

Silvia Gabriela VEGA QUISBERT

**ESTUDIO DEL COMERCIO POPULAR E INFORMAL Y LA
APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.
EL CASO DE MAX PAREDES, LA PAZ - BOLIVIA**

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

dirigido por el Dr. Aaron Gutiérrez Palomero

Máster en Planificación, Gobernanza y Liderazgo Territorial



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

**Vila-seca
2020**

*A mi madre, por su apoyo incondicional, por su amor y
consejos, a mi padre y hermanos, quienes son mis
pilares para salir adelante y a mis abuelos, por
estar siempre a mi lado..*

Índice de Contenido:

CAPITULO I: PLANTEAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.1. Introducción	10
1.2. Planteamiento del problema	11
1.3. Objetivos de la Investigación	13
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	15
2.1. El Intercambio Comercial	15
2.1.1. El Trueque o intercambio	15
2.1.2. La función del Dinero en el comercio	16
2.1.3. El carácter de Mercados y Ferias.	17
2.2. Definiciones y características del comercio popular e informal	19
2.2.1. El comercio Informal	19
2.2.2. El comercio Popular, ni formales, ni ambulantes	20
2.2.3. Economía Dual.....	21
2.3. Proceso de apropiación del espacio Público	22
2.4. El aporte cultural e identidad	24
2.5. La Recuperación del Espacio Publico.....	27
2.6. El comercio Informal en América Latina	27
CÁPITULO III MARCO METODOLÓGICO	30
3.1. Metodología de Trabajo.....	30
3.2. La definición del Área de estudio y perfil de actores.	30
3.3. Fuentes y técnicas de Investigación.....	31
CAPITULO IV CONTEXTO	36
4.1. Introducción al contexto informal y popular en Bolivia.....	36
4.2. El género en el sector informal.....	39
4.3. La Organización Gremial.....	40
4.4. Legislación comercial.....	42
4.5. Legislación comercial en la ciudad La Paz.....	43
4.5.1. La inamovilidad de los Puestos de Venta.....	43
4.5.2. Patente Municipal	44
4.6. La Pandemia del Covid- 19 y el Comercio Informal.....	47
4.6.1. Decreto Municipal N°016/2020.....	48
4.6.2. Reglamento transitorio para la reactivación de los puestos de venta.....	48
4.7. Competencia por el espacio Público.	50
4.8. Conclusiones Previas.....	52

CAPÍTULO V CASO DE ESTUDIO	56
5.1. Introducción al caso de Estudio.....	56
5.2. Macrodistrito Max Paredes.....	58
CAPÍTULO VI RESULTADOS	63
6.1. Análisis de la actividad comercial popular e informal en el espacio público.....	63
6.1.1. Densidad de comerciantes por tramos de estudio.....	67
6.1.2. Prácticas culturales	80
6.2. Percepción de los actores Implicados.....	80
6.3. Apropiación del espacio Público	83
6.4. Medidas de Bioseguridad.....	88
6.5. Percepción de los actores externos.....	90
6.6. Conclusiones.....	92
CAPÍTULO VII RECOMENDACIONES SOBRE POLÍTICA PÚBLICA	96
BIBLIOGRAFIA	100
ANEXOS	106

Índice de Figuras:

Figura 1: Comercialización en el área Andina	16
Figura 2: Comercio en ferias	18
Figura 3 Mercado Modelo de San Antonio	50
Figura 4: Proyecto Paso a Desnivel en Plaza Garita de Lima	51
Figura 5: Municipio Nuestra Señora de La Paz	57
Figura 7: Entrada Folklórica "Gran Poder"	58
Figura 6: Macrodistrito Max Paredes	58
Figura 8: Área de estudio - Análisis de la actividad Comercial	64
Figura 9: Equipamiento Urbano Comercial y vialidad	66
Figura 10: Tipos de Puestos de Venta - Fijo, semifijo y ambulante	67
Figura 11: Análisis Tramo 1 - Av. Buenos Aires	69
Figura 12: Análisis Tramo 2 - Calle la Tablada	71
Figura 13: Análisis Tramo 3 - Calle Adolfo Ortega	73
Figura 14: Análisis Tramo 4 - Av. Tumusla	76
Figura 15: Análisis Tramo 5 - Av. Max Paredes	79
Figura 16: Descarga de Productos en la Av. Tumusla y Max Paredes	86
Figura 17: Av. Max Paredes y Calle Ortega respectivamente - Acumulación de Basura y suciedad	87
Figura 18: Mal estado de aceras y calzadas - Av. Buenos Aires, Av. Max Paredes y Av. Tumusla	87
Figura 19: Instalación de Lavaderos y cámaras de desinfección	89
Figura 20: Nuevos Asentamientos informales - Calle Tumusla	90

Índice de Gráficos:

Gráfico 1: Gremiales por Sexo por Macro distrito	40
Gráfico 2: Emplazamiento según Ubicación del Puesto de Venta	45
Gráfico 3: Tipo de Mobiliario en puestos de Venta	45
Gráfico 4: Zonas con mayor concentración comercial	56
Gráfico 5: Macrodistrito Max Paredes: Población ocupada clasificada por grupo ocupacional	60
Gráfico 6: Qué le motiva vender en la calle?	81
Gráfico 7: Qué le motiva vender en la calle?	82
Gráfico 8: Desde cuándo vende?	82
Gráfico 9: Genero	83
Gráfico 10: Aceptaría la reubicación del puesto de venta?	84
Gráfico 11: Qué valores positivos rescata en el entorno de su puesto de venta?	84

Gráfico 12: Qué valores negativos detecta en la venta en vía pública?	85
Gráfico 13: Día y horario de descarga de productos	86
Gráfico 14: Usa las medidas de Bioseguridad reglamentadas por la Alcaldía?	88
Gráfico 15: Existe control por parte de la Alcaldía con los turnos de venta y las medidas de Bioseguridad?	89
Gráfico 16: Detectó el crecimiento del comercio informal después del confinamiento? ...	89
Gráfico 17: Compra regularmente en esta área?	91
Gráfico 18: Cuáles Motivos lo Traen a Comprar en este barrio?	91
Gráfico 19: Está de acuerdo con el comercio Popular e informal?	92

Índice de Cuadros:

Cuadro 1: Tramos de Estudio	30
Cuadro 2: Días y Horarios Autorizados	46
Cuadro 3: Base Imponible Según Actividad y Zona Fiscal	47
Cuadro 4: Macrodistrito Max Paredes y densidad por Distritos	59
Cuadro 5: Nivel de Densidad del Comercio en Vía Pública	63
Cuadro 6: Resumen de Densidad de comerciantes por tramos de estudio	78

RESUMEN:

Ciudades más importantes de América Latina han sido los escenarios de expansión de los denominados comercios informales. En los últimos años el espacio público se ha transformado en espacios económicos, bajo múltiples formas de uso y de apropiación. Existen dos categorías que predominan en el análisis del comercio en Bolivia y en América Latina, lo informal y lo popular, esta situación provoca una constante disputa por el espacio público, transformándolo y generando situaciones de obstrucción, desorden, suciedad, informalidad y deterioro de la imagen urbana.

El Macro distrito Max Paredes de la ciudad de La Paz, debido a su fuerte presencia cultural, concentra una gran cantidad de comerciantes al cual también se atribuye un potente carácter de identidad que se muestra en la forma de apropiación del espacio público. En este contexto, la presente investigación, relaciona la fuerza que ejerce el comercio popular y el comercio informal a través de la apropiación del espacio público. Mediante encuestas estructuradas y la observación directa, se busca entender como una actividad de un actor en particular, como es el comerciante, genera dinámicas que determinan el uso del espacio público, por lo que se centrará en los efectos causados, el uso, la apropiación y su transformación. De tal forma que se puedan tener alternativas y estrategias, no solo en pro del ordenamiento y mejora de la calidad del espacio público, sino también en el bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

Palabras clave: comercio, espacio público, apropiación, competencia.

RESUMEN EN INGLES:

The most important cities in Latin America have been the expansion scenarios of the so-called informal businesses. In recent years, public space has been transformed into economic spaces, under multiple forms of use and appropriation. There are two categories that predominate in the analysis of commerce in Bolivia and in Latin America, the informal and the popular, this situation causes a constant dispute over public space, transforming it and generating situations of obstruction, disorder, dirt, informality and deterioration of the public space. urban image.

The Max Paredes Macro district of the city of La Paz, due to its strong native mestizo cultural presence, concentrates a large number of merchants to which it attributes a powerful character of its own identity that is manifested in the form of occupation of public space. In this context, this research relates the force exerted by popular commerce and informal commerce through the appropriation of public space. Through structured surveys and direct observation, we seek to understand how an activity of a particular actor, such as the merchant, generates dynamics that determine the use of public space, so it will focus on the effects caused, the use, the appropriation and its transformation. In such a way that alternatives and strategies can be had, not only in favor of ordering and improving the quality of public space, but also in the well-being and quality of life of citizens.



CAPITULO I: PLANTEAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO I: PLANTEAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Desde los años 60-70, las plazas, calles y aceras de las ciudades más importantes de América Latina han sido los escenarios de la expansión de los denominados comercios informales quienes transforman estos espacios públicos en mercados populares de gran magnitud (Pereira, Montaña, Bridikhina y Blanco, 2008). Hoy en día, en la mayoría de las ciudades, podemos encontrar zonas con concentración de actividades comerciales, que son una fuente de intercambio social y cultural.

De este modo, el espacio público muchas veces se ha transformado en espacio económico, bajo formas múltiples de uso y apropiación del mismo, donde además la configuración que adquiere depende de las modalidades con las cuales los diversos actores sociales y económicos experimentan el espacio público. (Pereira, 2015)

Existen dos categorías que predominan en el análisis del comercio en Bolivia y en América Latina, lo informal y lo popular (Fernández Kelly y Shefner, 2008). La primera categoría considerada una actividad no regulada o ilegal, que surge como una necesidad de supervivencia y que carecen de un espacio físico definido normado en el cual desarrollarse. Se define principalmente por comercializar productos y servicios lícitos pero fuera de la supervisión del Estado.

La segunda categoría se concentra en el análisis del tramado de redes socio-comerciales, enfocando agentes nativos y lógicos propios (Tassi, Hinojosa y Canaviri, 2015). El comercio popular no puede ser definido como fuera de la ley, ya que los comerciantes se mueven en un espacio legal ambiguo. Su formalización es a medias, ya que se encuentran registrados en planillas, base de datos, se paga impuestos y patentes. Además del reconocimiento estatal de sus asociaciones, así como la constante negociación entre gremiales, sin embargo, esta actividad no se ubica en áreas construidas para estos fines.

Esta situación provoca una constante disputa por el espacio público, transformándolo y generando situaciones de obstrucción, desorden, suciedad, informalidad y deterioro de la imagen urbana. Tanto la apropiación del comercio popular e informal, contribuyen a la transformación del espacio público, generando conflictos relacionados con el impacto del incremento desordenado y acelerado de la ciudad, sin la debida adecuación y planificación del territorio.

En la ciudad de La Paz, al igual que en otras ciudades latinoamericanas, en los últimos años se ha ido observando un incremento del comercio, sobre todo en aquellos lugares de mayor demanda por los productos ofertados. Sin embargo, esta actividad no se ubica en áreas construidas para estos fines, ocupando así espacios públicos, como calles, avenidas y plazas.

La ladera Oeste, en concreto el Macro distrito Max Paredes de la ciudad de La Paz, debido a su fuerte presencia cultural tanto aymara como mestiza, al que se atribuye un potente carácter de identidad propia que se muestra en la forma de ocupación del espacio público, heredada de la tradición de mercados y ferias campesinas. Asimismo se puede destacar una segunda actividad relevante; durante muchas veces al año, el espacio público se convierte en un lugar de expresión folklórica donde bailarines. Además de mostrar su fe a sus santos, hacen gala de su poderío económico y su tradición festiva.

Así también mencionar que en Bolivia el comercio popular es una de las actividades ocupacionales más predominantes y relevantes en la economía nacional, a los cuales se dedican personas que provienen de diferentes contextos sociales y culturales. Debido a la generación de recursos monetarios, que en algunos casos más importante que los percibidos en los comercios formales. Un panorama importante, que de gran modo alivia al gobierno central, y es así que los gobiernos municipales flexibiliza su normativa respecto a la utilización del suelo.

En este contexto, la presente investigación, relaciona la fuerza que ejerce el comercio popular y el comercio informal a través de la apropiación del espacio público. Se centra en los efectos causados al interior de una ciudad que a través del tiempo ha sido objeto de transformaciones espaciales, funcionales y ambientales, que además incide de manera directa sobre los comportamientos, el nivel de bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

1.2. Planteamiento del problema

El espacio público de una ciudad, por naturaleza permite a la población libre acceso y libre uso, lo que alberga una amplia variedad de actividades, ya sean productivas, administrativas, comerciales, culturales, religiosas, etc.

El comercio popular e informal es un problema de realidad latente. En muchas ciudades de Latinoamérica, se ha convertido en un cotidiano paisaje que se extiende, no solo en el centro, sino también en áreas periféricas y residenciales.

En la ciudad de La Paz, plazas, calles y parques, son intensamente usados por la población proveniente de diferentes ciudades, principalmente de la ciudad de El Alto, para desarrollar actividades económicas de comercio y de recreación.

Estas formas concretas de uso y apropiación del espacio público se han realizado sin una planificación previa, en algunos casos son prácticas que se encuentran fuera de las normas y regulaciones establecidas por las autoridades competentes. Lo que genera conflictos de orden, de uso de espacio y además de perjudicar la movilidad que tiene el ciudadano, tanto peatonal como vehicular.

En todo caso, es la lógica de los comerciantes la que se impone en la determinación de los lugares del asentamiento, sin considerar que el espacio público es de todos. Por lo que se hace muy difícil el ordenamiento de las actividades económicas en vía pública. Esto, a su vez, impacta seriamente en la calidad del espacio público, pues su deterioro es creciente.

La ciudad de La Paz se caracteriza por su diversidad cultural, por lo que, a que tomar en cuenta su carácter multifuncional como recurso potencial del espacio público. En donde se da la interacción social, manifestaciones culturales y el intercambio económico, que son generadores de la dinámica urbana y como áreas de afluencia. Donde son visitadas diariamente por la población, pero que no reúnen las condiciones para brindar los servicios necesarios.

De acuerdo a datos del Gobierno Municipal de La Paz, uno de los macro distritos con la mayor concentración poblacional de comerciantes es Max paredes. Con un poco más de 12 km², donde existen 14.763 habitantes por kilómetro cuadrado, es decir tiene una importante densidad geográfica. Particularmente la investigación se centrara en los distritos siete y ocho que son más densos y con mayor cantidad de comerciantes en vía pública y además un movimiento económico importante.

Además de las condiciones y características ambientales, económicas, espaciales, sociales y culturales que se observan actualmente en el macro distrito Max Paredes, que modifican constantemente el espacio público. El crecimiento de la población junto a la pobreza y el desempleo han sido las razones principales que ha motivado la economía informal en ciudad de la Paz.

Por tanto, la constante evolución de la ciudad, y las transformaciones del espacio público, producto de la apropiación competitiva entre el comercio informal y el popular, pueden generar un gran deterioro. Por lo que es necesario realizar estudios que permitan conocer el impacto real que tiene la apropiación del espacio público en relación a los usos y actividades comerciales y culturales que se dan en él, además de la capacidad de

transformación urbana de estos barrios comerciales. De tal forma que se puedan tener alternativas y estrategias para dar solución a este problema no solo en pro del ordenamiento y mejora de la calidad del espacio público, sino también en el bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

A partir de lo expuesto nos hace formularnos la siguiente pregunta:

¿Cómo recuperar el espacio público sin perjudicar la economía del sector y su identidad?

¿En qué medida la recuperación del espacio público constituye una estrategia para la rehabilitación urbana en la Zona de Max Paredes?

1.3. Objetivos de la Investigación

El objetivo general de la investigación se divide en dos: El primero es analizar la dinámica urbana derivada de la apropiación del espacio público por parte del comercio popular e informal a través del caso de Max Paredes. El segundo producir información y orientaciones útiles para la comprensión del fenómeno y la ordenación y recuperación del espacio público.

Para lograr este objetivo se propone los siguientes objetivos específicos:

- Analizar el comercio popular e informal desde la perspectiva cultural, de identidad, los efectos de pertenencia, de consumo y género, dinámicas y efectos causados por la pandemia.
- Describir las diferentes formas de reglamentación que se producen socialmente en ejercicio del comercio en vía pública y su relación con el acceso y uso del espacio público.
- Describir reglamentos, normativas y planes existentes en el municipio en barrios donde existe el comercio informal y popular.
- Identificar acciones y estrategias para el ordenamiento del comercio en vía pública y la recuperación del espacio público.



CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

En este apartado se abordaran los Fundamentos teóricos que dan sujeto a esta investigación. Por lo que se pretende brindar información desde temáticas generales, iniciando con la evolución y las características del comercio informal y popular, con el objetivo de analizar las relaciones que existen entre ambos. Para continuar con una aproximación a la forma que ha sido abordada la problemática de la apropiación del espacio público con el comercio. Finalmente aterrizando en el ámbito local, se enfoca en los procesos y condiciones del comercio informal y popular al interior de la región de Latinoamérica a modo de comprender el entorno del área de estudio hasta llegar al contexto Boliviano.

2.1. El Intercambio Comercial

2.1.1. El Trueque o intercambio

La primera definición de trueque hace referencia a una actividad de intercambio de objetos o servicios por otros de la misma magnitud pero de características diferentes. Se caracterizaba por el intercambio sin que se utilice el dinero, si trasladamos esto en términos legalistas, la regulación del trueque esta dado mediante contrato por el cual cada una de las partes se obliga a dar una cosa para recibir otra, a este contrato se le denomina permuta.¹

Sin embargo, según diversos antropólogos, no se ha descrito ninguna comunidad en la que el trueque existiera como el medio principal de acceso a bienes, lo que desmiente la extendida concepción de que el trueque era una fase previa a la aparición del dinero y esta al crédito y a la deuda. Tan solo se ha documentado el trueque como una práctica ejercida entre comunidades o en periodos posteriores a las caídas de los grandes imperios y sistemas económicos que ya estaban basados con anterioridad en la moneda y en el intercambio (Graeber, 2014).

Por otra parte el trueque y la economía en la comunidad Andina estaban íntimamente ligada a preceptos de cooperación y bases de la ideología social y política, por lo que en un estado donde aun cuando existían las clases sociales, el trabajo era equitativo. (Gisbert, 1996, p.21).

¹ www.Enciclopediahistorica.com



Figura 1: Comercialización en el área Andina
Archivo: Juan Condori

En este contexto, el trueque era considerado como la mejor forma de intercambio entre pueblos, como los Aymaras², donde los alimentos producidos en el altiplano eran intercambiados por los producidos en los valles y las quebradas. Por lo que se desarrolló como la principal actividad comercial que permaneció vigente aun durante la colonia.

La vivencia del jesuita Bernabé Cobo descrita por Teresa Gisbert, hace referencia a como se realizaba el trueque en época de colonia y describía la forma de intercambio que tenían: “las mujeres, en días de fiesta salen a las plazas, unas sacan fruta otras carne, pescado, ponen sus mercancías o parte de él, en montoncillos, la otra llega a comprar con su maíz en lugar de dinero y hace un montoncillo que piensa dar por el precio de lo que compra. Sin hablarse la una y la otra la que vende pone los ojos en el maíz y si le parece poco no dice nada y hace entender que no está contenta con el precio, la que compra va añadiendo algunos granos de más hasta que la vendedora este contenta” (Gisbert, 1996).

La historia nos relata que todas las culturas conocieron y practicaron el comercio, no en el modo en que ahora lo ejercemos, pero el intercambio ha estado presente. Las civilizaciones de Egipto, India, Cartago, Grecia, Roma, América, etc. Perfeccionaron el trueque al punto de ser considerado como la principal modalidad de consumo que en la actualidad en muchas regiones aún se sigue practicando.

2.1.2. La función del Dinero en el comercio

Anteriormente se vio la importancia del trueque y la ausencia del dinero como una característica dentro de esta modalidad. A lo largo del tiempo se ha ido evolucionando, generando así, el intercambio monetario, pues ya no era necesario que la otra parte posea mercancía para completar el intercambio, sino que ahora el dinero obtiene el valor simbólico. Las civilizaciones más adelantadas, como la romana, aplicaron este concepto y empezaron a fabricar monedas como objetos especialmente diseñados y acuñadas de oro y plata.

² El pueblo Aymara se ha caracterizado por su capacidad de recrear y adaptar su cultura a los profundos cambios políticos y sociales acaecidos desde la Colonia. Reflejo de ello es la persistencia de ciertas prácticas e instituciones que conservan rasgos de su origen prehispánico. La población aymara se ha asentado históricamente en ámbitos de tres países limítrofes: Perú, Bolivia y Chile (Gisbert, 1996, p.75).

Graeber (2014) señala que el dinero como unidad de cuenta se inventó el momento en que surgía una obligación no cuantificable y se transformada luego en el concepto cuantificable como el “te debo una”. Este punto de vista sugiere que el dinero surgió primero como crédito y más tarde adquirió las funciones de un medio de cambio y depósito de valor.

El dinero continúa evolucionando. Desde hace años, y en paralelo con la digitalización de la sociedad, han irrumpido con fuerza diversos medios de pago electrónicos, que surgieron en los años 90. Este tipo de dinero puede utilizarse para pagar bienes y servicios a través de internet o de otros medios electrónicos.

El dinero es considerado un instrumento de pago. Es el intercambio entre la producción y el consumo, quien recibe dinero a cambio de cierto servicio, queda satisfecho desde el punto de vista del derecho privado, pero económicamente, con el dinero, está facultado para reclamar otro servicio (Knapp, 1926).

2.1.3. El carácter de Mercados y Ferias.

Es evidente que el comercio, es la compra y venta de las mercancías. Por lo que el mercado y la feria surgen de la necesidad de un lugar en donde se pueda satisfacer las necesidades de cambio a lo que impulsaron la creación de centros de venta. Inicialmente creadas de forma espontánea a pasar el tiempo surgieron las autorizaciones que limitaban su organización a determinadas áreas de la ciudad. A ellas bajaban agricultores y ganaderos para vender sus mercancías y realizar actividades.

Durante siglos las ferias y mercados constituyeron la única forma de comercialización de productos, poco a poco las ferias y los mercados adquirieron un carácter más mercantil y su oferta se fue diversificando, sumándose nuevos vendedores y variedad de productos.

Entre las instituciones encargadas de favorecer los procesos de compra y venta, figuran los mercados y las ferias que desde una visión general se distinguen entre sí, en que las segundas reservan para las grandes transacciones (Condori, 1999). Las ferias en su forma inicial era no solo una reunión de compradores y vendedores, sino que también se mandaban a ellas mercancías en grandes cantidades para su venta, el desarrollo de los medios de comunicación hizo que la movilización de las mercancías resulte imposible por la cantidad y variedad de ellas (Ferias y Mercados, s.f.). De ahí que las ferias fueron reduciendo a la categoría de ferias de muestra.

Por otra parte, para el aprovisionamiento de las ciudades, existen los mercados semanales móviles y los mercados permanentes, que se distinguen entre sí por la presencia de locales

fijos y, generalmente, por su tiempo regular en el espacio, los cuales están organizados convenientemente, las ventas de por mayor y menor. Se refiere usualmente aquella concentración de comerciantes y clientes en un determinado espacio en el que se produce y se realiza el intercambio de bienes y servicios con las correspondientes transacciones económicas fruto de la concurrencia de la oferta y la demanda. De ahí su proximidad al concepto de feria, aunque está limitada a un sector (Ferias y Mercados, s.f.).



Figura 2: Comercio en ferias

Archivo: Juan Condori

Mirando desde la perspectiva andina, los mercados y ferias fueron centros de apogeo de trueque, años previos a la llegada Española. En los años del virreinato del alto Perú, existían mercados y ferias que con frecuencia reunían intereses de intercambio, ferias públicas, que por su extensión, frecuencia y la gente que aglomeraba fueron calificadas como grandes centros mercantiles. (Condori, 1999)

La eficacia y aceptación del trueque dentro de la sociedad en tiempos prehispánicos se evidencia aun en la actualidad cuando en muchas poblaciones andinas se continúa practicando.

Hoy en día los mercados y ferias públicas se establecen como las incubadoras de las pequeñas empresas, desde una pequeña feria de fin de semana hasta un mercado de alimentos de funcionamiento diario o semanal. Este tipo de comercio es el paraíso para algunas minorías, hombres o mujeres hasta emigrantes pueden formar un negocio. Esto sucede básicamente porque estos lugares son baratos para iniciarse comercialmente, frecuentemente los vendedores solo tiene que invertir en una pequeña y económica infraestructura, rara vez se endeudan para iniciar su negocio, generalmente los dueños inician su negocio con sus ahorros y se convierte en el trabajo familiar.

Las ciudades actuales están en constante cambio especialmente demográficos, básicamente producto de la inmigración. Por lo que los mercados son el espacio más socialmente diverso en una comunidad. Aquí encontramos gente de distintas edades y sexo, status socioeconómicos, y donde se crea espacios públicos activos, enlazan la economía rural y en algunos casos son catalizadores de renovación urbana de centros o barrios específicos de la ciudad. (Páez, 2015)

2.2. Definiciones y características del comercio popular e informal

2.2.1. El comercio Informal

El comercio informal se define como aquel intercambio económico que se realiza de manera irregular, porque no sigue los procesos fiscales y de permisos requeridos por las autoridades para ejercer esa actividad.

Existen múltiples razones por las cuales se origina en mayor proporción el comercio informal. Una de las razones es la migración que existe, la cual hizo colapsar a los sistemas urbanos y fue generando lo que hoy se conoce como mercado informal. Otro motivo son los elevados costos de la formalidad, tanto para el acceso como para la permanencia. Para esto se da el caso en que una persona que quiera establecer su propio negocio necesita contratar los servicios de profesionales y dedicar tiempo a conseguir permisos y licencias a una multitud de oficinas públicas. Por lo que este tipo de comercio existe debido a una demanda de población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la demanda por trabajo de población desempleada, la cual busca generar ingresos de alguna manera.

Víctor Tokman (2001) hace un análisis de la informalidad donde asocia a la globalización y a los cambios que ocurren en la división internacional del trabajo. La mirada de Tokman proviene de una lógica de sobrevivencia cuando los buenos empleos en los sectores modernos son insuficientes. “Una población que crece rápido, una fuerza de trabajo que presiona por encontrar trabajo, particularmente en las ciudades, y buenos empleos en los sectores moderno, pero que crecen a ritmos insuficientes” (Tokman, 2001).

El comercio informal aparece como uno de los receptores de la búsqueda de maneras de subsistir, lo que hace que se crea una saturación de comerciantes, algunos de los cuales obligadamente se transforman en informales. La mayoría de comerciantes ambulantes forman cinturones alrededor de mercados formalmente establecidos.

En la mayoría de los países Latino Americanos, una de las principales entradas de análisis de este tipo de comercio es el socioeconómico (López, 2015). Es decir, de qué manera el comercio informal es el reflejo de la calidad del mercado de trabajo de un país, así como del poder adquisitivo de la población. Con un mercado de trabajo, en donde las oportunidades laborales son escasas, y cuando existen son mal pagadas, el comercio informal representa una oportunidad de ingresos más atractiva.

Por ello, cuando se debate acerca de la presencia del comercio informal en el espacio público, es indispensable mantener en la mira la delicada relación que esta actividad económica tiene con la población.

2.2.2. El comercio Popular, ni formales, ni ambulantes

Como se mencionó en el anterior apartado el crecimiento económico y demográfico, la forma de las ciudades también se habría modificado. De esta forma, se producía un complejo proceso en el que al mismo tiempo se desarrollaba el crecimiento y diversificación de la población, se multiplicaban las actividades, se modificaba el paisaje urbano, se alteraban las tradicionales costumbres y las maneras de pensar de los distintos grupos de las sociedades urbanas (Romero, 2000).

El crecimiento del comercio popular fue de la mano con el crecimiento de las ciudades, como una consecuencia de su desarrollo, instalándose en sus centros, plazas, calles. Generado con ello el malestar del gobierno, de la población y de las empresas, que veían con preocupación cómo este comercio se apoderaba de los espacios públicos.

Es necesario enmarcar el concepto de comercio popular y diferenciar del informal. Para esto es necesario considerar el rol que juega el Estado en esta definición de economía informal, ya que sería precisamente su intervención en la vida económica la que crearía un espacio "formal" de transacciones predecibles y ejecutables, en el que podría florecer el capitalismo moderno. Larissa Lomnitz (1978) explica que, el orden crea el desorden. La economía formal crea su propia informalidad. La paradoja del control del Estado es que los esfuerzos oficiales por desterrar las actividades no reguladas mediante la proliferación de reglas y controles, muchas veces refuerzan las propias condiciones que generan esas actividades (Portes y Haller, 2004). En este sentido, la economía informal no podría existir si no existiera un universo de actividades formales y controladas.

De esta forma, para el caso del comercio popular a principios del siglo XX no podemos hablar de economía informal porque ésta se definiría en función de actividades que sí tendrían la calidad de formales, o sea reguladas por el Estado. Sin embargo, entorno a las ventas callejeras aún no se elabora ese marco de regulación. En muchos casos, se les concede el permiso, se entienden como necesarias, e incluso se fomentan.

En este sentido, estamos asistiendo al surgimiento, a la configuración, de un sistema de abasto, en el que es difusa esta línea entre la legalidad y la ilegalidad. Las ventas populares, si bien muchas veces surgen al margen de la legalidad, se enfrentan a las autoridades, que en el desconcierto por su desarrollo buscan darles marcos legales, e insertarlas dentro de la legalidad, cobrándoles impuestos, destinándoles espacios dentro

de la ciudad, reglamentando su ejercicio. Incluso es posible ver un esfuerzo por incluirlas dentro del proyecto modernizador, en la medida que cumplieren ciertos requisitos asociados con el orden y la higiene.

Mario Barbosa (2008), en su investigación sobre el trabajo en las calles para el caso del México tampoco comparte el uso de la categoría “informal”. Busca alejarse de las categorías que suelen utilizarse para caracterizar a los pobres urbanos, tales como autónomos, no integrados, o fuera de la estructura o sistema económico. E insiste en que el empleo de estos términos aparentemente explicativos ha impedido el análisis de una gran gama de grises en las vidas y prácticas sociales, políticas y culturales de estas mayorías. Desde aquí el autor va a referirse constantemente al concepto de trabajo en las calles y no al de informalidad.

En los últimos años se observa una significativa expansión del comercio popular, fenómeno que tiene un profundo impacto en los espacios públicos de las principales ciudades de Latinoamérica. Asimismo, el uso del espacio público como área económica se caracteriza por formas heterogéneas de uso y apropiación, lo que modifica las formas en las que los diversos actores sociales experimentan el espacio público. (Pereira, 2015)

2.2.3. Economía Dual

Economía dual se refiere a la coexistencia de dos sectores económicos al interior de un mismo espacio, separados por mostrar distintos niveles de desarrollo y diferentes patrones de demanda.

Sethureman, investigador de la OIT³, en uno de los estudios realizados sobre las mediciones políticas del sector informal en los países en desarrollo, se refiere a la economía urbana como una economía dual. Basándose en autores como McGee (1972, p. 138) que considera que la mayoría de las ciudades en vías de desarrollo comprenden dos sistemas yuxtapuestos de producción, derivado de las formas capitalistas y del sistema campesino. El cual habla de una peculiar organización de las actividades productivas que en función a la tecnología empleada se distinguen entre “moderno” y “tradicional”.

Louis Emmerji (1974), respalda más por el termino formal y no formal en vez de moderno y tradicional, refiriéndose a la segunda como una visión sobre la tecnología utilizada y la rechaza argumentando que dar al término “tradicional” un sentido despectivo que es propio de una cultura foránea que considera lo tradicional como perjudicial para el desarrollo, más bien que como parte integra de la cultura y de la identidad nacional. En cambio habla de lo

³ OIT. Empleo, renta e igualdad: una estrategia para aumentar el empleo productivo en kenya, Ginebra, 1972

formal y no formal como una forma neutra de referencia se limita a decir que el sector no formal es informal. Además sanciona como informal cualquier relación que pueda establecer entre la empresa de ese sector y otras empresas, el gobierno u otra institución.

Las oportunidades de las actividades que generen lo formal y no formal son el reflejo de empleo, desempleo y subempleo, las dos últimas se encontraría en el sector no organizado o no estructurado. Donde las personas que se ven obligadas a optar por lo no formal, por la insuficiencia de empleo y por la propia falta de formación. Esta ha sido la historia de América Latina, en general de los países en desarrollo. Una población que crece rápido, una fuerza de trabajo que presiona por encontrar trabajo, bien remunerados, pero que son insuficientes. Hacen que la gente busque sus propias soluciones produciendo o vendiendo algo que le permita obtener algún tipo de ingreso para sobrevivir. El sector informal promueve la migración del campo a la ciudad o migraciones extranjeras este última por la poca o nula exigencia legal.

2.3. Proceso de apropiación del espacio Público

Hasta ahora se abordó la temática de la informalidad y popular desde un punto de vista socioeconómico, el comercio informal como el reflejo de una globalización económica, al que muchos países sin poder hacer frente desencadenan en actividades comerciales de carácter informal. Pero si entendemos al comercio de una forma o un fenómeno construido, lo que nos hace pensar en donde se realizan estas actividades, por lo que a continuación se hace énfasis al lugar que ocupa el comercio en la ciudad.

Desde aquel espacio público que nos ha sido conferido por ley para su uso y disfrute hasta la convivencia y el compartir con sector de la población que ha decidido utilizar como su medio de vida, de modo que nos ofrecemos productos mientras caminamos.

Tanto como el comercio informal como el popular ha encontrado en el espacio público el buen desenvolvimiento de su actividad. Pero en el momento en que esta decide actuar en un espacio que inicialmente era utilizado por otras actividades, pueden surgir confrontaciones entre quienes originalmente utilizaban el espacio público.

Según Fernando Romero (s.f) ⁴“La calle es el espacio por excelencia que hace posible mirar la ciudad en desarrollo y conflictos, a si en las ciudades los planes de desarrollo deben enfrentar por un lado la necesidad de dar funcionalidad a los espacios, pero al mismo tiempo al malestar de una sociedad urbana que enfrenta problemas de mala calidad de vida pobreza y exclusión”. Por tanto, la calle vine a ser el lugar donde la gente pone a

⁴ Romero Fernando, Calle.<http://www.utp.edu.co/chumanas/revistas/rev20/romero.htm>

prueba su potencial de actuar, crear acontecimiento y fundar su lenguaje. La vitalidad del espacio público radica en el hecho de estar habitando permanentemente, de ser vivida, de recorrerla, usarla de manera tanto individual como colectiva, ya estos actos nutren el espacio público y este revela la tolerancia, el nivel de organización y sentido democrático de apropiación de la ciudad.

Ortiz, (2006) en su trabajo sobre los espacios públicos de Barcelona, utiliza dos conceptos claves el sentido de pertenencia y el sentido de lugar. En donde aborda el sentido de lugar como una construcción social en donde el espacio pasa a ser un lugar mediante la acción y el uso cotidiano de los individuos, quienes llenan de significado y contenido. Por otra parte el sentido de pertenencia lo define como un conjunto de sentimientos, necesidades, deseos, construido sobre las bases de las prácticas de actividades que se realiza en un espacio

Monique Cohen (2000) en su estudio, los vendedores ambulantes en los países en desarrollo, en donde sus conclusiones apuntan a que la ubicación es bastante importante aún para los vendedores ambulantes. Por lo que su correcta ubicación podría significar el llevar dinero a sus hogares o no. En ese sentido este complicado escenario atribuye con preferencia los centros de las ciudades, los lugares turísticos, de diversión y centros históricos, en si donde existe mayor movimiento de personas. Por otro lado, en tanto las zonas residenciales se expanden, también lo hacen los comercios informales, especialmente de alimentos, donde también atraen a estos espacios más tráfico y actividades recreativas.

Rodríguez (2000) señala en su investigación un fenómeno particular sobre el comercio popular en vía pública: antes de la Feria Franca. Las comerciantes vendían dentro del mercado, ellas salieron hacia la calle por la competencia que les hacían las vendedoras ambulantes, de este modo es que se fue expandiendo el mercado hacia las calles adyacentes.

Según Gonzales (1998), los comerciantes optan por una incursión tímida, con pequeños anaqueles que fácilmente los podrán levantar si es que son reconocidos por las autoridades. Donde ofertan aquellos productos que creen que serán comercializados con facilidad debido a la competencia. Donde muy pronto serán conocidos por sus consumidores y hará que este comerciante deje de moverse de la calle y se establezca en un espacio visible y cercano a su clientela, donde colocando algunas tablas construidas precariamente en el espacio, para no ser distinguido como permanente. Por lo que esta visión nos muestra que el comercio informal es una actividad que inicia tímidamente para luego apropiarse del espacio público y defenderlo como su propiedad.

Por otra parte, Monique Cohen (2000) señala que son los consumidores quienes exigen la presencia permanente de los ambulantes y en caso de expendio de comida, el consumidor es quien exige y dibuja un espacio apto para satisfacer su demanda de comodidad.

Es evidente que el uso del espacio público vive en permanente disputa debido a su complejidad, por la dificultad de hacer compatibles un conjunto de derechos entre sí, de los actores sociales involucrados y el resto de la sociedad. Incompatibilidad que se evidencia con la imposibilidad de armonizar el derecho al libre tránsito de los peatones y el disfrute del espacio público, frente al derecho al trabajo por parte de los comerciantes en vía pública. Por esto algunos autores señalan que "el centro de este conflicto de intereses entre el comercio establecido y el callejero es la propiedad privada; esto es, el derecho al uso del suelo" (Torres, 1997, p.40).

Así entonces el espacio público supone, dominio público, uso social colectivo y diversidad de actividades. Por lo que facilita la calidad de las relaciones sociales, por su capacidad de acoger y mezclar distintos grupos y comportamientos y por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración cultural.

Aunque muchos autores y la opinión en general tienden a pensar en estos actores como actores marginales⁵, otros nos muestran, que los comerciantes en vía pública son actores capaces de producir una resistencia frente al estado y pueden incidir indirectamente en las políticas que afectan sus propios intereses. En palabras de Cross, se trata de una "resistencia no es una manera de oposición directa, pero es una forma sutil de evasión y manipulación" (Cross, 1998, p.6)

Para Borja (2003), la historia de la ciudad es la de su espacio público, sostiene que el espacio público es a un tiempo, el espacio principal de la cultura urbana y de la ciudadanía, es un espacio físico, simbólico y político.

2.4. El aporte cultural e identidad

La importancia de lecturas económicas del fenómeno no puede minimizar ciertos aspectos socioculturales de gran importancia. Así, los intercambios y encuentros ciudadanos en vías y plazas públicas donde se asientan los comerciantes informales, son señalados como una de las características de esta actividad que va más allá del comercio.

⁵ Al respecto Touraine señala que los comerciantes en vía pública son actores pasivos en tanto que "son a la vez destruidos por la exclusión padecida, la violencia sufrida y a veces utilizada indica una privación de acción colectiva que profundiza y transforma la privación de recursos y de influencia" (Touraine, 1987).

Gran parte de ciudades latinoamericanas, se caracterizan por el alto grado de expresión que tienen sobre el espacio público. Es lo que nos relaciona culturalmente, el usar las calles, plazas, parques, como espacios colectivos de expresión cultural, forman lo que somos actualmente como sociedad.

Las ciudades son el lugar de máxima oportunidad para la diferencia, la acogida, la justicia y la compasión. Plazas y calles han sido desde hace más de un siglo los espacios públicos modélicos acerca de los cuales se ha discutido, proyectado y comparado un espacio urbano más deseable (Sola Morales, 2004). La ciudad también es tiempo, por lo que han sido, son y serán memoria, presente y futuro. Es historia, su gente, sus distintos lugares tienen sus propias historias, tiene ciclos y rutinas. Al observar la evolución de las transformaciones en una ciudad, esta impedancia se resume simplídicamente en lo anterior, lo antiguo, frente a lo nuevo (Parceriza, 1986). En definitiva, como decía Henri Lefebvre (2013), la ciudad es una gran máquina de posibilidades.

Las celebraciones religiosas, folklóricas, eventos políticos, protestas sociales y sindicales, nos ayudan a identificar a la comunidad, entendiendo su estructura cultural, social y económica que presenta. Es a partir de esto que podemos identificar la estructura urbana, en la mayoría de los casos, conformada según características que no siguen los lineamientos de expresión cultural sobre el espacio. Es por eso que la búsqueda de la consolidación de una estructura urbana en Latinoamérica, debe ser encontrada en la expresión social dentro sus espacios públicos.

El comercio popular e informal ha sido muy poco estudiado desde el punto de vista cultural. En los últimos años, la mayoría de los análisis de esta actividad, han sido basados en estudios de carácter económico y sociológico.

En los años setenta varios investigadores ya se concentra en la emergencia de las varias subculturas que parecían resistir a algunos aspectos de la estructura dominante de poder (Escosteguy, 2001). Señala que los estudios culturales populares intentan analizar la constitución de un sistema de valores y las cuestiones de autonomía y también como estos mismos sistemas contribuyen para la construcción de una identidad colectiva. Por tanto, el reconocimiento de la palabra de los actores es fundamental y muchos trabajos están basados, metodológicamente, en la historia y en la memoria popular.

Así también otro tema importante dentro de la cultura es la del consumo, el cual tiene un vínculo entre la economía y la cultura del lugar. Según Crang (1998) opto por considerar los espacios donde las mercaderías y los servicios son vendidos y también el uso de la mercadería como consumo. Por lo que indica que el consumo es un fenómeno que

depende cada vez más del deseo, no de la necesidad. Es decir, es una actividad esencial que modela la vida de las personas, produciendo identidades.

Nancy Martínez (2002) citado por Bravo (2014), propone ver la calle desde el comercio en la vía pública. Sostiene que históricamente en la ciudad de México se han utilizado los espacios considerados públicos para el abastecimiento, mercadeo y consumo de productos de precios accesibles y que actualmente el comercio en la vía pública ha mantenido y cumplido estas funciones. El proceso de apropiación de las calles por los comerciantes informales se ha profundizado en los últimos decenios del siglo XX. Reflejándose en la especialización de sus calles, gracias a que los compradores, según la autora, han integrado en sus hábitos de consumo y en sus referentes culturales la forma de localizar el producto en la calle.

En este sentido es importante, una vez que se considera la manera de como las personas se presentan y se expresan, hablar sobre la identidad de las ciudades.

Kevin Lynch (1998) plantea la identidad en primer lugar como un reconocimiento de una imagen urbana, implicando con ello la diferenciación de otras imágenes, a partir del reconocimiento de esta como una entidad en sí. Para este reconocimiento plantea en su libro "La Imagen de la ciudad"⁶ una mirada físico-funcional, que tiene que ver con el reconocimiento en la ciudad de cauces o sendas, bordes o límites, sectores, hitos, nodos, etc. Elementos que se constituyen como aspectos físicos que otorgan identidad a la ciudad

Para el sociólogo Manuel Castells (1998, p. 29), en lo referente a los actores sociales, la identidad es entendida por el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o a un conjunto de atributos culturales. El autor considera la pluralidad de identidades que un individuo puede tener. Además señala que la construcción social de la identidad siempre tiene lugar en un contexto marcado por las relaciones de poder.

En este sentido la identidad de un lugar o espacio son históricas y sujetas a transformaciones. Para los trabajadores del comercio informal y popular están sujetos a historias de vida. Ellos producen y reproducen comportamientos y prácticas sociales singulares que les proporcionan una identidad específica, no necesariamente permanente. Una identidad que puede corresponder a la condición del comercio y la apropiación del espacio público. Así que estudiar el comercio popular e informal, es hablar de la economía, de lo social, de lo cultural, de lo territorial y de las relaciones de los actores que conducen a este tipo específico de comportamiento y de modo de vida.

⁶ Lynch Kevin, "La imagen de la Ciudad", Gustavo Gili S.A. 5 Edición, Barcelona, España, 1998

2.5. La Recuperación del Espacio Público

El espacio público supone dominio público, tiene una dimensión sociocultural. Es un lugar de relación y de contacto entre personas, se caracteriza físicamente por su accesibilidad, lo que le hace un factor de centralidad. Por ello es conveniente que el espacio público tenga algunas cualidades formales como la continuidad del diseño urbano y la facultad ordenadora del mismo, la generosidad de sus formas, de su imagen, de sus materiales y la adaptabilidad a usos diversos a través de los tiempos.

La degradación del espacio público se da a causa de la proliferación del comercio en vía pública, su uso en distintas formas sin un orden. En la recuperación y rehabilitación de los Espacio Públicos, la ciudad requiere ser diseñada en función de las necesidades del ser humano.

Rescatar espacio público es la oportunidad de reorganizar y dignificar zonas marginadas y áreas de recreación, lo que ayuda a reducir la conflictividad social. (Paramo, 2015). Ello significa el mejoramiento del entorno y el desarrollo comunitario, aspectos que contribuyen a superar la pobreza urbana. El espacio público está sustentado en los valores culturales e históricos que la comunidad le otorga como parte de su identidad y pertenencia social.

2.6. El comercio Informal en América Latina

En América Latina las actividades informales son una fuente importante de empleo. Desde los años sesenta, el comercio informal es una actividad presente en las calles y plazas de las ciudades latinoamericanas. Este tipo de actividad, tiene un papel muy importante en el conjunto de las actividades económicas y sociales, ya que absorbe una gran parte de los trabajadores urbanos. Además, al utilizar espacios públicos para ejercer sus actividades, son responsables de transformaciones en los espacios urbanos.

Según el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), el sector informal sigue teniendo una gran representación en la región donde, para algunos países, el mercado laboral informal es ahora de un mayor tamaño que el de la economía formal. Comprendiendo casi 60% del mercado de trabajo. En América Latina y el Caribe hay al menos 130 millones de personas trabajando en condiciones de informalidad (Rave, 2018).

Rosenbluth (2004), en su artículo en la Revista de la CEPAL escribe sobre la informalidad y la pobreza en América Latina; el cual busca aportar elementos que contribuyan a esclarecer si es efectivo que la pobreza proviene sólo del sector informal, o en qué medida contribuye a ella el sector asalariado. El autor inscribe su trabajo bajo el enfoque

estructuralista. Este enfoque explica el origen del sector informal y de su evolución por el comportamiento del empleo, la alta desigualdad en la distribución del ingreso y el acelerado crecimiento de la fuerza de trabajo. A lo que concluye, que las consecuencias son, una generación de empleos insuficientes para absorber el alto crecimiento de la fuerza de trabajo, y una estructura de precios variable a los cambios ocurridos en el proceso económico por la incorporación de nueva tecnología.

Así también, Cartaya (1991, p.17) encuentra una relación más débil entre la pobreza y la informalidad en Venezuela en los años ochenta. La autora señala que incluso aunque los trabajadores informales muestran una mayor incidencia de pobreza, no representa la mayor parte de los pobres.

Hays-Mitchell (1994) estudia las relaciones entre los llamados comerciantes informales en Perú y los contextos institucionales, económicos y sociales. Señala que la informalidad en Perú debe ser contextualizada como un proceso que tiene raíces históricas y culturales, que a la vez, interacciona de una forma dinámica con los hechos contemporáneos, operando a escala local, nacional e internacional. De hecho, los y las ambulantes de Perú están funcionalmente interrelacionados con los procesos institucionales, sociales y económicos. La autora comprueba que la venta callejera es la más visible de las formas de cambio informal y es una de las primeras actividades económicas documentadas en la América Andina colonial.

Cabronetto (1985) en su trabajo sobre la economía informal de los países andinos muestra que los llamados "informales" conquistan en su accionar diario espacios físicos y económicos, así como los vacíos de poder dejados por el aparato oficial. De esta manera, los espacios así ocupados son luego moldeados según su propia racionalidad en función de sus intereses y de la percepción del cambio social que ellos poseen.

Por otra parte, una investigación llevada a cabo por académicos del ITESM-CEM demostró que muchos de los vendedores tanto informales como populares son personas con formación académica a nivel licenciatura e incluso maestría, y que si se dedicaban a la actividad informal era porque representaba una mayor ganancia salarial que un empleo en el sector formal. En el caso de las mujeres, el comercio informal permite una mayor flexibilidad en términos de horarios, más compatible con otras actividades, por ejemplo, las familiares. Hay incluso asociaciones de comerciantes que ofrecen servicios como los de guarderías, para sus agremiados. Es decir, las organizaciones de comerciantes informales también llenan los vacíos institucionales existentes en términos de servicios públicos.



CÁPITULO III MARCO METODOLÓGICO

CÁPITULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de Trabajo

La metodología de trabajo adoptada para la presente investigación, se realiza en dos etapas. La primera etapa de revisión de fuentes de investigación que consiste en la revisión de información, inicialmente como guía para abordar la temática del Comercio popular e informal, el uso y apropiación del espacio público.

La segunda etapa, se utilizó la metodología cualitativa para la recolección de datos que nos permiten conocer las características del comercio popular e informal a partir de la aproximación con los actores con el fin de contar con elementos sólidos de estudio y de análisis, además del sentir de quienes viven de cerca este fenómeno en el área de estudio que corresponde al barrio Max Paredes de la ciudad de La Paz.

3.2. La definición del Área de estudio y perfil de actores.

El área de estudio corresponde según datos del Gobierno Autónomo Municipal de La Ciudad de La Paz, a uno de los Macro distritos con la mayor concentración de comerciantes y densidad económica, como es Max paredes. Donde su principal actividad económica es la comercial y su centro con mayor porcentaje de comerciantes son los distritos 7 y 8.

Para la investigación se define una delimitación territorial basándose principalmente en criterios de densidad o nivel de concentración de comerciantes. Los cuales por la poca disponibilidad de tiempo y además de la pandemia del Covid-19, hizo que se definiera un área de estudio más razonable. Por lo que se definieron 5 principales tramos, con diferentes características de apropiación del espacio público.

Detallados en el Cuadro 1.

Cuadro 1: Tramos de Estudio

Tramo	Ubicación
Tramo 1	Av. Buenos Aires
Tramo 2	Calle La Tablada
Tramo 3	Calle Ortega
Tramo 4	Av. Tumusla
Tramo 5	Av. Max Paredes

Fuente: Elaboración Propia

Así también, para la investigación es necesario la identificación de los principales actores que se encuentran en el territorio.

En la ciudad de La Paz de acuerdo al proceso histórico en la transformación territorial. El desarrollo de la ciudad, es resultado de la participación de los diferentes actores locales, fundamentalmente en la actividad económica a partir de la participación en la transformación del sector productivo, social y político. (Calderón y Szmukler, 2000).

En esta actividad intervienen una diversidad de actores sociales, desde actores directos como son el comerciante popular, con instalaciones fijas y semifijas, el comerciante Informal de manera ambulante. Por otro lado de manera indirecta el consumidor y residentes quienes también hacen uso del espacio público.

Así también es de gran importancia comprender el movimiento gremial y las redes sociales. Gracias a ellas es que los comerciantes ingresan a estas actividades, además, el éxito y permanencia depende del cumplimiento disciplinado de las normas y estatutos de las asociaciones (Pereira, 2015).

Por tanto, para la presente investigación es importante analizar la problemática desde distintos puntos de vista, así mismo de comprender por qué y el cómo de la actual complejidad del espacio urbano producto de la apropiación del comercio.

3.3. Fuentes y técnicas de Investigación

Etapas 1. Información Secundaria

Está constituida por información recogida, se inició con la revisión de fuentes documentales del objeto de estudio, es decir del comercio popular e informal y el espacio Público del área de estudio.

Por lo que se realizó la siguiente investigación:

- Se inició con el estudio de bibliografía relevante sobre aspectos teóricos, históricos y empíricos sobre el comercio popular desde la perspectiva cultural y de identidad.
- La revisión de fuentes documentales del objeto de estudio, es decir el comercio popular e informal en el espacio público, realizando énfasis en la relación que se

produce entre los comerciantes y el territorio que ocupan para desarrollar sus actividades.

- Revisión de documentos, tales como Normativa Municipal, patentes, censos nacionales oficiales, programas Municipales o estatales sobre el comercio en el espacio público.
- Los efectos de pertenencia y género y la relación entre los actores, así también conocer cuáles son los efectos causados por la pandemia de Covid -19.

Etapa 2. Información Primaria

Para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se determinó la utilización de metodología cualitativa con la *técnica de Observación directa*, para estudiar las consecuencias del comercio popular e informal y la apropiación de espacio público. Complementariamente se utilizó la *técnica de encuesta*, a fin de abordar la investigación de forma “macro”, que facilite la recolección de información que pueda expresarse de forma numérica. Debido a la crisis sanitaria que se atraviesa a nivel mundial era necesario la utilización de una metodología que nos permita realizarlo de una forma rápida y en contacto con el entrevistado en un tiempo mínimo.

Las cuales se detallan a continuación:

Técnica de Observación Directa

Con el fin de estudiar las consecuencias de la apropiación del espacio público y la dinámica entre comercio popular, informal y consumidor, se utiliza el enfoque cualitativo con la *técnica de observación directa* en el área de estudio.

La técnica denominada por Colette Pétonnet (1982) como “observación flotante” y que, según dicha autora, encaja mejor con la aprehensión de los hechos urbanos cotidianos, por cuanto el investigador básicamente desarrolla una predisposición al encuentro fortuito a través de deambular. Su función principal es mirar y describir lo urbano como una actitud del etnógrafo, Walter Imilan (2006).

Esta técnica permitió una primera aproximación a los tramos seleccionados y capacitó para focalizar de un modo más certero nuestra mirada, indagar en aquellos aspectos que parecían relevantes. Así también permitió realizar reconocimientos visuales que ilustran sobre la configuración espacial, sobre las rutinas sociales y el uso del espacio público.

La observación se llevó a cabo durante 10 días en horarios diferentes durante el día, con una duración de 30 minutos en cada tramo. Se construyó una guía de observación, que permitió organizar la información base en tiempo y espacio y clasificando la descripción de las actividades.

La técnica fue enriquecida con la fotografía que permitió plasmar visualmente las características del objeto de estudio, su dinámica y sus implicaciones en el espacio público. Lo cual ayuda a describir gráficamente muchas de la problemáticas que existen en el territorio, más propiamente en los tramos estudiados.

En primera instancia y para construir una narrativa fotográfica se planteó la siguiente guía para la instigación:

- Tipos de puestos de venta: fijos, semifijos, ambulantes.
- Tipo de mercadería que se vende
- La ubicación espacial e implicaciones del uso del espacio público: obstrucción vehicular y peatonal, servicios higiénicos, etc.
- Horarios de mayor consumidores
- Horarios de ventas.
- Normas de bioseguridad, por parte de comerciantes y consumidores.

Una vez clasificadas las fotografías, se procedió al análisis de las mismas en función a las categorías mencionadas. Donde lo que se pretende es describir su contenido luego realizar un breve análisis en busca de rescatar puntos de aproximación a cerca de la problemática y rescatar conceptos claves que nos permitan delinear estrategias de intervención.

Técnica de la Encuesta

Se entiende por encuesta al procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla.(Riera,1994)

Esta técnica facilito la recolección de información sólida y de análisis, a partir de la aproximación con los actores.

Se aplicaron dos cuestionarios formado por preguntas estructuradas, teniendo en cuenta aspectos, como el usos del lenguaje, que sea de fácil comprensión, el tiempo que la persona puede dedicar a la encuesta teniendo en cuenta la situación actual de la Pandemia

Covid-19, además de que la persona encuestada se encuentra en su fuente de trabajo y no se debería competir con los clientes

Se encuestó a 200 personas (125 comerciantes populares. 25 comerciantes informales y 50 personas entre consumidores y vecinos).

La primera encuesta dirigida a **comerciantes informales y populares**, permitió contar con información sobre las características del comerciante popular e informal, donde se planteó preguntas acerca de las condiciones en las que trabajan, el producto de venta, horarios, la forma del abastecimiento, las normas de bioseguridad, así también información general como la antigüedad del puesto, horario de trabajo, por último los cambios que ellos desearían ver en su espacio de trabajo y la posibilidad de traslado. (Ver Anexo2)

La segunda encuesta dirigida a **clientes y vecinos**, como eje principal la relación que existe entre comercio, los residentes y consumidores, donde se plantearon preguntas como los años de residencia en la zona, el motivo de compra en el sector, las percepciones del comercio informal, siendo conscientes del beneficio o perjuicio que le trae el comercio informal y popular y su presencia masiva en el territorio. (Ver Anexo 3)

La recolección de la información se realizó durante 5 días, en horarios que se consideraba con mayor actividad, entre mañana y tarde, dentro del área de estudio. Posteriormente se verificó la información y se realizó el análisis de la información para luego realizar el vaciado de las respuestas de las encuestas realizadas a una base de datos para reflejar de forma estadística (elaboración de cuadros y esquemas gráficos).



CAPITULO IV CONTEXTO

CAPITULO IV CONTEXTO

En este apartado se hace relación a investigaciones realizadas en Bolivia que se refieren al comercio informal y popular en el espacio público, teniendo énfasis en investigaciones realizadas en la ciudad de La Paz. Se incluyeron investigaciones antiguas como recientes, ubicadas en sus contextos históricos y temporales. Lo que permitió comprender la complejidad y lo dinámico del comercio en el espacio público, tanto en su expansión como en sus características específicas, ya que estas obedecen a los diferentes procesos económicos y sociales que ha experimentado el país.

4.1. Introducción al contexto informal y popular en Bolivia

El comercio popular es una actividad relevante en la economía Boliviana. Debido a la significativa absorción de la fuerza de trabajo principalmente de mujeres y la generación de recursos económicos, muchas veces más importante que los empleos llamados formales.

Los años 80 fueron marcados por importantes cambios en la política y economía en Bolivia. Un nuevo modelo económico impuesto por los gobiernos de Bolivia desde 1985 denominado como neoliberal, incluyó medidas caracterizadas como el ajuste estructural. Muchos escenarios económicos de la producción y del comercio se “informalizan” y las investigaciones de los años 80, sobre todo promovidas por CEDLA (Centro de estudios para el desarrollo laboral y agrario) y otros centros de investigación, relacionaban el crecimiento de este sector como una de las manifestaciones de la crisis económica del país a raíz del Decreto número 21060⁷. Con este decreto y esta nueva política económica se ponía fin el ciclo por el cual el Estado había sido el principal protagonista de la actividad económica a través de las empresas estatales.

Doria Medina (1986) intenta renovar el concepto teórico sobre la informalidad, partiendo de la premisa que la crisis económica no es la única explicación del fenómeno. El autor

⁷ Decreto Supremo Nº 21060, que aplicó políticas fiscales y monetarias restrictivas, instauró un bolsín como mecanismo de fijación del tipo de cambio flexible. Con el objeto de revertir la crisis inflacionaria. Pero también profundizó en la pobreza de un gran sector de la población como es la población rural, no generó infraestructura física, tampoco impulsó inversiones en las áreas de desarrollo tecnológico y capacitación que aumente la rentabilidad (Quisbert, 2011)

En mayo de 2011, en el gobierno de Evo Morales Ayma, se derogó simbólicamente dicho decreto y se modificó el 55% de sus artículos, estableciendo principalmente, la participación del estado en el establecimiento de la economía Plural, la propiedad de los recursos del estado con la participación social en la gestión estatal.

sostiene que el sector informal urbano tiene los orígenes estructural y coyuntural. El primero es causado por un desequilibrio entre la demanda de empleo en el sector moderno y el crecimiento orgánico de la fuerza laboral. El segundo, de tipo coyuntural, emerge en respuesta a los ciclos de la economía formal, es decir, cuando hay recesión de la demanda laboral. Una de las causas y a la vez consecuencias del crecimiento del mercado informal en una dinámica en la que se auto reproduce es la pérdida del control de la economía por parte del estado y una clara manifestación de esto es la disminución de recaudaciones impositivas que debilitan la capacidad económica y financiera del país.

En el Diagnóstico del comercio minorista realizado en CEDLA (Rojas y Fernández, 1990) intentó hacer un análisis de los periodos del comercio informal desde la mirada de la ocupación del espacio urbano. Los autores distinguen tres etapas de este proceso. Según ellos, la primera fase abarca desde las primeras décadas del presente siglo hasta el 1960, caracterizándose por una ocupación restringida del espacio urbano por parte de los comerciantes. Un rasgo común de esta fase es la presencia de puestos fijos generalmente en los mercados públicos. La segunda fase que comprende desde 1960 hasta 1980 se relaciona con el primer período de la crisis económica del país. Esta fase se caracteriza por una ampliación de los espacios urbanos de venta que trascienden los mercados construidos, cuando el comercio callejero se instala en puestos improvisados en las aceras y se aumenta el comercio ambulante. La especialidad de venta se diversifica y agudiza el proceso de diferenciación social entre los comerciantes que se convierten en medianos o grandes empresarios y aquellos para los cuales el comercio informal es un modo de sobrevivencia. La tercera etapa que abarca la década del 80 hasta los 90 y ahí se puede distinguir dos subfases 1980-1985 y 1986-1991 se caracteriza por un auge explosivo del comercio informal, simplificándose los requisitos de ingreso a la actividad con una masiva participación de las mujeres y de la fuerza de trabajo juvenil, infantil y anciana. Se amplían los espacios de venta y se multiplican los puestos de venta en forma dispersa en las calles, avenidas y zonas periurbanas.

La investigación de Rojas y Guaygua (2001) dedicada a analizar los cambios en los mercados de trabajo y la calidad de empleo en la ciudad de El Alto y La Paz. Llegaron a la conclusión que en los últimos años, ocho de cada diez empleos son generados en ese sector. Los autores exploran las consecuencias del modelo de ajuste estructural en Bolivia y sus diferentes medidas. Demostrando que en los últimos años se han generado empleos de baja calidad, esporádicos y eventuales, con una remuneración inferior al salario mínimo nacional y sin ningún tipo de protección, al estar al margen de la seguridad social.

Samanamud (2003) se ocupó de investigar las prácticas sociales y diversas estrategias en los escenarios inseguros. Es el caso de las unidades productivas familiares de las o los confeccionistas en tela en la ciudad de El Alto que acceden al crédito. Señala que el elemento más sobresaliente de la dinámica de la precariedad es la conformación de redes sociales. (Samanamud, 2003). Destaca la tendencia de que actividades principales de todo el proceso productivo, administración, producción, comercialización, recae sobre la familia.

Ledo (2000) señala que la estructura productiva de Bolivia es poco industrializada y muy rustica por lo que tendría como efecto la creación de empleos que no requieren profesionales o especialistas de mano de obra.

Así, el sector informal es concebido como un proceso de desajuste entre crecimiento demográfico, urbanización y creación de nuevos empleos, lo que a su vez se relacionaría con el bajo nivel de productividad, desarrollado por trabajadores autónomos incapaces de acumular y lucrar ya que su perspectiva sería sólo de sobrevivencia. Asimismo, la informalidad sería consecuencia de la migración campo-ciudad. (Wanderley, 2005).

En las últimas tres décadas, las ferias de la ciudades de La Paz, el Alto, Santa Cruz y Cochabamba se han convertido en centros de comercialización de alimentos más importantes en Bolivia, por los mecanismos de distribución y sobre todo el abastecimiento de productos y mercancías al consumidor urbano. La ciudad de La Paz, permitió la inclusión de las actividades comerciales de sectores significativos de la población especialmente migrantes, debido a la facilidad de entrada a esta actividad.

En 2018, el Fondo Monetario Internacional (FMI) concluyó que Bolivia tiene la economía informal más grande del mundo, representando el 62,3% del Producto Interno Bruto (PIB), El segundo de la lista, Zimbabue, registra un 60,6 por ciento de informalidad. Según diversos estudios, la población laboral boliviana se dedica al trabajo informal, entre el 35 y 40 por ciento se dedica al comercio. Así lo han informado instituciones como, Cedla, INE y la Organización Internacional del Trabajo.

“Bolivia hoy no es más un país de mineros, sino de comerciantes. Es un país de pequeños comerciantes porque cerca del 45 por ciento de la población laboral es identificada como trabajador por cuenta propia. Y el escenario para los pequeños comerciantes son las ferias comerciales” (Los Tiempos, 2019)

En este sentido, se puede concluir que las actividades “no asalariadas”, es decir, las que se agruparían en el sector informal, no solo son actividades de sobrevivencia ante la falta de empleo en el país. Si no también se ha convertido en el motor de la economía de las familias bolivianas.

4.2. El género en el sector informal.

En la encuesta Nacional sobre Exclusión y Discriminación desde las mujeres revelo que en los proyectos de vida de la mayoría de las bolivianas la prioridad es el trabajo y que son cada vez menos los planes que se asientan exclusivamente en la maternidad y el matrimonio.

CIAT y la OEA llevó a cabo el primer diagnóstico sobre el funcionamiento de mercado de trabajo y las características más relevantes de la situación ocupacional de La Paz. La investigación demostró la predominante participación de las mujeres (68.8 %) en esta actividad, debido al ciclo vital diferenciado según el género, cuando la actividad laboral suele estar asociada al estado civil, y en parte a la fecundidad. También se observó el alto nivel de actividad en edades avanzadas y la participación de los niños al mercado de trabajo.

Uno de los temas más recurrentes era el relacionado con la participación de las mujeres en el comercio informal. En los años 80 el tema de la ocupación de la mujer en el sector informal urbano en América Latina y Bolivia provoca, que a través del enfoque de género, se indague sobre el aporte de las mujeres a la reproducción de la fuerza de trabajo en situaciones de crisis. Llegan a la conclusión que las mujeres intensifican su participación en actividades del mercado especialmente en comercio y servicios. Esto se explica, que el impacto del desempleo es selectivo por sexo y que, debido la existencia de empleo mayoritariamente masculino en sectores o trabajos mayormente más remunerados, son las mujeres quienes están en el sector de servicios y comercio. Las mujeres jefas de hogar, las esposas de los trabajadores manuales, amas de casa de mayor edad sin escolaridad y jóvenes migrantes, las que se dedican a la venta ambulante (Ardaya y Escobar 1988).

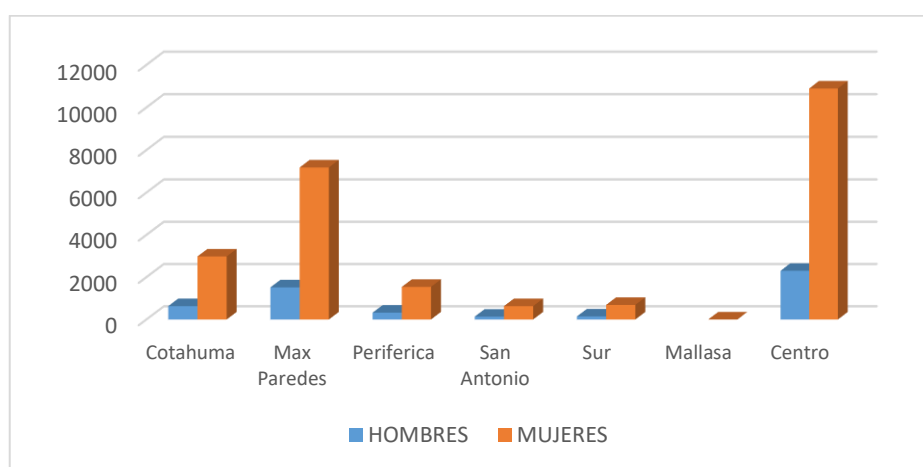
La trayectoria laboral de mujeres migrantes se inicia en al trabajo doméstico; son mujeres jóvenes entre 15 y 24 años, solteras sin hijos. Una vez casadas, las mujeres abandonan el trabajo doméstico remunerado e inician una seguida actividad laboral en el ámbito del comercio informal. El tránsito de la mujer de una actividad a otra está condicionado por la posibilidad de generar la auto-ocupación que permite a estas mujeres concurrir a sus actividades con los hijos menores y realizar, además, del cuidado de estos, otras actividades simultáneamente (Ardaya, 1988, p. 201). Por otro lado, el mercado informal es una fuente de empleo donde pueden desenvolverse las mujeres con un insuficiente dominio del idioma castellano, un mínimo capital de arranque y un bajo nivel educativo.

La idea de una feminización del mercado nos remite a una peculiar articulación de elementos coloniales y patriarcales, según la cual los eslabones más bajos de la cadena

laboral resultan recientemente ocupados por mujeres de origen rural e indígena, (Rivera 1996, 2002)

Desde la década de los 80 y 90 hasta la fecha, Bolivia vive una revolución del sector informal los mismos que han reivindicado para sí, el derecho a la propiedad privada, el derecho a la empresa y sobre todo, la capacidad y el esfuerzo individual. En la ciudad de La Paz se resalta la presencia y participación femenina en el sector, creando un entorno que probablemente nadie había previsto y que nadie ha parado. Por lo que hoy en día llega a representar el 60% del PIB.

Gráfico 1: Gremiales por Sexo por Macro distrito



Fuente: Elaboración Propia en base al Anuario Estadístico 2016 - GAMLP

4.3. La Organización Gremial

En Bolivia los vendedores populares, mejor conocidos como gremialistas, se encuentran afiliados a organizaciones gremiales. Dichas organizaciones a su vez organizadas en función a federaciones que operan a nivel de ciudad. Estas responden al nombre de La Confederación Sindical de Trabajadores Gremiales, Artesanos, Comerciantes Minoristas y Vivanderos de Bolivia. Es una asociación sindical que agrupa diferentes organizaciones locales. Fue creada en 1955 y se encuentra afiliada a la Central Obrera Boliviana.

La auto denominación del sector como “trabajadores gremiales”, está ligada con el carácter de formalidad establecida, como las diferentes regulaciones de nivel nacional y municipal existentes que establecen diferentes normativas para el pago de impuestos y otros pagos relacionados con el uso del espacio público, autorizaciones, etc. (Pereira, Bridikhina, Montaña y Blanco, 2008). Es por esta razón que muchos estudios económicos, sociológicos y los propios afiliados rechazan el uso del nombre de comercio informal o

mercado informal al trabajo gremial. Ya que bajo su fuerte capacidad de organización se encuentran diferentes rubros con gran cantidad de afiliados de características muy variadas.

La estructura organizativa de los gremiales es la siguiente:



Fuente: Elaboración Propia en base a Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

Rodríguez (2000) señala las funciones básicas de las Asociaciones. Controlar los conflictos entre las afiliadas, mantener una relación cordial con los vecinos, coordinar la limpieza de las calles, gestionar la defensa de las afiliadas ante los abusos de la Alcaldía, policías y vecinos; asumir la defensa de las afiliadas ante la invasión de comerciantes ajenos a la Feria, gestionar la consolidación de puestos fijos, etc. Son alguno de ellos.

El periódico La Razón (2-11-2009) informó de la existencia de varias Federaciones, establecidas en diferentes lugares, que quiere decir asociaciones con diferentes dirigentes y repartidos en diferentes zonas de la ciudad de La Paz.

Según información del director de mercados y comercio en vía Pública del Gobierno Autónomo de La Paz. Se tienen registrados a 299 asociaciones, con un promedio de 119,4 gremiales por asociación. Asimismo, se informa que los comerciantes asociados alcanzan a 35.690 personas, mientras que los independientes alcanzarían a 4.680. (Pereira, 2015)

El sector gremial se ha constituido en una de las organizaciones más fuertes y con más afiliados en los últimos años y se ha establecido en una fuerza económica y social dominante además de ser uno de los grupos más poderosos sobre el gobierno municipal.

Norma Gómez Méndez (s/f) vincula a las redes sociales con el comercio en vía pública, donde la Red Social, establece un espacio en donde se desarrollan relaciones entre actores y con distintas clases de relaciones. Menciona que si se logra el establecimiento de redes sociales con líderes de organizaciones y a través de ellos con las autoridades locales. Estas redes pueden ser de comerciante a dirigencia, entre compañeros de trabajo

y entre familias. La autora añade que estas redes sociales son útiles para ingresar a este tipo de comercio y obtener un puesto de venta, además de lograr mantenerse en el lugar.

4.4. Legislación comercial.

Al analizar de cerca el comercio en el sentido estricto de compra y venta, surge la duda si este tipo de comercio en este caso de ventas al por menor, se encuentran dentro de la leyes comerciales del país.

En Bolivia el Código de Comercio⁸ en vigencia desde 1977, es dentro del marco legal lo que regula la actividad comercial dentro del territorio nacional. Según el código se entiende por comerciante a la persona habitualmente dedicada a realizar cualquier actividad comercial, con fines de lucro aun cuando sea ejercida mediante mandatario, intermediario o persona interpuesta.

En el concepto de acto u operación de comercio es mucho más amplio pues considera la compra, adquisición o alquiler en el mismo estado o después de alguna transformación y su consecuente enajenación de ellos pudiendo ser en modalidad permuta o con el ánimo de negociarlos dado en el caso de los títulos valores públicos o privados.

Así también señala en el Artículo 8, que actos son considerados no comerciales, la producción y negociación que hacen directamente los agricultores, ganaderos, avicultores y otros similares de los frutos y productos de sus cosechas, ganados, aves y otros, a menos que tal producción y negociación constituya por sí misma una actividad empresarial.

Por otra parte el artículo 25, señala obligaciones de los comerciantes, el de matricularse, inscribirse y comunicar al registro de su estado además de llevar la contabilidad, cumplir obligaciones tributarias y demás papeles relacionados con su negocio.

El código de comercio hace mención de los comerciantes al por menor, refiriéndose a comerciantes cuyo volumen de operaciones y capital empleado no alcance los mínimos exigidos por disposiciones legales.

En este sentido el código tributario crea el Régimen Tributario Simplificado (RTS), para facilitar el pago de impuestos. Dentro de este régimen se encuentran personas naturales que tienen habitualmente la actividad de artesanos, comerciantes minoristas (actividad de compra y venta de mercaderías) y vivanderos (personas que expenden comida, alimentos en kioscos). Considerando su capital, el precio unitario del producto y el total de ingresos anuales.

⁸ Cámara de Comercio de Bolivia. Código de Comercio Decreto Ley N° 14379,1977

En este caso el capital destinado a sus actividades debe estar comprendido entre 12.001 Bs. Hasta un máximo de 37.000 Bs. En relación con sus ingresos anuales la suma de todo el año no debe superar los 136.000 Bs. Por lo que quienes no pertenecen al RTS son comerciantes quienes tengan un capital inferior a lo dispuesto, en este caso los comerciantes en vía pública.

- Leyes Municipales y Código Tributario:

Estas normas establecen que la ordenanza municipal de patentes debe enmarcarse dentro de los preceptos de las mismas. Las Ordenanzas municipales establecen las relaciones jurídicas tributarias, como la base que constituyen los elementos básicos para una correcta aplicación y administración de la patente municipal, además de la clasificación de las mismas a cobrar.

Se clasifica las patentes municipales en, a) patente de funcionamiento municipal anual, b) patente de los espectáculos públicos, permanente y particular, c) patente a la publicidad vial permanente, temporal y eventual, d) patente a la extracción de áridos de ríos, e) patente de uso temporal de bienes públicos con fines económicos y f) patente única municipal.

4.5. Legislación comercial en la ciudad La Paz

4.5.1. La inamovilidad de los Puestos de Venta.

Como ya se había mencionado anteriormente entre las leyes municipales, se promulgó la Ordenanza Municipal 101/94 y 102/94. Donde señala en su artículo Primero.- Disponer la inamovilidad de puestos de venta de gremiales, artesanos, comerciantes minoristas que cuenten con las autorizaciones respectivas. Mientras se elabore el Proyecto de Reglamentación de Mercados y Asentamientos y se apruebe en el consejo Municipal conforme a nuevas políticas de Desarrollo Municipal. Según su artículo Segundo queda terminantemente prohibido, a partir de la fecha, más asentamientos en las calles de La Paz.

Lo que desde un punto de vista urbano, no responde a lineamientos racionales sobre el uso del espacio público y mucho menos a un ordenamiento urbano, pues no establece las características y formas de ocupación de los puestos de venta. Tampoco señala la situación resultante de calzadas y aceras, como espacios de circulación vehicular y peatonal, por lo que carece de compatibilidad con los demás actores que intervienen en el espacio público. Por lo que se podría decir que no es un lineamiento estratégico de las actividades económicas, más fomenta la informalidad y el desorden.

4.5.2. Patente Municipal

En el municipio de La Paz se tiene dos Ordenanzas Municipales N° 555/2004 y 61/2005 del 1 de diciembre del 2004 y del 2 de febrero del 2005 respectivamente. Donde establece la patente como la autorización o permiso que otorga el Gobierno Municipal de La Paz por el uso o aprovechamiento de bienes de dominio público como ser calzadas, calles aceras y mercados y simultáneamente la autorización para la realización de actividades económicas en estos espacios.

Esta patente única Municipal se hace en base a la ubicación de la actividad económica, espacios públicos o mercados, tipo de vía, además la clasificación de kioscos, anaqueles, tarimas, etc. Y además se complementa con el horario y periodicidad en la que se realiza la actividad. Se aplica fundamentalmente a las actividades económicas realizadas por comerciantes minoristas, artesanos y vivanderos, lo que se pretende que todos estos sujetos económicos cumplan con sus obligaciones tributarias dentro del principio de equidad fiscal.

La Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas (DMCVP) dependiente de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, es la instancia encargada de formular y ejecutar políticas, estrategias y normas para la administración de los mercados municipales y los comerciantes asentados en vías públicas.

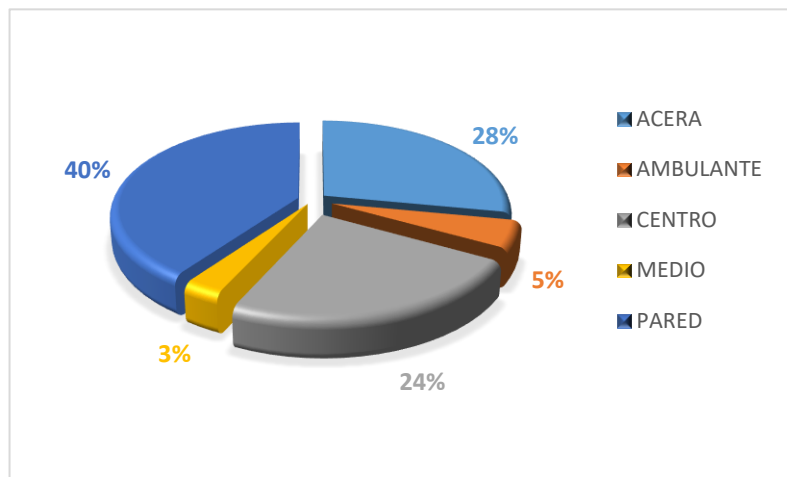
Es la encargada de regular la actividad económica mediante el Pago Único Municipal (PUM) que contiene el registro de los comerciantes habilitados, datos de localización del puesto de venta (fijo, semifijo y ambulante). Tipo de emplazamiento (según la ubicación del puesto, según el tipo de mobiliario, según el tiempo de permanencia y según la zona fiscal) a través de los cuales se genera la Patente Municipal.

La patente es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio habitual de una actividad económica dentro de los límites de un cantón, para la obtención de esta patente se deben inscribir en el Registro respectivo existente en la jefatura de Rentas y pagar impuestos de patentes anual y mensual (Machicado, 2001). Dicho tributo en ningún caso acredita derecho propietario sobre el espacio donde se asienta un puesto de venta, sólo autoriza la actividad y la regula en función de la misma. Por tal situación resulta de vital importancia, la identificación del contribuyente autorizado así como datos de la actividad, tipo de puesto de venta, dimensiones, horarios y días autorizados.

Según los registros de la DMCVP, existe una predominancia de puestos de venta emplazados sobre la pared de las edificaciones y en las aceras aledañas, lo que

denota una aparente aceptación por parte de los propietarios para el desarrollo de la actividad. Así también un importante número de comerciantes en calzadas.

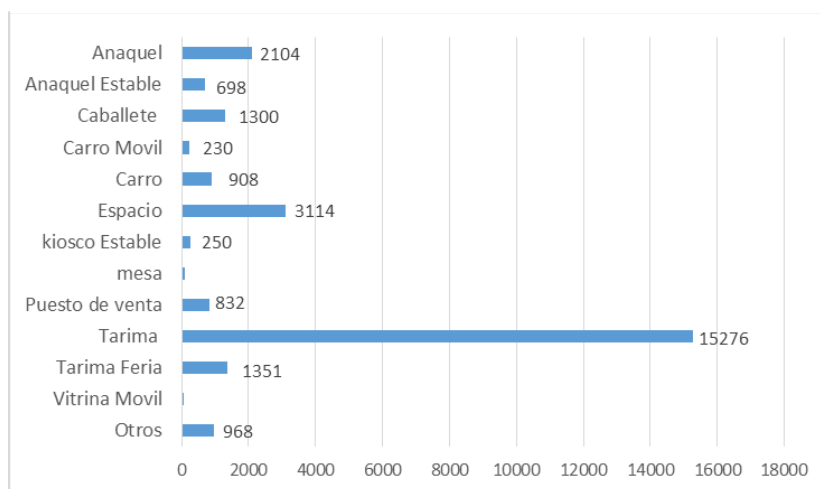
Gráfico 2: Emplazamiento según Ubicación del Puesto de Venta



Fuente: Elaboración Propia en base al Anuario Estadístico 2016 - GAMLP

Así también muestra el tipo de mobiliario autorizado, que están directamente relacionado al rubro autorizado, donde muestra la tarima (actividad semifija) como el tipo de mueble más utilizado para el comerciante callejero. Un componente ligado al uso de la tarima es la “chiviña”, que son sombrillas o toldos desarmable de madera que sirve para protegerse del sol y la lluvia. Que al margen de ser un elemento de protección, representa el símbolo cultural de apropiación y delimitación del puesto de venta.

Gráfico 3: Tipo de Mobiliario en puestos de Venta



Fuente: Elaboración Propia en base al Anuario Estadístico 2016 - GAMLP

Respecto al horario y permanencia de los puestos de venta, resulta uno de los más infringidos, pues si bien existen días y horarios establecidos que están relacionadas al rubro acreditado, en la mayoría de los casos no se cumple el tiempo autorizado, llegando incluso a convertirse en permanentes.

Cuadro 2: Días y Horarios Autorizados

Días	Tipo de Mueble
Todos los Días	Estable
Miércoles a Domingo	Tarima Horaria
Lunes a Viernes	Estable
Sábado y Domingo	Tarima Horaria

Horarios	Rubros
de 06:00 a 10:00	Mañaneras
de 08:00 a 14:00	Varios
de 12:00 a 14:00	Comideras
de 08:00 a 20:00	Varios
de 15:00 a 21:00	Varios
de 18:00 a 23:00	Snacks Rápida comida

Fuente: Información Obtenida de la Dirección de Mercados y Comercio en Vía Pública

Desde el año 2003 el GAMLP ha establecido una metodología de cobro anual de las patentes municipales, la cual es determinada en función de la actividad y la zona fiscal a la que corresponde. Así también los m² utilizado, el Trayecto Matriz (TM) y Vía de Acompañamiento (VA).

Por ejemplo, un comerciante con puesto semifijo paga 40 bolivianos anualmente, dependiendo del horario de venta. Un comerciante en feria (de Navidad o Alasitas⁹) paga 10 bolivianos y un vendedor que trabaja por horas, como las mañaneras¹⁰, abona 20 bolivianos por año. Con relación a comerciantes de puestos fijos como quioscos y anaqueles, los impuestos fluctúan entre 120 y 200 bolivianos por año, dependiendo de los m² utilizados.

⁹ Feria de la miniatura realizada desde el 24 de febrero con duración de un mes.

¹⁰ Comerciantes en horarios de mañana, de 6:00 am a 10:00 am.

Cuadro 3: Base Imponible Según Actividad y Zona Fiscal

Actividad Semifijo	Base Imponible Pago Único Anual (Bs.)	Factor Trayecto Matriz (TM)	Factor Vía de Acompañamiento (VA)
Actividad Estable	40	1,00	1
Actividad Horario	20	1,00	1
Actividad en Ferias	10	1	1
Actividad Fijo	Base Imponible Pago Único Anual (Bs./m2)	Factor Trayecto Matriz (TM)	Factor Vía de Acompañamiento (VA)
Zona Central	48	1	1
Zona Intermedia	36	1	1
Zona Periférica	30	1	1

Fuente: Información Obtenida de la Dirección de Mercados y Comercio en Vía Pública

4.6. La Pandemia del Covid- 19 y el Comercio Informal.

Todos los países de América Latina y el Caribe enfrentan grandes retos para salir del confinamiento tras el coronavirus, pero las economías altamente informales se sitúan en una categoría diferente que contempla retos aún más desafiantes (Banco Interamericano de desarrollo, 2020).

La pandemia mundial de la enfermedad (COVID-19) causada por el coronavirus 2 del síndrome respiratorio agudo grave (SARS-CoV-2). Se confirma los primeros casos en Bolivia en fecha 10 de marzo de 2020.

El 12 de marzo la presidente Jeanine Áñez adoptó las primeras medidas declarando estado de emergencia sanitaria por COVID-19, “cuarentena rígida” de modo que se cierra totalmente las fronteras del país y el movimiento de personas se restringe a la numeración de la cédula de identidad, solo con el fin de abastecimiento, o sea mercado, farmacias. Cuya duración estaba prevista hasta el 30 de abril de 2020, pero que fue extendida hasta el 10 de mayo de 2020, para posteriormente aplicar la “cuarentena dinámica” hasta el 31 de octubre de 2020.

Desde el primer decreto contra el coronavirus, se hizo eco la oposición contra las medidas asumidas por el Gobierno. Que en un primer momento fueron injustificadas, pues solo precautelaban intereses económicos, pero, posteriormente, las voces fueron la de los sectores más populares, comerciantes informales que no podían realizar sus actividades. (Agencia de Noticias Fides, 24-03-2020).

Por otro lado, la Unidad de Epidemiología del Ministerio de Salud, Virgilio, anunciaba que de acuerdo a estudios realizados, los principales focos de transmisión de covid-19 se

encontraban en los mercados. Los cuales no cumplían con las medidas de bioseguridad o la misma población incumplía con el uso de barbijos y el distanciamiento social. En ese sentido en coordinación con los gobiernos departamentales y municipales, se realizaron normativas para la contención de la Pandemia principalmente en este sector. Por su parte el Gobierno Autónomo municipal de La Paz establece condiciones y parámetros para el funcionamiento de los mercados.

4.6.1. Decreto Municipal N°016/2020

En fecha 21 de Marzo de 2020, declaró, en resguardo estricto al derecho fundamental a la vida y a la salud de las bolivianas y bolivianos, se declara Cuarentena Total en todo el territorio del Estado Plurinacional de Bolivia. En competencia del Gobierno Municipal de La Paz, establece las condiciones y parámetros para el funcionamiento mercados de abasto y el comercio en vías públicas durante la emergencia sanitaria.

Por lo que mediante decreto Municipal N° 016/2020 determina Aprobar el “reglamento transitorio para la re activación gradual de los puestos de venta de comercio en vías públicas y mercados municipales durante la emergencia sanitaria nacional”.

En su artículo 3, se instruye a la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico aprobar protocolos de medidas de seguridad y bioseguridad para el comercio en vías públicas y mercados. La dirección de mercados y comercio en vías públicas, podrá flexibilizar o restringir los horarios de activación de los puestos de venta en vías públicas y mercados municipales, dispuestos en el reglamento transitorio aprobado por el presente decreto municipal. Solo podrá realizar la actividad comercial en vías públicas los titulares de los puestos de venta siendo la patente documento que acredite el legal asentamiento.

4.6.2. Reglamento transitorio para la reactivación de los puestos de venta

El presente Reglamento Transitorio tiene por objeto regular la reactivación gradual de los puestos de venta de comercio en vías públicas y de todos los rubros de los mercados municipales, de acuerdo a la definición de cuarentena rígida o flexible determinada para el Municipio de La Paz.

En el artículo 3 señala que todo comerciante en vías públicas, deberá portar su patente única municipal y cumplir con las condiciones generales de bioseguridad. Con las siguientes medidas para la atención a los clientes, usar barbijo durante todo el transcurso de la jornada; contar con insumos de limpieza y desinfección como ser: agua, jabón, alcohol en gel u otros similares. Realizar la limpieza del perímetro de ocupación del puesto de venta; coordinar con los dirigentes o las autoridades responsables para realizar la desinfección del sector de su puesto de venta, una vez por semana; cumplir con el

distanciamiento físico mínimo de un metro y medio entre vendedor y comprador; hacer uso de acetato u otro material que permita cubrir el puesto de venta y los alimentos.

Los cuales no son totalmente cumplidos ya que en algunos sectores no se tiene estas medidas de seguridad y muy pocas comerciantes cumplen con lo reglamentado.

En su artículo 5, en cuarentena rígida, sólo deberán realizar actividad comercial los rubros clasificados como prioritarios o de primera necesidad en horarios de 07:00 a 13:00 horas.

Así también en su artículo 6 señala que los puestos de venta en cuarentena flexible, podrán activar alternando su atención día por medio, el cincuenta por ciento de los puestos de venta deberá pintar el puesto o identificarse con banderas de color "VERDE" y el otro cincuenta por ciento de color "ROJO", para activar el día autorizado.

Las salidas se programarán mediante un comunicado semanal emitido por la Dirección de Mercados y Comercio en Vías Públicas.

Los horarios que deben cumplir los comerciantes en vías públicas, para la atención a los clientes son, Mañaneras: 06:00 a 09:00 horas; estables: 09:00 a 13:00 horas; nocturnos: 12:00 a 16:00 horas;

En su artículo 11, señala las sanciones por incumplimiento de las disposiciones establecidas, como primera infracción el cierre inmediato del puesto de venta, como segunda infracción el cierre por dos días de atención, por ultimo como tercera infracción se realizara proceso administrativo para la reversión del puesto de venta.

Por otra parte mediante su artículo 20 se activan los mercados móviles, con el fin de abastecer en barrios o zonas donde no disponen de un mercado formal. Dos días a la semana de horarios de 7:00 am a 12:00 horas.

A pesar del reglamento haya sido coordinado con ambos sectores comerciales, popular e informal muy poco se ha cumplido, el uso de trajes de bioseguridad y hasta las salidas en los horarios establecidos no se han cumplido en su totalidad. Esto también debido a la falta de control por parte de Gobierno Municipal, que solo en las primeras semanas del pos confinamiento (junio) se intensifico el control.

4.7. Competencia por el espacio Público.

En la investigación realizada por Pereira (2015), hace mención a la tensión frecuente que existe entre comerciantes y las políticas Municipales. Como ejemplos señala la disputa que se produjo en el año 2013, en la zona de Villa San Antonio de la ciudad de La Paz. Donde habiéndose construido un mercado moderno, en un lugar estratégico de flujo de personas y vehículos, en donde esta ubicación hizo que comerciantes se asentaran fuera de la infraestructura y realizaran la actividad económica en las calles. Por lo que comerciantes que estaban en el interior del mercado manifestaron su protesta por la competencia generada entre las vendedoras de fuera, ya que estarían afectando de sobremanera su venta. En este contexto se pedía que las vendedoras que se encontraban en la calle sean reubicadas y solo aquellas que tengan el puesto “legal” ingresen al mercado. Sin embargo las vendedoras de afuera se ampararon en una ordenanza (101 y 102, ambas del año 1994)¹¹ que decretaban la inmovilidad de sus puestos.



Figura 3 Mercado Modelo de San Antonio
Fuente: Archivo GAML P, 2013

Por lo que ante esta situación las comerciantes del interior de mercado rechazaron la ordenanza y señalaron que si estas eran elevadas a rango de ley abandonarían el mercado y se unirían a las vendedoras que se encontraban en las calles. (Cuevas, en Pagina Siete, 29-05-2014).

A pesar de esta situación, los vecinos del lugar continuaron comprando de las vendedoras callejeras lo que revela que no es suficiente contar con una infraestructura. Por lo que las políticas públicas deben ser muy sensibles a este tipo de aspectos, sobre todo a partir a la presencia de la cultura de compra y venta en las calles. (Pereira, 2015)

En resumen, desde un enfoque con perspectiva territorial, cinco fueron los actores que intervinieron en este conflicto: 1) las vendedoras callejeras que se resisten a ingresar a la infraestructura construida por la alcaldía, 2) las vendedoras que se encuentran en el interior del mercado construido, 3) los vecinos que exigen el desalojo de la vía donde están asentados los comerciantes callejeros, 4) la Alcaldía, con su proyecto modernizador y regulador que busca garantizar el tránsito fluido de personas y vehículos; y 5) los

¹¹ Ley número 078, Actualmente aprobada por el Concejo Municipal de La Paz en junio de 2014. Esta ley dispone la “inamovilidad” de los gremiales, artesanos, comerciantes y minoristas cuyo puesto de venta sea legal y esté autorizado por la Alcaldía.

compradores, en general amas de casa, que por costumbre prefieren “comprar al paso” (Cuevas, en Página Siete, 22-05-2014).

Pereira (2015) plantea algunos temas para reflexionar, el cómo transformar una cultura comercial que privilegia la calle como escenario de compra y venta. En donde además los clientes prefieren este tipo de escenario más que el dentro de una infraestructura y qué sentido tiene construir centros o mercados de abasto cuando el comercio callejero se convierte en una competencia y que además esta abalada por la misma alcaldía.

Una situación parecida se presentó en la zona Garita de Lima, en donde el proyecto de la Alcaldía consistía en la construcción de un importante obra, un paso de desnivel, para evitar el congestionamiento vehicular en este sector. Lo que afectaría la permanencia de las vendedoras de la Avenida Tumusla, Incachaca y Garita de Lima. Por lo que en febrero del 2014 las comerciantes que tienen sus puestos de venta en esta área se negaron a ser reubicadas. No obstante, surgieron posiciones conflictivas que no sólo se dirigían contra la Alcaldía, sino que se producían desencuentros entre los mismos actores locales, ya que gremialistas y los mismos vecinos no se ponen de acuerdo frente al proceso de revitalización de esta zona. En el caso de los vecinos, éstos se organizaron en una nueva Junta de Vecinos que, sin embargo, cuando pretendió asumir oficialmente sus funciones apareció súbitamente otro sector gremial que, de forma violenta, se opuso a la posesión de la dirigencia vecinal (Página Siete, 24-03-2014).



Figura 4: Proyecto Paso a Desnivel en Plaza Garita de Lima

Fuente: Archivo GAML, 2014

El conflicto detono por el desacuerdo a propósito de los alcances del proyecto de modernización de la Avenida Garita de Lima, que trataba de un paso a desnivel que permitiría un mejor flujo de peatones y vehículos en este punto neurálgico de la ciudad de La Paz. Por lo que comerciantes iniciaron medidas de presión en rechazo de la construcción de esa obra que y pidieron respeto a las ordenanzas municipales 101 y 102¹², que establecen la inamovilidad de puestos. (Los Tiempos, 11-02-2014).

¹² Ley Municipal la Ordenanza 101/94 y 102/94, referida a la inamovilidad de los puestos de venta que poseen los gremiales desde antes de 1994. (Gobierno Municipal de La Paz, 2014)

Según “Gabriela Niño de Guzmán, concejal del Movimiento Sin Miedo¹³, con la ley se pretende lograr dos objetivos: el primero, asegurar la inamovilidad de los puestos y el segundo, evitar que continúe la ocupación de la vía pública” (Cuevas, en Página Siete, 18-03-2014).

Hasta el momento no se realiza la obra de modernización de la Garita de Lima por el desacuerdo que existe entre los actores, a pesar de que la alcaldía mencionara la vuelta del 85% de vendedoras a sus puestos de venta. (Los Tiempos, 11-02-2014).

El municipio, en su dedicación por frenar o atenuar la expansión del comercio en vía pública, intenta reordenar algunos puntos principales, pero con poco éxito. El movimiento gremial es poderoso no sólo por su número de sus afiliados, sino porque está muy bien organizado. Estas organizaciones gremiales sostienen permanentes conflictos con el gobierno municipal, sobre todo defendiendo la permanencia de los comerciantes populares en las calles.

Así también es probable que con la modernización de la ciudad, genere nuevos asentamientos, señala Pereira, a partir de la presencia del teleférico y el transporte masivo “Puma Katari”, ya que genera nuevas centralidades económicas alrededor de las estaciones. Un ejemplo es el de la ciudad de El Alto donde un grupo de comerciantes intento asentarse con sus puestos de venta alrededor del teleférico amarillo, estación “Mirador” en la zona de ciudad Satélite. Donde la pugna se planteó entre comerciantes que se aprestaban en asentarse en el lugar y los vecinos que no estaban de acuerdo y defendían las áreas verdes. Por su parte, el alcalde de la ciudad de El Alto aseguro “que no se permitirán asentamientos cerca de las estaciones” argumentando que los alrededores de las estaciones del teleférico deben estar expeditos “para el turismo, para la población y para todos los que van a utilizar este medio de transporte” (Cuevas, en Página Siete, 21-05-2014).

En este contexto, el comercio en vía pública es un tema muy complejo y difícil de encontrar respuestas definitivas, donde la coyuntura gremial muestra una gran complejidad en el tema.

4.8. Conclusiones Previas

En una primera parte se analizan los postulados planteados por diversos autores sobre el comercio informal y el comercio popular en el ámbito internacional y local, interpretando diferentes escenarios, momentos y consecuencias de la informalidad. Por ello es

¹³ Partido Político MSM- Movimiento sin Miedo

importantes considerar estas teorías para comprender la dimisión económica y social que dan origen a este tipo de comercio.

Bolivia ha atravesado, en su historia, periodos de ingobernabilidad, precisamente en lo acontecido en 1985 con la promulgación del Decreto Supremo N° 21060, marca el inicio de este proceso, que ha dado énfasis a las formas de apropiación y tenencia de la tierra. Los usos habitacionales con fines sociales y la migración de campo a la ciudad, fueron las principales causas para que la informalidad se convirtiera en una alternativa más accesible para generar recursos económicos. Sin embargo dejaron postergada la planificación de los espacios urbanos a los loteadores, quienes asumieron el protagonismo de construcción de la ciudad. Ante la tardía intervención del Municipio en los procesos de zonificación y organización funcional del suelo.

Por lo que el proceso Urbano, se convierte en uno de los principales argumentos que ponen en evidencia al ámbito económico, comercial y de abastecimiento de productos de consumo en el espacio público, los cuales han estado ausentes en los procesos de planificación de la ciudad.

Desde los años 80 y 90 Bolivia vienen en una revolución del sector Informal, donde los menos favorecidos se han convertido en los constructores de la economía de mercado, los mismo se han convertido en verdaderos colchones para las familias que se dedican a esta actividad.

Se debe mencionar la gran importancia que tiene el Organización gremial, en el comercio popular e informal, en los proyectos, reglamentos y normativas que realizan los Gobiernos Municipales, lo que hace más complejo el encontrar respuestas definitivas. Así también importante resaltar la presencia y participación femenina en el este tipo de comercio.

Por otro lado, la falta de planificación y herramientas de regulación hace que las gestiones del gobierno municipal sean meramente burocrática. Es decir su accionar se basa en administrar conflictos pues existen problemas persisten en el mismo espacio de manera recurrente, además del cobro del Pago único municipal (Patentes).

Lo proyectos que viene ejecutando el Gobierno Municipal, como reordenamiento, control y modernización, son realizados en áreas específicas, sin ninguna participación de los actores, lo que ocasiona molestia entre comerciantes. Se puede decir que la ley 101 y 102/94 de la inamovilidad de los puestos de venta, hace que sea más difícil el reordenamiento o la movilidad de los comerciantes en vía pública, ya que este no responde a lineamientos de planificación, más al contrario fomenta la informalidad y el desorden Urbano en las calles de la ciudad.

Por otra parte, antes de la pandemia, la informalidad implicaba en muchos casos condiciones laborales precarias y ausencia de acceso a un seguro social, lo que evidencio la limitada capacidad para proteger a todas las personas de los efectos negativos de la crisis actual en el país. Al mismo tiempo de contener el crecimiento del comercio informal en calles por la crisis económica que está enfrentando el país, ya que por falta de empleo la mayor parte de la población está optando por el comercio informal.

Como indican los dirigentes de algunas ciudades de Bolivia, sobre la proliferación de asentamientos ilegales, a causa de la pandemia del Covid-19, donde la falta de un control adecuado por parte de los municipios, dio lugar, a que de un tiempo a esta parte este problema haya llegado a un desorden y en el asentamiento de otros comerciantes.

En la ciudad de La Paz tan solo para la primera semana de la cuarentena dinámica (Junio) se retiraron 2600 puestos ilegales en vía pública. (Agencia Municipal de Noticias, 7-de junio-2020)



CAPÍTULO V CASO DE ESTUDIO

CAPÍTULO V CASO DE ESTUDIO

5.1. Introducción al caso de Estudio

La ciudad de La Paz, Sede de Gobierno y capital administrativa de Bolivia. Es el centro político y cultural más importante, es la tercera ciudad más poblada del país con 925.376 habitantes¹⁴, detrás de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra y El Alto.

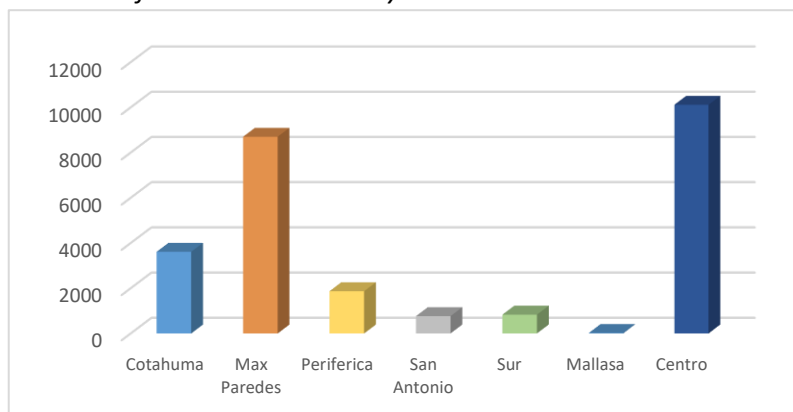
Se caracteriza por el relieve que presenta, con laderas empinadas que caracterizan el paisaje natural, esta conformación geográfica determina en gran medida la estructura espacial. La urbanización sigue creciendo sin miedo a las fuertes pendientes de gran fragilidad y riesgo para el asentamiento humano.

Esta conformación pone a las ves varias limitantes al crecimiento y al desarrollo de la ciudad, como la gran concentración de transporte en el eje central y la dificultad de comunicación entre el Este y el Oeste, además de la conformación de barrios marginales en las periferias.

Tiene una división política administrativa, en 9 Macrodistritos, cada uno de ellos bajo el cuidado de una subalcaldía y una autoridad denominada subcalde, los cuales 7 se encuentran al sur del municipio, divididos en 23 distritos, concentrando la mayor parte de la población y 2 macrodistritos rurales ocupando mayor superficie del mismo.

Según el Atlas Estadístico del Municipio de La Paz (2016), las zonas de mayor concentración de comerciantes se encuentran en los macro-distritos Max Paredes y Centro. Sin embargo se ha identificado otros nodos comerciales denominados por el Gobierno Municipal como Centralidades Urbanas tales como Villa Fátima, el Cruce de Villas, San Miguel, etc., las cuales se han expandido por el flujo comercial y la demanda de los consumidores.

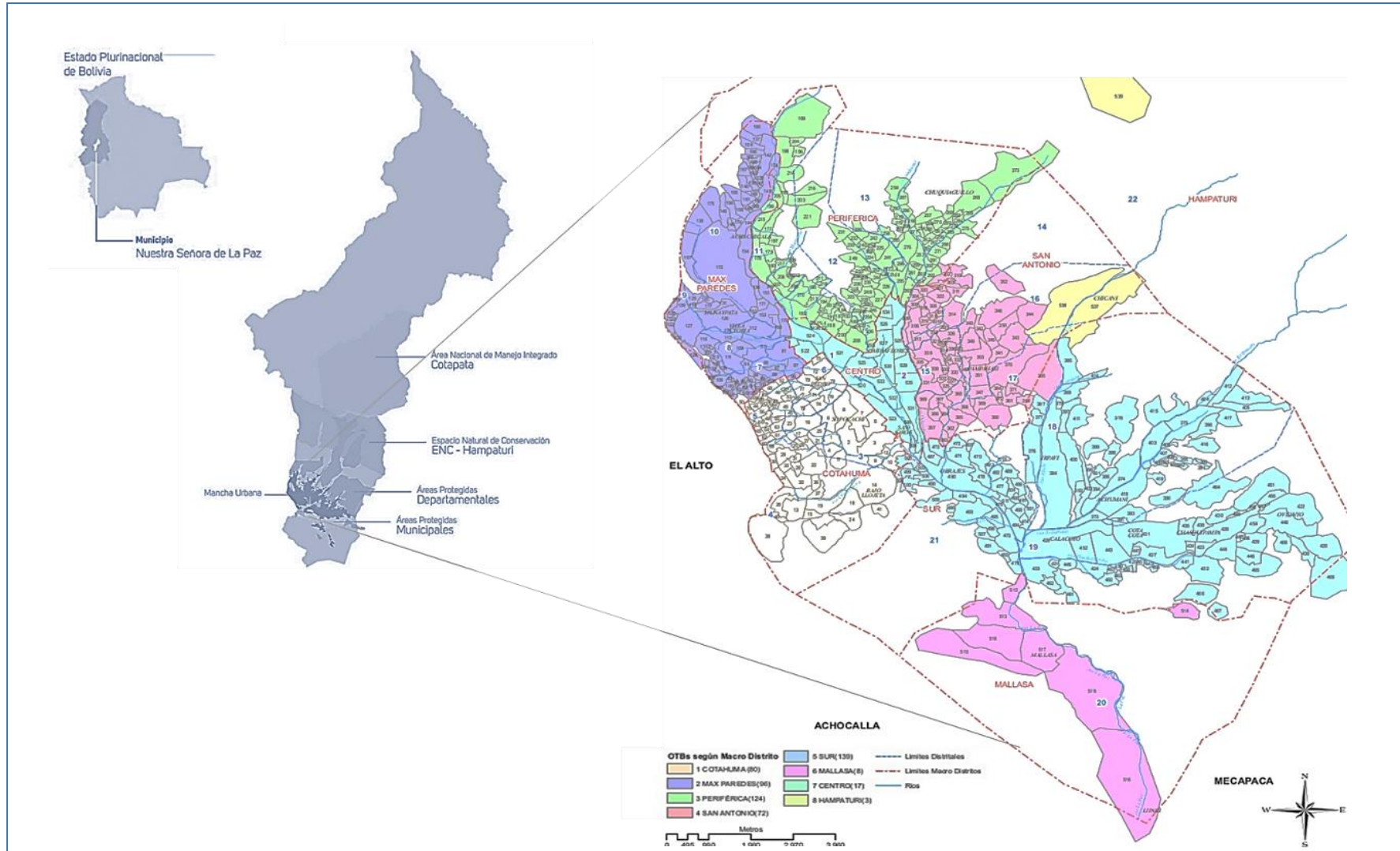
Gráfico 4: Zonas con mayor concentración comercial



Fuente: Anuario Estadístico 2016 - GAMLP

¹⁴ Anuario Estadístico del Municipio de La Paz 2018

Figura 5: Municipio Nuestra Señora de La Paz



Fuente: Extraído del Gobierno Autónomo de la ciudad de La Paz – GAMLP. Elaboración Propia

5.2. Macrodistrito Max Paredes

El Macrodistrito Max Paredes de la ciudad de La Paz se encuentra en la Ladera Oeste. Limita al Este con el Macrodistrito Periférica y Centro, al Sur con el Macrodistrito Cotahuma, al Norte con el Macrodistrito Hampaturi y al Oeste con el municipio de El Alto. Cuenta con 4 distritos (7, 8, 9 y 10) con una superficie de 12,9 km².

La ladera Oeste, hasta 1953 año en que tuvo lugar la reforma agraria¹⁵, fue considerada área rural habitada por grandes fincas de cultivo y ganados. A partir de entonces sufre un proceso de urbanización, sumándole la masiva ola migratoria, del área rural en su mayoría del altiplano.

En su tiempo se encontraban los famosos tambos (del quechua tanpu) era un recinto situado al lado de un camino importante usado como albergue y como centro de acopio donde llegaban viajeros de diferentes haciendas de La Paz y otros lugares. Trayendo una gran cantidad de productos agrícolas, una de las calles más conocida es Illampu, conocida como la tucsa calle (calle con mal olor) por las actividades que se desarrollaban en el lugar.

Es el Macrodistrito cuenta con importantes zonas como Gran Poder, Obispo Indaburo, Villa Victoria, El Tejar, Alto Tejar, Chamoco Chico, Munaypata, Pura Pura y Ciudadela Ferroviaria. Donde las tradiciones y costumbres son bastante arraigadas en la población paceña constantemente se dejan ver en

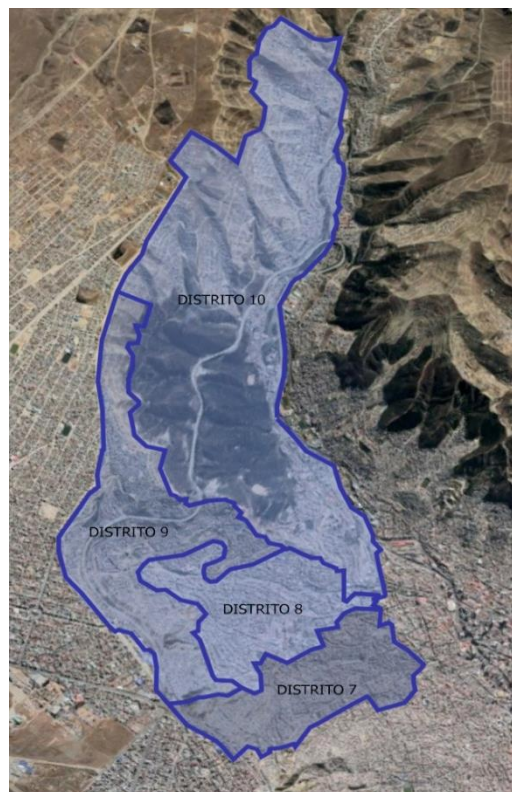


Figura 7: Macrodistrito Max Paredes

Fuente: Gobierno Autónomo Municipal de La Paz



Figura 6: Entrada Folklórica "Gran Poder"

Fuente: Archivo Periódico "El Diario", 2019

¹⁵ La Reforma agraria, ley que decretó la abolición definitiva y la ilegalidad de latifundio y convirtió a los antiguos peones de haciendas en pequeños propietarios y ciudadanos libres, "la tierra es para quien la trabaja" era la máxima ley.

acontecimientos, festividades religiosas y folklóricas. Una de las festividades más famosas es la entrada del Señor del Gran Poder, donde se realiza la demostración de danzas Folklóricas y antiguamente una demostración de la nueva burguesía aymara surgida en su mayoría de la actividad comercial (Concejo Municipal de La Paz, 2009).

De acuerdo a proyecciones del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, para el 2016, la población del macrodistrito Max Paredes fue de 190.541 personas, concentrando 20,6% de los habitantes del municipio de La Paz; de los cuales 52,3% fueron mujeres y 47,7% hombres. El distrito 7 concentraba a 32,5% del total de los habitantes del macrodistrito Max Paredes, el distrito 8 a 23,9%, el distrito 9 a 28,2% y finalmente el distrito 10 a 15,5%.

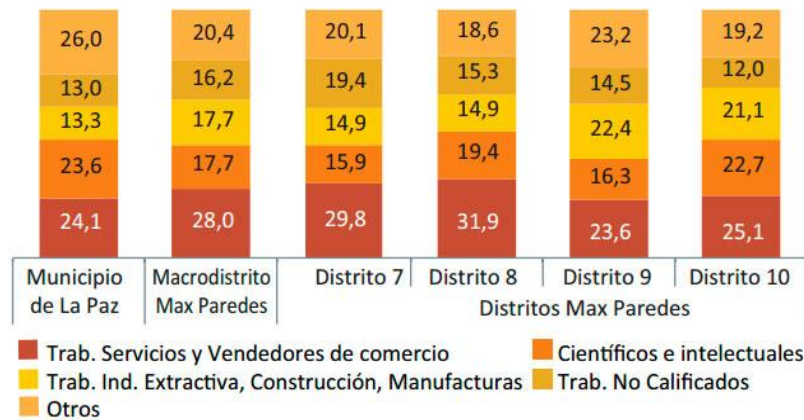
Cuadro 4: Macrodistrito Max Paredes y densidad por Distritos

ÁREA GEOGRÁFICA	SUPERFICIE (En km ²)	POBLACIÓN(En número de personas)	DENSIDAD (En hab. por km ²)
Municipio de La Paz	3.020,2	925.365	306,4
Macrodistrito Max Paredes	12,9	190.541	14.763,3
Distrito 7	1,6	61.887	39.218,8
Distrito 8	1,6	45.461	28.317,0
Distrito 9	2,8	53.745	19.106,0
Distrito 10	6,9	29.448	4.261,7

Fuente: Gobierno Autónomo Municipal, Encuesta Municipal a Hogares - 2016

La población económicamente activa, clasificados por situación de empleo de acuerdo a datos proporcionados por el GAMLP, el 37,8% de los mismos en Max Paredes fueron empleados y 35,5% son trabajadores por cuenta propia, o sea no tienen jefe ni empleados. Los cuales agrupados por ocupación el mayor porcentaje es el de trabajador de servicios y vendedores comerciales con el 28%.

Gráfico 5: Macrodistrito Max Paredes: Población ocupada clasificada por grupo ocupacional



Fuente: Gobierno Autónomo Municipal de La Paz "Plan 2040"

Por esa razón, es considerada el eje donde el comercio es la principal actividad, generando un gran movimiento económico.

Las actividades que se desarrollan en el interior del Macrodistrito tienen características particulares, por lo que se describen a continuación.

- Distrito 7

Se caracteriza por su alta concentración de actividad comercial, de oferta variada, desde comercio popular e informal, hasta servicios profesionales, financieros y de centro de producción manufacturera y artesanal. Se puede consolidar como una de las áreas comerciales más importantes de la ciudad. Además de fortalecer la oferta turística de La Paz, ya que una de las fiestas más importantes que tiene la ciudad que es la entrada folklórica del "Señor del Gran Poder" con valores patrimoniales tangibles e intangibles, nace en esta área.

Así también destacar que el 54% de los residentes declara hacer sus compras en este sector, sobre todo en fines de semana, esto debido a la influencia que tienen los mercados más importantes como son el mercado Rodríguez y Uruguay, además de la existencia de tambos en funcionamiento. Asimismo se tiene una descontrolada apropiación del espacio público, lo que produce un deterioro e incluso pérdida del patrimonio y de la calidad de ambiental del distrito (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2018).

El distrito 7 está estructurado por un conjunto de vías importantes que conectan con otros distritos y con la ciudad de El Alto, como la Avenida Tumusla y la Avenida Mariano Baptista como el sistema estructurante del área comercial.

- **Distrito 8**

En este distrito existe una concentración de centros de producción manufacturera y artesanal, cuya producción es parte de la riqueza del patrimonio tangible, ya que son expuestos en las diferentes actividades folklóricas y culturales de la ciudad.

Así mismo es más considerado una área residencial, frente a la presencia comercial, uno de los barrios más tradicionales y antiguos es el de Villa Victoria, consolidada como área residencial. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2016).

También destacar, en el distrito se encuentra ubicado el Cementerio General, considerado como patrimonio arquitectónico. Además de ser el barrio donde se concentran las diferentes actividades folklóricas y culturales y con esto la aparición de restaurantes, peñas, salones de fiesta, etc.

Por otra parte este barrio funciona también como terminal interprovincial improvisada puesto que muchas calles adyacentes al Cementerio General son paradas de transporte de buses de diversos destinos del altiplano. Lo que genera que sea un centro de acopio de diferentes productos, situación que es causal del congestionamiento vehicular y peatonal y la actividad comercial no controlada, que produce la ocupación del espacio público.

- **Distrito 9**

Este distrito es colindante en toda su extensión con la ciudad de El Alto. Se destaca por ser una zona residencial representada por los barrios Munaypata y La Portada, además de miradores naturales con vistas excepcionales de la ciudad.

Cuenta con una red vial importante como es la avenida Naciones Unidas y la Autopista La Paz- El Alto. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2018).

- **Distrito 10**

Este distrito se destaca por la presencia de los predios de la ex Estación de Ferrocarriles y de su Infraestructura, la ex fábrica de telas- SAID y de una planta de tratamiento de agua, que ha generado la instalación de viviendas de carácter obrero en sus alrededores. Así también la expansión urbana producida por asentamientos en su mayoría no regularizados, que hoy en día está invadiendo el área protegida natural.

Al interior del distrito también se encuentra el bosque de Pura Pura, área de importancia ambiental y de protección natural para la ciudad, que constantemente sufre de invasiones y asentamientos ilegales. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2018).



CAPÍTULO VI RESULTADOS

CAPÍTULO VI RESULTADOS

6.1. Análisis de la actividad comercial popular e informal en el espacio público.

Bajo lo anteriormente descrito, en un panorama que fusiona la realidad urbana y la expresión pluricultural en el Macrodistrito Max Paredes. Se realiza el análisis del área de estudio, agrupando las calles y avenidas, donde se encuentra la mayor densidad o nivel de concentración de comerciantes. Que por la poca disponibilidad de tiempo y además de la pandemia del Covid-19, requirió que se definiera un área de estudio más razonable.

El área de estudio abarca 5 calles de la ciudad de La Paz, dentro del distrito 7, al sur del Macrodistrito Max Paredes. Dentro de los barrios Los Andes y el Rosario, las calles de Max Paredes, la Tablada, Adolfo Ortega, La Avenida Buenos Aires y Avenida Tumusla.

Los criterios que se consideraron para la elección de las calles de la presente investigación, obedecen principalmente al nivel de densidad que se encuentran en vía pública, además de las características de apropiación territorial que se pueden visualizar.

Cuadro 5: Nivel de Densidad del Comercio en Vía Pública

Tramos	Calles	Nro. de Comerciantes	Densidad
Tramo 1	Av. Buenos Aires	805	Media
Tramo 2	Calle La Tablada	467	Alta
Tramo 3	Calle Ortega	457	Media
Tramo 4	Av. Tumusla	1628	Alta
Tramo 5	Av. Max Paredes	602	Media

Fuente: Dirección de Mercados y Comercio en Vía Pública del GAMLP

Figura 8: Área de estudio - Análisis de la actividad Comercial

Grafico 8:
Área de Estudio
Análisis de la Actividad Comercial

Fuente:
Elaboración Propia



TRAMO 1
Av. Buenos Aires



TRAMO 2
Calle La Tablada



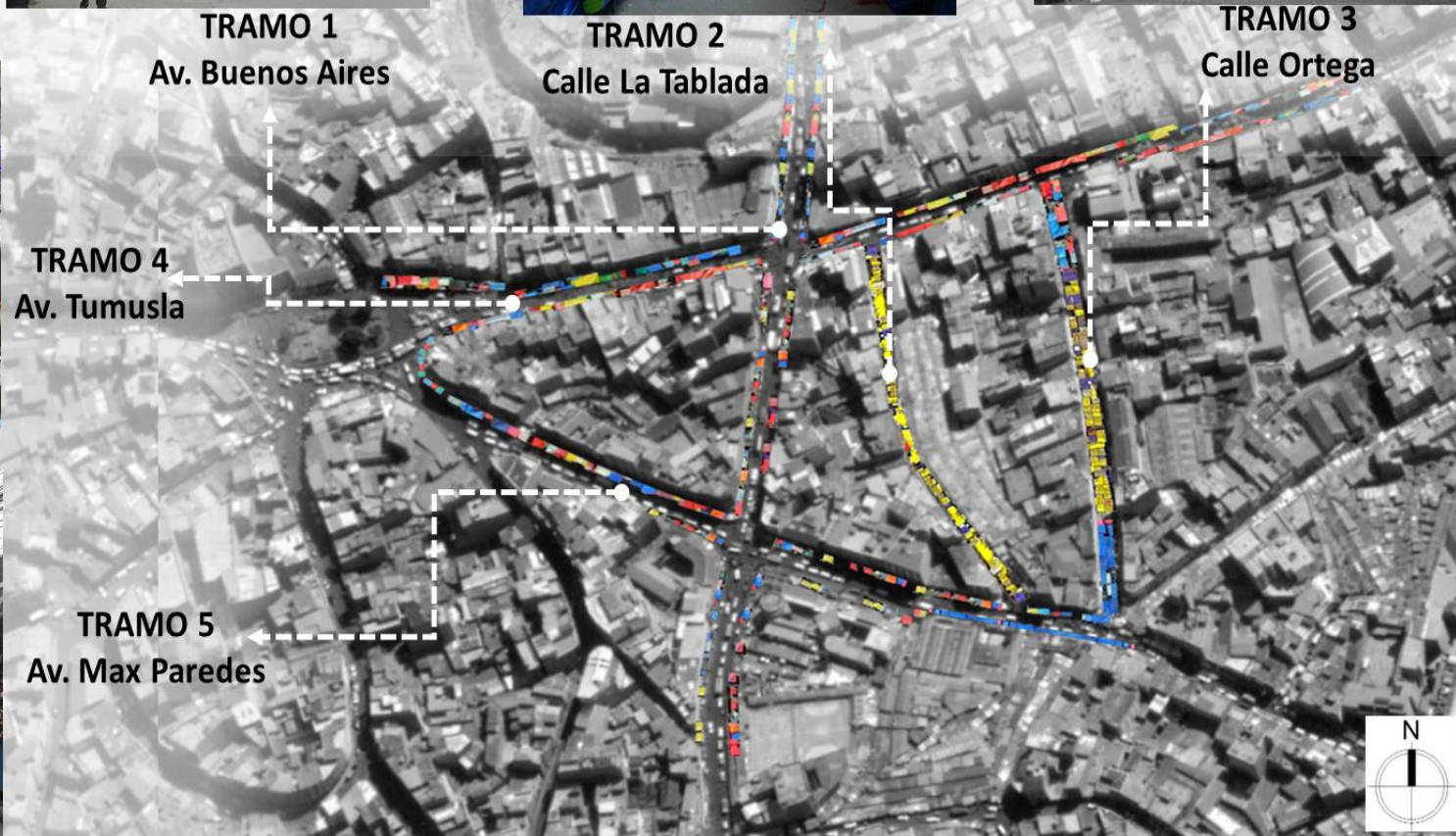
TRAMO 3
Calle Ortega



TRAMO 4
Av. Tumusla



TRAMO 5
Av. Max Paredes



El movimiento económico que genera el comercio popular e informal ha producido que se genere otro tipo de servicios, ya sea para los clientes o para los mismos comerciantes

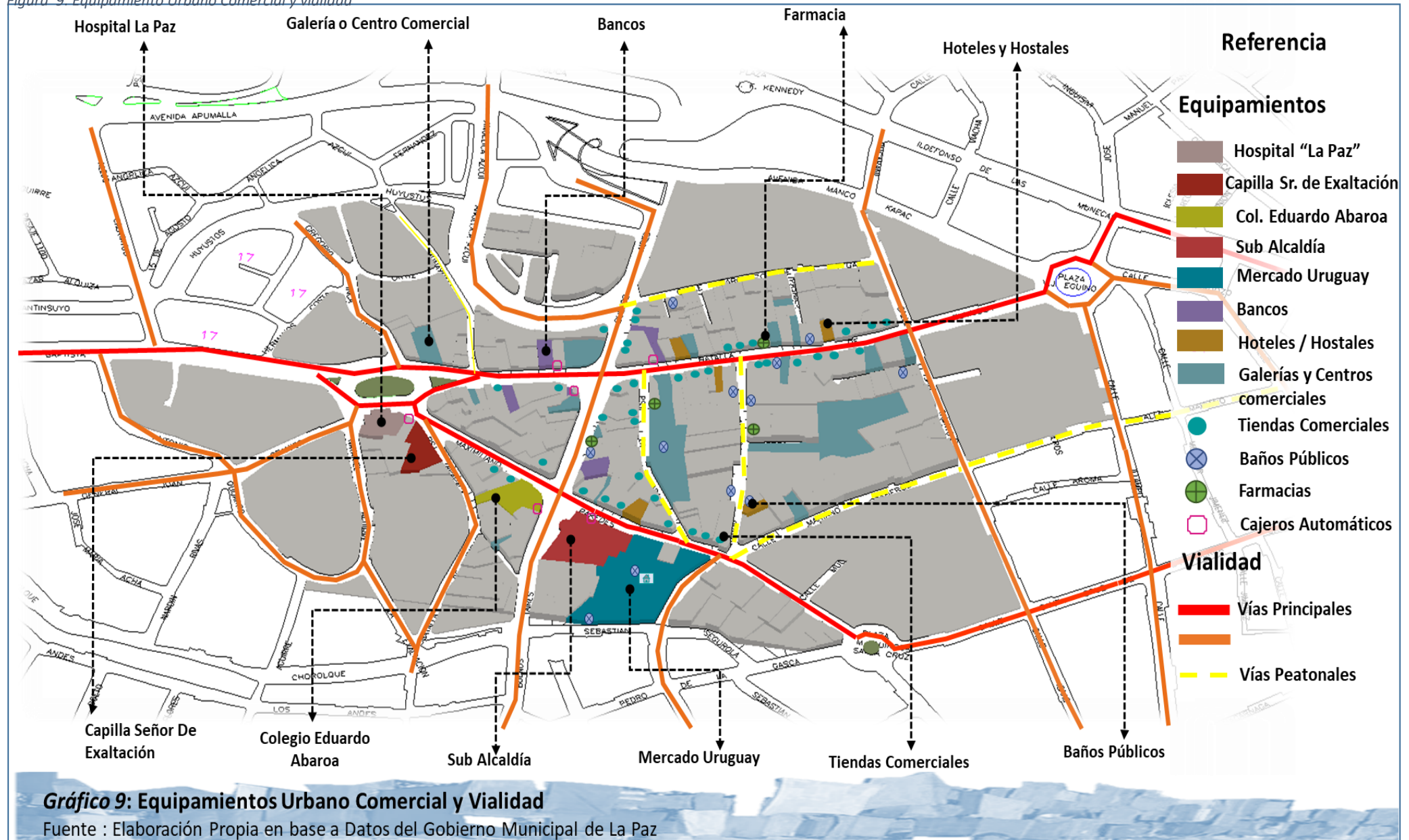
Se observa en los 5 tramos, la proliferación de servicios financieros, centros comerciales, galerías y tiendas, servicios sanitarios y uno de los centros de abasto más importantes de la ciudad como es el Mercado Uruguay. Asimismo este fenómeno económico favorece también a los dueños de las viviendas que se encuentran en toda el área comercial.

La densificación del sector, el equipamiento cultural, comercial que lo rodea, generó también un atractivo turístico del interior y exterior del país, aumentando así la variedad de productos en venta. A esto se suma el carácter intangible propio del sector, su gente y las tradiciones culturales, que deben ser consideradas para cualquier propuesta de recuperación o rehabilitación.

Así también la conectividad del sector, que permite el fácil acceso desde el centro de la ciudad; en especial por encontrarse dos vías principales como es la Av. Tumusla y la Av. Max Paredes, principales accesos al Cementerio General y conector con ejes viales las cuales derivan a diversos enlaces con la ciudad de El Alto. Además el Macro distrito cuenta con una estación del teleférico la cual genera conexión con el lado oeste y sur de la ciudad.

De la misma forma, a través de estas vías principales incluyendo la Av. Buenos Aires, circulan diariamente un importante número de vehículos de transporte público y privado. Sumado con las actividades económicas de tiendas y locales, acompañadas por la presencia de comerciantes informales los cuales definitivamente configuran un escenario caótico. Donde el ruido, la congestión, la insalubridad y la inseguridad están presentes permanentemente debido a la saturación de comerciantes en el sector, que mayormente con puestos de venta emplazados entre acera y calzada, obligando a los transeúntes a circular por medio de los pasillos creados o por la calzada.

Figura 9: Equipamiento Urbano Comercial y vialidad



6.1.1. Densidad de comerciantes por tramos de estudio

En esta sección se aborda principalmente el nivel de densidad de los comerciantes populares e informales, los rasgos de apropiación territorial, productos, tipos de puestos, etc. En los 5 tramos elegidos del Macro distrito Max Paredes.

Para la identificación del tipo de puestos, se clasifico en tres:

1) Fijos.- Son los puestos de venta cuya ubicación es estática, no movable, estos puestos de venta están fijados a la acera o a la pared de las vías públicas. Existen tres tipos de puestos de venta fijos: Anaqueles, tarimas y Kioscos.

2) Semifijos.- Son los puestos de venta cuya infraestructura no se encuentra fijada a la vía, pero tienen un lugar cotidiano de venta. Sólo se mueven para sacarlos de su depósito al lugar de venta y viceversa. Existe una variedad de puestos de venta semifijos: Tarimas, mesas, vitrinas, puesto de plástico etc.

3) Ambulantes.- Son comerciantes que transitan itinerantemente con sus mercancías por diferentes puntos. Generalmente en carros móviles y puestos de plástico.

Figura 10: Tipos de Puestos de Venta - Fijo, semifijo y ambulante



Fuente: Imagen Propia

Realizada la inspección ocular en cada uno de los tramos, se estableció la presencia de diferentes usuarios en distintos horarios en un mismo espacio, las medidas de bioseguridad, el número de turnos, tipos de productos, tipo de mobiliario, identificando los horarios en los que desarrollan su actividad.

A continuación se detalla por tramos las diferentes variables que intervienen en la densidad del comercio informal y popular.

Tramo 1: Avenida Buenos Aires

Tipos de Productos

De acuerdo a la información obtenida en la Dirección de mercados y comercio en vía pública, se estima que solo en este tramo se ubican alrededor de 805 puestos de venta.

En el tramo 2, en la Av. Buenos Aires se comercializan productos variados, desde prendas de vestir, alimentos (verduras, carnes, frutas) dulces y algunos puestos de comida.

Tipo de Mobiliario

Es un tramo de densidad media, existen puestos fijos, semifijos y ambulantes, los cuales se encuentran la mayoría en pared y sobre la acera, teniendo entre 2 y 1 fila, extendiéndose en ambas aceras. La mayoría de los puestos fijos y semifijos hechos de madera y metal, en el caso de ambulantes puestos en plástico y carros móviles.

Considerada una vía de segundo orden pero de gran importancia para el acceso vehicular hacia las zonas Norte y Oeste de la ciudad de La Paz, en este tramo se establecieron varios centros comerciales, entidades financieras y galerías. Así mismo, sin importar el flujo de circulación peatonal y vehicular. Estos puestos de venta son emplazados entre las aceras generando u obligando a los transeúntes a circular por los pasillos conformados por las tarimas o por la calzada, generando también que la eficiencia de uso de las vías se reduzca, lo que limita el espacio público, ocasionando congestión vehicular.

Horario y Número de Turnos

El número de turnos según estudio realizado por Pereira el 2015, son dos, mañaneras y diurnas lo que quiere decir que el horario establecido por el GAMLP es para mañaneras de 6:00 am a 10:00 am y para las diurnas de 8:00 am a 20:00pm. Así también para puestos de comida de 12:00 a 14:00 pm los cuales se extendían una o dos horas más.

Actualmente de acuerdo a lo dispuesto por el Gobierno Municipal, debido a la crisis sanitaria se dispuso dos turnos, para la venta y evitar aglomeraciones. Lo que se pudo verificar que no se cumple lo reglamentado. Como se observa en las imágenes se encuentran la totalidad de los puestos abiertos, sin cumplir el distanciamiento entre comerciantes.

También se observó la gran afluencia de gente tanto en la mañana como en la tarde, a pesar de las restricciones existentes.

Medidas de Bioseguridad

Se pudo verificar la utilización de barbijos en la mayoría de las comerciantes, pero solo un 25% contaba con el uso de insumos de limpieza y desinfección como ser agua, jabón alcohol

Figura 11: Análisis Tramo 1 - Av. Buenos Aires



en gel u otros, para la atención a clientes, la desinfección de los puestos se lo realiza una vez por semana.

Así también en este tramo, el gobierno municipal implemento en puntos estratégicos, cámaras de desinfección y lavadores, para la desinfección tanto para comerciantes como para clientes, estos durante la cuarentena. Para el pos confinamiento se retiraron estos puntos de desinfección

Tramo 2: Calle Tablada

Tipos de Productos

De acuerdo a la información obtenida en la Dirección de mercados y comercio en vía pública, se estima que solo en este tramo se ubican alrededor de 460 puestos de venta.

En el tramo 4, en la calle tablada tiene una alta densidad de comerciantes, la mayoría comercializan productos variados, desde prendas de vestir principalmente para niños menores de 2 años y en su gran mayoría se vende útiles escolares, accesorios para fiestas y también accesorios de cocina.

Tipo de Mobiliario

Este tramo es peatonal por lo que en toda la extensión del tramo existen puestos fijos y semifijos, la mayoría emplazándose en pared y sobre la calzada, conforman entre 2 a 3 filas. La mayoría de los puestos fijos y semifijos son tarimas hechas de madera y metálicas con cubiertas de calaminas en puestos fijos.

En este tramo se establecieron varios centros comerciales y galerías, uno de los centros de abasto de venta de material escolar al por mayor se encuentra en este tramo.

Por otra parte aun siendo una vía peatonal la aglomeración de puestos de venta hace que sea difícil la circulación peatonal, ya que los pasillos que se crean entre los puestos de venta son pequeños e incómodos.

Horario y Número de Turnos

El número de turnos según estudio realizado por Pereira el 2015, son diurnas lo que quiere decir que el horario establecido por el GAMLP es para diurnas de 8:00 am a 20:00pm.

Actualmente de acuerdo a lo dispuesto por el Gobierno Municipal, donde dispone dos turnos, para la venta y evitar aglomeraciones, Se puedo verificar que no se cumple lo reglamentado. Como se observa en las imágenes se encuentran la totalidad de los puestos abiertos, sin cumplir el distanciamiento entre comerciantes.

Figura 12: Análisis Tramo 2 - Calle la Tablada



También se observó la gran afluencia de personas, más que todo en la venta de accesorios de cocina y en papeleras.

Medidas de Bioseguridad

Se pudo verificar la utilización de barbijos en la mayoría de las comerciantes, también la presencia de cámaras desinfectantes en el ingreso a los centros comerciales, pero solo un 15% contaba con el uso de insumos de limpieza y desinfección como ser agua, jabón alcohol en gel u otros, para la atención a clientes, la desinfección de los puestos se lo realiza una vez por semana.

Durante la cuarentena, las comerciantes indican que mantuvieron cerrados los puestos de venta ya que no estaban considerados como de primera necesidad.

Tramo 3. Calle Ortega

Tipos de Productos

De acuerdo a la información obtenida en la Dirección de mercados y comercio en vía pública, se estima que solo en este tramo se ubican alrededor de 457 puestos de venta.

En el tramo 5, la calle Ortega se comercializa productos variados, principalmente prendas de vestir, pero también comercializan útiles escolares y artículos deportivos.

Tipo de Mobiliario

Este tramo también es peatonal con una densidad de comerciantes alta, A lo largo del tramo se verifico la presencia de puestos fijos y semifijos los cuales se extienden en ambas aceras y la calzada. En donde la mayoría de los puestos son hechos de tarimas de metal y madera, con cubiertas de calamina en los puestos fijos y en algunos casos anaqueles móviles de exposición.

En la mayoría del tramo los puestos se encuentran puestos en pared y entre acera y calzada, teniendo de 3 a 4 filas de puestos de venta. Sin embargo a pesar que es una vía peatonal se apropian del mayor espacio posible para el desarrollo de sus ventas, sin importar el flujo de circulación peatonal, lo que ocasiona incomodidad y dificultad para transitar por este tramo.

Horario y Número de Turnos

El número de turnos según estudio realizado por Pereira el 2015, es de dos turnos, quiere decir que existen mañaneras y diurnas en este tramo, el horario establecido por el GAMLP para diurnas es de 8:00 am a 20:00pm, los cuales se extendían una o dos horas más.

Figura 13: Análisis Tramo 3 - Calle Adolfo Ortega



Actualmente debido a la crisis sanitaria se dispuso dos turnos, para la venta y evitar aglomeraciones, pero poco o nada se cumple con la reglamentación, la mayoría de los puestos se encontraban abiertos, no se observó el distanciamiento entre comerciantes.

Por otra parte la venta de productos solo está permitido hasta las 6:00 de la tarde.

Así también se observó una baja afluencia de gente en el tramo.

Medidas de Bioseguridad

Se pudo constatar la utilización de barbijos en la mayoría de las comerciantes, pero solo algunos contaban con el uso de insumos de limpieza y desinfección como ser agua, jabón alcohol en gel u otros, en su mayoría en los centros comerciales.

En este tramo no se implanto la cámara de desinfección y lavaderos.

Tramo 4. Av. Tumusla

Tipos de Productos

De acuerdo a la información obtenida en la Dirección de mercados y comercio en vía pública, se estima que solo en este tramo se ubican alrededor de 1628 puestos de venta.

En el tramo 3, la calle Tumusla se comercializa productos variados, principalmente prendas de vestir. La magnitud del comercio en esta calle dio lugar a la edificación de varios centros comerciales, donde se vende prendas de vestir al por mayor.

Tipo de Mobiliario

A lo largo del tramo se verifico la presencia de puestos fijos, semifijos y ambulantes los cuales se extienden en ambas aceras y parte de la calzada, en donde la mayoría de los puestos son hechos de tarimas de metal y en algunos casos anaqueles de exposición. Así también existe gran cantidad de comerciantes ambulantes con carros móviles y puestos en plástico.

En la mayoría del tramo los puestos se encuentran puestos en pared y entre acera y calzada, teniendo 2 filas en cada acera. Apropiándose del mayor espacio posible para el desarrollo de sus ventas, sin importar el flujo de circulación vehicular y peatonal, emplazando los puestos a la calzada y obligando a los transeúntes a circular por los pasillos conformados por las tarimas y por la calzada. Generando que la vía se reduzca, ocasionando congestión vehicular.

Horario y Número de Turnos

El número de turnos según estudio realizado por Pereira el 2015, es de tres turnos, quiere decir que existen mañaneras diurnas y nocturnas en este tramo, el horario establecido por el GAMLP para mañaneras es de 6:00 a 10:00 am, para diurnas es de e 8:00 am a 20:00pm, las diurnas de 8:00 a 20:00 pm y las nocturnas de 18:00 a 23:00 pm. Este último para snacks de Comida, los cuales se extendían una o dos horas más.

Actualmente debido a la crisis sanitaria que se está viviendo en el País se dispuso dos turnos, para la venta y evitar aglomeraciones. Como se muestra en las imágenes poco o nada se cumple con la reglamentación, ya que los turnos de venta son normales, no se observó la utilización de banderas o pintados de colores (verde y rojo), como se había reglamentado.

Así también se observó la cantidad de afluencia de gente que a pesar de las restricciones, aún existen aglomeraciones en este sector. Esta calle representa una vía principal de acceso hacia la zona Norte especialmente hasta la zona del cementerio, así también al centro de la ciudad. Por lo que esta saturación de comercio dificulta la transitabilidad peatonal y vehicular, lo que resulta riesgoso no solo para el peatón sino también para el mismo comerciante.

Medidas de Bioseguridad

Se pudo constatar la utilización de barbijos en la mayoría de las comerciantes, pero solo un 40% contaba con el uso de insumos de limpieza y desinfección como ser agua, jabón alcohol en gel u otros, en su mayoría en los centros comerciales.

Por otra parte, el gobierno municipal implemento en puntos estratégicos, cámaras de desinfección y lavadores, para la desinfección tanto para comerciantes como para clientes, estos durante la cuarentena. Pero para el pos confinamiento se retiraron estos puntos de desinfección.

Figura 14: Análisis Tramo 4 - Av. Tumusla



Tramo 5. Avenida Max Paredes

Tipos de Productos

De acuerdo a la información obtenida en la Dirección de mercados y comercio en vía pública, se estima que solo en este tramo se ubican alrededor de 400 puestos de venta.

En el tramo 1, la calle Max Paredes se comercializan productos variados, desde prendas de vestir (principalmente para colegio como guardapolvos, camisas, blusas, etc.), artículos de cocina (venta de ollas, mandiles), plásticos, artículos artesanales, telas y alimentos.

Tipo de Mobiliario

Se extienden en ambas aceras y parte de la calzada, en la mayoría con puestos fijos y semifijos con tarimas hechas de madera, encontrándose en la mayoría del tramo puestos en pared y entre acera y calzada, teniendo 2 filas en cada acera y comerciantes ambulantes en su mayoría con carros móviles. Esta saturación de comercio hace que tanto tiendas, locales y puestos de venta, se apropien del mayor espacio posible para el desarrollo de sus ventas, sin importar el flujo de circulación peatonal y vehicular. Estos puestos de venta son emplazados entre las acera y calzada generando u obligando a los transeúntes a circular por los pasillos conformados por las tarimas y por la calzada.

Horario y Número de Turnos

El número de turnos según estudio realizado por Pereira el 2015, es único quiere decir que la mayoría de los puestos son fijos y el horario establecido por el GAMLP es de 8:00 am a 20:00pm, los cuales se extendían una o dos horas más.

Actualmente de acuerdo a lo dispuesto por el Gobierno Municipal, debido a la crisis sanitaria que se está viviendo en el País se dispuso dos turnos, para la venta y evitar aglomeraciones. Como se muestra en las imágenes poco o nada se cumple con la reglamentación, ya que los turnos de venta son normales, no se observó la utilización de banderas o pintados de colores (verde y rojo), como se había reglamentado. Solo algunos puestos cerrados, especialmente los que se dedicaban a la venta de prendas de vestir para estudiantes, ya que el año escolar cerró el mes de agosto para evitar los contagios en los colegios.

Así también se observó la cantidad de personas que a pesar de las restricciones, aún existen aglomeraciones en este sector, más que todo en la compra de frutas y verduras.

Medidas de Bioseguridad

Se pudo constatar la utilización de barbijos en la mayoría de las comerciantes, pero solo un 30% contaba con el uso de insumos de limpieza y desinfección como ser agua, jabón alcohol en gel u otros, para la atención a clientes.

Por otra parte, el gobierno municipal implemento en puntos estratégicos, cámaras de desinfección y lavadores, para la desinfección tanto para comerciantes como para clientes, estos durante la cuarentena. Para el pos confinamiento se retiraron estos puntos de desinfección.

Tal como se puede apreciar, el comercio callejero ha generado un espacio intermedio entre la acera y la calzada, dificultando la transitabilidad peatonal y vehicular. Teniendo en cuenta que la calle Max Paredes es una vía fundamental de acceso a la zona noroeste de la ciudad de La Paz, por lo que la cantidad de tráfico vehicular es constante y la eficiencia de uso de las vías se reduce por la ocupación de los puestos de venta, lo que limita y reduce el espacio público, ocasionando riesgo no solo para los transeúntes sino también para comerciantes.

En base a la descripción realizada de las variables que intervienen en la identificación de la densidad comercio, se pudo observar que de los 5 tramos tres de ellos (tramos 2,3 y 4) tienen una alta densidad de comerciantes, lo que quiere decir es que varias filas de puestos de venta se instalan en estos tramos, tanto fijos, semifijos y ambulantes y así también varios turnos en un mismo espacio.

Resumen

Cuadro 6: Resumen de Densidad de comerciantes por tramos de estudio

Tramos	Calles	Nro. de Com.	Productos	Mobiliario	Horario y Turnos	Bioseguridad
Tramo 1	Av. Buenos Aires	805	Alimentos – Comideras- Prendas- accesorios	Fijo – Semifijo - Ambulante	Todo el Día y Mañaneras	Mascarilla
Tramo 2	Calle La Tablada	467	Prendas – Útiles escolares- Otros	Fijo- Semifijo	Todo el día	Uso de mascarilla , cámaras de desinfección
Tramo 3	Calle Ortega	457	Prendas – Útiles escolares- Otros	Fijo-Semifijo	Todo el Día	Uso de Mascarilla
Tramo 4	Av. Tumusla	1628	Prendas de Vestir	Fijo- semifijo - Ambulante	Todo el día – Mañanera - Nocturnas	Uso de Mascarilla
Tramo 5	Av. Max Paredes	602	Alimentos y Prendas de vestir	Fijo- semifijo - Ambulante	Todo el día	Uso de Mascarilla

Fuente: Elaboración Propia

Figura 15: Análisis Tramo 5 - Av. Max Paredes



6.1.2. Prácticas culturales

Así también interesa identificar las actividades que se manifiestan en el mismo espacio compartido con el comercio popular e informal, los cuales también suelen participar comerciantes y vecinos.

Una práctica cotidiana es el desarrollo de fiestas patronales de barrio o de gremio, como son las entradas folklóricas, una de las fiestas patronales más sobresalientes de la ciudad de La Paz que se desarrolla en este sector es la entrada del Gran Poder. Se podría decir que es un espacio de integración entre comerciantes y vecinos aunque este último en menor medida.

Por otra parte, este tipo de venta en las calles que caracteriza a los comerciantes, tiene que ver con una cultura ciudadana que privilegia la realización de compras “al paso”. Donde este aspecto es determinante para el aspecto lucrativo de esta actividad económica. Por lo que donde hay demanda existe comercio.

6.2. Percepción de los actores Implicados

Los primeros estudios sobre la informalidad muestran a este como la respuesta a la crisis económica, esto porque existen momentos y lugares en los que el sector industrial no tenía la capacidad de absorber la gran población o la masa laboral, lo que generó que se combata el desempleo y la crisis recurriendo a actividades económicas informales. Por lo que se asociaba este comercio informal con el desempleo y la pobreza, aunque ello ocurre en menor frecuencia, se lo asociaba como un medio de subsistencia. Por otro lado el mismo estado, a nivel general comenzó a reconocer y a diseñar políticas para este sector, de esta manera, el término economía informal se convirtió en una expresión inapropiada para estudiar este fenómeno, más bien se utiliza términos como “popular” o “economía popular”.

Los elementos que se constituyeron como hilos conductores para la investigación, fueron establecer la relación entre los actores y el territorio y su organización, además del sentido de pertenecía.

Es necesario también establecer si este tipo de comercio, es o no, una actividad económica de subsistencia, esto con la finalidad de entender la complejidad de este fenómeno.

Pereira (2015), señala que el comercio en vía pública ya no es una actividad de subsistencia porque, con el tiempo, se ha convertido en una actividad más rentable, ya no es una actividad pasajera, ya que tiene la capacidad de emplear a todos los miembros de

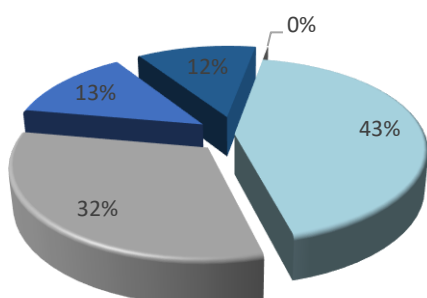
familia. Lo que genera lazos de apego y finalmente porque otros mercados y por ende otros actores han comenzado a depender o a beneficiarse de ella. Esta idea, además, es respaldada por las opiniones de los comerciantes en las entrevistas y grupos focales realizados en su investigación:

“...yo trabajaba antes en entidad pública, pero lamentablemente me pagaban muy poco, muy poco ganaba, pese a que yo he entrado a la universidad, soy programador de sistemas, contador egresado, he estado un año en sociología, pero lo he dejado eso” (Dirigente, calle Graneros).

...el sueldo de mi hija es 1.500, 2.000 bolivianos. Todo el mes gana eso en las oficinas. Aquí en un día puedes vender y ganar 1.500, 3.000 bolivianos (Dirigente, calle Vicente Ochoa). (Pereira, 2015)

En principio sugiere que este tipo de comercio se convirtió en una mejor opción para sostener a las familias. De acuerdo a la investigación realizada el 43% de los comerciantes “populares” encuestados, se inserta en este tipo de actividad por herencia familiar, un 32% por necesidad económica, y otros factores en menor porcentaje como el de flexibilidad horaria y el de independencia con un 12%.

Gráfico 6: Qué le motiva vender en la calle?

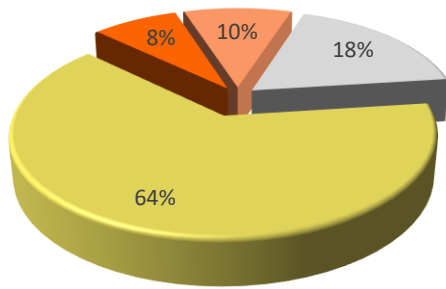


Motivación	% Encuestas
Herencia Familiar	43%
Necesidad Económica	32%
Flexibilidad Horaria	13%
Independencia	12%
Otros	0%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares

Por otro lado, el 64% de los comerciantes “informales” encuestados, indicó que la motivación para ingresar a la actividad es por necesidad económica, lo que se podría afirmar que se encontraban desempleados o con dificultades económicas, en menor porcentaje indicaron un 18% es por herencia familiar, por flexibilidad horaria un 8% y por independencia un 10%.

Gráfico 7: Qué le motiva vender en la calle?



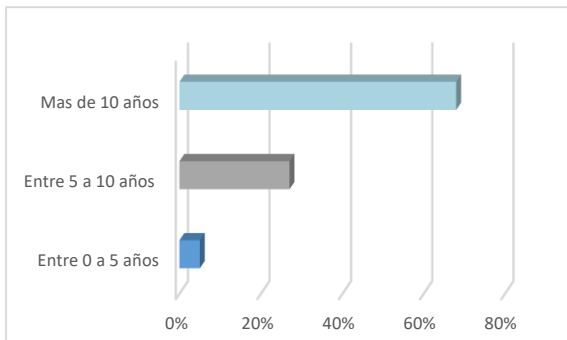
Motivación	% Encuestas
Herencia Familiar	18%
Necesidad Económica	64%
Flexibilidad Horaria	8%
Independencia	10%
Otros	0%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes informales

Esta modalidad de herencia familiar ha derivado a que los puestos de venta sean transmitidos de generación a generación, creando un sentido de pertenencia, lealtad con el rubro y hasta una tradición para las familias. Lo cual fortalece la idea de proteger y defender el puesto de venta generando un sentido de apego.

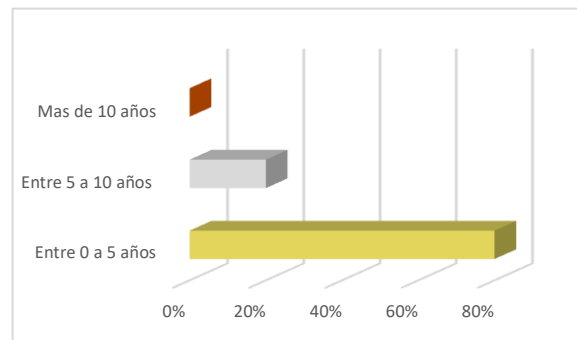
El 68% de los comerciantes populares encuestados, indicaron que sus puestos de venta son más de 10 años de antigüedad, por otro lado un 80% de los comerciantes informales se dedican a esta actividad en menos de 5 años. Debido que es una actividad ambulante y no siempre se encuentran en un lugar específico.

Gráfico 8: Desde cuándo vende?



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares

Años de venta	% Encuestas
Entre 0 a 5 años	5%
Entre 5 a 10 años	27%
Más de 10 años	68%



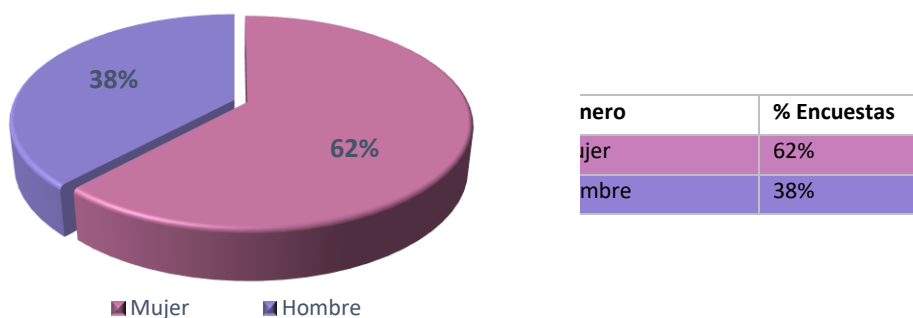
Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes informales

Años de venta	% Encuestas
Entre 0 a 5 años	80%
Entre 5 a 10 años	20%
Más de 10 años	0%

Gran parte del comercio tanto informal como popular es administrado por mujeres, en el caso del comercio popular sus trabajadores tienen una distribución más pareja indicando un 62% con una fuerza laboral femenina y un 38% hombres. Esto sería porque este tipo

de actividad significa para las mujeres una oportunidad para aportar económicamente a sus familias. Pero así también debido a la intensidad laboral, los ingresos que se tiene con esta actividad y la falta de empleo hizo que haya un mayor porcentaje de participación de hombres.

Gráfico 9: Genero



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares e informales

La capacidad de absorción que tiene el comercio es también un factor que contribuye a que este sea rentable, porque además del rendimiento económico, acoge a personas de distintas edades.

La edad de los comerciantes “populares” es mayor a la edad promedio, donde casi la mitad de los encuestados superan los 50 años, con un 63%, un 35% de más de 60 años y solo un 1% de menos de 18 años.

En el caso del comercio Informal, la edad de la mayoría de los encuestados se encuentran entre los 18 y 60 años con un 70% y así también debido en gran parte a cesantía por causas de su edad o por la baja preparación, un 20% de los encuestados es mayor de 60 años y un 10% menor a 18 años.

6.3. Apropiación del espacio Público

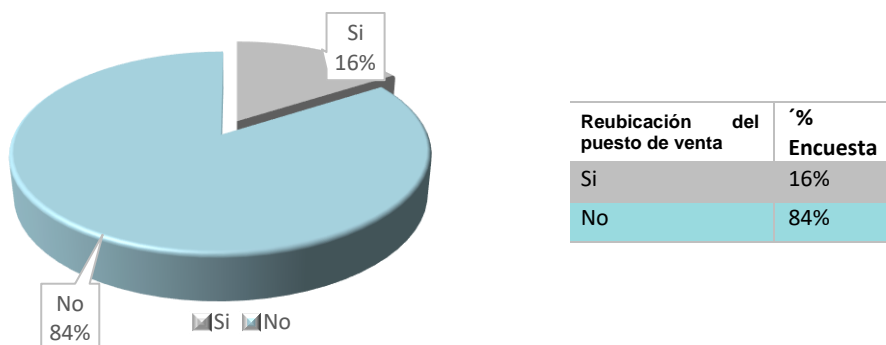
Como se mencionó anteriormente, desde la década de los 60, Max Paredes sufre un proceso de urbanización, sumándole la masiva ola migratoria del área rural en su mayoría del altiplano. Además que se encontraban los famosos tambos (del quechua tanpu) usado como albergue y como centro de acopio donde llegaban viajeros de diferentes haciendas de La Paz y otros lugares, trayendo una gran cantidad de productos agrícolas.

Por lo que en algunos casos el sentido de pertenencia a propósito de la tradición tiene que ver con la historia misma de la ciudad de La Paz, además del sentido de identidad que va de la mano de una memoria histórica. Así también se pudo observar que entre el grupo de comerciantes, realizan diferentes actividades muy aparte de lo laboral, como fiestas

patronales o de gremio, que generan vínculos muy fuertes entre comerciantes y hace que los mismos se encariñen con sus puestos de venta.

Así indicaron la mayoría de los comerciantes populares en la encuesta sobre la reubicación de sus puestos de venta, en donde un 84% indicaron que no aceptarían y solo un 16% si lo aceptarían, debido a que estarían más cómodos dentro de un mercado formal.

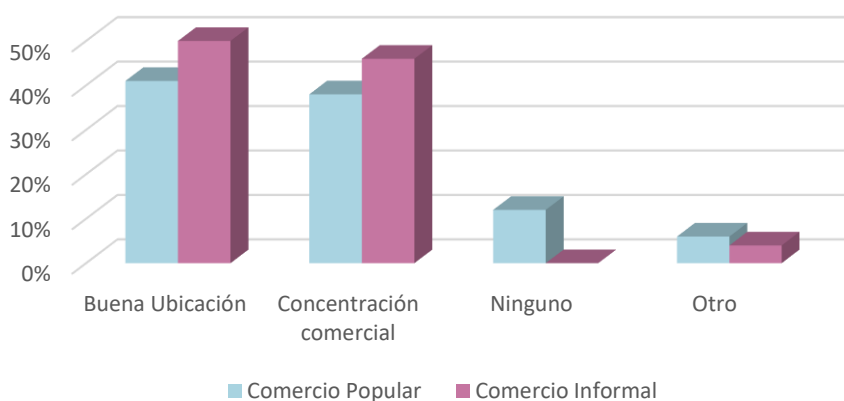
Gráfico 10: Aceptaría la reubicación del puesto de venta?



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares

Así mismo, comerciantes populares como informales encuestados indicaron como valores positivos, la buena a ubicación y la concentración comercial que existe en este sector, añadiendo, al miedo de perder clientes, prefieren no cambiarse. Por lo que estos factores también refuerzan el apego al territorio y la rentabilidad del rubro.

Gráfico 11: Qué valores positivos rescata en el entorno de su puesto de venta?



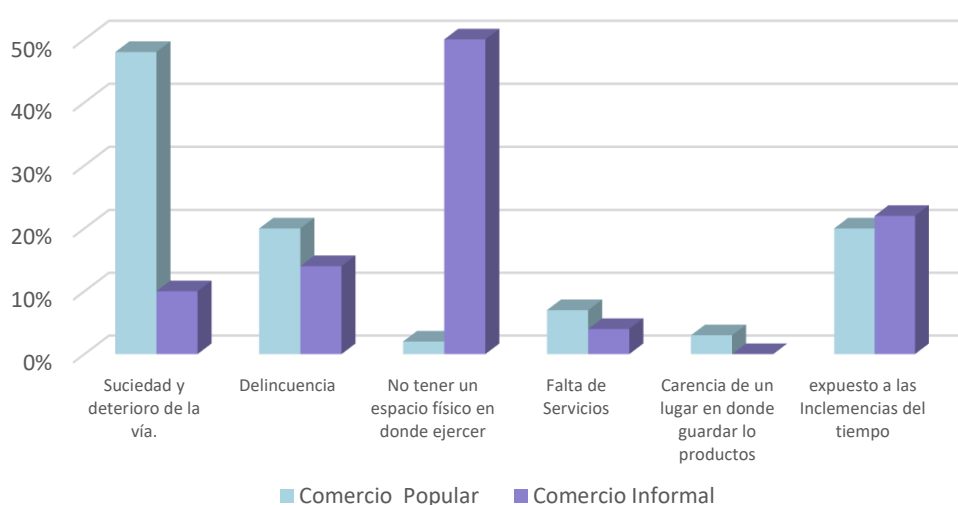
Reubicación del puesto de venta	Comercio Popular %	Comercio Informal %
Buena Ubicación	42%	50%
Concentración comercial	39%	46%
Ninguno	13%	0
Otro	6%	4%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares e informales.

Por otro lado, también indicaron valores negativos que tiene la venta en vía pública, a los cuales están expuestos los comerciantes, el 48% de los encuestados indican, la suciedad y el deterioro del sector como valor negativo, un 30% la delincuencia y estar expuestos a las inclemencias del tiempo.

Por otra parte, el 50% de los comerciantes informales encuestados indicaron como negativo el no tener un espacio físico en donde ejercer ya que están expuestos a las inclemencias del tiempo y al ser ambulantes también a la delincuencia.

Gráfico 12: Qué valores negativos detecta en la venta en vía pública?



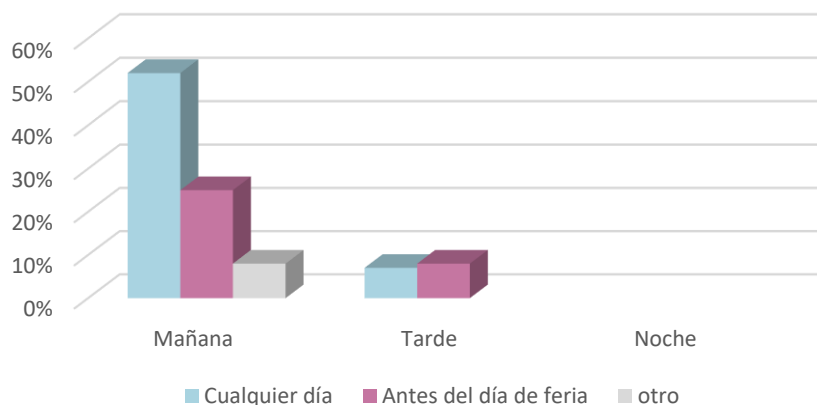
	Comercio Popular %	Comercio Informal %
Suciedad y deterioro de la vía.	48%	10%
Delincuencia	20%	14%
No tener un espacio físico en donde ejercer	2%	50%
Falta de Servicios	7%	4%
Carencia de un lugar en donde guardar lo productos	3%	0%
expuesto a las Inclemencias del tiempo	20%	22%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares e Informales

Este deterioro es debido en parte a la apropiación del comercio, que ocupa las aceras y calzadas para sus actividades y la falta de intervención por parte del Gobierno Municipal. Las calles se encuentran saturadas de vehículos de clientes, camiones de carga y descarga, estacionándose en sus costados por diversas razones, acrecentándose en las horas de mayor congestión y sin control alguno. Esto responde a una falta de estacionamientos a una gran demanda tanto para clientes como para los comerciantes.

Según la encuesta el 52% de los comerciantes realizan la carga y descarga en cualquier día de la semana y general mente en la mañana y solo un 25% realizan la carga y descarga de sus productos antes de un día de feria (lunes, miércoles y sábado). El 60% realiza la descarga de productos en la mañana y 8% durante la tarde. Además que lo realizan cerca de sus puestos de venta. Los productos provienen principalmente de la ciudad de El Alto.

Gráfico 13: Día y horario de descarga de productos



	Mañana	Tarde	Noche
Cualquier día	52%	7%	0%
Antes del día de feria	25%	8%	0%
otro	8%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares e Informales

Figura 16: Descarga de Productos en la Av. Tumasla y Max Paredes



Fuente: Imagen propia, 2020

Así también, se observa en los tramos gran cantidad de suciedad producida por los mismos productos, gran parte de la basura acumulada está compuesta de fruta y verdura. Los encuestados señalan que el camión de basura pasa durante la noche es por eso que se llega a acumular la basura durante todo el día, señalan que los contenedores no son suficientes para la cantidad de vendedoras que se encuentran en un solo tramo.

Figura 17: Av. Max Paredes y Calle Ortega respectivamente - Acumulación de Basura y suciedad



Fuente: Imagen propia, 2020

Se observó veredas en mal estado con hendiduras, baches en calzadas y desniveles en los tramos estudiados. Además de publicidad y vitrinas sobre acera por parte de los comerciantes que se encuentran dentro de tiendas y galerías, para mostrar sus productos, en algunos casos competir con los comerciantes que se encuentran en las calles.

Figura 18: Mal estado de aceras y calzadas - Av. Buenos Aires, Av. Max Paredes y Av. Tumusla

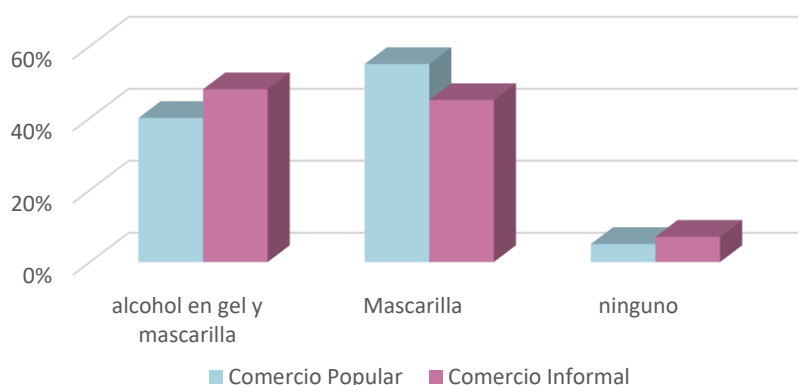


Fuente: Imagen propia 2020

6.4. Medidas de Bioseguridad

Nos encontramos en una crisis sanitaria mundial, causada por el coronavirus 2 del síndrome respiratorio agudo grave (SARS-CoV-2) o Covid -19, por lo que es casi obligatorio las medidas de bioseguridad, aún más si son sectores con gran cantidad de afluencia de personas. Por esa razón es necesario analizar las consecuencias y dinámicas que se están produciendo en este sector. El 40% de los encuestados indicaron que usan como medida de bioseguridad la mascarilla, el 55% indicaron que usan tanto mascarilla como alcohol en gel y el 5% no usan ninguno.

Gráfico 14: Usa las medidas de Bioseguridad reglamentadas por la Alcaldía?



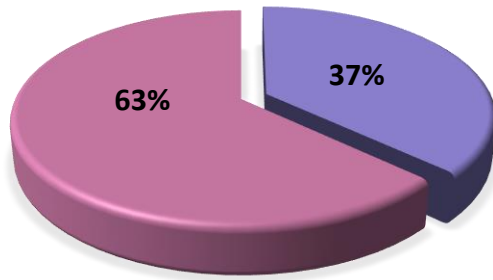
	Comercio Popular %	Comercio Informal %
alcohol en gel y mascarilla	40%	48%
Mascarilla	55%	45%
ninguno	5%	7%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares e Informales

Por otra parte solo un 37% de los comerciantes indicaron que existe control por parte del Gobierno municipal para hacer cumplir las normativas y reglamentos en cuanto a medidas de Bioseguridad. Debido a que la ciudad se encuentra en cuarentena dinámica hay menos control, se permitieron la apertura de todos los puestos de venta y no se controla el distanciamiento entre comerciantes.

Así también recalcar que durante la cuarentena se instalaron lavaderos y cámaras desinfectantes en diferentes ingresos de cada tramo, actualmente en los tramos estudiados estos ya fueron retirados.

Gráfico 15: Existe control por parte de la Alcaldía con los turnos de venta y las medidas de Bioseguridad?



Control del GAMLP	Encuestas %
No	37%
Si	63%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares e Informales

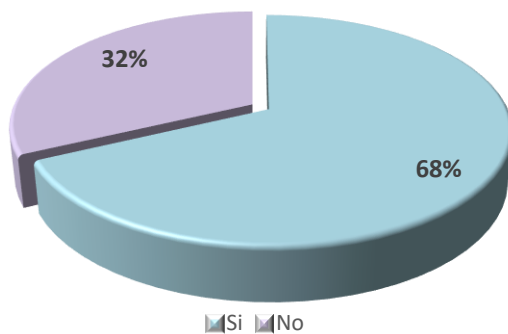
Figura 19: Instalación de Lavaderos y cámaras de desinfección



Fuente: Imagen propia, 2020

Debido a la falta de empleo producido aún más por la pandemia se ha detectado el crecimiento del comercio informal en los tramos estudiados, con distintos productos que son de demanda de la población en esta época, desde mascarillas de tela, hasta prendas de vestir como trajes de bioseguridad, entre otros.

Gráfico 16: Detectó el crecimiento del comercio informal después del confinamiento?



Detección del crecimiento del comercio informal	Encuestas %
No	32%
Si	68%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas comerciantes populares e Informales

Figura 20: Nuevos Asentamientos informales - Calle Tumusla



Fuente: Imagen propia, 2020

...Si bien no se tiene mayor control por parte del Gobierno, es responsabilidad de cada persona cuidarse y coordinar con las bases o sindicatos para tener limpio y desinfectado nuestro puesto de venta (comerciante de la calle Max Paredes).

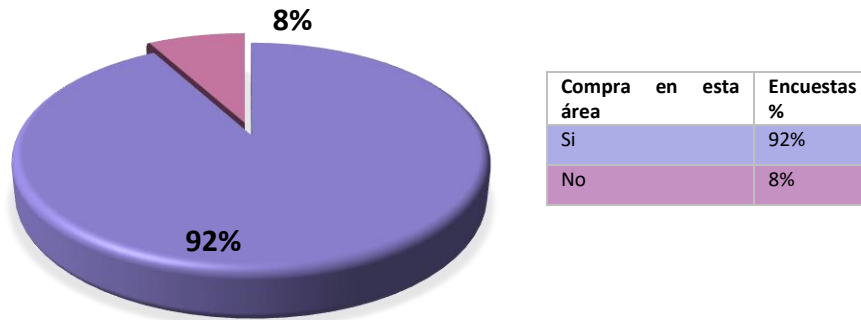
6.5. Percepción de los actores externos.

Existen otros actores que comparten el mismo espacio y que forman parte crucial de la dinámica del comercio popular e informal. Como es el caso de la población, tanto clientes como los propios vecinos.

Así como anteriormente se mencionó la rentabilidad del comercio popular como actividad económica, una parte de esa rentabilidad radica en que la gente prefiere comprar en las calle. Lo que causa molestia con el comercio formal, que se encuentran dentro de un establecimiento en este caso como los mercados.

De acuerdo a los datos de los encuestados a clientes, nos muestra que los visitantes provienen de varias partes de la ciudad de La Paz, principalmente son los mismos vecinos del Macrodistrito, pero también de otras zonas, como es el centro, la ladera este y la zona sur. Donde un 92% compran regularmente en esta área y un 8% lo hicieron por primera vez.

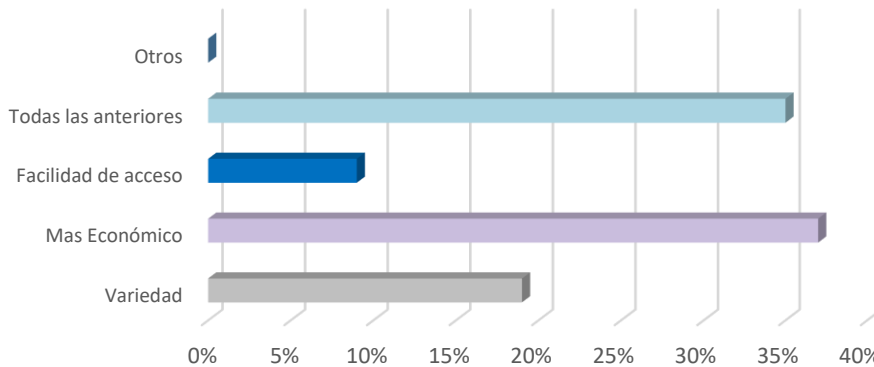
Gráfico 17: Compra regularmente en esta área?



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas vecinos y clientes

Pero que motiva a la gente comprar en la calle? De acuerdo a los encuestados, un 56% indica que es más económico, un 9% por la facilidad de acceso y el 35% son por la variedad de productos. A partir de esta circunstancia se genera un sentido de comodidad y otro tipo de cultura de consumo, donde un 65% indica que prefiere comprar en las calles. Ya que se encuentra todo tipo de productos al paso, ya no es necesario entrar a mercado o una galería y un 35% prefieren comprar en los mercados, galerías y tiendas, indicando que garantiza su calidad.

Gráfico 18: Cuáles Motivos lo Traen a Comprar en este barrio?

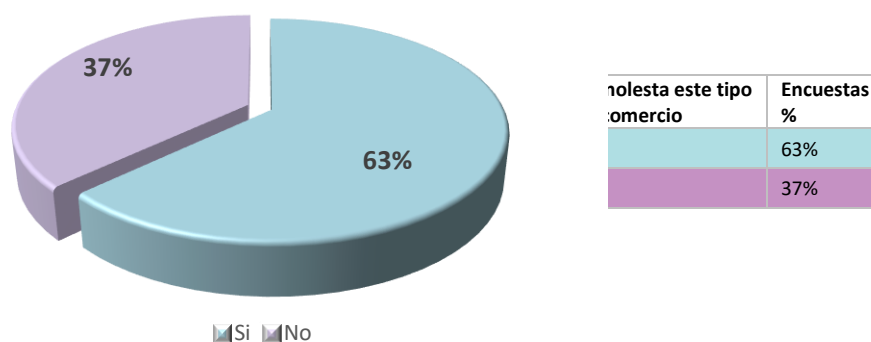


Motivo de compra	Encuesta %
Variedad	19%
Más Económico	37%
Facilidad de acceso	9%
Todas las anteriores	35%
Otros	0%

Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas vecinos y clientes

Por otro lado, un 63% de los vecinos encuestados no le molesta este tipo de comercio, reconocen que gracias a este tipo de comercio el valor de sus propiedades aumentó, además que el alquiler de tiendas, garajes y depósitos también son una actividad rentable para ellos. El otro 37% tienen molestia con este tipo de comercio, porque genera desorden, suciedad, congestión vehicular y delincuencia.

Gráfico 19: Está de acuerdo con el comercio Popular e informal?



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas vecinos y clientes

En este sentido, los clientes, vecinos y comerciantes, se benefician de este tipo de comercio, ya que a pesar de los conflictos que se pueden suscitar entre ellos, lo que hace que el comercio popular e informal, adquiera más fuerza y sea más difícil de modificar.

6.6. Conclusiones

La presente investigación, nos permite visualizar las distintas circunstancias que llevan a los comerciantes informales y populares a apropiarse del espacio público.

Muchos son los barrios en el Macro Distrito Max Paredes que han pasado de ser periféricas a centros comerciales a los que acude la población paceña, lugares donde se desarrolla actividades económicas formalmente establecidas, populares e informales.

A lo largo de la historia urbana, este sector se ha caracterizado por la variedad de funciones y actividades que concentra. Por su ubicación estratégica que articula a diferentes zonas de la ciudad, hacen que se convierta en uno de los nodos urbanos más complejos, debido a la saturación de comerciantes quienes limitan el uso del espacio público debido al asentamiento de los puestos de venta.

Realizado el análisis espacial, a partir de la descripción de las características de los diferentes tramos, se evidencia los niveles de densidad del comercio informal y popular, es un aspecto importante a resaltar, ya que demuestra el nivel de ocupación y organizativo

que tienen los comerciantes. El espacio es ocupado por diferentes comerciantes y por una gran diversidad de puestos tales como vendedores de ropa, verduleras, plásticos, material escolar, accesorios de cocina, etc. Cada conjunto cuenta con su propia asociación o sindicato, donde hay mayor densidad de comerciantes, la organización es más especializada y compleja.

Así también, el análisis permite establecer que la invasión de los puestos de venta en el espacio público, reduce considerablemente la capacidad de uso del espacio, tanto para peatones como para vehículos. Lo que ocasiona congestión vehicular, desorden y mala imagen urbana, dificultando la libre transitabilidad ocasionando riesgo para transeúntes y los mismos comerciantes, quienes son susceptibles a riesgos de contaminación ambiental, inseguridad ciudadana e insalubridad pública.

La densidad de vendedores en los diferentes tramos, a partir de su organización y de su reconocimiento por parte de la autoridad local en este caso el Gobierno Municipal, repercute y genera la demanda de instalaciones de diferentes servicios comerciales, como centros de abasto masivo, entidades financieras, servicios higiénicos, cafeterías y otros, que principalmente coadyuvan a las necesidades de los propios comerciales y clientes o usuarios en general.

Esta densidad de comerciantes también genera aglomeración de personas que compran en este sector, por lo que encontrándonos en una crisis sanitaria (Covid-19) es necesario la implementación de medidas de bioseguridad. Además de contar con reglamentos para la venta de productos y de la circulación de personas. Como se pudo observar, no se cumplen en su totalidad, como el uso de alcohol en gel u otros similares, así también la distancia tanto comerciantes como usuarios. Lo que puede generar un foco de infecciones si no se tiene control por parte del Gobierno Municipal.

Así también, se pudo observar el crecimiento del comercio informal, con comerciantes ambulantes de diferentes productos, como la venta de mascarillas, diferentes artículos de bioseguridad como prendas de vestir (trajes de bioseguridad), hasta puestos de comida. Esto debido a la actual crisis, tanto sanitaria como económica que atraviesa el país.

Así mismo, en base a las encuestas realizadas nos permitió entender las dinámicas del comercio tanto populares como informales.

Una de las particularidades en este comercio son las redes familiares, que aseguran la continuación de los puestos de venta y la permanencia del rubro, a través del mecanismo de herencia. Además que contribuye a generar un intenso sentimiento de pertenencia al

rubro y al territorio o a su lugar de venta, que se ve reforzado por la presencia de organizaciones gremiales.

Por otro lado, si bien el comercio tanto popular como informal es tradicionalmente femenino, en la actualidad se tiene una importante presencia de hombres y gente mayor. Que por sus características particulares como la ausencia de horarios fijos y así también el de cualidades físicas, se vuelve una actividad ideal para personas de distintas edades.

Otra particularidad interesante es que el comercio popular ya no es una actividad de subsistencia, ya que no solo se recurre en casos de emergencia, si no que se convirtió en el primer colchón económico de las familias, lo que en algunos casos puede ser una actividad verdaderamente lucrativa. Esto depende significativamente de los tipos productos en venta y el lugar estratégico.

En el caso del comercio informal, en la mayoría de los casos indicaron que es una actividad de subsistencia, debido a la dificultad que tiene a la inserción al mercado laboral y la falta de empleo, lo que ocasionó que salgan a las calles a vender diferentes productos.

Otro vínculo encontrado en los tramos estudiados es de la antigüedad en su puesto de venta que también produce un mayor apego al rubro y genera sentido de comunidad entre las comerciantes.

La mayoría de los encuestados tanto comerciantes como clientes y vecinos, consideran que el comercio informal se ha incrementado considerablemente en los últimos años y que continua creciendo debido a la actual crisis.

Por otra parte los grupos de población encuestada a pesar de que encuentra al comercio informal y popular invasivo, ya que produce congestión vehicular, desorden y mala imagen. También lo consideran como parte de la identidad paceña por su fuerte presencia, incluso gracias a esta actividad se generaron otro tipo de actividades que llegan a complementar a este tipo de comercio y que genera ingresos para los vecinos.

Por lo que la relación entre actores se hace compleja y lo que genera también que el comercio popular adquiere más fuerza y sea más complicado modificar.



CAPÍTULO VII RECOMENDACIONES SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

CAPÍTULO VII RECOMENDACIONES SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

Se entiende la formulación de políticas públicas como aquel curso de acciones que debe ser asumida por la autoridad gobernante, para prevenir problemas específicos que afectan la calidad de vida de la población.

Es necesario tener en cuenta que el tratamiento de las demandas de los diferentes actores pueden generar dilemas y confrontaciones, por lo que se debe tener la capacidad de hallar los canales para encontrar un resultado eficiente.

Como se vio anteriormente los comerciantes tanto populares como informales se oponen a los procesos de ordenamiento, modernización y reubicación, por el aparente perjuicio en sus ventas.

Por lo que se recomienda crear escenarios para la toma de decisiones y se tenga la participación de todos los actores, donde el objetivo principal sea el reordenamiento del sector. Para que a partir del debate y la concertación, se realicen políticas buscando el uso racional y equitativo del espacio público, procurando el bienestar común. Así entendiéndolos a ellos (comerciantes) como potencial para dar soluciones y no así como obstáculos.

En razón de sus características el Macrodistrito Max Paredes es considerado un área con vocación comercial, de servicios y de turismo. Recalcar también que junto a otras zonas es un espacio diverso, como muestra la investigación realizada, con un sentido de pertenencia fuerte, el tipo de trabajo, las características de cada tramo, las tradiciones históricas, etc. Lo que es un factor que dificulta el diseño de una sola política para toda la zona, ya que aquella estrategia de política puede ser eficaz para un tramo, pero deficientes para los demás. Se debe considerar entonces el diseño de estrategias según las características de cada tramo.

En este sentido en base al estudio realizado se presentan lineamientos estratégicos dirigidos a la entidad pública responsable de la administración de los bienes públicos.

- Se pudo observar, la alta densidad de comerciantes en los tramos investigados, en algunos casos colapsados, lo que puede atraer nuevos asentamientos en otros sectores. Por tanto, se debe realizar políticas de ordenamiento del espacio público que permita la consolidación de la estructura urbana.

El rescate del espacio público puede representar la oportunidad de reorganizar el entorno urbano y mejorar áreas marginadas en áreas de recreación o de

actividades multipropósito. Donde el mejoramiento urbano y el desarrollo comunitario contribuyan al desarrollo urbano.

- Mientras el comercio informal y popular sean una alternativa laboral con la posibilidad de buenos ingresos, no parece viable políticas cuyo objetivo sea reducir o eliminar el comercio popular. Pero si, la integridad del espacio público y la protección del uso común deben estar presentes sobre cualquier interés particular o unilateral. Por lo que es necesario generar mecanismos legales y normativos que permita la formulación de leyes municipales de gestión del espacio público donde contengan todos los componentes urbanos, en este caso el comercio. Donde pueda quedar sin efecto la ley de *inamovilidad de los puestos de venta* (Ley N° 078/2014).
- El comercio popular e informal y la práctica de compra en la calle, tiene una característica cultural, con memoria histórica y con identidad por lo que la reubicación de los puestos de venta, si en algún caso sea necesario, debe ser concertado con las vendedoras y las organizaciones sociales.
- Dado que existe una fuerte vinculación cultural e histórica, se recomienda clasificar las áreas tradicionales y antiguas, aquellas que tienen ligazón histórica, como los tambos de la ciudad, esto con el fin de gestionar la mejora de su infraestructura y de servicios. A partir de este, identificar las áreas “nuevas” que fueron expandiéndose para realizar un mayor control y la regularización de los puestos de venta.
- Realizar metodologías de intervención sectorial o por tramos de intervención para el reordenamiento o revitalización del espacio público incorporando criterios técnicos como la pendiente, el ancho de vía, de acera y calzada, la accesibilidad vehicular y peatonal, etc. Así también realizar un diseño del mobiliario urbano consolidado para los puestos de venta, esto con el fin de que se integren armoniosamente con la imagen urbana.
- Se pudo observar el sentido de pertenencia de los comerciantes a su lugar de venta, las cuales se fortalecen por la realización de actividades sociales y culturales. Se debería aprovechar esta lógica social para fomentar las relaciones entre los diferentes actores con la participación del municipio, para tener una mejor relación.

- Así también realizar campañas informativas y educativas de cultura ciudadana, sobre las normas, derechos y deberes en torno al espacio público, incluyendo el cuidado de la salud en estos espacios, ya que nos encontramos en una crisis sanitaria (Covid -19).
- Lo recaudado por el pago de patentes, debería ser invertido en la mejora de infraestructura y servicios en las áreas en donde se realizan este pago. Es decir sectorizado o en sitios que más cumplen con esta responsabilidad, lo que generaría una competencia entre gremiales, ya que donde exista mayor recaudación se tendrá mejoras.
- Por último se recomienda realizar estudios a profundidad sobre la dinámica de las redes sociales y familiares respecto a la sucesión de los puestos de venta, como se producen las transacciones o si existe ventas ilegales de los mismos. Así también es importante un estudio de la movilidad, como la accesibilidad vehicular y peatonal, ya que se debe garantizar su correcta circulación. Normando también el horario de carga y descarga de productos y el parqueo en lugares adecuados, para evitar el congestionamiento vehicular.



BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Adler de Lomnitz, L. (1978). *Cómo sobreviven los marginados*, México.: Siglo XXI Editores.

Ardaya, G. (1988). *Trabajadores Informales en La Paz. El caso de las vendedoras ambulantes*. (CEDLA, FLA.). La Paz – Bolivia.

ANF (Agencia de Noticias Fides) (2014) "*Gremiales marcharán por régimen simplificado*". En: Página Siete (05-05-2014). Disponible en: <http://www.paginasiete.bo/economia/2014/5/5/gremiales-marcharan-regimensimplificado-20646.html>. (Consultado el 20/07/20).

Barbosa, M. (2008). *El trabajo en las calles: subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX*, México.: El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos: Universidad Autónoma Metropolitana.

Borja, J. (2003). *La ciudad es el espacio público*. En: Ramírez Kuri, Patricia (Coord.), *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*, FLACSO-Miguel Angel Porrúa, México, p.p. 59-87

Bravo M. y Carlos A. (2014). *El comerciante informal como factor de origen y expansión del emporio Gamarra*. Lima.

Crang, M. (1998). *Cultural Geography*. London/ New York: Routledge

Condori, J. (1999). *Comercialización Andina (Primera)*. La Paz, Bolivia: Antawa

Cohen, M. (2000). "Women street vendors: The road to recognition," SEEDS no. 20. New York: Population Council.

Cross, J. (1998). *Política informal. Los vendedores ambulantes y el estado en la Ciudad de México*. Prensa de la Universidad de Stanford, California.

Castells, M. y Portes, A. (1998). *Word underneath: The Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy* En: Portes, Alejandro, Castells, Manuel y Benton, Lauren. *The*

Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries, The John Hopkins University Press, Baltimore.

Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL). (2004). Estudio Económico de América Latina y El Caribe 2004-2005.

Cartaya, V. (1991), Pobreza e Informalidad. (IESA, Ed.). Caracas, Venezuela.

Carbonatto, D. (1985), *El Sector Informal Urbano en Los Países Andinos*. Instituto Latinoamericano de Investigación Social. ILDIS, CEPESIU, 1985

Cuevas, A. (2014) "Gremiales se niegan a la reubicación y bloquean la Garita". En: Página Siete (12-02-2014). Disponible en: <http://www.paginasiete.bo/sociedad/2014/2/12/gremiales-nieganreubicacion-bloquean-garita-13743.html> (Consultado el 20/07/20).

Cuevas, A. (2014) "*Elevan a rango de ley la inmovilidad de puestos*". En: Página Siete (18-03-2014). Disponible en: <http://www.paginasiete.bo/sociedad/2014/3/18/elevan-rango-inamovilidadpuestos-16504.html> (Consultado el 21/07/20)

Cuevas, A. (2014). "*Bloqueos de gremiales resisten reordenamiento en cruce de villas*". En: Página Siete (22-05-2014). Disponible en <http://www.paginasiete.bo/sociedad/2014/5/22/bloqueosgremiales-resisten-reordenamiento-cruce-villas-22131.html> (Consultado el 20/07/20).

Cuevas, A. (2014). "*No permitirán comerciantes en estaciones del teleférico*" (21-05-2014). Recuperado en: <http://www.paginasiete.bo/sociedad/2014/5/14/permitiran-comerciantes-estacionesteleferico-21439.html> (Consultado el 25/07/20).

De Sola Morales, M. (2004). *Ciudades Esquina*. Catalogo exposición. Fórum Barcelona.

Doria, S. (1986). *Sector Informal en Bolivia: La Economía informal en Bolivia: Una visión Macro Económica*. La Paz: CEDLA.

Emmerij, L. (1974). *El desarrollo económico y social en los umbrales del siglo XXI*, Banco Interamericano de Desarrollo.: Washington, D.C.

Escosteguy, A. (2001), *Cultural studies: a Latin American narrative*. Recuperado el 20 de Junio del 2020 en: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/016344301023006010>

Fernández, P. y Shefner, J. (2008). *Fuera de las sombras. Acción política e informal Economía en América Latina, Parque Universitario*. Prensa de la Universidad Estatal de Pensilvania.

Ferías y Mercados. (s.f.). Guías Jurídicas, Recuperado el 25 de Mayo de 2020 de: <https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx>.

Graeber, D. (2014). *“El mito del trueque. En deuda: una historia alternativa de la economía”*. Ariel. ISBN 978-84-344-1854-7.

Gisbert, T. (1996). *Las migraciones aymaras y los cronistas*. (Quiroga, Ed.). La Paz, Bolivia

González, E.; Molinillo, S. y Villarejo, A. (1998): "Análisis del comercio tradicional", Actas del XII Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), Universidad de Málaga, junio, pp. 1213-1220.

Gobierno Autónomo del Municipio de La Paz (GAMLP). (2016) Anuario estadístico del municipio de La Paz. La Paz: GAMLP.

Gómez, N. (s/f) .Redes sociales y comercio en vía pública en la ciudad de México: FLACSO. Recuperado en: http://www.academia.edu/937299/Redes_sociales_y_comercio_en_via_publica_en_la_Ciudad_de_Mexico. (Consultado el 22/06/20).

GAMLP. Plan “2040” del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. Disponible en http://www.pieb.com.bo/sipieb_notas.php?idn=8785

Gobierno Autónomo del Municipio de La Paz (GAMLP), Dirección de mercados y comercio en Vía Pública. La Paz- GAMLP. En: <https://www.lapaz.bo/>

Gobierno Autónomo del Municipio de La Paz (GAMLP). (2018). Cartillas del Macrodistrito de Max Paredes de La Paz. La Paz: GAMLP en: <http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/>

Hays, M. (1994). *La venta ambulante en las ciudades peruanas: el comportamiento espacio-temporal de los ambulantes*. En: *The Professional Geographer*, vol. 46, N° 4, 1994, pág. 425-438.

Knapp, G. y Friedrich, K. (1926). *La teoría estatal del dinero*. Londres: Macmillan & Company Limited.

López, P. (2015). *Del comercio informal y los espacios públicos*. Recuperado el 15 de junio del 2020, de: La brújula en: <https://labrujula.nexos.com.mx>.

Lynch, K. (1998) "*La imagen de la Ciudad*", Gustavo Gili S.A. 5 Edición, Barcelona, España,

Ledo, C. (2000) "*La gente se concentra en las ciudades. Urbanización, estructura productiva y empleo en Bolivia*" En: *Tinkazos*, 6 (enero, 2000): 79-121.

McGee, T. (1973). *Campesinos en las ciudades: una paradoja de lo más ingeniosa*. Washington DC.

Medina, D. (1986), *La economía Informal*, Editorial Offset Boliviana. La Paz Bolivia

Parcerisa, J. (1986). *Forma General de la ciudad*. Revista UR.4 LUB. Barcelona

Pétonnet, C. (1982). "*La Observación flotante*". *L'Homme*, XXII-4, 41

Pereira, R. y Lopez D. (2015). *Comercio popular en vía Pública una mirada a la Max Paredes desde sus identidades y territorios*. La Paz, Bolivia: PIEB, GAMLPL.

Romero, J. (2000). *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Buenos Aires.: Siglo veintiuno Editores.

Romero F. (s.f.). *La Calle*. Recuperado el 15 de Junio del 2020 de: <http://www.utp.edu.co/chumanas/revistas/rev20/romero.htm>.

Rosenbluth, G. (1994). *Informalidad y pobreza en América Latina*. En: *Revista de la CEPAL*, Vol. 52, abril 1994, p. 157-177.

Rodríguez, R. (2000). *Diferenciación social a partir de la dinámica sociocultural en la Feria franca de Villa Fátima*. Tesis de Licenciatura. Carrera de Sociología. La Paz: UMSA.

Riera, P. (1994). *Manual de Valoración de Contingente*. Madrid, España; Instituto de estudios Fiscales.

Rojas, B. y Fernández, S. (1990) *La fuerza de lo cotidiano: situación actual de las organizaciones del comercio minorista en la ciudad de La Paz y El Alto*. La Paz: CEDLA.

Rojas, B. y Guaygua, Ch. (2001). *El empleo en tiempos de Crisis*. La Paz, Bolivia: Editorial CEDLA.

Rivera, S. (2002). *La noción de "derecho" o las paradojas de la modernidad postcolonial: indígenas y mujeres en Bolivia*. Programa Andino de Derechos Humanos - Universidad Andina Simón Bolívar: Revista Aportes Andinos N° 11. Ecuador.

Rodrigo J. (s.f.), "Versatilidades de la patente de actividad económica", II jornadas Bol. D. Tribut.

Samanamud, Á. y Jiovanny, E. (2003). *La construcción social del espacio: los dilemas de la acción colectiva en las organizaciones del comercio minorista de la ciudad de La Paz*. Tesis de Licenciatura. Carrera de Sociología. La Paz: UMSA.

Tassi, N., Hinojosa, A. y Canaviri, R. (eds.) (2015). *La economía popular en Bolivia: tres miradas*. La Paz. Centro de Investigaciones Sociológicas/Vicepresidencia del Estado.

Tokman, V. (1995). *¿Por qué importa la economía informal?* México DF.: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Tokman, V. (2001). *De la informalidad a la modernidad*. Santiago de Chile, Chile: Oficina Internacional del Trabajo

Torres, R. (1997). *El comercio en la vía pública: entre programas de reordenación urbana*, En: UAM-A, Gestión y Estrategia No. 11-12, enero-diciembre.

Wanderley, F. (2005) "Pequeñas empresas, sector informal e industrialización local. La sociología económica del desarrollo". En: T'inkazos, 11 (julio, 2002): 9-31.



ANEXOS

ANEXOS

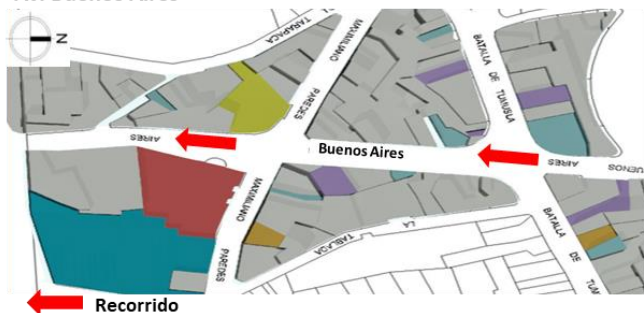
Anexo 1: Fichas de Observación

Unidades Espaciales	Cuestiones teóricas (a analizar)	Cuestiones Empíricas (a analizar)
<p style="text-align: center;">Área de estudio (5 Tramos)</p>	<p>Que mercadería vende? Cuales son los tipos de puestos existentes en cada tramo? Cual es el tipo de mobiliario utilizado?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de productos. - Puestos fijos , semifijos y ambulantes. - Material utilizado
	<p>Cual es la Ubicación espacial e implicaciones del uso del espacio publico?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Localización - Obstrucción vehicular - Parqueos - Servicios, etc. - Deterioro y mal estado del espacio público.
	<p>Se cumple los horarios y días de venta establecidos por el gobierno municipal?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uso y usuarios (vecinos, clientes) - Horarios de salida y entrada de puestos, - Horarios de Mayor afluencia.
	<p>Se cumple con las medidas de bioseguridad reglamentado por el gobierno municipal?</p>	<p>Utilización de protocolos de bioseguridad, entre mascarilla, alcohol en gel u otro similares. Tanto comerciantes y consumidores.</p>

Elaboración propia

Tramo: TRAMO 1		AV. BUENOS AIRES		Fecha de Registro		
Horarios:		10:30 am		13:30 pm		18:00 pm
Actividad	Alimentos	Prendas de vestir	Puestos de comida	Útiles escolares	Accesorios y otros	Observaciones
Tipo de Productos	si	si	si		si	Venta de dulces verduras en ambulantes.
Tipo de puesto	Fijo	Semifijo	Ambulante	Observaciones		
	si	si	si	Hechos de madera y metal , ambulantes con puestos de plástico y carros móviles.		
Ubicación espacial	Acera	Calzada	En pared	Observaciones		
	si		si	La mayoría en pared y sobre acera, creando pasillos		
Horario de venta	Todo el Día	Solo Mañana	Nocturnas	Observaciones		
	si	si		Puestos de comida solo en medio día, de 12:00 a 14:00 pm		
Horario de consumo	si			Afluencia de gente durante todo el día		
Bioseguridad	Mascarilla	Alcohol en gel	Ninguno	Observaciones		
	si	si		Solo en algunas vendedoras se observo la utilización de alcohol en gel o desinfectante.		

Av. Buenos Aires



Productos de Venta



Productos de Venta y Ubicación Espacial

Vista panorámica



Elaboración propia

Tramo: TRAMO 2		CALLE LA TABLADA		Fecha de Registro		
Horarios:		10:00 am		12:30 pm		17:00 pm
Actividad	Alimentos	Prendas de vestir	Puestos de comida	Útiles escolares	Accesorios y otros	Observaciones
Tipo de Productos		si		si	si	Accesorio de cocina y de fiesta.
Tipo de puesto	Fijo	Semifijo	Ambulante	Observaciones		
	si	si		Tarimas hechas de madera y metálicas., en fijos con cubiertas de calamina		
Ubicación espacial	Acera	Calzada	En pared	Observaciones		
		si	Si	colocadas junto a la pared y sobre calzada, las semifijas en calzada		
Horario de venta	Todo el Día	Solo Mañana	Nocturnas	Observaciones		
	si			El horario de venta es todo el día , totalidad de puestos de venta a acepción de uno o dos puestos cerrados.		
Horario de consumo	si			Buena afluencia de personas.		
Bioseguridad	Mascarilla	Alcohol en gel	Ninguno	Observaciones		
	Si	Si		Cuentan con cámaras de desinfección, solo en algunos casos se observo la utilización de desinfectantes.		

Calle la Tablada

← Recorrido

Productos de Venta

Vista panorámica

Productos de Venta y Ubicación Espacial

Elaboración propia

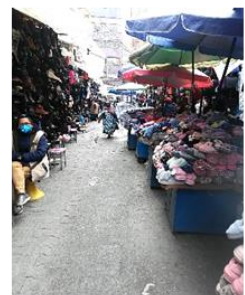
Tramo: TRAMO 3		CALLE ORTEGA		Fecha de Registro		
Horarios:		11:30 am		12:00 pm		16:30 pm
Actividad	Alimentos	Prendas de vestir	Puestos de comida	Útiles escolares	Accesorios y otros	Observaciones
Tipo de Productos		si		si	si	Venta de artículos deportivos
Tipo de puesto	Fijo	Semifijo	Ambulante	Observaciones		
	si	si		Tarimas de metal y de madera y cubiertas de calamina y semifijos anaqueles móviles.		
Ubicación espacial	Acera	Calzada	En pared	Observaciones		
	si	si	si	Puesto en pared, entre acera y calzada, puestos semifijos en calzada, algunos sectores 4 filas de puestos de venta.		
Horario de venta	Todo el Día	Solo Mañana	Nocturnas	Observaciones		
	si			Venta en todo el día, abiertos la totalidad de puestos.		
Horario de consumo	si			Baja afluencia de personas durante todo el día.		
Bioseguridad	Mascarilla	Alcohol en gel	Ninguno	Observaciones		
	Si	si		Mayormente mascarilla.		

Calle Ortega



Recorrido

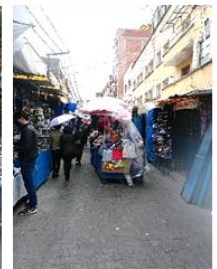
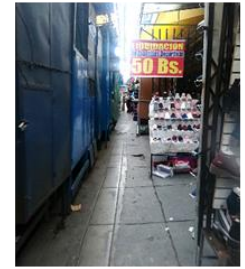
Productos de Venta



Vista panorámica

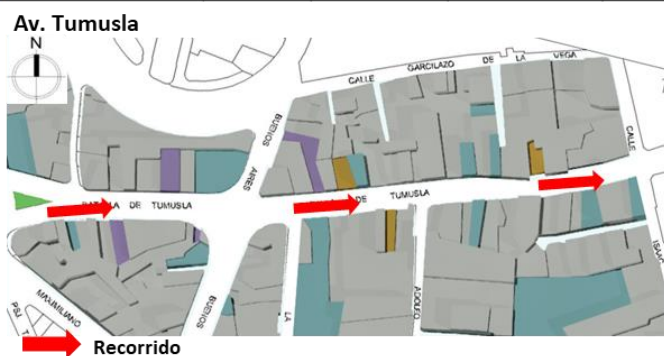


Productos de Venta y Ubicación Espacial



Elaboración propia

Tramo: TRAMO 4		AV. TUMUSLA		Fecha de Registro		
Horarios:		10:30 am		13:00 pm		17:30 pm
Actividad	Alimentos	Prendas de vestir	Puestos de comida	Útiles escolares	Accesorios y otros	Observaciones
Tipo de Productos		si				centros comerciales con venta de prendas al por mayor
Tipo de puesto	Fijo	Semifijo	Ambulante	Observaciones		
	si	si	si	Tarimas metálicas y anaqueles de exposición, ambulantes con carros móviles y puestos de plástico		
Ubicación espacial	Acera	Calzada	En pared	Observaciones		
	si	si		Puestos entre acera y calzada, gran cantidad de ambulantes dos filas		
Horario de venta	Todo el Día	Solo Mañana	Nocturnas	Observaciones		
	si	si	Si	Con horarios de mañana tarde y noche, el ultimo son snacks de comida		
Horario de consumo	si		si	Durante todo el día con gran afluencia de personas.		
Bioseguridad	Mascarilla	Alcohol en gel	Ninguno	Observaciones		
	si	si		Mayormente con mascarillas		



Productos de Venta



Productos de Venta y Ubicación Espacial

Vista panorámica



Elaboración propia

Tramo: TRAMO 5		AVENIDA MAX PAREDES		Fecha de Registro		
Horarios:		11:00 am		14:30 pm		16:00 pm
Actividad	Alimentos	Prendas de vestir	Puestos de comida	Útiles escolares	Accesorios y otros	Observaciones
Tipo de Productos	si	si			si	Artículos de cocina plásticos, artículos artesanales y telas
Tipo de puesto	Fijo	Semifijo	Ambulante	Observaciones		
	si	si	si	Tarimas hechas de madera, ambulantes con carros móviles		
Ubicación espacial	Acera	Calzada	En pared	Observaciones		
	si	si	si	2 filas , entre acera y calzada crenado pasillos.		
Horario de venta	Todo el Día	Solo Mañana	Nocturnas	Observaciones		
	x			Durante todo el día		
Horario de consumo	x			Gran afluencia de personas durante todo el día.		
Bioseguridad	Mascarilla	Alcohol en gel	Ninguno	Observaciones		
	si	si		Mayormente mascarilla en vendedoras, solo algunas utilizan desinfectantes.		

Av. Max Paredes



Recorrido

Productos de Venta



Productos de Venta y Ubicación Espacial

Vista panorámica



Elaboración propia

Anexo 2 :

Encuestas a comerciantes Informales y populares

Nombre:

fecha:

Que vende?

Sexo	
Femenino	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>

País o ciudad

Edad	
Menos de 18	<input type="checkbox"/>
entre 18 y 60	<input type="checkbox"/>
mas de 60	<input type="checkbox"/>

Nivel de educación	
Basico	<input type="checkbox"/>
Medio	<input type="checkbox"/>
Universitario	<input type="checkbox"/>

Es negocio Familiar	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Desde cuando vende	
Entre 0 a 5 años	<input type="checkbox"/>
Entre 5 a 10 años	<input type="checkbox"/>
Mas de 10 años	<input type="checkbox"/>

Cuál es su Horario de Trabajo?

Qué le motiva a vender en la Calle	
Herencia Familiar	<input type="checkbox"/>
Necesidad Económica	<input type="checkbox"/>
Flexibilidad Horaria	<input type="checkbox"/>
Independencia	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Día y Horario de descarga de productos	
Cualquier día	<input type="checkbox"/>
Antes de la Feria	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

Hay una zona establecida para cargar y descargar productos?

Si No
Dónde?

En qué Horario se realiza la limpieza de la calle o avenida?

Mañana
Tarde
Noche

Qué valores negativos detecta en la venta en vía pública

Suciedad y malos olores
Delincuencia
No tener un espacio físico en donde ejercer
Falta de Servicios
Carencia de un lugar en donde guardar lo productos
Expuesto a inclemencias del tiempo

Qué valores positivos rescata en el entorno de su puesto de venta?

Buena Ubicación
Concentración comercial
Ninguno
Otro

Prefiere trabajar en un comercio establecido o en la calle?

Si No

Por qué?

Aceptaría la reubicación del puesto de venta?

Si No

Usa las medidas de Bioseguridad reglamentadas por la Alcaldía?

Si No

Cuáles?

Existe control por parte de la Alcaldía con los turnos de venta y las medidas de Bioseguridad?

Si

No

Observó Usted alguna ayuda por parte de la Alcaldía durante y después del confinamiento?

Usa las medidas de bioseguridad reglamentadas por la Alcaldía?

Si

No

Cuales?

Detectó el crecimiento del comercio informal después del confinamiento?

Si

No

Muchas Gracias por su Tiempo

Anexo 3:

Encuestas a clientes y Vecinos

Nombre:

fecha:

Que vende?

Sexo

Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	-----------	--------------------------

País o ciudad

Edad

Menos de 18	<input type="checkbox"/>
entre 18 y 60	<input type="checkbox"/>
más de 60	<input type="checkbox"/>

En qué zona o barrio vive?

Compra regularmente en esta área?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

Cuáles Motivos lo Traen a Comprar en este barrio?

Variedad	<input type="checkbox"/>
Mas Económico	<input type="checkbox"/>
Facilidad de acceso	<input type="checkbox"/>
Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Dónde prefiere comprar?

En calle	<input type="checkbox"/>
Tiendas y Locales	<input type="checkbox"/>
mercado	<input type="checkbox"/>

Por qué?

Esta de acuerdo con el comercio Popular e informal?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

Por qué?

Usa las medidas de Bioseguridad reglamentadas por la Alcaldía?

Si

No

Cuáles?

Existe control por parte de la Alcaldía con los turnos de venta y las medidas de Bioseguridad?

Si

No

Observó usted la utilización de medidas de Bioseguridad por parte de los comerciantes?

Si

No

Cuáles?

Detectó el crecimiento del comercio informal después del confinamiento?

Si

No

Muchas Gracias por su Tiempo