

Reporte del estudio de monitoreo de la economía informal: Comerciantes ambulantes en Lima



Themis Castellanos

4ta Conferencia de Economía Laboral

PUCP, Noviembre del 2013



**Women in Informal Employment:
Globalizing and Organizing**

- WIEGO
 - Proyecto de investigación



- 2012-2014
 - Primera medición: 2012 (junio a octubre)
 - Segunda medición: 2014
- Las ciudades estudiadas son Accra (Ghana), Ahmedabad (India), Bangkok (Tailandia), Belo Horizonte (Brasil), Bogotá (Colombia), Durban (Sudáfrica), Lahore (Pakistán), Lima (Perú), Nakuru (Kenia) y Pune (India).

10 ciudades



● Vendedores ambulantes

● Recicladores

● Trabajadores domésticos

Objetivos

Trabajadores informales son afectados por y responden a tendencias económicas, políticas y prácticas urbanas, dinámicas de las cadenas de valor y otras fuerzas económicas y sociales.

- El estudio explora los factores que ayudan o limitan a los trabajadores informales urbanos para responder efectivamente a estas fuerzas.
- Analiza también el impacto que estas fuerzas y factores tienen a lo largo del tiempo en los trabajadores informales urbanos, sus hogares y las organizaciones con base de miembros a las que pertenecen.

«Fuerza motora»

- Factores sistémicos que impactan, tanto positiva como negativamente, las ocupaciones y medios de sustento de los trabajadores informales urbanos.
- 3 categorías de “fuerzas motoras”:
 - **Economía:** condiciones macroeconómicas como la inflación, la recesión y las tendencias de crecimiento que pueden tener impacto en las condiciones laborales en la economía informal.
 - **Políticas y prácticas gubernamentales:** llevadas a cabo a nivel de ciudad o municipalidad, incluyendo la planificación y las políticas urbanas, las regulaciones de zonificación, las políticas para sectores en específico, las normas reguladoras e infraestructura urbana y la prestación de servicios.
 - **Dinámicas y relaciones de las cadenas de valor:** específicas a cada sector, incluyendo las relaciones de poder entre los trabajadores informales y sus abastecedores y compradores, y el papel de los intermediarios en la cadena de valor.

Metodología

- Participativa
 - 3 grupos de trabajadores informales urbanos:
 - Trabajadores a domicilio
 - Vendedores ambulantes
 - Recicladores
- Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa:
 - 15 Grupos focales: con 9 herramientas
 - Encuesta: 150 trabajadores



Muestra

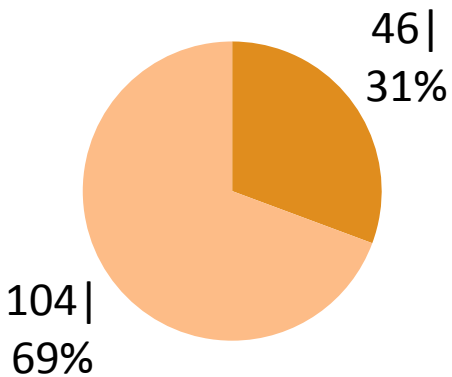
- Vinculados a la Federación Departamental de Vendedores Ambulantes de Lima y Callao (OBM).
 - No todos pertenecen a una organización
 - 75 participantes en grupos focales y encuestados
 - 75 solo encuesta

Sector	Variable de muestreo 1		Variable de muestreo 2	
Comercio ambulante	Sexo		Ubicación del lugar de trabajo	
	Mujeres	Hombres	Centro de la ciudad	Periferia

Muestra

- Edad promedio: 50 años
- De acuerdo a composición por género del sector (ENAH0): mujeres 69%

■ Hombres ■ Mujeres



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

Edad	Hombres		Mujeres	
	Muestra	ENAH0	Muestra	ENAH0
25 o menos	0%	9%	3%	10%
26-35	4%	19%	13%	28%
36-45	28%	24%	23%	20%
46-55	26%	20%	37%	23%
Más de 55	41%	27%	24%	18%

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

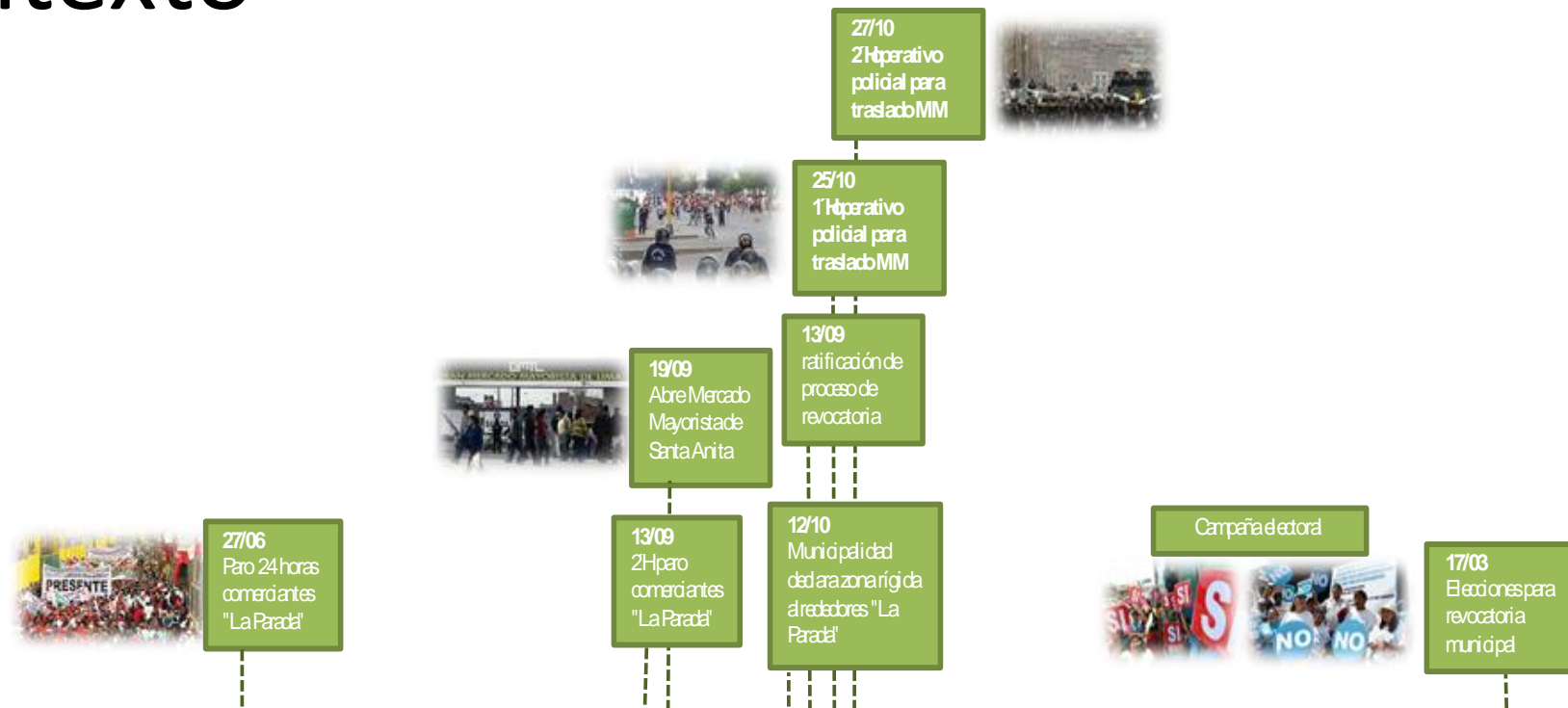
Características: diferencias de género

- 65% de las mujeres encuestadas indicaron ser solteras, viudas o separadas y que el 79% de las mismas indicaron tener hijos (55% indicó tener hijos de menos de 16 años).
 - El porcentaje de hombres solteros divorciados o separados, en cambio, es de 45%, de los cuales sólo el 33% indicó vivir con sus hijos.
 - Mayor vulnerabilidad
- Nivel educativo:
 - Más mujeres (43%) que hombres (20%) que tienen primaria completa o menos
 - 58% de hombres han alcanzado niveles educativos de secundaria completa para arriba.
 - 21% tiene alguna forma de enseñanza superior o más.

Nivel de educación de los encuestados, por sexo

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

Contexto



2012

2013

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Setiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

Enero

Febrero

Marzo

ESTUDIO DE MONITOREO DE LA ECONOMÍA INFORMAL - EMEI

1º Taller Metodología

Inicio trabajo de campo - Grupos focales

Último grupo focal

Inicio aplicación de encuestas

2º Taller Análisis de datos

Fin de trabajo de campo

PRINCIPALES HALLAZGOS



Características

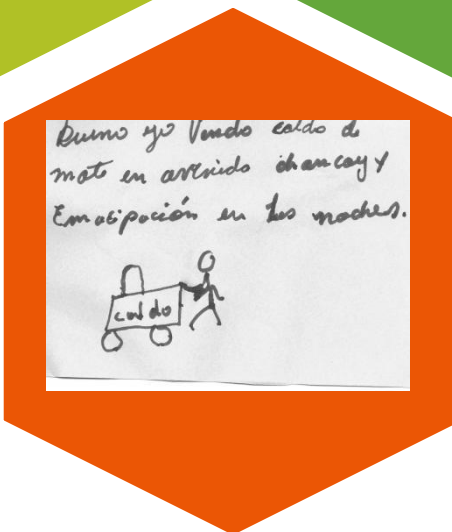
88% mujeres
95% hombres
Ingresos de sus hogares de actividades del sector informal



Mujeres trabajan más horas por semana que hombres

80% Comercio ambulatorio principal fuente de ingresos

Mayoría vende alimentos preparados y productos agrícolas



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

	Centro		Periferia	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comida y alimentos preparados	43.48	54.55	34.78	38.78
Productos agrícolas frescos o alimentos sin preparar	13.04	23.64	21.74	20.41
Bazar (ropa, calzado, accesorios, tocador, etc.)	13.04	16.36	17.39	24.49
Productos del hogar, eléctricos	8.70	3.64	21.74	8.16
Servicios (peluquería, zapatería, reparación)	17.39	3.64	4.35	4.08
Cigarros	0.00	9.09	0.00	6.12
Libros, revistas y juguetes	8.70	1.82	0.00	4.08
Productos Medicinales	8.70	5.45	0.00	0.00
N	23	55	23	49

Fuente: Encuesta EMEI. Elaboración propia.

- Más de la mitad de la muestra se ve afectada si se produce un alza de precios de alimentos.
- El porcentaje más alto de vendedores de comida (comida, alimentos preparados, productos agrícolas frescos o alimentos sin preparar) está conformado por mujeres que trabaja en el centro de la ciudad (78%), seguidas por el 59% de las mujeres que trabajan en la periferia y los hombres del centro y periferia están en 56%.

Diagrama vínculos económicos



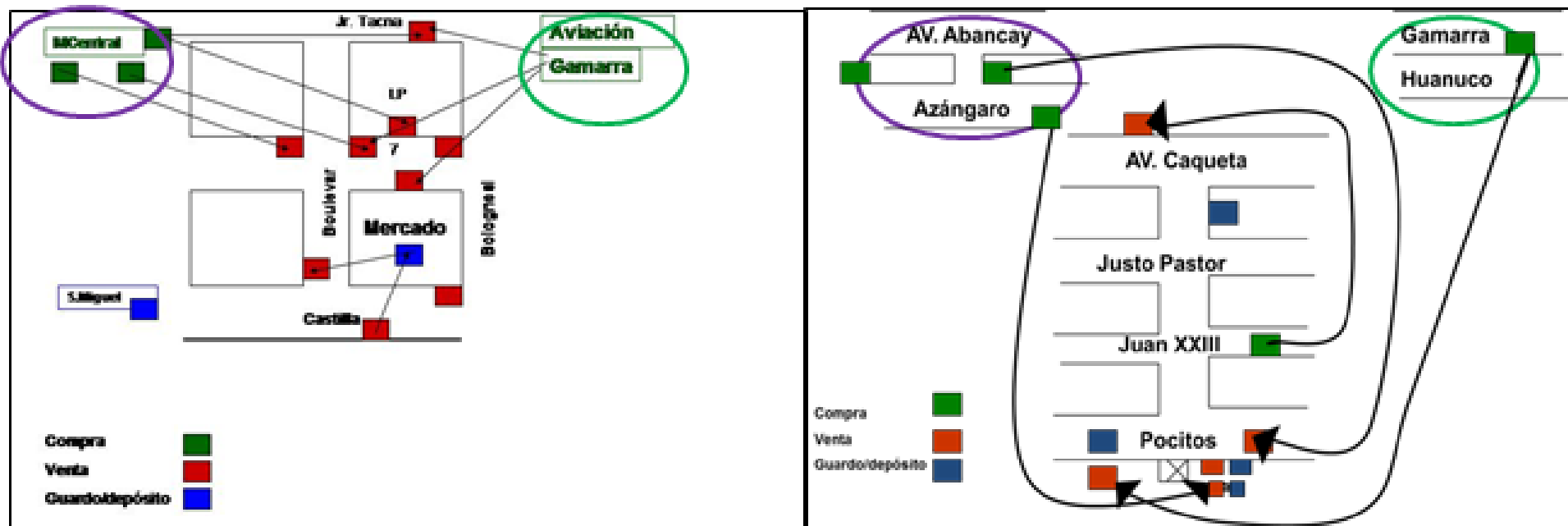
Fuente: Grupo focal N°7- Carabaylloa.

- 83% de comerciantes de la zona centro y 70% de periferia compra a un mismo proveedor.
 - Centro: precio y calidad
 - Periferia: precio y cercanía

Vínculo con sector formal

- Vínculos con sector formal de varias maneras, principalmente porque compran a proveedores y distribuidores formales, confirmando una de las hipótesis del estudio:
 - 76% de los comerciantes entrevistados de la zona centro y el 55% de los entrevistados de la periferia adquieren sus insumos de un negocio formal.

Mapas espaciales



Fuente: Grupo focal 12: mujeres centro → → →

Fuente: Grupo focal 4: mujeres periferia ¶

- Comerciantes zona centro: promedio 39 minutos en llegar a lugar de trabajo.
- Comerciantes periferia: 22 minutos.

Ingresos

- Para toda la muestra, los ingresos netos diarios son en promedio de S/.27.64.
 - Hombres S/.45.82 en promedio
 - Mujeres S/.19.97 en promedio.
- Diferencias según el lugar de trabajo:
 - Centro: S/.32.86 en promedio
 - Periferia: S/.21.89 en promedio.
- El valor de las ventas brutas mensuales de los comerciantes del centro se encuentra alrededor de S/.920 al mes y de los comerciantes de la periferia en alrededor de S/.613 mensuales en promedio.
- Los ingresos netos resultaron negativos según lo declarado por los vendedores de productos agrícolas (-13.53 por día).

No se toma en consideración las pérdidas resultado de decomisos y robos, ni los costos de créditos a altas tasas de interés adquiridos con prestamistas informales.
Cifras sólo reflejan la actividad de la semana anterior sin ofrecer información en torno a si se trataba de un período de alta o baja actividad.

Diferencias de género y lugar de trabajo

- Las mujeres vendedoras ambulantes en la periferia quienes tienen condiciones laborales más vulnerables y precarias.
 - Las mujeres comerciantes ambulantes han alcanzado niveles educativos más bajos: en comparación con los hombres, hay más mujeres que hombres que tienen primaria completa o menos (43% y 20%, respectivamente), mientras que el 58% de hombres y el 45% de mujeres han alcanzado niveles educativos más altos (de secundaria completa para arriba).
 - Casi un 40% de los hombres cuenta con secundaria completa, mientras que 21% tiene alguna forma de enseñanza superior o más.
- Las mujeres trabajan en promedio más horas por semana que los hombres. Las mujeres del centro trabajan en promedio más que el resto. Más mujeres se dedican a la venta de comidas y alimentos preparados, actividad que implica también más horas de trabajo.
- Menores ingresos

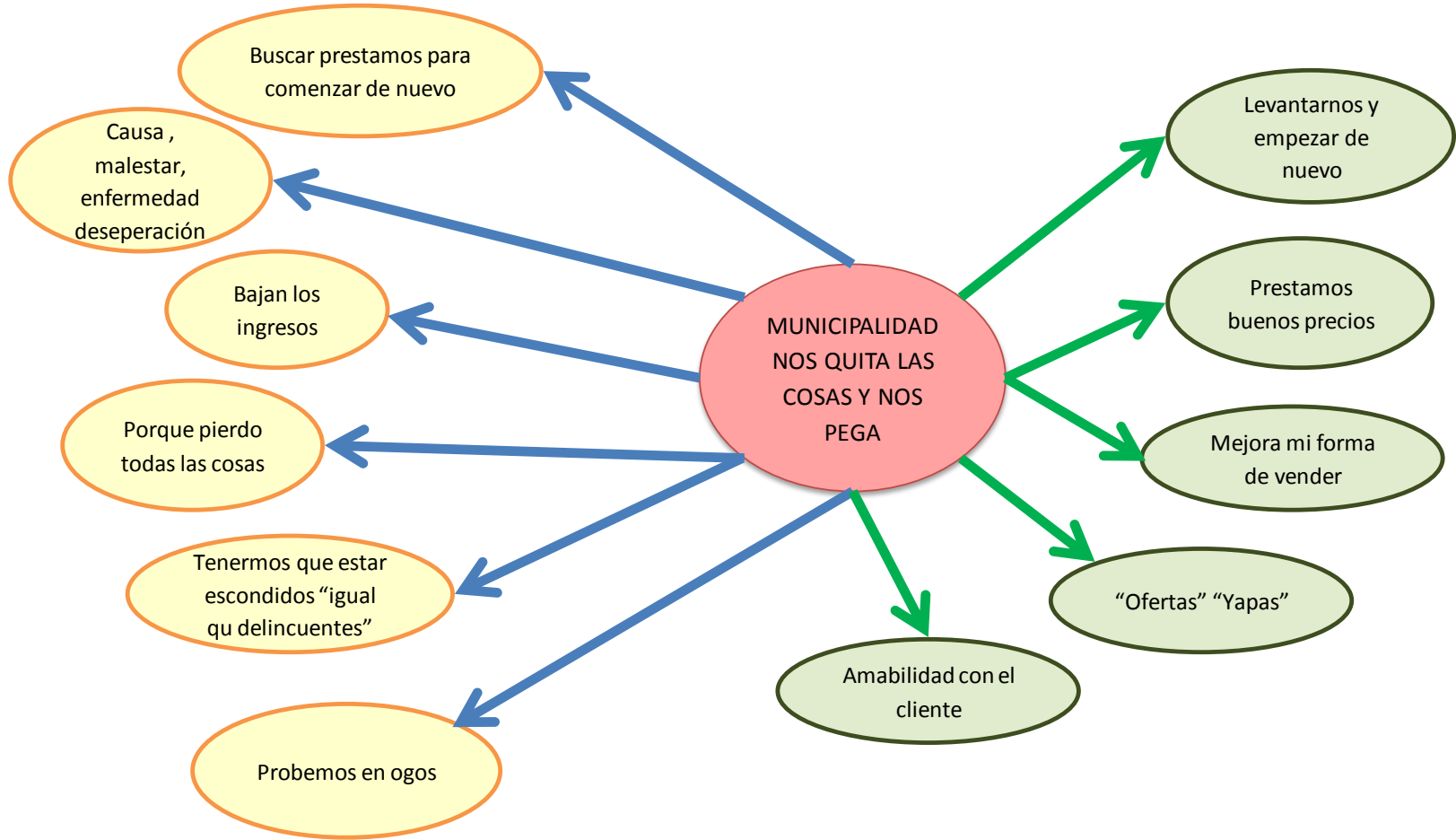
Fuerzas motoras

- Ciudad: principal fuerza motora que impacta en el trabajo de los comerciantes ambulantes
 - Marco regulatorio y las políticas de planificación de la ciudad, en general, y de los espacios públicos en particular.
 - Relación entre las autoridades municipales y los comerciantes ambulantes es de desconfianza y enfrentamiento mutuo.
 - Implementación de políticas y programas urbanos –como reubicaciones, desalojos, programas de formalización– producen inestabilidad en los vendedores, lo cual afecta sus condiciones laborales y sus ingresos .
 - Préstamos a altas tasas de interés de prestadores de dinero informales como resultado de esta inestabilidad.
- Economía:
 - La inflación que produjo una subida de los precios de alimentos que, como se ha señalado, tiene un impacto directo y negativo en los ingresos del sector, ya que en su mayoría venden productos agrícolas o preparan alimentos con ellos.
 - La dinámica de la cadena de valor de alimentos frente a la cual los comerciantes no tienen capacidad de negociar precios:
 - Comerciantes en su mayoría tienen proveedores fijos, lo cual los vuelve más vulnerables (83% de comerciantes de la zona centro, 70% de comerciantes de la zona periférica).

Diagrama de flujo causal: municipalidad nos quita las cosas y nos pega

¿Cómo afecta a su sector esta fuerza negativa?

¿Cómo responden?



Fuente: Grupo focal 8- Centro

Diagrama de flujo causal: aumento de precios

¿Cómo afecta a su sector esta fuerza negativa?

¿Cómo responden?



Fuente: Grupo focal 14.- Centro y periferia

¿Cómo contribuye un comerciante ambulante a la ciudad?

- Los comerciantes contribuyen a la ciudad a través del pago de impuestos.
- Oportunidades laborales al contratar servicios de otros trabajadores como transportistas, cargadores, seguridad, etc.
- Pagan y brindan servicios de la ciudad: sanitarios públicos y los servicios de almacenamiento, entre otros servicios municipales.
 - Servicios de limpieza y seguridad en espacios públicos.

Respuestas y estrategias

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

Lo que sigue...

- Preparación de reportes por sector, comparativos.
- Publicaciones por ciudad, materiales por organización.
- Estrategia de incidencia: recomendación de políticas.
- Próximo monitoreo: 2014

Equipo Lima 2012

FEDEVAL:

- Manuel Sulca
- Luis Rodríguez

Equipo cuantitativo:

- Miguel Jaramillo
- Martha Lazarte
- Bárbara Sparrow

Equipo cualitativo:

- Themis Castellanos
- Guillermo Pérez



**Women in Informal Employment:
Globalizing and Organizing**