo son vitales, sino también de carácter satisfactorio, ya que las nuevas dinámicas que trae consigo el contexto social y económico generan la existencia de múltiples necesidades.

Aunque lógicamente en el proceso satisfactorio como en la necesidad básica se necesita la existencia del trabajo. Ya que es fundamental comprender que, en la

mayoría de los casos para poder solventar los requerimientos satisfactorios, primero se deben lograr los básicos, permitiendo el buen desarrollo de “ser” como categoría, convirtiendo a los requerimientos satisfactorios en un fin que amerita de mayor esfuerzo; y en ese orden, dicho esfuerzo da lugar a una buena calidad de vida (Max-Neef, Elizalde, Hopenhayn, Herrera & Zemelman, 1986).

D. Nivel educativo

Tabla cruzada #7. Edad y Nivel educativo

Edad	Nivel de estudio									Total
	Primaria completa	Primaria incompleta	Secundaria completa	Secundaria incompleta	Bachillerato completo	Bachillerato incompleto	Tecnico o tecnologo	Universitario	Ninguno	
12	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
13	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
15	0	2	0	1	0	0	0	0	0	3
16	0	0	1	2	0	0	0	0	0	3
17	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
18	1	0	1	2	0	0	0	0	0	4
20	0	0	0	0	1	2	0	0	0	3
21	0	0	1	0	1	0	1	0	0	3
22	0	0	0	1	2	0	0	0	0	3
23	0	1	0	0	1	0	0	1	0	3
24	0	0	0	0	3	0	1	0	1	5
25	0	0	0	1	2	0	0	1	0	4
26	1	0	0	0	4	0	0	0	0	5
27	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
28	0	0	0	1	0	0	1	2	0	4
29	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3
30	2	0	0	0	2	0	2	1	0	7
31	0	0	0	1	0	0	0	2	0	3
32	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2
33	1	0	0	1	1	0	0	1	0	4
34	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
35	0	1	0	1	2	0	0	0	0	4
36	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
37	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
38	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
43	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
44	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
45	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
47	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
48	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
49	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
57	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
74	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total	7	7	5	14	24	3	9	12	2	83

Fuente: Elaboración propia.

En la anterior tabla se relaciona el nivel educativo con la edad de los vendedores ambulantes; en dicha relación se evidencia que las edades de los extremos cuentan con la particularidad de no contar con la finalidad de su proceso formativo, esto quiere decir, que entre los trabajadores ambulantes se encuentran algunos adultos mayores y algunos adolescentes sin los niveles mínimos de estudios.

De esta misma forma, se observa que muchos de los vendedores ambulantes encuestados son universitarios, técnicos y tecnólogos, los cuales están en un rango de 25 a 36 años. Lo que permite inferir que sus niveles educativos varían según las necesidades y obligaciones que necesita suplir el individuo, la forma en la que su entorno social le enseñó a ver la vida, la vitalidad con la que cuenta para poder trabajar y estudiar a la vez, y la más importante de todo, su poder adquisitivo. basado en su aprendizaje vicario, es decir, donde se observaba cómo las personas aprenden no sólo de sí mismos, sino de las interacciones de su entorno social (Bandura, 1997).

4.2.2 Categoría de análisis 2: Motivación al ubicarse en el Masivo Integrado de Occidente (MIO)

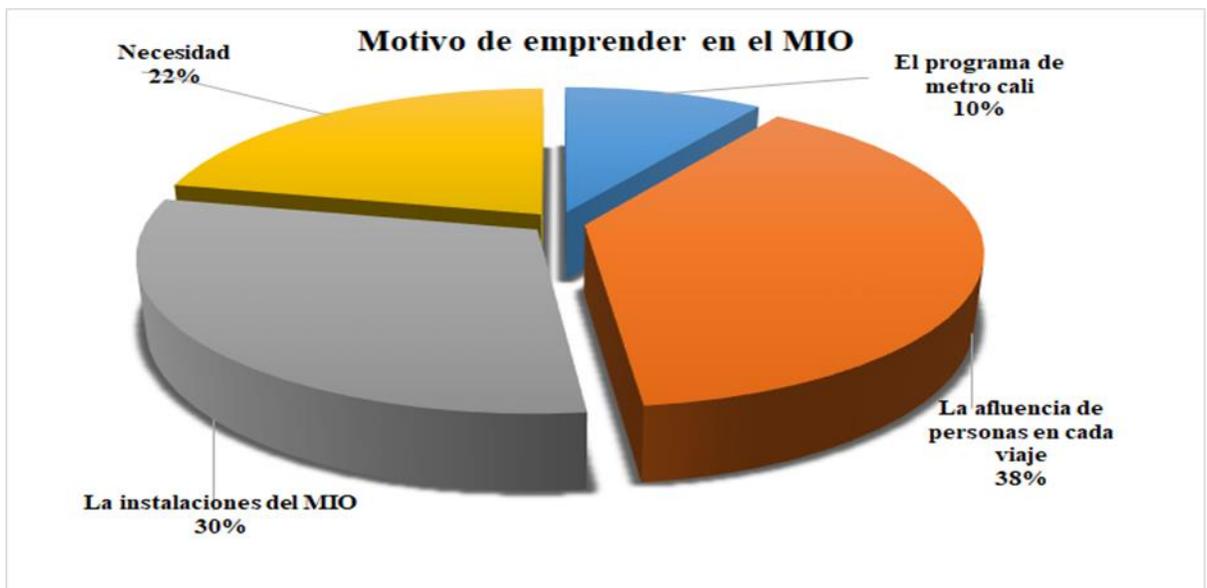
Este capítulo da respuesta a cuál es la situación o razón que motiva o conlleva al vendedor ambulante a desempeñar su actividad económica en el SITM-MIO y no en otros lugares de la ciudad de Cali, debido a que los vendedores informales acogen el SITM-MIO como un escenario laboral de oportunidad para su sustento económico. Ya que, otros espacios no les permiten suplir sus necesidades económicas a partir de los factores personales que tiene cada individuo dentro de las dinámicas de la sociedad (Bandura, 1977).

- **Afluencia de las personas**

De acuerdo a la información recolectada, se tiene que el 38% de los vendedores ambulantes se motivaron a emprender el SITM-MIO por la afluencia de personas en cada viaje debido a la demanda de usuarios que utilizan el transporte MIO como un medio de movilidad, y el 22% refieren que por necesidad. Así mismo, las respuestas

de los vendedores entrevistados confirman que uno de los motivos por el cual emprenden en el SITM-MIO es por la necesidad económica y el desempleo, en donde el entrevistado #2 expone “porque necesitaba pagar pieza, comida, dormida, ropa. Bueno las necesidades por así decirlo”. Según Max-Neef (1986), esto hace referencia a los recursos tradicionales en la construcción de proyectos colectivos de vida, es decir a la auto dependencia y a la satisfacción de las necesidades humanas.

Gráfico #4



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, se realizó una serie de preguntas a tres vendedores ambulantes sobre cuál fue la razón o motivo por el cual decidieron ser vendedor ambulante y no otro tipo de vendedor, donde el entrevistado #1 refiere “pues siempre me ha gustado moverme, como llegarle directamente al cliente no que el cliente me llegue a mí”; el entrevistado #2 manifiesta “primero por necesidad, y segundo porque no me gusta que el cliente venga hacia mí, si no yo ir hacia el cliente con un plante (servicio) bonito” y el entrevistado #3 expone “Porque es mejor trabajar para uno y no caminar asolearse todo el día para trabajar para otro, es mejor vivir independiente”. De acuerdo a lo que refiere cada uno de los entrevistados, se tiene que la decisión de

ser vendedor ambulante se debe a la auto dependencia personal, que genera una persona dentro de su contexto, teniendo en cuenta que cada individuo es un ser de aprendizaje que se interrelaciona con las conducta individual, las cuales crean estilos que les permiten alcanzar los resultados deseados por medio del aprendizaje vicario, en otras palabras, son los diferentes comportamientos no propios del sujeto, el cual los toma como suyos, como consecuencia de la observación, imitación y/o admiración (Bandura, 1977).

Una de las decisiones que llevó a los vendedores a insertarse en el comercio informal es la necesidad, el desempleo y la voluntad propia, que dieron paso a un aprendizaje recíproco entre las habilidades culturales e ideológicas con el contexto social que está relacionado con lo personal, tales como: creencias, expectativas, actitudes y conocimiento (Bandura, 1977). Por consiguiente, cada vendedor informal está relacionado con el tipo de comercio que ofrece a los usuarios del SITM-MIO, a partir de su aprendizaje dentro del contexto o por su cultura, ya que de eso depende con qué perspectiva se desenvuelve el individuo dentro de su entorno social.

4.2.3 Categoría de análisis 3: Motivaciones sobre inserción laboral informal

A continuación, se dará cuenta de la última categoría, la cual se basa en las motivaciones sobre inserción laboral informal, junto con las subcategorías que van orientadas a conocer cuáles son las posibles motivaciones o razones de la decisión de los vendedores informales de ser parte del comercio informal en las instalaciones de SITM-MIO. Así mismo, conocer cómo su contexto influyó en la decisión de ser parte del ámbito informal, ya sea por alguna necesidad u otra situación semejante.

A. Motivación social (positiva y negativa) y Contexto social

En la primera subcategoría, se conoció cuáles fueron las motivaciones de los vendedores informales de ser parte de las instalaciones del SITM-MIO, al igual de cómo su contexto social influyó en la decisión de ser parte del ámbito informal. De este mismo modo, se realizó una serie de preguntas a tres vendedores ambulantes,

las cuales fueron: ¿Qué lo motivó a emprender su negocio en las instalaciones del MÍO y no en otras partes de Cali?, a lo cual el entrevistado # 1 “no quiso dar respuesta referente a esta pregunta”; el entrevistado # 2, manifestó “mi motivo de ser parte de las instalaciones del MIO fue por necesidad. Sin embargo, no solo trabajo en el MIO, sino que también en los semáforos, en las calles, en mi barrio y en otras partes de la ciudad de Cali, debido a que, si no me va bien en el MÍO, yo voy de un lugar a otro hasta conseguir lo debido para suplir mis necesidades básicas”, el entrevistado #3, refirió “mi motivo de ser parte de las instalaciones del MIO y de emprender mi negocio, fue por necesidad. No obstante, yo hice parte de los buses intermunicipales urbanos, los cuales con el tiempo se volvieron una empresa privada, entonces mi única opción fue el trabajo en el transporte masivo”. De esta misma forma, se puede analizar que la necesidad es uno de los motivos por el cual, el individuo se refugia para poder satisfacer su escasez económica y personal de manera individual debido a su contexto económico, social y político.

Por otro lado, Max-Neef (1986) expone que el trabajo no solo contribuye a la satisfacción de una necesidad sino, que propicia la creatividad, moviliza las energías sociales, preserva la identidad de la comunidad, despliega solidaridad en su entorno, con el fin de utilizar la experiencia organizacional en el trabajo, que conlleva a un saber popular donde permite la satisfacción de necesidades individuales y colectivas.

Del mismo modo, la siguiente pregunta realizada a los vendedores ambulantes hace énfasis en el entorno social. Ya que, permitió conocer ¿cómo ha sido el proceso de adaptación en el contexto del sistema integrado de transporte masivo MIO y sus usuarios?, en donde el entrevistado #1 comente que “ha sido muy buena, aunque al principio me costaba mucho, ya que era muy estresante, pero me he ido adaptando poco a poco”; el entrevistado #2 menciona “regular, dado que hay mucho vendedor y poco venta hacia los usuarios”; el entrevistado #3 manifestó que “es muy buena, ya que me caracterizo por ser una persona respetuosa, puesto que con el tiempo que he ejercido esta labor he aprendido mucho”.

Por lo tanto, Bandura (1977) refiere que el aprendizaje humano se da en un entorno social a partir de la observación al otro, debido a que el individuo adquiere conocimiento, reglas, habilidades, estrategias, creencias y actitudes. De este mismo modo, los vendedores ambulantes a lo largo de su recorrido en el ámbito informal van adquiriendo destreza que permiten que el vendedor informal se desenvuelve en su contexto. Así mismo, adaptándose al entorno, con el fin de aprender a comprender al cliente o usuarios para brindarles un buen servicio teniendo en cuenta el buen comportamiento y respeto hacia el otro.

B. Percepciones (colectivas e individuales)

Este apartado da cuenta de la subcategoría de las percepciones (colectivas e individuales), la cual está acompañada de una serie de preguntas que fueron realizadas a los vendedores ambulantes, donde abarca las percepciones de los entrevistados, con el fin de conocer cuáles son los niveles de satisfacción o insatisfacción del trabajador informal. A continuación, se presenta la siguiente tabla con las preguntas y respuestas de los entrevistados.

Tabla 3. Secuencia de preguntas.

Categoría	Subcategoría	Preguntas	Entrevistado #1	Entrevistado #2	Entrevistado #3
Motivaciones sobre inserción laboral informal	Percepciones (colectivas e individuales)	<p>11. ¿cree usted que el MIO es una fuente positiva para realizar su actividad económica, sí o no y por qué?</p> <p>12. ¿Cómo ha sido el recibimiento de los usuarios del MIO frente a su actividad económica?</p> <p>13. ¿Cuál ha sido el reto más difícil de ser vendedor ambulante?</p>	<p>R//11: sí porque hay mucho personal, gente de muchos estratos y se ofrece el producto y se llega a diferente personal.</p> <p>R//12: son muy tolerantes, Pues a veces si hay gente que no le gusta, pero siempre está la tolerancia y hay mucha gente muy tolerante son las personas que buscan pues poder cumplir sus necesidades.</p> <p>R//13: yo creo que luchar contra la indiferencia.</p>	<p>R//11: No porque en el MIO se sube mucho vendedor y la gente se cansa y no nos ayudan, bueno, yo trabajo en el MIO porque es mi último recurso. Ya las gentes ya no nos prestan tanta atención.</p> <p>R//12: Risas debido a que he tenido varias dificultades con adultos mayores, ya que me dicen que soy un limosnero, que mejor se ponga a estudiar etc.</p> <p>R//13: el no vender nada en todo el día y no tener para pagar la pieza y un buen plante.</p>	<p>R//11: Si es una buena fuente de ingreso por qué se ve mucho fluido de gente entonces le sirve a uno para trabajar y es más descansado.</p> <p>R//12: Los usuarios prácticamente son las mismas personas que ya lo distinguen a uno y sabe que uno no es persona de problema ni nada entonces pues la gente se siente bien con uno, pero no falta uno otro que se queje y pues para mi es bien. ¿te ha generado incomodidad algunos gestos de los usuarios? No, no me genera ninguna incomodidad porque cada quien es libre de expresarse como quiera.</p> <p>R//13: No me ha parecido difícil, porque desde muy chico me dedicaba a pedir plata en los semáforos de vagancia.</p>

Fuente: Elaboración propia.

La anterior tabla da cuenta de la información que manifestaron los vendedores informales entrevistados a partir de las preguntas realizadas, con el fin de conocer si el SITM-MIO es una fuente positiva de ingreso para el trabajador informal, donde se encontró que dos de los entrevistados (1 y 3) coinciden con su respuesta; refiriendo que el SITM-MIO sí es una fuente positiva para generar sus ingresos económicos. Ya que, hay una alta demanda de afluencias de usuarios con distintos niveles económico y sociales. En otras palabras, esto hace relación a las expectativas de autoeficacia percibida (dominio de una actividad). La cual, hace referencia a las creencias que posee una persona dentro de sus capacidades o habilidades para desenvolverse en su entorno. Por lo tanto, cada vendedor desempeña las acciones necesarias que le faciliten vender sus productos en el SITM-MIO, permitiéndoles obtener los resultados deseados (generar ingresos). Por consiguiente, el vendedor implementa estrategias que les permitan obtener la atención de sus usuarios, en donde emplea una motivación humana, ya que su conducta está asociada al pensamiento de satisfacer sus necesidades (Bandura, 1995).

Por otro lado, el entrevistado # 2 relata, que el SITM-MIO no es una fuente positiva para generar sus ingresos, porque hay mucha cantidad de vendedores ambulantes. Ya que esto complica ofrecer sus bienes y/o servicios. Del mismo modo, se puede decir que la autosuficiencia está relacionada con las dinámicas que ejerce el vendedor ambulante debido a que genera su propia capacidad de sentir, pensar y actuar respecto a sus sentimientos (Bandura, 1995).

En el instrumento (encuesta y entrevista semi-estructurada) ejecutado a los vendedores informales, se pudo analizar que el recibimiento de los usuarios hacia a los vendedores ambulantes en el transporte SITM-MIO ha sido satisfactoria debido a que el 80% de los trabajadores informales manifiestan tener un buen recibimiento por parte de los usuarios, sin embargo algunos vendedores indicaron que no estaban satisfechos con el recibimiento, ya que expresaban que algunos usuarios no son tolerantes cuando prestan el servicio, donde uno de los entrevistados manifestó que “no ha tenido un buen recibimiento; “dado que he tenido varias

dificultades con adultos mayores, ya que me dicen que soy un limosnero, que mejor me ponga a estudiar”.

Por otra parte, se tiene que una de las perspectivas que manifiesta los entrevistados a partir de los retos más difíciles de ser vendedor ambulante, está relacionado a su contexto o vivencias dentro de él. Por lo que, cada uno de los entrevistados exponen que uno de sus retos se basa en la lucha hacia la tolerancia de los usuarios; a las bajas ventas de sus productos. Así mismo, no poder cubrir sus necesidades básicas, como son la vivienda y alimentación. Sin embargo, el entrevistado #3 manifiesta que no le ha generado ningún reto ser vendedor ambulante, ya que desde muy pequeño se ha dedicado a pedir dinero en los semáforos y a generar su propio medio de subsistencia, por ende esto hace énfasis en lo que expone Bandura (1977) sobre las conductas, las cuales se basan o están relacionadas con la niñez teniendo que la observación e imitación influye de forma negativa o positiva en la interacción social del contexto donde se desenvuelve el sujeto.

Por último, se puede analizar que las percepciones (colectivas o individuales) dependen de la circunstancias o punto de vista de cada persona, la cual se asemeja a sus necesidades y de la forma de mirar o analizar dicha percepción de cada vendedor ambulante, la cual permitió conocer que una de las motivaciones o razones que influyeron a la inserción al comercio informal se debe a sus creencias e ideologías personales.

5. CONCLUSIONES

La presente investigación se propuso como objetivo general, analizar las condiciones y los determinantes socioeconómicos para la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020. Para dar respuesta a este, se establecieron tres objetivos específicos a partir de los cuales se identificó:

5.1 CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA A LOS VENDEDORES AMBULANTES Y SU INCORPORACIÓN AL DESARROLLO SOCIAL EN EL SITM-MIO DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

Este primer objetivo contribuyó en la caracterización socioeconómica de los vendedores ambulantes del SITM-MIO, la cual enfatiza 5 indicadores como; el estatus social, la vivienda, el nivel educativo, ingresos y gastos. Con el fin de tener una mirada de la situación económica de estas personas. Por lo tanto, este objetivo va enfocado en el desarrollo social del vendedor ambulante, el cual está relacionado con la participación y la capacidad socioeconómica que tiene el vendedor informal para generar sus ingresos, los cuales le permiten suplir sus necesidades básicas que le impone su contexto.

De esta misma forma, permitió analizar que la mayor población de vendedores entrevistados(as) y encuestados(as) viven en propiedades arrendadas en barrios con estratificación 1, los cuales están ubicados en zonas de alto riesgo (conflictos y/o violencia). De igual manera, se tiene que algunos de la población de vendedores ambulantes no culminaron con su bachillerato y otros se encuentran terminando sus estudios universitarios o técnicos, Por lo tanto, esto da cabida a manifestar que las necesidades básicas para un individuo no son las mismas para otros, dado que cada persona genera un criterio en sus decisiones de acuerdo a las circunstancias o determinación que toma cada vendedor ambulante para sus vidas.

Por otra parte, se tiene que los ingresos recibidos de la mayor parte de la población logran igualar e incluso superar el salario mínimo (\$877.803) y a pesar de que los gastos sean proporcionales o mayores a los ingresos, no se evidencia mayor calidad de vida, debido a que el vendedor ambulante ejerce su actividad diaria y de esa misma forma son sus gastos, los cuales no permiten generar una fuente de ahorro para su estabilidad económica.

En términos generales, es preciso resaltar que, a pesar de ser una población con características de vulnerabilidad, no todas las personas cuentan con apoyo estatal que brinda el gobierno. Por consiguiente, no tienen cubiertos los gastos de salud, y cualquier emergencia de este tipo sería un gasto extra no previsto.

5.2 LAS RAZONES POR LA CUAL LOS VENDEDORES INFORMALES ESCOGEN EL SITM-MIO COMO MEDIO FÍSICO PARA EJERCER SU ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

Este objetivo específico dio paso a la identificación de las razones que tienen cada uno de los encuestados(as) y entrevistados(as) frente a ubicarse en el SITM-MIO y no en otros espacios de la ciudad. Por lo tanto, cada dato fue contestado a partir del criterio que tienen los vendedores ambulantes, donde se pudo detallar que una de las causas es la afluencia de personas en cada viaje. Debido a que el SITM-MIO es un medio de transporte que le brinda a los usuarios la posibilidad de movilizarse de un lugar a otro. Ya que, el 37% de la población caleña hace uso de este servicio con un promedio de 517 a 736 mil pasajeros que se desplazan por toda la capital Vallecaucana (Metrocali, 2018). Por ende, el SITM-MIO ha generado una viabilidad en el sustento económico para los vendedores ambulantes, debido a que utilizan el medio de transporte como escenario para ejercer su actividad laboral.

Por consiguiente, se tiene que otra de las razones por la cual se insertaron en el SITM-MIO es la instalación del MIO, el cual le ofrece al vendedor informal mayor comodidad frente al manejo de su propio horario, el no recibimiento del sol y la demanda de usuarios.

5.3 FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE INFLUYERON EN LA DECISIÓN DE LOS TRABAJADORES INFORMALES QUE SE UBICAN EN EL SITM-MIO A SER PARTE DEL COMERCIO AMBULANTE DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

Este apartado da cuenta de los factores socioeconómicos influyentes que dieron paso a la decisión que tuvieron los vendedores ambulantes encuestados frente a la determinación de ser parte del comercio informal en el SITM-MIO. Por consiguiente, se percibió que la mayoría de los vendedores ambulantes manifestaron que el desempleo y la falta de oportunidades conllevó a la inserción al comercio informal. Por ende, esto generó comprender que las necesidades van más allá de lo económico. Ya que, el desarrollo de subsistencia depende de la habilidad que tiene el vendedor ambulante para satisfacer sus necesidades a partir de su contexto económico y social.

Por otra parte, se tiene que una fracción de los encuestados(as) y entrevistados(as) hacen parte de la informalidad por iniciativa propia. Por ende, esto da cabida a que cada individuo es dueño de sus propias decisiones, que van relacionadas con las percepciones de su contexto, a partir de sus conductas, creencias e ideologías, que están conjuntamente entrelazadas a sus vivencias y experiencias del día a día. Por consiguiente, permite que el vendedor ambulante fortalezca su aprendizaje vicario a partir de la observación e imitación de su ambiente. Ya que, le facilita la interacción con su entorno para su subsistencia dentro del comercio informal.

De acuerdo a todo lo mencionado en esta investigación, se puede concluir que el desarrollo de este trabajo permitió dar respuesta al objetivo general planteado, teniendo en cuenta que se logró analizar las condiciones socioeconómicas, las cuales hacen referencia a la caracterización de los vendedores ambulantes y los determinantes socioeconómicos que dieron paso a indagar que el desempleo y la falta de oportunidades es una de las razones por la cual el vendedor informal decide ser parte del comercio ambulante, teniendo en cuenta que estas razones van entrelazadas con las necesidad básicas del vendedor. Por consiguiente, esto tiene relación con la demanda de vendedores ambulantes, que son emigrantes de los

rincones aledaños a la ciudad vallecaucana, quienes decidieron ser parte del comercio informal por la escasez de desempleo que atraviesa la ciudad de Cali y aun mayor con la circunstancia que atraviesa el país debido a la pandemia del COVID-19.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Baena, C. (2019). Vendedores informales tendrán capital semilla para generar emprendimientos productivos. Recopilado de <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/agosto/vendedores-informales-tendran-capital-semilla-para-generar-emprendimientos-productivos-anuncia-vice-ministro-carlos-baena>
- Bandura, A. (2001). La teoría cognitiva social: una perspectiva Agencial. Revisión anual de Psicología, 1-28.
- Blasco, J., & Pérez, J. (2007). Metodología de investigación de ciencias de la actividad física y el deporte. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>
- Bolio, J., & Bolio, H. (2013). Método cualitativo etnográfico y su aplicación para los estudios jurídicos. Revista Logos, Ciencia & Tecnología, 4(2), 158-165.
- Borja, H., Barreto, I., & Sánchez, V. (2008). Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de Chapinero. Perspectivas en psicología, 4(2), 279-290.
- Cámara de Comercio. (2018). Ritmo Laboral. Cali, Colombia: Estudios empresariales y de competitividad.
- Cámara de Comercio. (2020). Ritmo Laboral. Cali, Colombia: Estudios empresariales y de competitividad.
- Cassas Anguita, J., Repullo Labrador, J.R., & Donado Campos. (2003). La encuesta como técnica de investigación, elaboración de cuestionarios y tratamientos estadísticos de los datos. Revista atención primaria, 31(8), 143-162.
- Cayce, J., Gwendolyn, M., & Martha J. (2013). La condición socioeconómica y el desarrollo de las funciones ejecutivas: Funciones ejecutivas. Recuperado de <http://www.encyclopedia-infantes.com/sites/default/files/textes-experts/es/2480/la-condicion-socioeconomica-y-el-desarrollo-de-las-funciones-ejecutivas.pdf>
- Congreso de Colombia. (2 de agosto de 2019). Ley de los vendedores informales. [Ley 1988 de 2019]. Recuperado de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201988%20DEL%2002%20DE%20AGOSTO%20DE%202019.pdf>
- DANE. (2009). Metodología Informalidad Gran Encuesta Integrada de hogares – GEIH. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/metodologia_informalidad.pdf

- Departamento Administrativo de Planeación Municipal DAPM. (2019). Cali en cifras 2018-2019. Cali, Colombia: Subdirección de Desarrollo Integral – DAP. Recuperado de: <https://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137803/documentos-cali-en-cifras/>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Revista Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167.
- Franco, I., & Molina, S. (2015). *Dinámica Económica de los Vendedores Ambulantes en el centro de Cali* (Tesis de grado). Universidad ICESI, Cali, Colombia.
- González, O. (2008). El rebusque, una estrategia de integración social de los migrantes Colombianos en Francia. *Revista Colombiana de Antropología*, 4(2), 251-279.
- Guataquí, J., García, A., & Rodríguez, M. (2010). El perfil de la informalidad Laboral en Colombia. *Perfil de Coyuntura Económica*, (16), 91-115.
- Iglesia, C. (1995). *Inserción laboral. Definición de inserción laboral y sinónimos*. Colombia: Estudios laborales.
- Marín, A., & Ríos, F. (2006). Los Conceptos de Conocimiento, Epistemología y Paradigma, como Base Diferencial en la Orientación. *Cinta moebio*, (25), 111-121.
- Martínez, L. & Estrada, D. (2017). Street vending and informal economy: Survey data from Cali, Colombia. Cali, Colombia: Data in Brief.
- Martínez, L. & Short, J. (2017). The informal economy of cities in the south: the case of Cali, Colombia. *Conferences*, 12(4), 637-643.
- Martínez, L., Short, J., & Estrada, D. (2018). The diversity of the Street vending: A case study of street vending in Cali. *Cities*, 79, 18-25.
- Martínez, L., Short, J. & Estrada, D. (2017). The urban informal economy: Street vendors in Cali, Colombia. Cali, Colombia. *Cities*, 66,34-43.
- Mata, L. (2019). Investigación cuantitativa de tipo experimental. Recuperado de <https://investigaliacr.com/investigacion/investigaciones-cuantitativas-de-tipo-experimental-parte-1/>
- Max N., Elizalde A., Hopenhayn M., Herrera F., & Zemelman, H. (1986). Teoría de las necesidades humanas. *Psicoviva*, (54), 197-214.
- Medina, C., & Urra, E. (2007). Autoeficacia y conductas de salud. *Ciencias y enfermería XIII*, (1), 9-15.

- Metrocali. (2018). Programa piloto de Fortalecimiento Social y Empresarial de Vendedores Ambulantes. Recuperado de <https://www.metrocali.gov.co/wp/metro-cali-presenta-su-programa-piloto-de-fortalecimiento-social-y-empresarial-para-los-vendedores-ambulantes/>
- Monje, C. (2011). Metodologías de la investigación cuantitativa y cualitativa, guía didáctica (tesis de grado). Universidad Surcolombiana, Neiva, Colombia.
- POLIS. (2019). Inclusión financiera de los vendedores informales del sector de Cali. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/polis/images/publicaciones/datos-en-breve/pdfs/datos-en-breve-13---vendedor-informal.pdf>
- POLIS. (2018). La economía informal en Cali entre la complejidad y la diversidad. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/unicesi/todas-las-noticias/4863-oro-economia-informal-causa-o-consecuencia-alternativas-para-la-construccion-de-politicas-publicas>
- Quispe, M. (2018). Caracterización socioeconómica de los sistemas de producción integral de las familias que habitan en la microcuenca mamaniri, municipio de Ayo Ayo del departamento de la paz (tesis de grado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.
- Rincón, W., & Soler, A. (2015). Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero, en Bogotá, Colombia. Revista Cooperativismo y desarrollo, 23(107), 1-41.
- Rubio, M. (2014). El trabajo informal en Colombia e impacto en América Latina. Observatorio Laboral Revista Venezolana, 7(13), 23-40.
- Saldarriaga, J., Vélez, C., & Betancur, G. (2015). Estrategias de mercadeo de los vendedores ambulantes. Semestre Económico, 19(39), 115-172.
- Sánchez, R. (2017). Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá. Científicas Argentinas, (26), 327-351.
- Varela Rendon, J. (2004). Determinantes Socioeconómicos de la persistencia del comercio informal en el centro de Cali (Tesis de grado). Universidad Autónoma del Occidente, Cali, Colombia.

7. ANEXOS

7.1 DISEÑO DE ENCUESTA

**Fundación Universitaria Lumen Gentium
Faculta de ciencias sociales y políticas
programa de trabajo social**

Objetivo: Analizar las condiciones y los determinantes socioeconómicos para la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020.

Dedique de 5 a 10 minutos para responder a esta encuesta, la cual está diseñada para la recolección de datos que permitan dar respuesta a nuestro proyecto de grado sobre las *Condiciones y determinantes socioeconómicos de la inserción al comercio ambulante en el año 2020. Casos de vendedores ambulantes en el Sistema Integrado de Transporte Masivo MIO (SITM-MIO) en la ciudad de Santiago de Cali- Valle del Cauca*. Teniendo en cuenta que los trabajadores ambulantes son emprendedores no formalizados que comercializan productos y servicios teniendo como lugar de operación la vía pública. Por lo tanto, administran su negocio a través del conocimiento empírico que desarrolla día a día. Esta investigación agrupa esta postura, ya que va encaminada a una alternativa de subsistencia, que permite el ingreso económico para suplir sus necesidades básicas (Saldarriaga, Betancur, & Vélez, 2016).

1. **Edad** _____
2. **Sexo** _____
3. **¿Cómo se autoreconocen?**
 - A. Blanco
 - B. Mestizo
 - C. Afro
 - D. Indígena
 - E. No se
 - F. otros ¿cuál? _____
4. **Nivel de estudio**

A. Primaria Completa	G. Técnico o tecnólogo
B. Primaria Incompleta	H. Universitario
C. Secundaria Completa	I. Ninguno
D. Secundaria Incompleta	
E. Bachillerato Completo	
F. Bachillerato Incompleto	
5. **¿Cuál es su lugar de procedencia?** _____
6. **¿En qué barrio vives actualmente y en qué comuna está ubicado (a)?**

7. **su vivienda es:**
- A. Vivienda propia
 - B. Vivienda alquilada
 - C. Familiar
 - D. Casa de paso
 - E. otros ¿cuál? _____
8. **¿Cuántas personas viven en su casa?**
- A. 1 (solo)
 - B. 2
 - C. 3
 - D. 4
 - E. 5 o más _____
9. **¿Con cuántos cuartos cuenta la vivienda? _____**
10. **¿Cómo está conformado su núcleo familiar? _____**
11. **¿Tienes hijos?**
SI _____ NO _____
12. **Si en la anterior pregunta respondió SI, marque con una X cuántos hijos tiene**
- A. 1 a 2 hijos
 - B. 3 a 4 hijos
 - C. más de 5 hijo
13. **¿Cuántas personas están a su cargo? _____**
14. **¿Cuál es su estrato socioeconómico?**
- A. Estrato 1
 - B. Estrato 2
 - C. Estrato 3
 - D. Otros ¿cuál? _____
15. **¿Cuál es su nivel de vida?**
- A. Bajo
 - B. Medio
 - C. Alto
16. **¿Usted trabaja y estudia?**
- A. Si
 - B. No
 - C. Solo trabajado
17. **¿Cuenta con cotización en salud y pensión?**
SI _____ NO _____
18. **¿A qué tipo de informalidad económica se dedica?**
- A. Artesanía
 - B. Arte y cultura
 - C. Comidas/ confites
 - D. Útiles escolares
 - E. otros ¿cuál? _____
19. **¿Cuánto es su ingreso diario por la actividad económica que ofrece? _____**
20. **¿Cuánto es su gasto diario? _____**
21. **¿Cuántos días a la semana trabaja? _____**

22. **¿Cuántas horas al día trabaja?** _____
23. **¿Cuántos recorrido hacen en un día?** _____
24. **¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo su actividad económica en el comercio informal?** _____
25. **¿Qué lo motivó a emprender su negocio en las instalaciones del MIO?**
 A. El programa Metrocali
 B. La afluencia de personas
 C. La ubicación de las instalaciones del MIO
 D. Otros ¿cuál? _____
26. **¿Cuál cree usted que fue la razón por la cual decidió ser vendedor informal ambulante y no otro tipo de vendedor?**
 A. Por la economía de los productos y servicios
 B. Por la afluencia de personas en cada viaje
 C. Por darle publicidad a su arte
 D. Otros ¿cual? _____
27. **¿Cuenta con otras fuentes de ingreso diferentes a su actividad económica?**
 A. Colaboración de familiar(es) o amigos
 B. Subsidio
 C. Pensión
 D. Capital semilla
 E. Familia en acción
 F. programa de personas en desplazamiento
 G. Ninguna ayuda
 H. Otra ¿cuál? _____
28. **¿Cuál fue la razón por la cual se insertó en el ámbito informal?**
 A. Por iniciativa propia
 B. Por falta de oportunidades laborales
 C. Desempleado
 D. desplazamiento
 E. Falta de ingresos
 F. Por necesidad
 G. Por deudas
 H. Por una mejor calidad de vida
 I. Otros ¿cuál? _____
29. **¿Que lo influyó a insertarse en el comercio informal?**
 A. Familia
 B. Amigos
 C. Vecinos
 D. Por voluntad propia
30. **¿Quién más de su núcleo familiar se dedica al comercio informal?**

31. **¿Cómo ha sido el recibimiento de los usuarios a la hora de ofrecer sus productos en el transporte masivo MIO?**
 A. Buena
 B. Más o menos
 C. Complicada
 D. No se

7.2 DISEÑO DE LA ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

Fundación Universitaria Lumen Gentium
facultad de ciencias sociales y políticas
programa de trabajo social

Objetivo: Analizar las condiciones y los determinantes socioeconómicos para la inserción al comercio ambulante de los trabajadores informales que se ubican en el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM-MIO) de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020.

Dirigido a: Los vendedores ambulantes que se dedican al comercio informal en el SITM-MIO de la ciudad de Cali.

Tiempo aproximado de la entrevista: 15 a 20 minutos

Recursos:

- Guía de entrevista
- Audio
- Fotos

Preguntas de inicio de la entrevista (Edad y Género del entrevistado (a))

Preguntas

Caracterización socioeconómica

1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?
2. ¿Nivel de estudio?
3. ¿Cómo está conformado su núcleo familiar?
4. ¿Cuántas personas están a su cargo?
5. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo su actividad económica en el ámbito informal y como ha sido su proceso?

Motivación al ubicarse en el MIO

6. ¿Cuál fue la razón por la cual decidió emprender en el comercio informal?
7. ¿Cuál fue la razón o motivo por el cual decidió ser vendedor ambulante y no otro tipo de vendedor?
8. ¿Que lo (a) llevó a tomar la decisión de insertarse como vendedor informal?
9. ¿quién más de tu núcleo familiar ejerce esta misma labor?

Motivaciones sobre inserción laboral informal

10. ¿Qué lo motivó a emprender su negocio en las instalaciones del MÍO y no en otras partes de Cali?
11. ¿cree usted que el MIO es una fuente positiva para realizar su actividad económica, sí o no y por qué?
12. ¿Cómo ha sido el recibimiento de los usuarios del MIO frente a su actividad económica?
13. ¿Cuál ha sido el reto más difícil de ser vendedor ambulante?
14. ¿Cómo ha sido el proceso de adaptación en el contexto del sistema integrado de transporte masivo MÍO, y sus usuarios?

RESPUESTA DEL ENTREVISTADO #1

Caracterización socioeconómica

- 1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?**
yo nací en Bogotá, pero me creía aquí en Cali
- 2. ¿A qué edad se vino a vivir a Cali?**
A Cali hare 20 años
- 3. ¿Nivel de estudio?**
Estudió bachiller sí terminé el colegio bachiller y estuve estudiando servicio de gastronomía, pero lo aplace no puede seguir por lo económico
- 4. ¿Cómo está conformado su núcleo familiar?**
yo vivo en este momento nomás con mi mamá
- 5. ¿Cuántas personas están a su cargo?**
Dos personas
- 6. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo su actividad económica en el ámbito informal y como ha sido su proceso?**
pues yo llevo casi 10 años y pues ha sido bueno, lo que pasa es que no es estable el ingreso, pero ya estoy en la organización personal de uno ¿cómo así no es fijo? si uno no se pone las pilas no hace pues ya es como uno administre lo que puede hacer con sus recursos

Motivación al ubicarse en el MIO

- 7. ¿Cuál fue la razón por la cual decidió emprender en el comercio informal?**
Por desempleo, necesidad
- 8. ¿cuál fue la razón o motivo por el cual decidió ser vendedor ambulante y no otro tipo de vendedor?**
pues siempre me ha gustado moverme, como llegarle directamente al cliente no que el cliente me llegue a mí
- 9. ¿Que lo (a) llevó a tomar la decisión de insertarse como vendedor informal?**
Porque es estuve en una empresa y hubo reporte personal y Me despidieron y pues por el desempleo decidí unirme al mío debido a la cuarentena, porque yo trabajaba en otro lugar y decidí aprovechara esta oportunidad porque la vi más viable
- 10. ¿quién más de tu núcleo familiar ejerce esta misma labor?**
un primo y una prima que trabaja también pues en el rebusque

Motivaciones sobre inserción laboral informal

- 11. ¿Qué lo motivó a emprender su negocio en las instalaciones del MÍO y no en otras partes de Cali?**
- 12. ¿cree usted que el MIO es una fuente positiva para realizar su actividad económica, sí o no y por qué?**
sí porque hay mucho personal, gente de muchos estratos y se ofrece el producto y se llega a diferente personal
- 13. ¿Cómo ha sido el recibimiento de los usuarios del MIO frente a su actividad económica?**

son muy tolerantes, Pues a veces si hay gente que no le gusta, pero siempre está la tolerancia y hay mucha gente muy tolerante son las personas que buscan pues poder cumplir sus necesidades

14. ¿Cuál ha sido el reto más difícil de ser vendedor ambulante?

yo creo que luchar contra la indiferencia

15. ¿Cómo ha sido el proceso de adaptación en el contexto del sistema integrado de transporte masivo MÍO, y sus usuarios?

ha sido buena, al principio me costaba un poco porque era muy estresante pero ya me puede adaptar bien hasta ahora

RESPUESTA DEL ENTREVISTADO #2

Caracterización socioeconómica

1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

la ciudad de Bogotá

2. ¿Nivel de estudio?

estoy cursando el grado octavo aquí en la ciudad de Cali en el colegio santa librada

3. ¿Cómo está conformado su núcleo familiar?

vivo solo

4. ¿Cuántas personas están a su cargo?

trabajo para mí, para pagar la pieza y mi alimentación

5. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo su actividad económica en el ámbito informal y como ha sido su proceso?

Desde los 8 años, sí ha sido muy duro la verdad, ya que yo trabajo en el mío pero también trabajo en la calle, trabajo en centros comerciales como chipichape, Unicentro, jardín plaza, palmeto, cosmocentro, **a usted es muy independiente**, si aunque anterior trabajaba todo los día en el mío pero sí es un poquito duro, ya que era un poco más pequeño, debido a que otros vendedores le quitaban el plante(los productos que ofrecen), y en Bogotá pues también es duro, **a usted también trabajo en Bogotá**, si en los portales de Bogotá. **¿cuántos años tiene?** 16

Motivación al ubicarse en el MIO

6. ¿Cuál fue la razón por la cual decidió emprender en el comercio informal?

porque necesitaba pagar pieza comida, dormida, ropa. Bueno las necesidades por así decirlo

7. ¿Cuál fue la razón o motivo por el cual decidió ser vendedor ambulante y no otro tipo de vendedor?

por necesidad, debido a que no me gusta que el cliente venga hacia mí, si no yo ir hacia el cliente con un plante bonito.

8. ¿Que lo (a) llevó a tomar la decisión de insertarse como vendedor informal?

fue por necesidad, después seguí porque me gusto y me va muy bien gracias a Dios.

9. ¿quién más de tu núcleo familiar ejerce esta misma labor?

Nadie, debido a que vivo solo desde los 8 años, y la familia decía que este trabajo era de vicioso o drogadictos.

Motivaciones sobre inserción laboral informal

10. ¿Qué lo motivó a emprender su negocio en las instalaciones del MÍO y no en otras partes de Cali?

No yo también trabajo en los semáforos en mi barrio, en la calle en todos lados, ya que si no me va bien el Mío me voy hacia otro lado y si no a otro, porque yo trabajo en toda la ciudad de Cali.

11. ¿cree usted que el MIO es una fuente positiva para realizar su actividad económica, sí o no y por qué?

No porque en el MIO se sube mucho vendedor y la gente se cansa y no nos ayudan, bueno, yo trabajo en el MIO porque es mi último recurso. Ya las gentes ya no nos prestan tanta atención.

12. ¿Cómo ha sido el recibimiento de los usuarios del MIO frente a su actividad económica?

Risas debido a que he tenido varias dificultades con adultos mayores, ya que me dicen que soy un limosnero, que mejor se ponga a estudiar etc.

13. ¿Cuál ha sido el reto más difícil de ser vendedor ambulante?

el no vender nada en todo el día y no tener para pagar la pieza y un buen plante

14. ¿Cómo ha sido el proceso de adaptación en el contexto del sistema integrado de transporte masivo MÍO, y sus usuarios?

Regular

RESPUESTA DEL ENTREVISTADO #3

Caracterización socioeconómica

1. ¿Cuántos años tienes?

34 años

2. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Cali valle

3. ¿Nivel de estudio?

bachillerato básico

4. ¿Cómo está conformado su núcleo familiar?

Esposa, mi niña y yo

5. ¿Cuántas personas están a su cargo?

Dos personas

6. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo su actividad económica en el ámbito informal y como ha sido su proceso?

Más de 20años...ahí dándole un paso a la vez

Motivación al ubicarse en el MIO

7. ¿Cuál fue la razón por la cual decidió emprender en el comercio informal?

El desempleo

8. ¿cuál fue la razón o motivo por el cual decidió ser vendedor ambulante y no otro tipo de vendedor?

Por qué es mejor trabajar para uno y no caminar a solearse todo el día para trabajar para otro, es mejor vivir independiente

9. ¿Que lo (a) llevó a tomar la decisión de insertarse como vendedor informal?

Por desempleo y la necesidad que hay en la casa que no es para entonces toco arrancar a vender

10. ¿quién más de tu núcleo familiar ejerce esta misma labor?

Yo solo

Motivaciones sobre inserción laboral informal

11. ¿Qué lo motivó a emprender su negocio en las instalaciones del MÍO y no en otras partes de Cali?

Lo que me motivo fue que yo trabajaba en los buses intermunicipales, en los urbanos, pero como ahora son empresas privadas y los buses antiguos los quitaron entonces pues la única opción de trabajo toco hacer ser el transporte masivo

12. ¿cree usted que el MIO es una fuente positiva para realizar su actividad económica, sí o no y por qué?

Si es una buena fuente de ingreso por qué se ve mucho fluido de gente entonces le sirve a uno para trabajar y es más descansado

13. ¿Cómo ha sido el recibimiento de los usuarios del MIO frente a su actividad económica?

Los usuarios prácticamente son las mismas personas que ya lo distinguen a uno y sabe que uno no es persona de problema ni nada entonces pues la gente se siente bien con uno, pero no falta uno otro que se queje y pues para mi es bien. **¿te ha generado incomodidad algunos gestos de los usuarios?** No, no me genera ninguna incomodidad porque cada quien es libre de expresarse como quiera.

14. ¿Cuál ha sido el reto más difícil de ser vendedor ambulante?

No me ha parecido difícil, porque desde muy chico me dedicaba a pedir plata en los semáforos de vagancia

15. ¿Cómo ha sido el proceso de adaptación en el contexto del sistema integrado de transporte masivo MÍO, y sus usuarios?

Buena, porque me caracterizo por ser una persona respetuosa y el tiempo que he llevado ejerciendo esta labor me ha enseñado mucho

7.3 FOTOS

