



**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA DE PREGRADO**

**ANÁLISIS SOCIO CRÍTICO DEL EJERCICIO DEL COMERCIO AMBULANTE EN  
LA COMUNA DE SANTIAGO**

Tesis para optar al título de Socióloga

Victoria Rivera Volosky

Profesor: Jorge Larenas

Santiago de Chile, año 2017



*Dedicado a aquellos comerciantes ambulantes que diariamente llevan el sustento a su hogar*

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer a mi familia por ser el soporte fundamental durante el proceso de la educación institucional que culmina en esta etapa. A mi madre, Ana María Volosky, A mi padre, Juan Manuel Rivera, a mi hermana Carolina, a mis hermanos Ignacio y Raúl. A mis amigos por el apoyo durante este proceso Francisco Reyes, Sebastián Guzmán, Ivana Gahona, Andrés Bascur y en especial a Gricel Labbé por sus sabios consejos.

Agradezco las lecturas, recomendaciones y consejos de Daniela Pérez y Nicolás Morales.

A mi profesor guía, Jorge Larenas, quien se interesó en el tema de mi tesis, y me incentivó y apoyó en la realización de la investigación.

Finalmente quiero agradecer a la Fundación para la Superación de la Pobreza, por haber creído en el proyecto y seleccionarme para el programa “Tesis País”, en especial agradezco a mi tutora de la fundación, Antonia Garcés, por siempre haber sido un estímulo muy positivo, y haber seguido atentamente los avances de la tesis.



## Índice

Resumen .....	6
Presentación.....	8
Capítulo 1. Antecedentes .....	10
1.1. Precarización laboral, desempleo e informalidad .....	10
1.3. Estudios sobre el comercio ambulante en Latinoamérica.....	20
1.4. Antecedentes sobre el comercio ambulante en la comuna de Santiago.....	21
1.5. Antecedentes legislativos: Introducción a las reglamentaciones vigentes.....	22
1.5.1. Sobre el régimen tributario.....	23
1.5.2. Sobre los permisos municipales .....	24
1.6. Contexto del comercio ambulante en la comuna de Santiago .....	27
1.7. Delimitación del problema de investigación .....	30
1.7.1. Pregunta de investigación.....	30
1.7.2. Objetivos .....	30
1.7.3. Hipótesis.....	31
1.7.4. Relevancias.....	31
Capítulo 2. Marco teórico.....	34
2.1. Tipos de economía a las que puede orientarse la acción .....	36
2.2. La acción económica incrustada en estructuras sociales .....	39
2.3. El comercio ambulante como posible satisfactor sinérgico.....	43
2.4. Formas de distribución de los recursos en las prácticas cotidianas .....	44
2.5. Racionalidad económica, métodos para fijar los precios de los productos.....	45
2.6. La identidad del comerciante ambulante en el ejercicio de su labor .....	47
2.7. El desarrollo de la labor del comercio ambulante, Espacio Público y Territorio .....	47
Capítulo 3. Marco Metodológico .....	51
3.1. Universo y muestra .....	52
3.2. Recolección de información .....	59
3.3. Análisis .....	60
3.3.1. Análisis de Contenido Cualitativo.....	60
3.3.2. Esquema cruzado.....	64
3.4. Calidad del Diseño: confiabilidad y validez .....	65

Capítulo 4. Resultados.....	68
Prácticas de la informalidad en economías “capitalistas”, de subsistencia y solidarias.....	70
Hacia una observación socio-crítica de la reglamentación.....	84
Tributación: “¿Yo?¿acceder a esos beneficios sociales?” “la relación es injusta”.....	88
Análisis del espacio .....	90
Tipificación comerciantes.....	93
Capítulo 5. Conclusiones.....	98
Referencias Bibliograficas.....	103
Anexos.....	115

## Resumen

En Latinoamérica parte importante de la economía se sostiene por medio del empleo informal, según cifras de la OIT, al año 2013 el empleo informal es el 46,6% del total de empleos en la región, siendo el comercio ambulante una de las principales expresiones de estos empleos informales. En particular en la comuna de Santiago, en la ciudad de Santiago de Chile se ha observado importante presencia de comercio ambulante, si bien no existen recuentos oficiales sobre la cantidad de comerciantes ambulantes operando en la comuna, las cifras de infracciones cursadas a comerciantes ambulantes en la comuna ascendieron a más de 11 mil durante el año 2015, cifra que ha estado en ascenso durante los últimos años debido al endurecimiento de las normativas municipales relacionadas.

Debido a esto nos resulta de interés comprender mejor los elementos que caracterizan este comercio ambulante en la comuna de Santiago, tanto en las dimensiones de las prácticas económicas, como en el uso del territorio por parte de los comerciantes y cómo estas se relacionan con la percepción de los comerciantes en torno a las normativas municipales y tributarias, ello con miras a un mejor entendimiento del conflicto suscitado entre comerciantes y la legalidad existente.

El enfoque desarrollado en la tesis se centra en la perspectiva de la sociología económica mediante un análisis de la interacción social, las prácticas sociales en la actividad económica y la vinculación con las instituciones, lo que permite caracterizar este tipo de actividad y clasificar a los comerciantes ambulantes.

Dentro de la comuna de Santiago, el estudio se enfocó en tres tipos de espacios en particular: en parques y plazas dónde se realizan ferias culturales y de las pulgas, también en los extremos de ferias libres (conocidos coloquialmente como “cola de feria”) y en veredas dónde se ubican vendedores ambulantes de forma independiente. En total fueron entrevistados 27 comerciantes ambulantes en dichos espacios, por medio de entrevistas semiestructuradas. El estudio ocupa una metodología cualitativa, donde la información es analizada por medio de las técnicas de Análisis de Contenido y Mapa de coordenadas.

**Conceptos claves:** Sociología Económica, Comercio Ambulante, Metodología Cualitativa, Acción Económica, Espacio público.



## Presentación

En el presente estudio sobre el comercio ambulante se ha utilizado una perspectiva que comprende la complejidad de los fenómenos sociales y para esto se han usado los conceptos y los enfoques de la Sociología Económica. En ese sentido el enfoque de la investigación ha sido Sustantivista<sup>1</sup>, el que consiste en comprender lo económico como un intercambio del hombre con la naturaleza y que esto se lleva a cabo de diferentes maneras dependiendo del contexto social, histórico y cultural correspondiente, en ese sentido no existiría un solo tipo de economía, sino que coexisten diferentes tipos y que éstos se encontrarían incrustadas en instituciones sociales, políticas y de diversa índole. Ello busca escapar a las limitaciones que tiene la economía Neoclásica, la cual está centrada en el análisis de los incentivos de los actores económicos en búsqueda de la maximización del beneficio individual, lo que no refleja necesariamente la complejidad de las interacciones económicas.

En consecuencia, se tratará el fenómeno del comercio ambulante desde una perspectiva compleja, y para poder caracterizarlo se tomaron tres ejes u objetivos específicos que se explican y se justifica su importancia a continuación:

El primer eje de estudio parte de la premisa de que, si bien la economía capitalista neoliberal es la forma económica predominante, esta convive con otro tipo de prácticas económicas que funcionan bajo otros horizontes cuyas reglas o códigos no responden a los impuestos por el capitalismo. En ese sentido es posible observar a sujetos que se ajustan a los principios de la economía neoclásica (Samuelson y Nordhaus, 2010), es decir que se ajustan a la concepción de que los sujetos son individualistas buscando ante todo la eficiencia (maximizar sus ganancias a través de una racionalidad, de acuerdo a sus fines y bajo el supuesto de que sus necesidades son ilimitadas, mientras sus medios son escasos), como también es posible observar a sujetos que actúan bajo otros principios, por ejemplo aquellos provenientes de corrientes económicas alternativas, como lo son la economía solidaria (Red de redes de economía alternativa y solidaria, 2016) y la economía ecológica (Van Hauwermeiren, 1999), que se asocian a discursos alternativos, político-económicos

---

<sup>1</sup>Si bien su mayor representante es el antropólogo económico Karl Polanyi, este término proviene de Weber.

anticapitalistas. A partir de la premisa de que existen diferentes prácticas económicas es que surge la motivación de comprender y clasificar las lógicas económicas que subyacen al trabajo que desempeñan los comerciantes ambulantes.

El segundo eje trata de las normativas que rigen a los comerciantes ambulantes. Para ello se investigó sobre la percepción que los comerciantes ambulantes entrevistados tienen acerca de los reglamentos establecidos desde la institucionalidad municipal y estatal. Es importante conocer cómo los comerciantes ambulantes callejeros experimentan y perciben las normas relacionadas con el ejercicio de su labor puesto que a través de ello se podrá descubrir y describir las carencias de estas reglamentaciones en relación a como esto afecta su situación cotidiana.

Por último, el tercer eje del estudio corresponde al enfoque territorial. No es posible entender el comercio ambulante sin analizar la dinámica que existe con el espacio en que se encuentra inserto, puesto que el territorio es un recurso escaso, en disputa y en el que se expresan diferentes patrones culturales, dependiendo de dónde se sitúe. De esta manera, es fundamental comprender el comercio ambulante dentro del espacio en que se desarrolla, analizar las luchas de poder que existen en torno a las disputas del territorio, como también el surgimiento de diferentes dinámicas que dependen del contexto espacial en dónde se vende.

La tesis está estructurada en cinco capítulos: el primero consiste en explicar los antecedentes del comercio ambulante a nivel teórico y empírico que llevan a realizar la investigación, como también describir las particularidades del contexto actual en el comercio ambulante de la comuna de Santiago, para finalmente dar a conocer la pregunta, la hipótesis, las relevancias y los objetivos de la investigación. En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico en dónde se explican los conceptos que guían la investigación. En el tercer capítulo se da a conocer la metodología empleada para realizar el estudio. En el cuarto capítulo se dan a conocer los resultados del trabajo de campo y en el quinto capítulo se exponen las conclusiones.

## **Capítulo 1. Antecedentes**

Este capítulo se inicia contextualizando el sistema económico y laboral que permite entender el desarrollo del comercio ambulante, para posteriormente presentar la historia del concepto de informalidad laboral y sus diferentes acepciones, luego se describen los estudios sobre el comercio ambulante existentes, y por último se detallan los antecedentes relativos a la realidad en Chile y de la comuna de Santiago del comercio ambulante. Una vez definido este contexto se plantea la pregunta de investigación, objetivos, hipótesis y relevancias del trabajo presentado.

### **1.1. Precarización laboral, desempleo e informalidad**

A continuación se describe como se relaciona actualmente el sistema económico imperante en relación con el empleo informal.

En el siguiente apartado se hará una descripción sobre las condiciones laborales y se las relacionará con la informalidad en el trabajo, para entender de esta manera el comercio ambulante informal dentro del contexto social y económico en que se encuentra inserto.

El concepto de trabajo como única actividad realizada de forma estable, en el marco de grandes organizaciones burocráticas tanto públicas como privadas, es una excepción que se produce a partir de la segunda guerra mundial y que llega hasta la década del setenta (Molina, 2004). Chile no se queda al margen de esta situación económica a nivel mundial. Al respecto, Rosales señala que Chile en 1970 contaba con la proporción más alta de asalariados de América Latina, denotando la extensión alcanzada por la organización de la producción capitalista. Esta situación cambió tras el golpe de Estado. En ese período, el empleo informal se desarrolló muy rápidamente, diversificándose y multiplicándose desde entonces (Rosales, 2003).

A partir de los ochenta del mismo siglo, el capitalismo se reformula tanto en Chile como en el mundo, toma fuerza el desarrollo económico neoliberal y uno de sus mecanismos de funcionamiento es la “flexibilidad laboral”. Este concepto permite el sostenimiento de la economía capitalista, porque el mercado asalariado tiene que adaptarse a las fluctuaciones

que existen en la demanda. Esto significa que la mano de obra debe aceptar que su estabilidad laboral se vuelva precaria y que sus remuneraciones se ajusten a los precios del mercado, para evitar un deterioro en el capital de las empresas y reforzando la ganancia de los capitalistas<sup>2</sup>.

La estructura del trabajo en el sistema económico neoliberal se caracteriza<sup>3</sup> porque la mayoría de los trabajadores se encuentran inestables laboralmente, entrando y saliendo del mundo laboral, con inestabilidad en la protección social. Se configura de esta manera un panorama de condiciones laborales en donde se encuentra un porcentaje cada vez menor de trabajadores bien remunerados y/o estables, que es llamado primer Sector, que poseen seguridad social real. Otro porcentaje de trabajadores, mal remunerados, sin protección laboral ni social efectiva,<sup>4</sup> acechados por el desempleo ha sido llamado Segundo Sector (Piore, 1971).

Por otro lado, estudios afirman que es un hecho que el pleno empleo en los Estados no existe, que el sistema económico imperante no logra dar trabajo a toda la población que necesita empleo (Molina, 2004). El desempleo no solo sería parte estructural del sistema, sino que además se asocia a los sectores con menores recursos económicos. En el gráfico siguiente se aprecia cómo en Chile se encuentra distribuida la tasa de desempleo por deciles:

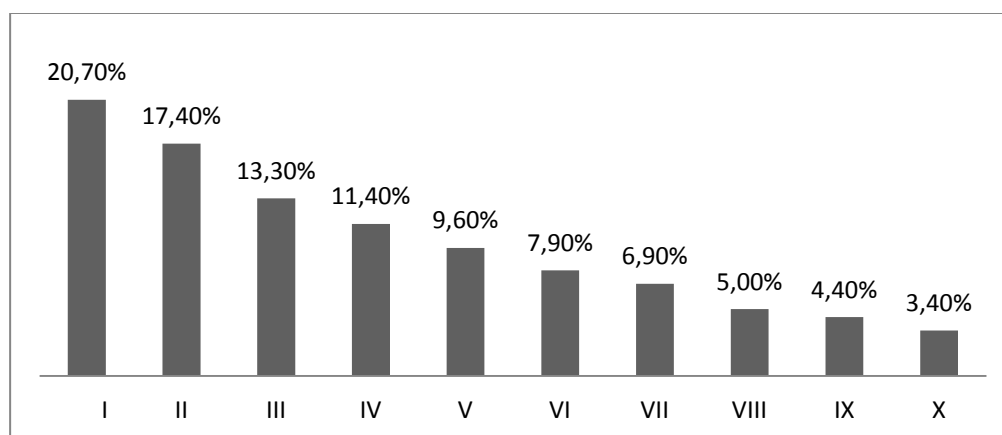
---

<sup>2</sup>La flexibilidad laboral tiende a subcontratar todo lo que no sea central y a hacerse más pequeño (*outsourcing* y *downsizing*). Esto se expresa de diferentes formas por ejemplo como una empresa cabecera que se desarrolla junto a una red de empresas subcontratadas conformando un conglomerado económico y social lo que permite ahorrar los costos de formalización al reducir los contratos estables y la infraestructura o por otro lado, como una empresa en red que se caracteriza por disponer de un núcleo altamente productivo y se distribuyen vendedores por todo el planeta (1995, Castells).

<sup>3</sup>Alguna de las características que se señalan son parte del régimen flexible del trabajo.

<sup>4</sup>Cabe señalar que no siempre el mercado del trabajo presenta esta estructura dual, es posible encontrar trabajos mal remunerados pero que presentan protección laboral y seguridad social, como también es posible encontrar trabajos bien remunerados en dónde no hay seguridad social.

Gráfico 1. Tasa de desocupación según decil de ingreso autónomo per cápita del hogar en porcentaje.



Fuente: Ministerio de desarrollo social, CASEN 2015

Se observa en la gráfica que existe una relación entre la tasa de desocupación<sup>5</sup> y los índices de pobreza. Mientras en el 10% más pobre de la población (decil I) el desempleo es de 20,7% para el año 2015, en el decil más rico en el mismo año la tasa de desocupación es de solo 3,4%. Diversos estudios consideran al desempleo como factor relevante del desarrollo del comercio ambulante. Uno de estos estudios es el de Hernández (2007) quien afirma que el comercio informal obedece a la política neoliberal, a la insuficiente industrialización y a un aparato productivo incapaz de proporcionar empleo estable y bien remunerado. A partir de lo indicado, es posible establecer que el trabajo de comerciante ambulante funciona como una fuente de empleo e ingreso para los sectores más desfavorecidos.

Sumado a lo anterior, el acceso al trabajo es desigual, en el sentido de que la “idea de que existe un sistema productivo legal formado por una estructura de puestos de trabajo racionalmente diseñados para la realización de las actividades necesarias y que estos puestos de trabajo son ocupados por las personas más adecuadas en función de su capacitación y experiencia, es, simplemente, una ficción” (Molina, 2004, p.80). Es evidente

---

<sup>5</sup>Este indicador mide la proporción de la población económicamente activa que se encuentra desocupada y que busca empleo activamente.

que existen barreras de entrada al primer sector, como lo son la clase social, el colectivo étnico y el género, además del nivel estudios (Piore, 1971), por lo que ciertos sectores de la población como por ejemplo algunos inmigrantes, se encuentran fuertemente limitados en su acceso al sector primario del trabajo, por lo que se sitúan en el rango de desempleados o en el sector secundario.

El sociólogo George Ritzer expresa el alto grado de alienación y explotación dentro de los trabajos del segundo sector, al describir lo que él llama los trabajos “mcdonalizados”. En estos se cumplen funciones simples y estandarizadas, debido a la introducción de maquinaria que sustituye el trabajo humano, además estos trabajos no son especializados por lo que no requiere mayores conocimientos, por otro lado, la relación con los clientes, el servicio, también se ha estandarizado y se fomenta el autoservicio. Estos trabajos, además de ser mal remunerados, están expuestos a una alta rotación (Ritzer, 1996).

El alto grado de explotación se observa en la constante exigencia a los trabajadores de tener un alto rendimiento, a través de una rápida realización de actividades sencillas encadenadas, que permiten una mayor eficiencia. A esto se le agrega la polifuncionalidad de sus labores (se deben realizar distintos trabajos en el tiempo que quede libre), que también contribuyen en aumentar el rendimiento laboral, pero sin constituir un aumento del salario. Por otra parte, este trabajo presenta un alto grado de alienación, los trabajadores se encuentran distanciados del producto de su trabajo, en cuanto no logran producir el bien en su totalidad si no solo una pequeña parte de él.

En vista del contexto económico y laboral descrito (inestabilidad laboral, desempleo estructural, acceso desigual al trabajo y explotación) es que parte del comercio ambulante informal justifica su acción y sus prácticas en función de generar alternativas al desempleo y/o a las precarias condiciones laborales. Como se podrá identificar posteriormente en los resultados obtenidos es posible reconocer que se generan en algunos casos, a través de trabajos por cuenta propia y la constitución de micro empresas informales, alternativas que suponen mayor autonomía y una relación más humana con los compradores y el producto del trabajo.

En Latinoamérica el sector informal es considerablemente alto, poco menos de la mitad de los trabajadores ejercen en dicha área, como se constata en la siguiente tabla:

Cuadro 1. Empleo total, empleo formal e informal del 2009 y 2013 en América Latina en porcentaje y en número.

	2009	2013
Empleo formal	74.659.070	84.168.007
Porcentaje de empleo formal	51,1%	53,4%
Empleo informal	71.984.127	73.862.089
Porcentaje de empleo informal	48,9%	46,6%
<b>Total</b>	<b>146.110.735</b>	<b>157.507.263</b>

Fuente: Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Organización Internacional del Trabajo (OI). \*Considera solo países que cuentan con información

En la tabla es posible constatar una disminución en el porcentaje de empleo informal, mientras en el 2009 representaba un 48,9% del empleo total, en el 2013 disminuyó a un 46,6%. La OIT ha identificado un conjunto de experiencias de formalización en los últimos años a partir del análisis de políticas públicas implementadas en los países, y esta es una constatación sustancial en una región donde durante décadas creció y se acumuló el empleo informal. El aumento de la formalización se debe a una serie de políticas públicas<sup>6</sup>, por una parte se han orientado políticas para que las empresas crezcan de forma sostenible, al mismo tiempo se han hecho esfuerzos por aumentar la capacidad institucional para hacer cumplir los estándares laborales, mediante políticas destinadas a fiscalización de normas laborales, la promoción de su cumplimiento, el perfeccionamiento de las normas, el establecimiento de incentivos y registros de empresas, entre otras cosas (CEPAL, 2014).

---

<sup>6</sup>“Desde la crisis de la deuda de la década de los ochenta, los dirigentes neopopulistas en América Latina han tenido un éxito a la hora de explotar el deseo de los sectores informales de tener estructuras más estables y predecibles de vida cotidiana, el sector informal urbano se ha demostrado promiscuo, desde el punto de vista ideológico, solidarizan con Fujimori en Perú y con Chávez en Venezuela” (Davis, 2004).

En América Latina si bien dentro de la economía informal se dan una variedad de actividades muy diversas los trabajadores informales son principalmente trabajadores por cuenta propia y de microempresas informales no registradas, estos representan casi dos tercios del empleo informal y un 30,7% del empleo total no agrícola (CEPAL, 2014).

## **1.2. Delimitaciones conceptuales: del trabajo informal al comercio ambulante**

Los debates sobre el trabajo informal se remontan a la década de 1950 en donde los economistas sostenían que este sector, integrado por un gran excedente de mano de obra en países en desarrollo, pequeños comerciantes, pequeños terratenientes y trabajadores asalariados ocasionales, se absorbería gradualmente en el sector industrial moderno a medida que esas economías crecían. En aquella época no existía el concepto de sector informal y se consideraba que este sector era marginal y no estaba vinculado con la economía formal ni el desarrollo capitalista moderno (OIT, 2013).

La primera vez que se introduce el concepto de sector informal fue en la década de 1970, el antropólogo económico Keith Hart observó sobre la base de sus investigaciones realizadas en Ghana que el “sector informal” no solo persistía sino que se había ampliado (OIT, 2013), lo que expresaba que este sector no era un elemento residual y arcaico del sistema si no que se encontraba integrado a él, de esta manera el concepto de sector marginal fue desplazado por sector informal.

La importancia del reemplazo del concepto de marginalidad por el de informalidad reside en que se comienza a considerar a estos trabajadores ya no como desempleados si no como trabajadores que desarrollan actividades que son parte integral de la sociedad, puesto que por una parte se desarrollan en diversos sectores de las grandes ciudades (no solo en la periferia), y por otro lado, un alto porcentaje de la población se encuentra vinculado a esta economía, tanto en la forma de consumidores como en la forma de vendedores. Así es que este sector deja de asumirse como separado del sistema, tanto por ser capaz de generar ganancias, como ser funcional a la sociedad (Guzmán S., Espinoza, M. y Herrera, A 2006).

Debido a la diversidad de definiciones y contextos en que se da este tipo de trabajo es posible identificar variadas vertientes que explican por qué surge la informalidad y como



debe ser tratada. Se describirán a continuación los diferentes enfoques que han sido definidos y organizados principalmente por Alter:

*Escuela dualista:*

Esta escuela afirma que el sector informal tiene poca relación con la economía formal. La fuerza laboral informal se asume como mayoritariamente autónoma y constituye el sector menos favorecido de un mercado laboral dualista o segmentado<sup>7</sup> (Alter, 2012). Esta teoría es planteada por OIT en la década de 1970.

Para dar solución a esta situación la escuela propone que los gobiernos creen empleos y otorguen créditos y servicios de desarrollo empresarial a las micro empresas o unidades productivas informales, así como infraestructura básica y servicios sociales a sus familias (Alter, 2012).

*Escuela estructuralista:*

Para esta escuela, la economía informal y la formal están intrínsecamente vinculadas. Percibe a las empresas informales y a los trabajadores asalariados informales como subordinados a los intereses del desarrollo capitalista puesto que reducen los costos de insumos y de mano de obra aumentando la competitividad de las grandes empresas capitalistas. En vista de esto, los estructuralistas plantean que los gobiernos deberían abordar la relación desigual entre el “gran capital” y los productores y trabajadores subordinados, reglamentando tanto las relaciones comerciales, como las de empleo (Alter, 2012).

*Escuela legalista:*

---

<sup>7</sup>El nombre de esta escuela alude a que existe un mercado del trabajo segmentado en dónde el mercado primario engloba los puestos buenos del mercado, es decir, aquellos con salarios elevados, estabilidad, oportunidades de avance, entre otros y el mercado secundario están los puestos de trabajo con salarios bajos, inestabilidad, escasas oportunidades de ascenso (Piore, 1969) lo que provoca la existencia de pobreza, desigualdad y desempleo.

Este enfoque se basa en que existe una excesiva intervención por parte del gobierno lo que es un impedimento para el desarrollo de los trabajadores. La burocracia estatal permite que las elites se enriquezcan, puesto que las empresas formales se coluden con el Gobierno para establecer las “reglas del juego”, en vista de esto el empresariado popular del sector informal busca tomar parte de la riqueza que la burocracia estatal tendría reservado a las elites operando con sus propias normas informales y extrajudiciales venciendo la excesiva intervención del Estado (De Soto, 1987).

La solución desde esta postura es que los trámites burocráticos sean simplificados para animar a las empresas informales a registrarse (Alter, 2012).

#### *Escuela voluntarista:*

Se considera desde esta escuela que los trabajadores informales deliberadamente tratan de evitar regulaciones e impuestos después de considerar la relación costo-beneficio de la informalidad en comparación con la formalidad (Alter, 2012).

En ese sentido la culpa de que los comerciantes no se formalicen no está puesta en los engorrosos trámites burocráticos que deben hacer, como plantea Hernando de Soto, si no que está puesta en los comerciantes que actuarían de acuerdo a su conveniencia.

Se critica, además, que los negocios informales crean competencia desleal al evitar las regulaciones formales y los impuestos (Alter, 2012).

La solución que plantea la escuela voluntarista es que los negocios informales sean sometidos al marco regulatorio y así reducir la competencia desleal hacia los negocios formales como también aumentar la base fiscal (Alter, 2012).

#### *Economía popular:*

La noción de la economía popular desarrollada dentro de la ONU (Organización de las Naciones Unidas) y el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) con su principal exponente, Luis Razeto, afirma que los sectores populares constituyen formas alternativas de empresas creando un modo especial de hacer economía dentro del sistema económico global (Guerra, 2007), el autor sostiene que en las actividades informales se

entablan relaciones no capitalistas y agregaría que las unidades que la conforman se caracterizarían por ser portadoras de valores solidarios y presentar relaciones sociales democráticas (Razeto, 1993 citado por Guzmán et al., 2004).

El concepto de informalidad ha sido tratado de forma amplia por diversas instituciones y autores, los que no han llegado a un acuerdo por lo que no existe una sola definición inequívoca de la informalidad.

Portes y Castells (1989) hacen un trabajo de sistematización de las actividades laborales, en relación a su grado de informalidad e ilegalidad buscando lograr una definición amplia de informalidad que permita observar diferentes contextos sociales, que sea independiente de las especificidades históricas y culturales de cada sociedad.

Describen tres tipos de economía: la formal, informal y la delictiva. La economía formal según los autores es una actividad lícita en cuanto a su producto final y en cuanto a su proceso de distribución, por otro lado la economía informal comercializa un producto lícito pero la forma en que se produce y/o distribuye es ilícito, y por último la economía delictiva es ilícita en relación a su producto final y también en cierto grado a su forma de distribución (Portes y Castells, 1989 citado en Molina, 2004).

En relación a las definiciones planteadas por Portes y Castells es posible especificar los siguientes aspectos sobre cada tipo de economía, por una parte en la economía formal se venderán productos lícitos, contarán con permiso para vender e iniciación de actividades en S.I.I. (Servicio de impuestos Interno), por otro lado, en las actividades informales la ilicitud en su proceso de distribución y producción, se expresará en que se encuentran excluidas de la protección que ofrecen las leyes y reglas administrativas dedicadas a las relaciones de propiedad, las licencias comerciales, los contratos laborales, créditos financieros y sistemas de seguridad social, y que pasan por alto los costos que esto implica. Por último, en las actividades de tipo delictiva se comprenderá la producción y distribución de productos y servicios prohibidos legalmente, que incluyen actividades tales como el tráfico de droga, la prostitución y el juego ilegal (Pontoni, 2011). A través de la definición de economía informal y economía delictiva es que es posible visualizar la diferencia existente entre ambas actividades y entonces separar la discusión de la informalidad de la ilegalidad.

Si bien es posible hacer una separación conceptual de la informalidad y formalidad en el trabajo, en la práctica la economía formal e informal constituyen mundos totalmente interrelacionados, los aspectos formales e informales de la economía presentan una continuidad que hace difícil concebir la economía sumergida o informal, como simplemente manifestaciones no deseables del sistema. De hecho no se puede concebir la una sin la otra, en síntesis las actividades informales están relacionadas con otros sectores económicos tales como el doméstico y el formal (Molina, 2004).

En relación al concepto de trabajo informal, la OIT considera en este grupo “a todos los trabajadores que no cotizan y los empleados asalariados que declaran no tener contrato de trabajo” (Peticara & Celhay, 2010, pág. 5).

Se puede clasificar a los trabajadores según categoría ocupacional, en dónde se podría observar: al empleador, al trabajador por cuenta propia, al asalariado y el familiar no remunerado. Los trabajadores por cuenta propia son definidos como “la persona que explota su propia empresa económica o que ejerce independiente una profesión u oficio, pero que no tiene ningún empleado a sueldo o salario” (INE, 2014).

Los trabajadores por cuenta propia se diferencian entre quienes son denominados trabajadores por cuenta propia profesionales y los que no cuentan con calificación y que son denominados trabajadores por cuenta propia no profesionales (Paéz, Saéz, Durán, & Brega, 2014). De esta manera se puede definir a un grupo llamado trabajadores por cuenta propia no profesionales, esta clasificación se corresponde con la definición de la OIT de 1999 en dónde se define sector informal como “el conjunto de trabajadores por cuenta propia –excluidos profesionales y técnicos–, familiares no remunerados, empleados y empleadores en establecimientos de menos de cinco trabajadores y servicio doméstico” (Guzmán et al., 2006, p.32). Dentro de los trabajadores por cuenta propia (CP) no profesionales se observa un sub-grupo clasificado por el rubro ocupacional y que es llamado trabajadores de los servicios y vendedores de comercio, dentro de estos se encuentran los comerciantes ambulantes. Este grupo según el Servicio de Impuestos Internos, están afectos al régimen simplificado de tributación por el pequeño capital que manejan y se los define como “las personas naturales que presten servicios o venden

productos en la vía pública, en forma ambulante o estacionada y directamente al público” (Pecho, 2012, pág. 4).

### **1.3. Estudios sobre el comercio ambulante en Latinoamérica**

Las motivaciones y problemáticas que fomentan el comercio ambulante no se pueden generalizar, no es posible encontrar una causa que explique la aparición del comercio informal en todas partes. Lo ocurre es que existen diferentes factores que influyen de manera distinta en cada nación. Hernando de Soto hizo una investigación en Perú sobre el comercio informal dando cuenta que la principal causa de gran cantidad de informalidad es que el costo de la ley es muy alto, esto es que la burocracia estatal ha llegado a tal punto que las personas para legalizar su actividad deben hacer una gran cantidad de trámites que las personas no logran concretar. De esta forma es que se concluye que se debe remodelar el aparato estatal para que sirva a los pobres ya que hasta ahora obstaculiza el trabajo de quienes son menos ricos. Se plantea que se deben implementar reformas que permitan una producción democrática del derecho a través de mecanismos de consulta, participación y prensa libre. Se concluye pues que deben existir vehículos para que la información de los pobres llegue a los que gobiernan (1986).

Por otro lado Manuel Mora y Araujo (1987) quien hace su estudio sobre el comercio informal en Argentina, detecta que existen otra clase de problemas o motivaciones para mantenerse en la informalidad, la primera distinción que hace con Perú es que la informalidad en Argentina no está centrada en los pobres si no que se encuentra difundida a lo largo de la estructura social. En Argentina la informalidad se refiere a la gente que quiere salir del mercado; no a la que quiere entrar y no puede. Muchas personas tanto profesionales como no profesionales, pobres como no pobres caen en la informalidad y esto se debe más bien a una crisis de legitimidad del Estado entendiéndolo como el conjunto de instituciones que organizan la parte pública de la sociedad, por otro lado existe parte de la sociedad a la que ya no le es beneficioso pertenecer a sindicatos o corporaciones profesionales por lo que prefieren la informalidad, otro tercer factor es que las personas se desarrollan en ámbitos informales cuando sienten que sus derechos no están

suficientemente protegidos. El autor chileno Manfred Max-Neff afirma que el origen e incremento del comercio informal no es generalizable, si no que es un abanico de gran complejidad que hay que entender. Además, nombra otro factor que motiva la informalidad en el trabajo, y este es que es muy funcional para las grandes empresas del sector formal los que abaratan costos con el trabajo informal por ejemplo existe un gran ejercito de vendedores no remunerados de sus productos constituyendo una mano de obra clandestina para la economía formal (1987). Existen cadenas de comercialización que entregan un trabajo precario que se da tanto en grandes empresas como en las pequeñas, muchas personas del sector informal no trabajan por cuenta propia ni son económicamente independientes, sino que trabajan para una segunda persona, generando redes de micro explotación, de pobres que explotan a los muy pobres (Davis, 2004). Si bien Max-Neff admite la existencia de la informalidad como un elemento inevitable de personas que se encuentran en la pobreza, también agrega que en algunos casos constituye un comportamiento contra hegemónico a las racionalidades económicas dominantes actuando bajo una racionalidad económica solidaria, donde hay mecanismos de apoyo mutuo, de protección recíproca “aparte de vender, se cuidan los niños en las familias, se organizan juegos en la población, construyen su vivienda, es decir, el trabajo constituye un eje que atraviesa toda la vida de esos grupos. Y no es simplemente un empleo al que uno va en un momento para después regresar a su casa. Se ha producido un proceso integral” (1987, p.12). Manfred Max-Neff agrega otro factor que incide en la informalidad del trabajo este es el sistema bancario y financiero, el autor cuestiona la funcionalidad de la banca, considera que tal como se constituye hoy en día es antidesarrollo ya que los sectores informales no pueden acceder a ella, plantea como solución que éstas se adapten al potencial de los proyectos que los pobres pueden ofrecer como se ha hecho en otras partes del mundo, ya que si sigue como está significa dejar al 80% de la población fuera lo que favorece el crecimiento de los mercados informales (1987).

#### **1.4. Antecedentes sobre el comercio ambulante en la comuna de Santiago**

Con respecto a los estudios del comercio ambulante en la Comuna de Santiago la Cámara Nacional de Comercio, Servicio y Turismo revela que los vendedores ambulantes no autorizados del sector del Casco Histórico de la comuna de Santiago se destacan por ser

vendedores relativamente nuevos, con un alto porcentaje de extranjeros y un bajo porcentaje de conocimiento sobre la formalización de un trabajo. Un 55% de las personas que trabajan como vendedores ambulantes lleva menos de 3 años haciéndolo. Por otro lado se observa que el porcentaje de personas que han tenido la oportunidad de formalizarse es de un 9%, sin embargo, el porcentaje de personas que les gustaría formalizar su trabajo es mucho más alto aun, un 82%, pese a este alto porcentaje un 78% no sabría qué hacer para formalizar su trabajo. Por otra parte sólo un 9% dijo que no le gustaría (Cámara Nacional de Comercio, 2015). Cabe señalar que el principal lugar en donde los vendedores ambulantes del Casco Histórico adquieren o compran sus productos es en barrios comerciales como el barrio Meiggs, Estación Central, entre otros (Estudio del comercio ambulante, 2015). Al preguntarles sobre el dinero líquido que les gustaría recibir para dejar de ser vendedor ambulante la mayoría, un 45%, opto por un valor entre los \$350.001 y \$500.000 (Estudio del comercio ambulante, 2015).

Existen comerciantes ambulantes que desarrollan su comercio en ferias culturales y de las pulgas en plazas y parques tales como Parque Almagro, Parque Forestal, Brasil, plaza Yungay, Quinta Normal, estos espacios toman un matiz diferente con respecto al casco histórico del centro de Santiago en cuanto se hacen eventos en los que es posible observar que existen motivaciones más allá de las económicas, tales como expresiones culturales y socialización. Es un espacio en dónde se generan vínculos extra económicos, se generan círculos sociales, por otro lado existen expresiones artísticas y culturaes asociadas a la feria ya que se organizan espectaculos (Camus, 2014), se hacen ferias temáticas, ferias del trueque, ferias en post de movimientos feministas, gratiferias en dónde se regala ropa y objetos, se acompañan las ferias con música, malabarismo, discursos, entre otros.

### **1.5. Antecedentes legislativos: Introducción a las reglamentaciones vigentes**

Una de las grandes problemáticas del comercio ambulante es su vinculación con los permisos municipales y leyes en relación a los impuestos que se les exige pagar, es por ello que a continuación se describe el régimen tributario al cual están afectos y la normativa de la municipalidad de Santiago sobre los permisos para ejercer el comercio y prestar servicios en la vía pública.

### **1.5.1. Sobre el régimen tributario**

En Chile según la Ley de Impuesto a la Renta en el artículo 22 y la ley de impuesto a las ventas y servicios en el artículo 29, los pequeños comerciantes que desarrollan su actividad en la vía pública deben pagar impuestos (SII, 2007). Estos comerciantes son catalogados como pequeños contribuyentes y los impuestos que deben pagar corresponden a los del régimen simplificado de tributación, específicamente están afectos al régimen simplificado de impuesto a la renta y al régimen simplificado de IVA. Estos regímenes se explicarán a continuación.

#### **Régimen simplificado de impuesto a la renta**

Con respecto al régimen simplificado de impuesto a la renta para pequeños contribuyentes se acogen a los pequeños mineros artesanales, los pescadores artesanales, los pequeños comerciantes que desarrollan actividades en la vía pública, los suplementeros y los propietarios de un taller artesanal u obrero (SII, 2007). En relación al grupo de pequeños comerciantes que desarrollan actividades en la vía pública que son el grupo que interesa para efectos de la investigación, se estipula según la ley del impuesto a la renta y el régimen simplificado de tributación que pagarán en el año que realicen dichas actividades, un impuesto anual equivalente a media Unidad Tributaria Mensual vigente en el mes en que sea exigible el tributo (Pecho, 2012).

Cabe señalar que “quedará determinada en el respectivo permiso municipal, sin perjuicio de la facultad del Director Regional para excluir a determinados contribuyentes del régimen que se establece en este párrafo, cuando existan circunstancias que los coloquen en una situación de excepción con respecto del resto de los contribuyentes de su misma actividad o cuando la rentabilidad de sus negocios no se compadezca con la tributación especial a que estén sometidos (SII, 2007).

#### **Régimen simplificado de IVA**

En relación al régimen simplificado del impuesto al valor adquirido se señala que “se pueden acoger los pequeños comerciantes, artesanos y pequeños prestadores de servicios que vendan o realicen prestaciones al público consumidor(ley N°825, 2014). Estos



pequeños comerciantes, artesanos y prestadores de servicios deben cumplir con las siguientes condiciones: ser persona natural y que el monto mensual promedio de sus ventas y servicios afectos (excluidos el Impuesto al Valor Agregado), correspondiente al periodo de doce meses inmediatamente anteriores al mes al que debe efectuarse la declaración para acogerse al régimen simplificado, no sea superior a 20 unidades tributarias mensuales promedio, esto es \$923,660 según el valor de la UTM en Diciembre del 2016 (SII, 2007).

Se señala en el artículo N° 29 de la ley de impuestos a las ventas y servicios que “los pequeños comerciantes, artesanos y pequeños prestadores de servicios que vendan o realicen prestaciones al consumidor y que determine la Dirección Nacional de Impuestos Internos, a su juicio exclusivo, pagarán el impuesto de este título sobre la base de una cuota fija mensual que se determinará por decreto supremo por grupos de actividades o contribuyentes, considerando factores tales como el monto efectivo o estimado de ventas o prestaciones, el índice de rotación de las existencias de mercaderías, el valor de las instalaciones u otros que puedan denotar el volumen de operaciones” (ley N°825, 2014, pág. 20)

Cabe señalar que el monto de la cuota fija mensual establecida para cada grupo de actividades o contribuyentes podrá ser modificado por decreto supremo (ley N°825, 2014) y que según el artículo N° 31, la dirección nacional de impuestos internos podrá exonerar del impuesto de este título a los vendedores o prestadores de servicios cuyas ventas o remuneraciones totales sean de muy pequeño monto, o cuando, considerando los mismos factores indicados en dicho artículo, pueda presumirse escasa importancia económica a las actividades de estos contribuyentes (ley N°825, 2014, pág. 20).

### **1.5.2. Sobre los permisos municipales**

En el año 2013 se modificó la ordenanza N° 59 que regula el comercio en la vía pública, esta modificación en términos generales buscó ser más estricta en las normas, además de establecer criterios objetivos para el otorgamiento de los permisos municipales.

Con respecto a los criterios para entregar los permisos, estos son entregados de acuerdo a un sistema de puntajes que se asignan según grados de discapacidad, vulnerabilidad social

y por último vínculo con la comuna. Con esta modificación de la normativa se busca beneficiar a quienes vivan en la comuna, posean carnet de discapacidad, sean jefes(as) de hogar con hijos estudiando, tengan ficha de protección social y quienes llevan mucho tiempo cesantes o no perciban otros ingresos (Ordenanza N°59, 2013).

Por otro lado con respecto a las normativas, la nueva ordenanza establece sanciones más duras para quienes no cumplan con los requisitos municipales, las multas irán de media a tres Unidades Tributarias Mensuales. En los casos de reincidencia, la subdirección de inspección del municipio podrá suspender el funcionamiento del local de venta por quince días (primera reincidencia), 30 días (para la segunda), o el término definitivo del permiso, mediante decreto. Del mismo modo, y en cualquier momento, los vendedores en la vía pública se arriesgan a perder la autorización en caso de ser sorprendidos consumiendo alcohol o drogas, trabajando en un lugar diferente al explicitado en el permiso, o si no mantiene actividad comercial por más de 60 días(Nueva Ordenanza, 2013).

Se establecen prohibiciones tales como que no se podrá instalar propaganda sin permiso municipal, efectuar confituras, vocear la mercadería o usar altoparlantes. Los vendedores estarán obligados a usar un uniforme, y la venta de café, té u otras bebidas similares quedará restringida a espacios dentro de edificios, entre otras restricciones (Nueva Ordenanza, 2013).

Cabe destacar que se pone fin a las llamadas “tolerancias”, estas eran listas informales que se les entregaba a carabineros para que no reprimieran a algunos comerciantes ambulantes que no contaban con un permiso formal para vender. (Nueva Ordenanza, 2013).

A continuación se detallan algunas definiciones sobre los permisos municipales para vender:

El Permiso municipal, es la autorización, otorgada por la alcaldía, para realizar una actividad comercial en un bien nacional de uso público afecta al pago de derecho que la respectiva ordenanza determine. Los permisos municipales son esencialmente precarios, intransferibles e intrasmisibles y serán otorgados por decreto o resolución. Que sean precarios significa que éstos no constituyen propiedad del beneficiario y en consecuencia,

siempre podrán ser modificados o dejados sin efecto por la autoridad y sin derecho a indemnización (Tohá & Egaña, 2014).

La patente municipal, es “la autorización, otorgada por la alcaldesa para realizar una actividad comercial en un bien nacional de uso público afecta al pago de derecho que la respectiva ordenanza determine” (Tohá & Egaña, 2014, pág. 2).

La comisión municipal de comercio, es la comisión asesora de la alcaldesa en materia de comercio y se encuentra integrada por el subdirector de inspección, director de desarrollo comunitario y un funcionario designado por la alcaldesa quien presidirá (Tohá & Egaña, 2014).

Requisitos y trámites: las personas interesadas en obtener un permiso para el comercio ambulante o estacionado deberán presentar una solicitud dirigida a la alcaldesa exponiendo los motivos de su petición y reunir los siguientes requisitos: ser mayor de 18 años, no poseer, pertenecer o ser socio de un negocio establecido, no ser titular de algún permiso o concesión en la comuna de Santiago u otra. Se deberán adjuntar los siguientes documentos: fotocopia simple de la Cédula Nacional de Identidad, certificado de antecedentes para fines especiales, ficha de protección social o su solicitud en trámite, declaración simple de las actividades que se pretenden realizar, declaración jurada ante notario público, de que cumple con los requisitos establecidos, que no es deudor moroso de derechos o impuestos municipales, y que se compromete a no comprar y vender mercaderías o productos cuya procedencia sea desconocida o que puedan provenir de un ilícito. En caso de tratarse de la comercialización de giro alimenticio, el solicitante deberá acompañar previamente la autorización de la autoridad sanitaria correspondiente (Tohá & Egaña, 2014, pág. 4 y 5).

Los párrafos anteriores dieron cuenta de las normativas vigentes para el comercio ambulante en la comuna de Santiago, sin embargo, existió una discusión a nivel de ciudad sobre la necesidad de dar autorización a los vendedores ambulantes en la locomoción colectiva, este debate político, permite conocer las perspectivas y argumentos en pro y en contra del comercio ambulante que tienen los parlamentarios lo que es relevante conocer puesto que es la clase política la que los que legisla sobre estos temas, para revisar estos argumentos consultar Anexo N°1.

## 1.6. Contexto del comercio ambulante en la comuna de Santiago

Una de las características del comercio ambulante es su situación endeble. Los autores Paez, Saez, Durán y Brega (2014) consideran que se está en una situación de inserción endeble cuando las personas se encuentran ocupadas en la economía informal, entendido este concepto como aquellas actividades económicas desarrolladas por trabajadores y unidades económicas que, legalmente o en la práctica, no están cubiertas, o son insuficientemente cubiertas, por las disposiciones formales. En estas actividades las y los trabajadores cuentan con poca o ninguna protección o seguridad social, ya que no existen contratos de trabajo, no se cotiza en fondos de pensiones, no se encuentran asegurados en la salud, entre otras cosas, por lo que la situación del trabajador es precaria.

En ese sentido todos los comerciantes ambulantes serían trabajadores informales por su inserción laboral endeble expresada en la vulnerabilidad que viven, por la falta de protección social en los derechos básicos de salud y pensión. En estos términos todos los comerciantes ambulantes serían trabajadores informales, algunos son autorizados y otros no autorizados. Los autorizados se definen en este estudio como todos aquellos que cuentan con permiso municipal para vender y los no autorizados como aquellos que no cuentan con permiso municipal para vender.

No se mantiene un catastro cuantitativo de cuantas personas ejercen el comercio ambulante de la comuna de Santiago, solo se mantiene registros de infracciones por tal causa. A continuación, se observa en la tabla la cantidad de infracciones de casos de comerciantes ambulantes no autorizados entre los años 2010 a Julio del 2016.

Cuadro 2. Infracciones por comercio ambulante en la comuna de Santiago

Casos informados a tribunales por año							
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Enero a Julio 2016
Casos <sup>8</sup> informados a tribunales	9.804	7.559	4.430	3.340	7.229	11.545	5.723

Fuente: AUPOL<sup>9</sup> 2016

<sup>8</sup>Cuando se habla de "casos", se refiere a un suceso de carácter delictual informado a los tribunales.

Miles de comerciantes ejercen su actividad laboral sin contar con permiso alguno y como consecuencia de esto, carabineros les decomisa sus mercaderías, cursa multas y los reprime. En el año 2015 se registraron 11.545 casos de delito de comercio ambulante sin permiso municipal, y en el año 2016 hasta Julio hay reportados 5.723. Estas altas cifras se explican debido a que los permisos se hacen escasos en relación a los comerciantes que los solicitan. En la comuna hay 2.080 patentes para vender en la vía pública y 570 patentes en 14 ferias libres o de verduras de Santiago, en total existen 2.640 patentes (Consejo comunal, 2014), lo que se hace poco en relación a la cantidad de personas que desean ejercer el comercio ambulante en la comuna. Por estas circunstancias se ha establecido una disputa entre la Municipalidad de Santiago y los grupos de comerciantes ambulantes<sup>10</sup>.

Cabe señalar que en el período de la alcaldesa Carolina Tohá, se modificó la Ordenanza Municipal N° 59 que regulaba el comercio en bienes nacionales de uso público, como plazas, paseos peatonales y ferias libres, terminándose con la disposición que permitía el otorgamiento de permisos “informales”, denominados Tolerancias, que eran permisos que podían otorgar los concejales y en los que no era necesario pagar patente (Consejo comunal, 2014). Al otorgar las tolerancias se evitaba la acción policial que dificulta o impide el comercio ambulante ejercido de forma ocasional. En la actualización de la ordenanza se impuso que el proceso de petición de permisos se haga por un proceso único, restringiendo a otras instancias para otorgar permisos.

Con respecto a quienes se ponen al final de las ferias libres, comúnmente llamados coleros, se implementó un sistema de ordenamiento, durante el mandato de Carolina Tohá, en dónde tienen permiso los que caben y el resto deben desocupar la vía pública (Consejo comunal, 2014).

Además, la nueva ordenanza establece causal de sanción e incluso cesación del permiso, cuando se produzcan ausencias del titular, lo que parece ser contradictorio con la esencia de este tipo de trabajo, puesto que implica una limitación a la libertad de desempeño, cualidad

---

<sup>9</sup>Automatización de unidades policiales.

<sup>10</sup>La problemática del comercio ambulante en la comuna de Santiago no solo comprende a las autoridades municipales y a los vendedores ambulantes, sino que también existen otros agentes involucrados (vecinos del sector, impuestos internos, entre otros).

que es señalada como una de las condiciones y ventajas esenciales en este tipo de actividad, puesto que pueden regular sus horarios sin pedir permiso a nadie.

Existen organizaciones que se han opuesto al comercio ambulante, incluso cuando se ejerce con permisos municipales e iniciación de actividades en impuestos internos, una de estas organizaciones es la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (C.N.C.) quienes hicieron un llamado a ponerle freno a la proliferación del comercio ambulante afirmando que los permisos que otorgan algunas municipalidades propician la competencia desleal hacia el comercio establecido y atraen la delincuencia (C.N.C., 2012), argumentando que la victimización aumenta de un 46,3% a un 60,6% cuando existe comercio ilegal alrededor (Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, 2013, citado en Subsecretaría de prevención del delito, 2013, p.190) debido a que el comercio ambulante genera aglomeración de personas en la vía pública lo que propicia las condiciones para la realización de hurtos. El director de la C.N.C., Manuel Catrón afirmó “los permisos que otorgan algunas municipalidades para ejercer el comercio ambulante generan una cadena de irregularidades, como la evasión de impuestos, contrabando y delincuencia, el comercio informal representa además un daño para quienes se desempeñan en él, pues se trata de personas que trabajan sin contrato, ni previsión social. Los clientes se ven también perjudicados, pues al no tener opción de reclamar o exigir garantías por los productos que han adquirido se ven vulnerados sus derechos” (2012).

En relación a las inestables condiciones de trabajo mencionadas en el párrafo anterior, el fenómeno de la informalidad ha sido, a menudo, estudiado y analizado desde el punto de vista de las carencias urbanas y la precariedad de los mercados de trabajo (Mora, 2003). Con el presente estudio se pretende presentar una mirada nueva, al abordar la relación de los comerciantes ambulantes, por una parte, con las regulaciones municipales y tributarias y, por otra, abordando la re-significación actual de esta práctica económica que opera a través de una revalorización de esta labor desde el punto del uso del espacio público con fines políticos y culturales. Una expresión de esto, son las ferias culturales y de las pulgas, anunciadas por lo general de manera anónima, como eventos, a través de redes sociales. En ellas se venden, truecan o regalan, artículos usados, o bien se transan productos de elaboración propia o artesanal.

La calle tiene importancia en términos de participación y encuentro social (Harrison y Swain, 2003), por lo que se hace relevante dar cuenta de cómo el comercio ambulante puede ser una forma de utilización ciudadana del espacio público y fomento de las relaciones culturales intergrupales y entre diferentes grupos.

## **1.7. Delimitación del problema de investigación**

Para concluir el capítulo en este último apartado se exponen los lineamientos base que guían la investigación, esto es: la pregunta de investigación, los objetivos, hipótesis y relevancias.

### **1.7.1. Pregunta de investigación**

¿Qué elementos caracterizan y diferencian entre sí a los pequeños comerciantes de la comuna de Santiago que desarrollan su labor en: a) ferias culturales de las pulgas en parques; b) al extremo de las ferias libres y c) en la vereda de la calle en relación a su percepción y experiencia con la reglamentaciones que regulan su labor, su acción económica y el uso del espacio?

### **1.7.2. Objetivos**

#### **Objetivo general:**

Analizar las diferencias que existen entre los pequeños comerciantes de la comuna de Santiago que desarrollan su labor en las ferias culturales de las pulgas en parques, al final de las ferias libres y en la vereda de la calle, en relación a su percepción y experiencia con reglamentaciones que regulan su labor, su acción económica y el uso del espacio.

#### **Objetivos específicos:**

Describir la acción económica de los comerciantes ambulantes que desarrollan su actividad al final de las ferias de alimentos, en las ferias culturales y en las veredas de la comuna de Santiago.

Describir cómo los comerciantes ambulantes que desarrollan su actividad al final de las ferias de alimentos, en las ferias culturales y en las veredas de la comuna de Santiago, perciben las reglamentaciones sobre el ejercicio de su labor.

Analizar la percepción de los comerciantes ambulantes que desarrollan su actividad al final de las ferias de alimentos, en las ferias culturales y en las veredas de la comuna de Santiago, en relación a la apropiación y disputa por el espacio público.

### **1.7.3. Hipótesis**

A continuación, se presentan la hipótesis de la investigación:

Existen diferencias observables entre los comerciantes ambulantes, en cuanto a su acción económica, territorialidad y relación con las normativas vigentes, estas tendrían relación con el tipo de lugar donde llevan a cabo su labor y las características de los productos que venden. Estas diferencias y similitudes permitirían observar perfiles de comerciantes, conformados por personas que coinciden en el sentido que le dan a la acción económica en torno al ejercicio del comercio ambulante.

### **1.7.4. Relevancias**

El ejercicio del comercio informal callejero es un soporte para los sectores menos favorecidos “puesto que por el hecho de vender productos más baratos, con frecuencia los clientes de los vendedores ambulantes son los pobres de zonas urbanas” (OIT, 2013, P2). Además esta labor consiste en una forma de trabajo que constituye una estrategia de supervivencia eficaz para quienes están desempleados. A pesar de esta constatación, el desempeño de esta labor es reprimida, por lo general los vendedores ambulantes son perseguidos y viven en la incertidumbre (OIT, 2013). Todo esto constituye una problemática importante de ser analizada de manera de obtener información que pueden ser integradas a las políticas municipales y de desarrollo regional.

Por otro lado, como indica Max-Neff, algunas formas de comercio informal, pueden convertirse en lugares de socialización (1987) y esto podría tener implicancias también en el despliegue cultural para dicho contexto. La dilucidación y descripción de este fenómeno,



permite dar a conocer la importancia que tienen estas prácticas para el reforzamiento de las relaciones sociales y culturales dentro de una localidad o grupal, lo que repercute en experiencia humana más unificada al integrar la dimensión económica con la social, cultural y política (Razeto, 1990).



# CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO



## Capítulo 2. Marco teórico

Existe una separación de los campos de estudio entre la economía y la sociología que se encuentra dada por algunas distinciones con respecto a cómo se conciben las relaciones económicas. Mientras que en la economía se consideran que las relaciones “están regidas por principios universales que predominaban por sobre cualquier otra forma de organización social, la sociología desarrolló conceptos como relación social (Weber), acción social (Pareto), solidaridad orgánica (Durkheim) como forma de entender los comportamientos sociales (Villavicencio, 1999, p.50). A partir de dichas elaboraciones conceptuales es que la Sociología Económica se opone a la teoría económica neoclásica en diversas esferas de análisis: el actor y los tipos de acción, el ámbito o la esfera de acción, particularmente la económica, los resultados obtenidos, así como el método para comprender estos aspectos (Villavicencio, 1999<sup>a</sup>).

En relación a dicha oposición Polanyi (1975) propone que existen dos nociones de economía: la formal y la sustantiva. La primera se corresponde con la línea de la economía clásica y neoclásica, mientras la segunda se relaciona con las teorías y elaboraciones conceptuales de la sociología económica. A continuación se explican estas dos nociones de lo económico: la noción de economía formal encuentra su origen en el marginalismo y neo marginalismo que en términos epistemológicos adscribían a un esquema de método matemático basado en el concepto de utilidad marginal y racionalidad maximizadora del sujeto económico<sup>11</sup>(Huerta, 2013). En esta noción de economía se considera al mercado como única institución económica, en la cual los individuos actúan bajo la lógica de la acción racional y toman decisiones en función de maximizar los beneficios individuales, dentro de un contexto en que se considera que las necesidades son ilimitadas mientras los recursos son limitados, se concibe al actor oferente como empresa y al actor que compra los bienes y servicios como un consumidor que se encuentra aislado y atomizado (Villavicencio, 1999).

---

<sup>11</sup>Esta escuela influenciaría posteriormente la formación del individualismo metodológico en que se basa el monetarismo neoliberal actual (Huerta, 2013)

Polanyi establece las limitaciones de este modelo analítico, resididas en la pretensión de categorizar un sujeto económico como universal dotándolo con características modernas y racionales a priori, sin condescendencia empírica, elaboradas, a partir de categorías abstractas a-histórico, con ciertos rasgos eurocéntricos (Huerta, 2013). En ese sentido es que esta noción está basada en abstracciones universales sin considerar las particularidades históricas y culturales.

Por otro lado la noción de economía sustantiva considera las múltiples formas en que los individuos o grupos se relacionan con el medio natural y social en búsqueda de la satisfacción de sus necesidades, tomando en cuenta las particularidades históricas, culturales e ideológicas. Con esto se amplían los márgenes analíticos y se descartan los prejuicios y/o abstracciones en relación a qué formas económicas son posibles y cuál es la lógica económica bajo la que actúan los individuos.

Afines a esta noción sustantiva de la economía, son los planteamientos que surgen desde las disciplinas de las ciencias sociales, como lo es la sociología económica, que conciben al actor como eminentemente social lo que significa que las relaciones económicas que establece este actor tienen determinantes que dependen del contexto cultural e histórico; esta visión surge ante la incapacidad de la economía de incorporar el análisis de las estructuras sociales al análisis del funcionamiento de la economía en general. Los sociólogos intentan abordar aspectos como la importancia de redes sociales en el funcionamiento de los mercados o la influencia de la estratificación social en los mecanismos de distribución y de consumo, considerando que la acción de los actores es diversa y contingente por lo que no siempre se guía por intereses individuales y una racionalidad maximizadora de las ganancias (Villavicencio, 1999).

En el presente estudio se abordará la percepción que tiene los comerciantes ambulantes sobre su labor entendiendo percepción desde la definición de Vargas (1994) que plantea que el proceso de formación de estructuras perceptuales se realiza a través del aprendizaje mediante la socialización del individuo en el grupo del que forma parte, de manera implícita y simbólica en donde median las pautas ideológicas y culturales de la sociedad” (Vargas, 1994, p.47), en ese sentido se comprende que la percepción de los comerciantes ambulantes sobre trabajo como producto de los procesos de socialización, por lo que se

construye en base a la experiencia y a la interacción con otro en un espacio cotidiano, por lo que los factores socioculturales preponderan antes que los factores psicológicos y biológicos (Berger y Luckmann, 1986).

El presente estudio está ampliamente basado en los conceptos que surgen desde la sociología económica y la antropología económica, ya que en ambas disciplinas existen aportes teóricos de gran relevancia para la comprensión de la sociedad y de la esfera económica.

A continuación, se presenta el marco conceptual que se configura en base a los objetivos específicos de la investigación:

En el punto 2.1. Se definirán los conceptos relativos al objetivo específico 1. Estos conceptos permiten entender cómo se configura la acción económica.

En el punto 2.2. Se definirán los conceptos de percepción y experiencia para poder describir la relación que tienen los comerciantes ambulantes con las reglamentaciones que imponen la institucionalidad política.

En el punto 2.3. Se definirán los conceptos relativos al objetivo tres, lo que permitirá entender la relación del comercio ambulante con el espacio en que se desarrolla la labor.

## **2.1. Tipos de economía a las que puede orientarse la acción**

En el siguiente apartado se definirá los tipos de economía a las que puede orientarse la acción en el comercio ambulante, que es la acción económica y se explicarán cuáles son sus determinantes, explicándose posteriormente los elementos relacionados a la acción económica como las necesidades que satisface, los tipos de racionalidad que operan en ella, la manera en que se distribuyen los recursos y la identidad que genera.

La economía se ocupa de la manera en que se administran los recursos con el objeto de producir bienes y servicios y distribuirlos para su consumo entre los miembros de la sociedad (Hauwermeiren, 1998, p. 19), la forma en que se distribuyen y producen los recursos toma diversas formas dependiendo de cada cultura y/o período histórico, en ese

sentido es que la economía puede entenderse como una construcción social históricamente determinada.

A partir de la observación anterior es posible afirmar que la hegemónica economía occidental actual, caracterizada por la producción capitalista y el libre mercado, hay que comprenderla como un hecho histórico ya que han habido diversos tipos de sistemas económicos a lo largo de la historia de la humanidad, en ese sentido no solo es importante considerar la finitud y particularidad que representa el sistema económico actual, sino que también hay que considerar que este ha sido un fenómeno histórico de largo alcance, que sin embargo, en su interior se han expresado una infinidad de matices y propuestas, coexistiendo con otros modelos económicos que lo interpelan y tensionan.

### **Economía capitalista**

La sociedad capitalista es la primera en la que el poder de la clase dominante no se define por el nacimiento o por la pertenencia a algún círculo cerrado, sino fundamentalmente (aunque no solamente) por distinciones económicas entre las personas (Adamovsky, 2003).

A la base del capitalismo se encuentra la propiedad privada de los medios de producción (Términos Económicos, s.f., p.40), sin embargo, cabe señalar que la propiedad privada no es algo nuevo: desde tiempos inmemoriales existieron derechos exclusivos sobre ciertos bienes: una parcela de tierra, los instrumentos de trabajo, etc. Pero bajo el capitalismo ese tipo de derechos se extendió hasta abarcarlo casi todo, miles de hectáreas y varios lagos pueden ser hoy propiedad privada, junto con puertos, empresas, canciones, ideas, genes, etc.” (Adamovsky, 2003).

Otro elemento fundamental del capitalismo es el mercado libre en donde las decisiones son tomadas de forma descentralizada por agentes económicos individuales, quienes buscando maximizar sus beneficios se guían por las señales de precios de oferentes y consumidores, de esta manera la asignación de los recursos productivos se realiza libremente por la operación de un mercado libre en que los precios responden a las fuerzas de oferta y demanda el cual funciona libremente sin ningún tipo de regulación o intervención externa a él (Términos Económicos, s.f., p.40.). En relación a lo anterior es

posible señalar que ha existido desde siempre la compra-venta de objetos en espacios que se llamaban mercados, pero bajo el capitalismo todo el espacio tiende a transformarse en un gran mercado, y casi todo se transforma en mercancía vendible. Para poder acceder a todo lo que se va privatizando, cada vez más es necesario comprarlo, incluso el tiempo de las personas se ha transformado en mercancía (Adamovsky, 2003).

De esta manera tanto el mercado como espacio primordial de intercambio y la desmedida mercantilización de los objetos caracterizan el capitalismo, convirtiendo todo en valor de cambio, es posible relacionar esto la lógica con que opera el municipio que exige el pago de patentes municipales para poder vender en un territorio determinado, es una especie de mercantilización del espacio.

Por otra parte, en la economía capitalista existe un factor fundamental que la caracteriza particularmente: este es el hacer de la ganancia el núcleo central del sistema económico y de la vida mediante la acumulación ilimitada de capital con medios formalmente pacíficos, en otras palabras, la re-inversión o puesta en circulación del capital para lograr beneficios es una característica esencial del capitalismo. De esta forma es que la acumulación capitalista no es el acaparamiento de riquezas, sino que lo realmente importante es la transformación permanente de la maquinaria y materias primas en producción, y de la producción en dinero para invertir en capital, y así continuamente se reproduce el ciclo con el fin de aumentar cada vez más la ganancias, poniendo gran energía y utilizando estrategias para tal fin (Heilbrner, 1986, citado por Boltanski, 2007).

### **Modelos económicos alternativos**

La economía alternativa hace referencia a los movimientos que desarrollan actuaciones de tipo socioeconómico de forma diferente al modelo vigente (Ballesteros, 2010), estas son por ejemplo: la economía de donaciones, economía autogestionaria, economía compartida, economía crítica, economía social, la economía solidaria, economía popular, economía ecológica, etc. Se describirán las tres últimas economías mencionadas puesto que son afines a las posibles prácticas que se observan en el estudio.

La economía solidaria posee una orientación crítica y transformadora respecto al sistema económico hegemónico, busca ser distinta y alternativa al sistema respecto de los valores

individualistas, autoritarios, consumistas, y aportar así aunque sea en una pequeña escala a un cambio social en la perspectiva de una sociedad mejor y más justa (Razeto 1990), en ese sentido no se concibe desconectada de procesos más amplios y globales, a nivel macro económico es parte de un proceso de democratización del mercado, no rechaza al mercado, se inserta en él: pero no se funda en sus leyes y automatismos que generan concentración y exclusión, si no que opera corrigiendo al mercado, sustituye el valor de la competitividad por el de la cooperación, ayuda mutua, participación, asociatividad y autogestión. Tampoco rechaza a los gobiernos ni a los organismos públicos, aprovecha los recursos y oportunidades que ofrece, pero su espacio de acción es la sociedad civil (Razeto, 2006).

Generalmente surge en un contexto de desempleo e inequidad socioeconómica como vía de superación de la pobreza a través de un esfuerzo activo de grupos y/o comunidades que se organizan teniendo como base el valor de la solidaridad, pese a ello no es una economía exclusiva de los pobres sino que convoca a toda la sociedad (Razeto, 2006).

La Economía Popular hace referencia a la formación y establecimiento de numerosas pequeñas actividades productivas y comerciales cuyos protagonistas son los grupos sociales empobrecidos de los barrios y poblaciones marginales. A este término de Economía Popular se asocia a veces el de solidaridad, hablándose de Economía Popular Solidaria (Ballesteros, 2010)

La economía ecológica, por otro lado, observa las relaciones entre los sistemas económicos y los ecosistemas. A partir de una crítica ecológica de la economía convencional da cuenta de la importancia de la interrelación entre sistema económico, el físico y el social. Le da énfasis a cuidado del ecosistema a través del fomento del uso de los recursos renovables a un ritmo que se puedan renovar, conservar la biodiversidad y generar residuos que el ecosistema pueda asimilar (Van Hauwermeiren, 1998).

## **2.2. La acción económica incrustada en estructuras sociales**

Los medios que tienen los hombres para perseguir su interés o el interés colectivo, son contruidos socialmente y por consecuencia, varían de una sociedad a la otra, de un conjunto cultural al otro o de un grupo o clase social a otra, desde esta perspectiva la



mayoría de las acciones humanas son el producto de normas culturales, las cuales se insertan dentro de las lógicas institucionales, siguiendo hábitos o contracciones, productos de las relaciones sociales (Amuray, 2009). En ese sentido, la acción económica es una acción social en tanto es una acción dotada de significado y orientada a la conducta de otros. En palabras de Weber:

*“Por acción social debe entenderse una conducta humana (bien consista en un hacer externo o interno, ya en un omitir o permitir) siempre que el sujeto o los sujetos de la acción enlacen a ella un sentido subjetivo. La acción social, por tanto, es una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por ésta en su desarrollo” (Weber, 1996, p. 5).*

Weber incorpora modelos explicativos de la acción y orientaciones distintas, existiendo cuatro tipos ideales:

- a) racional con arreglo a fines: es la acción que está determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utiliza esas expectativas como “condiciones” o “medios” para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos.
- b) racional con arreglo a valores: corresponde a la acción determinada por la creencia consciente en el valor – ético, estético, religioso o de cualquier otra forma como se lo interprete – propio y absoluta de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea, puramente en méritos de ese valor.
- c) afectiva: es la acción especialmente emotiva, determinada por afectos y estados sentimentales actuales.
- d) tradicional: se refiere a la acción que está determinada por una costumbre arraigada, que produce una habituación del comportamiento, se encuentra al límite de lo que es una acción social puesto que al ser netamente una reacción a estímulos habitados no está referida al sentido de los sujetos (Atria, 2012).

En la presente investigación la acción racional con arreglo a fines, la acción racional con arreglo a valores, la acción tradicional y la acción afectiva se estudiarán netamente en relación a la acción económica. Cuando se estudia la acción económica de los comerciantes

ambulantes es posible observar cómo se conjugan en su actuar económico estos tipos ideales, expresando orientaciones de acción en el desempeño de su labor que puede estar tanto orientada por tradiciones como al mismo tiempo por afectos y fines racionales. Desde la visión económica neoclásica la acción económica tendría solamente una orientación racional y que no habrían formas de acción tradicional o afectiva en las acciones económicas. Es particularmente importante esto puesto que en el caso de la economía informal es más probable encontrar formas de acción económica racional de acuerdo a valores, tradicional y/o afectiva que en actividades más formales, debido a que esta economía al encontrarse al margen de la formalidad no existe una gran separación entre la esfera económica con la social y cultural, lo que permite que se den otros objetivos en la actividad. Los tipos ideales de Weber permitirán establecer si la acción de los comerciantes tiene relación con prácticas relativas a la economía capitalista o si refieren a economías solidarias u otras.

Cabe señalar que en la esfera económica se desarrollan las actividades económicas que son definidas como: la producción, la distribución y el consumo de bienes y servicios (Haywermeiren, 1998). En los párrafos anteriores se ha especificado que una acción económica es una acción social que se desarrolla en la esfera económica. A continuación se describirán los componentes que condicionan o afectan la acción económica.

La acción económica, como toda acción social, está socialmente impregnada y no puede ser explicada a través de los móviles individuales; depende de relaciones personales que los individuos entretejen; y la acción económica que lleva a cabo un sujeto es influida o parcialmente condicionada por la estructura social y por la red de relaciones que posee (Granovetter, 1985 citado en Villavicencio, 1999).

Los elementos básicos de la estructura social son los actores y las acciones sociales realizadas por ellos, cuando las acciones sociales llevadas a cabo por los agentes o actores permanecen de forma estable e invariable en el tiempo se llaman prácticas sociales, cuando estas prácticas sociales se interrelacionan con otras prácticas sociales y conforman una unidad organizada es posible establecer que se ha conformado una estructura social, en ese sentido, la estructura social es una unidad estable conformada por prácticas sociales.

Las estructuras sociales influirán sobre las características que poseerá la sociedad, diversos tipos de estructuras sociales que inciden en la acción económica, tales como: estructura cultural, estructura de poder, estructura económica, estructura ocupacional, entre otras. La red de relaciones es el conjunto de relaciones interpersonales en que el individuo se encuentra inmerso y determina la participación de los actores en sus actividades económicas; estas relaciones se dan en el contexto de las estructuras sociales y de arreglos institucionales específicos (Pozas, 2006).

Con la descripción anterior es posible afirmar que la acción económica, entendida esta como influida por la estructura social, no describe el comportamiento económico de individuos atomizados, es decir de individuo aislados de su contexto sociocultural, sino más bien se comprende la acción económica de los actores como producto de los acuerdos sociales y las prácticas sociales. Así es como dentro de este enfoque de la acción económica comienza a visualizarse no solo la agencia como se hace desde la perspectiva neoclásica, si no que se visualiza la influencia de la estructura social, de esta forma se afirma que las acciones económicas se encuentran imbricadas (*embedded*) en la estructura social (Pozas, 2006, p.88).

En resumen los sujetos estudiados no solo serán comprendidos netamente como individuos que solamente se desempeñan en la esfera económica de acuerdo a una racionalidad medio-fines, si no que se comprenderán como actores sociales que poseen particulares relaciones interpersonales conformando redes sociales las cuales se encuentran imbricadas en estructuras socioculturales, lo que es relevante para el estudio puesto que los comerciantes informales generan redes de compañerismo y solidaridad, que son fundamentales considerando la precariedad, riesgos asociados al trabajo que ejercen y el espacio donde trabajan e impulsan estos vínculos.

Cabe destacar que el concepto de acción económica no niega la búsqueda del sujeto de su propio beneficio personal, pero considera que su actuar no está exclusivamente determinado por ello, sino también por otros elementos tales como confianza, normas y poder, entre otros. De esta manera es que la acción económica no puede separarse de la socialización, la búsqueda de aprobación y la búsqueda de status (Pozas, 2006, p.99).

### **2.3. El comercio ambulante como posible satisfactor sinérgico**

Si bien la acción económica tiene objetivos materiales relacionados con la adquisición de bienes o servicios para permitir la subsistencia, existen objetivos no económicos, tanto personales como sociales, relativos al desempeño de dicha labor. De esta forma es que el hombre no actúa solo para salvaguardar sus intereses individuales en la posesión de bienes materiales, sino para salvaguardar su posición social, sus derechos sociales, sus ventajas sociales (Polanyi, 1983 en García).

Cabe señalar que la consecución de estos objetivos no económicos se lleva a cabo de diferentes maneras dependiendo de la sociedad en que se encuentre el individuo, por lo que la valoración de la labor que se desempeña es diferente dependiendo de los valores que primen en cada sociedad y grupo humano.

Estos objetivos no económicos se dan simultáneamente a los objetivos económicos y no son menos racionales que los objetivos económicos sino que responden a otro tipo de racionalidad o lógica.

Desde el enfoque de las necesidades y del desarrollo a escala humana presentado por Elizalde, Hopenhayn y Max-Neef (2006), el trabajo constituye un satisfactor sinérgico. Los satisfactores son formas de ser, tener, hacer y estar, de carácter individual y colectivo, conducentes a la actualización de necesidades. Los satisfactores sinérgicos son aquellos que por la forma en que satisfacen una necesidad determinada estimulan y contribuyen a la satisfacción simultánea de otras necesidades” (Elizalde et al., 2006, p. 30).

El trabajo no solo constituye una forma de subsistencia que permite la adquisición de dinero, sino que permite -en la realización misma de la labor- la satisfacción de necesidades inmateriales como la creación, participación, entre otras. En la presente investigación se estudiará qué tipos de necesidades permite satisfacer el ejercicio del comercio ambulante, lo que nos permitirá entender qué tipo de orientaciones de acción priman en ellos, por ejemplo: si la necesidad de subsistencia es primordial primará la orientación de acción de acuerdo a fines, por otra parte si la necesidad de participación es relevante podemos hablar de que existe una orientación afectiva de la acción. Por otra parte es posible describir a

través de estos conceptos alguna de las razones de que el comercio ambulante se siga realizando y masificando pese a las restricciones municipales.

#### **2.4. Formas de distribución de los recursos en las prácticas cotidianas**

Por un lado identifica la reciprocidad, la cual es definida como la correspondencia que se establece entre el acto de dar y recibir sin que intervenga el dinero y que se da de forma espontánea y más potentemente en sociedades “elementales”.

Dentro de la reciprocidad es posible distinguir la generalizada que consiste en la entrega de bienes o servicios sin aparente expectativa de recibir algo a cambio. Este tipo de reciprocidad se acentúa en sociedades de cazadores-recolectores y en las relaciones de parentesco y permite reforzar la posición del generoso, otorgándole crédito social y mejorando la proyección futura, además constituye una vía de convivencia ya que genera obligaciones entre las personas lo que fortalece la vida social y reduce el peligro de secesión (separación del grupo) (Gómez, s.f.). Se distingue también la reciprocidad equilibrada que se da cuando hay expectativas de devolución y esta se explicita, lo que diferencia a esta situación del trueque es que acá lo que prima como marco es lo social y no lo económico, además en el trueque los bienes o servicios intercambiados deben ser equivalentes lo que no sucede en la reciprocidad equilibrada. Un buen ejemplo de este tipo de reciprocidad es por ejemplo dos amigos que pagan se manera intercalada las cuentas de restaurantes independientemente de lo que se consuma en cada ocasión. Por último se distingue la reciprocidad negativa que ocurre cuando el receptor crea expectativas de devolución sin cumplirlo (Gómez, s.f.).

Otro modo de distribución planteado por Polanyi es la redistribución que surge en contextos familiares o en sociedades sin estado o estado débil, su espacio social característico son las jefaturas, se distinguen tres tipos: la redistribución igualitaria en dónde líderes temporales organizan la sociedad en que viven, lo que la distingue es que el líder no logra beneficio más que el reconocimiento social. La redistribución estratificada en dónde un líder heredero redistribuye la riqueza pero genera estratos en torno a él, surge generalmente en sociedades de agricultores. La última forma de redistribución identificada es la distribución intercomunitaria en dónde existe una relación de reciprocidad entre

comunidades a partir de un jefe que redistribuye excedente para organizar un festín (Gómez, s.f.).

Por último se identifica el intercambio, este se expresa como intercambio en el mercado en dónde el medio es el dinero como también puede llevarse a cabo a través del trueque (Gómez, s.f.).

Los tipos de distribución de los recurso económicos descritos por Polanyi, tales como redistribución y reciprocidad permiten expandir la idea generalizada que existe desde la economía respecto al intercambio monetario, esto es de relevancia para el estudio ya que los comerciantes ambulantes al estar en la marginalidad del mercado formal reconocen y llevan a cabo otros tipos de intercambio.

## 2.5. Racionalidad económica, métodos para fijar los precios de los productos

Desde la sociología económica se afirma que la racionalidad económica no es absoluta sino socialmente y culturalmente construida, no existe un modelo standard para evaluar la racionalidad de una acción económica (Amaury, 2009), si no que existen diferentes tipos de racionalidad en la acción económica. A continuación se distinguen cincotipos de racionalidad que permiten comprender las diferentes maneras en que operan los comerciantes ambulantes al desarrollar la acción económica. Para efectos prácticos de la investigación se relacionarála manera en que lo vendedores ambulantes fijan los precios de sus productos con las racionalidades que se definen a continuación en la siguiente tabla:

Cuadro 3. Racionalidades que se emplean para fijar precios

Tipo de racionalidad	Exponentes	En qué consiste
Racionalidad acotada ( <i>Bounded rationality</i> )	Daniel Kahneman, Herbert Simon	Los agentes económicos son individuos racionales que se orientan a la maximización del beneficio personal, se prioriza la eficiencia. Toma en consideración las limitaciones del individuoal buscar la eficiencia, estas son: información, tiempo y capacidades limitadas

<b>Tipo de racionalidad</b>	<b>Exponentes</b>	<b>En qué consiste</b>
Racionalidad sistémica	Niklas Luhmann	La racionalidad sistémica busca la eficacia por sobre la eficiencia ya que lo importante es alcanzar el objetivo con certeza, aunque no sea necesariamente de la mejor forma en una situación.
Racionalidad formal	Max Weber	El cálculo está fundado en metodología y utiliza como unidad el dinero. Requiere conocimiento de contabilidad. Se invierte energía y recursos para que los cálculos sean más inequívocos.
Racionalidad intuitiva	Chun Wei Choo	Estimaciones que no se rigen por ningún método en donde operan simplificaciones cognitivas
Racionalidad material	Max Weber	Es una acción social de carácter económico (abastecimiento de bienes) orientada por postulados de valor, si bien en esta acción se contempla el abastecimiento de bienes, ésta está mediada por postulados de valor (Weber, 1922). Si bien admite cálculos atiende a exigencias éticas y políticas que van más allá de la eficiencia de medios y fines (Molina, 2004).

Fuente: elaboración propia

El estudio de la racionalidad permite interpretar a qué modelos económicos y orientaciones de acción corresponden las prácticas de los comerciantes. Las dos primeras racionalidades (acotada y formal) más cercanas a la forma de operar de las empresas capitalistas y a una orientación de la acción de acuerdo a fines, la tercera y la cuarta racionalidad (sistémica e intuición) son más cercanas a las economías de subsistencia y a orientaciones de acción de acuerdo a tradición y afectiva, por último la racionalidad

material que es posible asociarla a la economía solidaria en cuanto éstas se caracterizan según Razeto por aportar aunque sea en pequeñísima escala a un cambio social, en la perspectiva de una sociedad más justa (1990) por lo que se asocia a la orientación de la acción de acuerdo a valores.

## **2.6. La identidad del comerciante ambulante en el ejercicio de su labor**

Podría definirse como la imagen que los sujetos tienen de sí mismos, como individuos o grupos en cuanto a la labor que desempeñan. Los comerciantes ambulantes pueden referirse a sí mismos como talleristas, artesanos, microempresarios, trabajadores independientes, entre otros. Es relevante considerar este aspecto ya que puede ser útil en la implementación de las políticas públicas que regulan la labor de los comerciantes ambulantes, puesto que tiene implicancias muy diferentes en torno a la orientación de trabajo el que ellos se auto identifiquen como: empresarios, trabajadores independientes o microempresarios. La aplicación de este concepto permite ahondar en las motivaciones y la ética que hay detrás de los vendedores para aceptar o rechazar la identidad de empresario, así como para entender con respecto a estos últimos su búsqueda de alternativas anticapitalistas.

## **2.7. El desarrollo de la labor del comercio ambulante, Espacio Público y Territorio**

Existen diferentes formas de entender el espacio, el concepto de espacio es amplio y complejo. Para efectos de la presente investigación se entenderá el concepto de espacio de acuerdo a dos acepciones, en primer lugar como territorio y en segundo lugar como espacio público, a continuación se profundizará en aquellas dos acepciones:

### **Territorio**

Desde un enfoque de la geografía del poder la relación de las personas con su territorio se presenta de diversas maneras: geográficas, políticas y económicas, y refiere a múltiples poderes que se manifiestan a nivel regional y local. El territorio puede ser entendido como la manifestación espacial del poder fundamentada en relaciones sociales, relaciones determinadas por estructuras concretas y estructuras simbólicas, de esta manera se puede



definir al poder en el territorio por las relaciones de poder que se establecen sobre el espacio y entre los actores que lo ocupan y utilizan (Schneider y Peyré, 2006). El territorio está afectado por una multiplicidad de poderes que actúan de maneras y grados diferentes, en ese sentido los territorios poseerían diferentes niveles de permeabilidad, o de accesibilidad, a las personas.

Un concepto derivado del de territorio es el de territorialidad que se entiende como la estrategia de un individuo o de un grupo por alcanzar, influenciar o controlar recursos y personas a través de la delimitación o del control de áreas específicas – los territorios (Sack, 1986, citado en Schneider y Peyré, 2006). En ese sentido uno de los importantes recursos que emplean los comerciantes ambulantes es el territorio por lo que llevan a cabo estrategias de territorialización, desterritorialización y reterritorialización para disputar aquel recurso.

Otra característica de los territorios está en el hecho de que sean dinámicos, como relaciones sociales proyectadas en el espacio, los territorios pueden desaparecer aunque los espacios correspondientes (formas) continúen inalterados, esta situación sugiere la existencia de territorialidades flexibles, que pueden ser territorios cíclicos, que se presentan periódicamente o pueden ser territorios móviles como los sugeridos por Sack (1986 citado en Schneider y Peyré, 2006). Un área puede ser utilizada como un territorio en un momento o periodo cualquiera y perder esta calidad en otro y necesita de un esfuerzo constante para mantener las estrategias para influenciar y controlar el acceso a través de sus límites, y cuando estas cesan el atributo territorial también cesa (Raffestin citado en Schneider y Peyré, 2006, p.75).

Además de estos también existen los territorios de baja definición, que son espacios caracterizados por la superposición de diferentes territorios en un mismo espacio, lo que puede provocar el surgimiento de relaciones de poder adicionales e incluso nuevos territorios (Raffestin citado en Schneider y Peyré, 2006).

### **Espacio público**


La Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones de Chile define el espacio público como Bien Nacional de Uso Público, lo que implica que se vincula este espacio con

el dominio del Estado por lo que su regulación se rige según derecho público (Schlack, 2007).


Max Weber indicó que la condición primitiva del espacio público se remonta a las plazas de la ciudad medieval europea, caracterizadas por su actividad comercial (Schlack, 2007) esto es relevante debido a que es en los espacios de comercialización fue donde tuvo lugar la forma primitiva de vida pública.

La vida pública permite una situación en la que predomina el anonimato, donde los individuos tienen la libertad de establecer contacto o distanciarse según su voluntad. De esta manera son característicos del espacio público una integración parcial, un sistema social abierto y la interacción entre desconocidos (Bahrtdt, 1969 en Schlack, 2007). En ese sentido, hasta hoy se sostiene que la ciudad es una forma de asentamiento que hace posible el encuentro entre personas desconocidas (Sennett, 1983 en Schlack, 2007) lo que es una dimensión es importante al estudiar el comercio ambulante.

La característica distintiva del espacio público es su grado de accesibilidad o la posibilidad de su uso sin restricciones para cualquier persona, en ese sentido el espacio público es el espacio de uso público (Selle, 2001 en Schlack, 2007), aún así este espacio urbano en la ciudad es un terreno siempre en disputa, no hay un espacio público que pertenezca a ningún uso, sino lugares de cuyo uso se apropian algunos actores sociales, expropiando a otros (Salcedo 2002).



# CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA



### Capítulo 3. Marco Metodológico

En esta tesis se utilizó un enfoque cualitativo para recolectar y analizar la información relacionada a la actividad de los comerciantes ambulantes de la comuna de Santiago. Desde este enfoque no se puede desarrollar un análisis libre de influencia del investigador y de los comunicadores (vendedores ambulantes de la comuna de Santiago), por lo que se hace necesario evidenciar los supuestos desde los cuales se realiza la investigación de manera de mantener una mayor objetividad en el procedimiento (Baudino &Reising, 2000, en Cáceres, 2003).

La investigación parte del siguiente supuesto: con la aplicación del sistema neoliberal se ha vulnerado el derecho al trabajo decente que el Estado debiese asegurar, más aún el Estado no solo no garantiza el “empleo decente”, según el concepto propuesto por la Organización Internacional del Trabajo<sup>12</sup>, si no que persigue, dificultando e impidiendo la actividad económica de los comerciantes ambulantes informales, incluso incautando la mercadería que es su capital de trabajo. Se podría prejuzgar como “ceguera política”, el enfoque que las autoridades le da a esta actividad económica informal, si se considera que este sector social estaría autosolucionando un problema de cesantía que el Estado ha sido incapaz de solucionar.

Sumado a lo anterior, este tipo de trabajo permite a algunos comerciantes ambulantes, la generación de relaciones no solo de tipo económico entre los individuos sino también de tipo cultural, entendiendo esto como interacciones entre personas o grupos, basadas en procesos de acción social y comunicativa, en los cuales se desarrollan y expresan elementos de la cultura material (objetos físicos, productos y servicios), y no material (palabras, ideas,

---

<sup>12</sup>De acuerdo a la OIT, “el trabajo decente es un concepto que busca expresar lo que debería ser, en el mundo globalizado, un buen trabajo o un empleo digno. El trabajo que dignifica y permite el desarrollo de las propias capacidades no es cualquier trabajo; no es decente el trabajo que se realiza sin respeto a los principios y derechos laborales fundamentales, ni el que no permite un ingreso justo y proporcional al esfuerzo realizado, sin discriminación de género o de cualquier otro tipo, ni el que se lleva a cabo sin protección social, ni aquel que excluye el diálogo social y el tripartismo”.

conocimientos, artes, normas, valores, costumbres, creencias, hábitos), dando lugar de esta manera a manifestaciones de carácter nacional, regional, local, subcultural y otras (Servicio de Evaluación Ambiental, 2014, pág. 37).

Por lo tanto, se parte en esta investigación de la premisa de que el comercio ambulante es valioso para la sociedad en tanto es una alternativa para las personas que necesitan llevar el sustento a su hogar y en tanto es parte del patrimonio cultural. Por todo lo señalado es que la autora de la tesis, considera el comercio ambulante como un trabajo legítimo y que las políticas municipales deben ser analizadas por ser en ocasiones injustamente restrictivas y penalizadoras.

Para llevar a cabo la indagación sobre la actividad de los comerciantes ambulantes en la comuna de Santiago se propuso un paradigma interpretativo, que comprende la realidad como una construcción social (Martinic, 2006), esto permitió profundizar en la conciencia de los sujetos entrevistados acerca de cómo estos perciben y configuran el ejercicio de su labor. De esa manera es que se observaron las significaciones que los comerciantes ambulantes de la comuna de Santiago exteriorizan e internalizan respecto a su labor, específicamente referidas a: la acción económica, las reglamentaciones que regulan su labor y el uso del espacio.

A continuación se desarrolla la descripción de la estrategia metodológica en cuatro etapas: Primero se describe el universo y la muestra, en segundo lugar las técnicas para recolectar la información, posteriormente se explica la forma en que analizó la información y por último se presenta como se aseguró la calidad del diseño.

### **3.1. Universo y muestra**

El universo de estudio que se ha definido en la presente investigación son: los trabajadores por cuenta propia, que sean comerciantes informales<sup>13</sup> de bienes lícitos<sup>14</sup> que

---

<sup>13</sup> Trabajo informal entendido desde la definición de la OIT en donde se definen como los trabajadores que no cuenten con contrato y/o previsión social (2010).

<sup>14</sup> Los bienes lícitos son todos aquellos que sujetos de apropiación individual y particular que están dentro del comercio a diferencia de los bienes ilícitos que por disposición de la ley no pueden ser sujetos de apropiación

corresponden a la clasificación de pequeños contribuyentes por la cuantía del capital que tienen, que vendan dentro de la comuna de Santiago específicamente en parques o plazas los fines de semana, en las veredas de las calles y la cola de feria. Quienes serán llamados comerciantes ambulantes en la presente tesis.

De todos los pequeños comerciantes ambulantes que desarrollen sus actividades en la vía pública, se escogieron a los que vendían en estos tres lugares de acuerdo a dos criterios:

#### Infraestructura:

Se optó por aquellos comerciantes ambulantes que poseen una infraestructura precaria para vender (como paños o mesas plegables) por considerar que se encuentran en una situación de mayor vulnerabilidad y por lo tanto de mayor necesidad. Se descartaron los comercios estacionados, es decir las instalaciones adosadas a la vía pública, como por ejemplo los kioskos.

#### Grado de desplazamiento:

Se descartó a los vendedores ambulantes que venden dentro de los microbuses y en los semáforos, puesto que ellos se desplazan constantemente por lo que es difícil entrevistarlos.

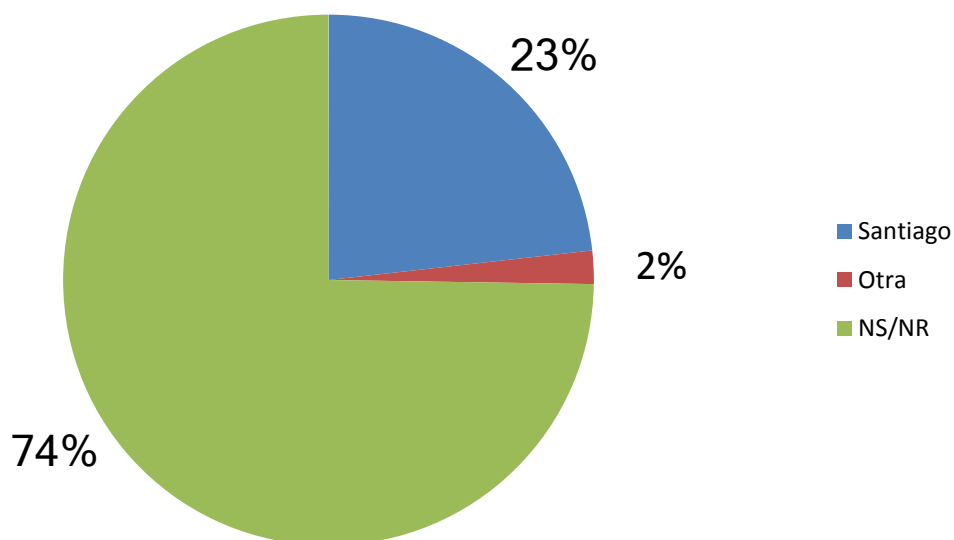
Se seleccionó la comuna de Santiago para la realización del estudio debido a que posee dos características fundamentales:

En primer lugar un gran número de comerciantes ambulantes se transportan hacia Santiago centro para vender, tal como se observa en el gráfico según la encuesta realizada por la C.N.C., un 74% de los comerciantes que venden en el casco histórico de la comuna de Santiago provienen de otras comunas.

---

y que por lo tanto se encuentran fuera del comercio, ejemplo: drogas, monumentos, etc. Se excluye aquel comercio informal callejero en donde se venden estupefacientes y productos robados ya que estas actividades implican mayor ilegalidad que la de vender sin permiso o sin pago de impuestos, puesto que la proveniencia de los productos es ilícita y su adquisición tiene implicancias legales más graves (Rodríguez, E. 2012).

Grafico 2. Comuna de residencia comerciantes ambulantes casco histórico en porcentajes



Fuente: Estudio comercio ambulante Cámara Nacional de Comercio, Servicio y Turismo (2015)

Es posible inferir que en la comuna concurre un gran porcentaje de comerciantes de otras comunas puesto que debido a que el sector presenta una población flotante de aproximadamente 2 millones de personas (Municipalidad de Santiago, 2015) hay mayor afluencia de público lo que implica que existan mayor cantidad de potenciales compradores.

La segunda gran característica de la comuna de Santiago es la diversidad de tipos de comercio ambulante que se desarrollan en la zona. Se realiza comercio ambulante en diversas zonas públicas de la comuna como por ejemplo las veredas de las calles, el final de las ferias de verduras, las plazas y parques. En esta comuna se realizan la mayor cantidad de ferias culturales en plazas o parques, puesto que su localización céntrica permite que concurren una mayor cantidad de personas. En ese sentido las plazas y parques de la comuna de Santiago son las sedes que en general escogen los organizadores de las ferias

para la realización de las actividades tanto comerciales como culturales que se hacen en dichos lugares.

A continuación, se presenta un plano de la comuna en dónde se puede observar las avenidas y calles principales que limitan la jurisdicción comunal.

Figura 1. Límites comuna de Santiago



Fuente: elaboración propia en base a información del observatorio Urbano de la Universidad Católica

Al ser esta una investigación de tipo cualitativa, el tipo de muestreo fue intencional es decir los sujetos no fueron elegidos siguiendo cálculos o leyes de probabilidades (Andréu, 2010, p. 25). Se empleó el muestreo teórico y el opinático. Se intentó elegir el número de entrevistados y el lugar dónde se iba a realizar las entrevistas de acuerdo al muestreo teórico, es decir en función de generar una mayor riqueza en los resultados de la investigación. Esto se combinó con los criterios de selección del muestreo opinático, es decir a partir de los conocimientos de la situación, facilidad, voluntariedad, etc. (Andréu, 2010).



Puesto que la idea fue comparar a los comerciantes según el lugar en que venden, se decidió un número equivalente de entrevistados por lugar, se pensó en diez entrevistas por cada tipo de lugar, pero por asuntos prácticos de la investigación la cantidad de entrevistados por lugar quedó distribuida de la siguiente manera:

- Nueve entrevistas para comerciantes en ferias de plazas y parques,
- Diez entrevistas para comerciantes en la vereda de la calle
- Siete entrevistas para comerciantes que venden al final de las ferias libres que son llamados coloquialmente coleros<sup>15</sup>.

En la siguiente tabla es posible observar los lugares en donde se realizaron las entrevistas a cada tipo de comerciante ambulante:

Cuadro 4. Lugares en que se realizaron las entrevistas por tipo de comerciante

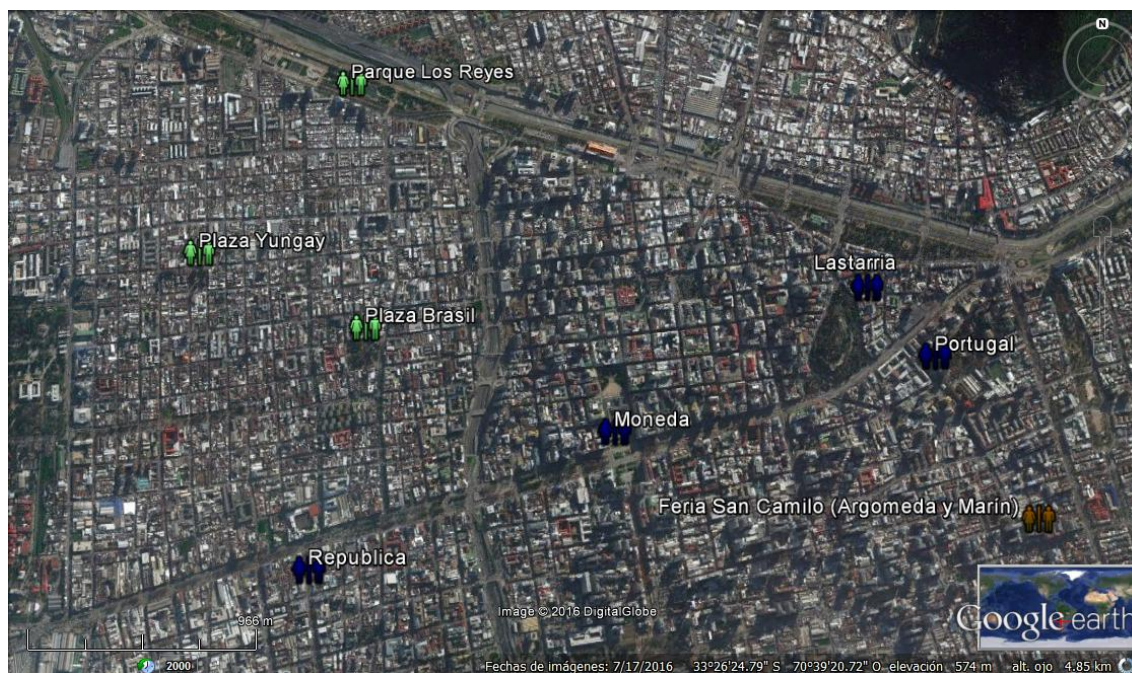
<b>Tipos de vendedores</b>	<b>Lugares en que se realizaron las entrevistas</b>	<b>Criterios de selección</b>
<b>Vendedores en veredas de las calles</b>	República, Marcoleta, Portugal, Alameda y Lastarria	Las entrevistas se realizaron en calles aledañas a la avenida principal Alameda puesto que en estas calles existe mayor afluencia de público que en calles lejanas a la Alameda y por lo tanto hay más comerciantes ambulantes.
<b>Coleros</b>	Feria San Camilo que se encuentra ubicada entre Marín y Argomedo	Por restricciones de tiempo y recursos solo se escogió una feria para realizar las entrevistas a los coleros.
<b>Vendedores de ferias de parques y plazas</b>	Parque Los Reyes, Plaza Brasil y Plaza Yungay	Se escogieron las plazas y parques en dónde existe menos vigilancia y fiscalización para realizar las ferias en el momento de recolectar la información, éstas correspondían a plazas y parques de la zona Norponiente de la comuna de Santiago.

Fuente: elaboración propia

<sup>15</sup>Se entrevistó a menos coleros debido a que eran reticentes a ser entrevistados.

Para efectos de poder visualizar de mejor manera la ubicación de los entrevistados se realizó un mapa, en él es posible observar los puntos específicos de la comuna de Santiago en donde los entrevistados vendían sus productos.

Figura 2. Lugar dónde ejercen el comercio ambulante los entrevistados



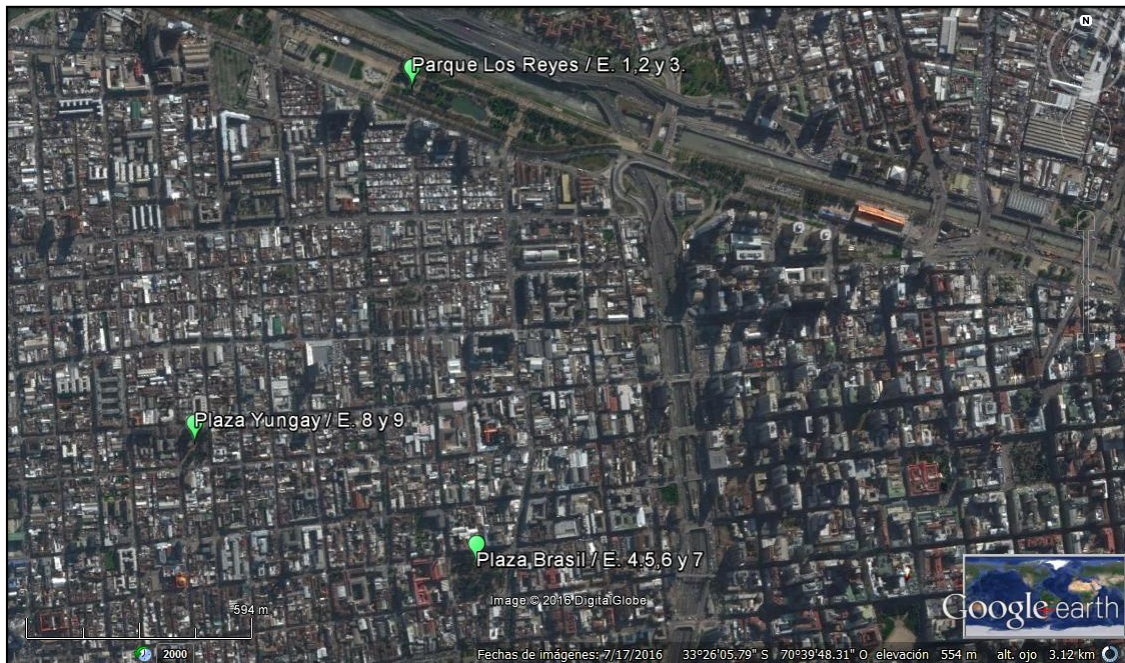
Fuente: elaboración propia en base a Google earth

En color verde se encuentran señalada la ubicación de entrevistados de plazas y parques, en color azul la de los entrevistados de las veredas de las calles y en color café la de los coleros.

Se observa en los siguientes planos la ubicación de los comerciantes ambulantes entrevistados en detalle.

En el siguiente plano es posible visualizar a los entrevistados de las ferias culturales de plazas y parques. La letra “E.” que aparecen seguidos del nombre significa entrevistados y los números indican al entrevistado (véase anexo V).

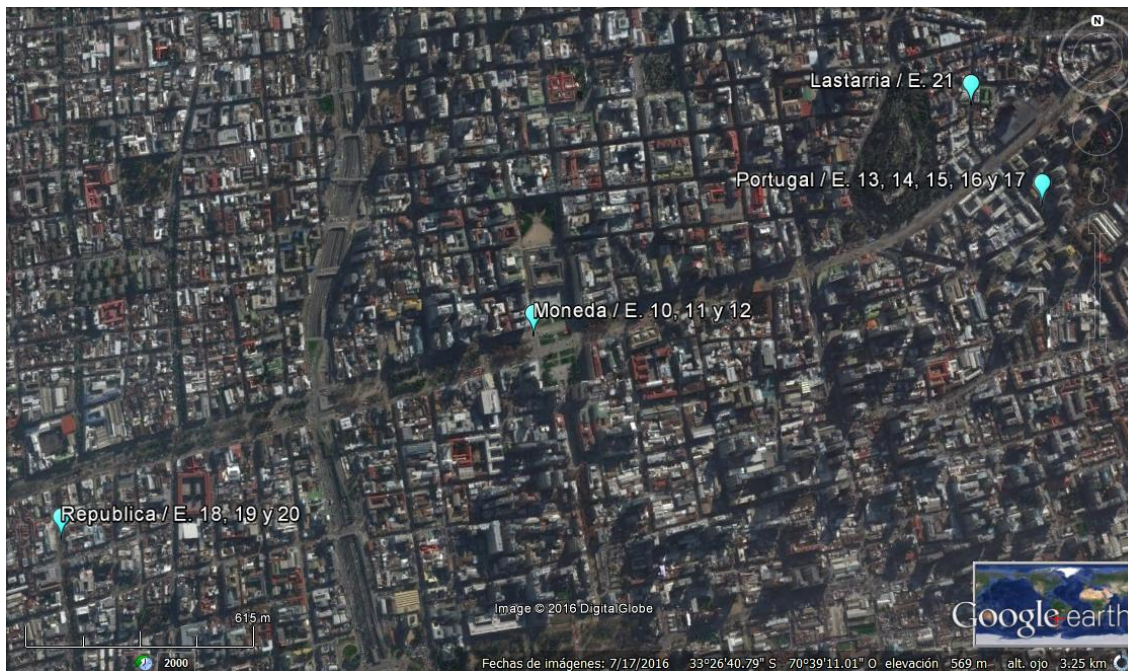
Figura 3. Ubicación entrevistados de plazas y parques



Fuente: elaboración propia en base a Google Earth

A continuación un plano de la ubicación de cada entrevistado que vende en las veredas.

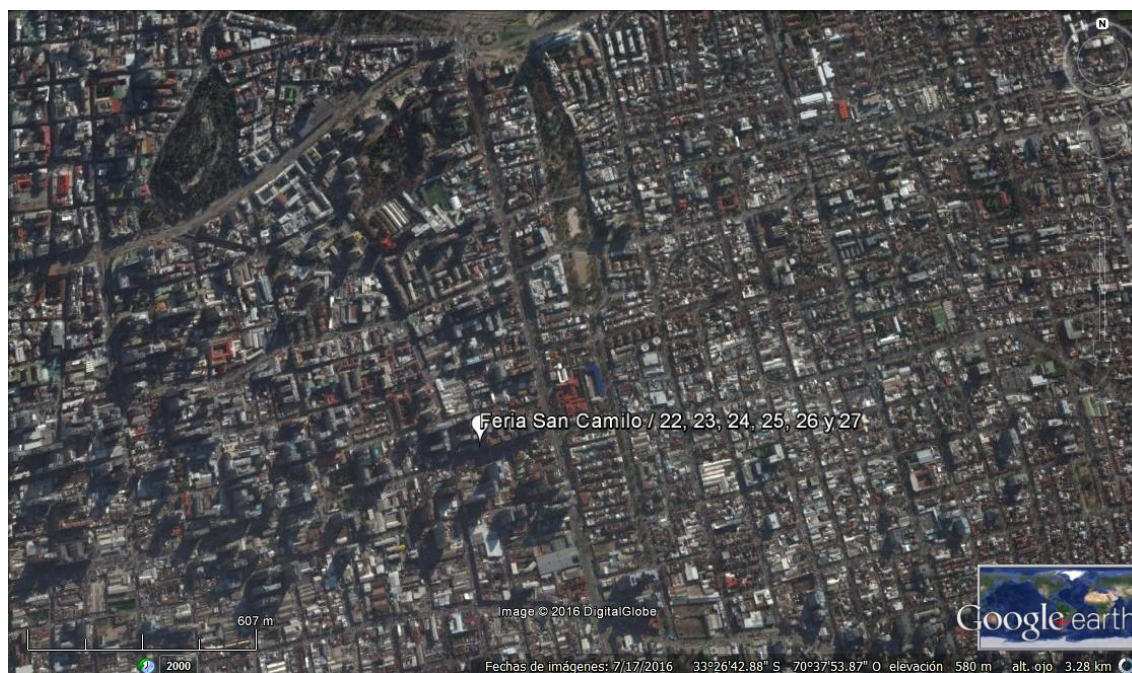
Figura 4. Ubicación entrevistados de vereda



Fuente: elaboración propia en base a Google earth

Por último se presenta el plano del lugar en dónde se realizaron las entrevistas a los coleros, esta fue la feria San Camilo la que se encuentra ubicada entre la calle Argomedo y Marín, en la zona Oriente de la comuna de Santiago.

Figura 5. Ubicación entrevistado de cola de la feria



Fuente: elaboración propia en base a Google Earth

### 3.2. Recolección de información

En esta tesis, la información cualitativa fue producida a través de entrevistas estructuradas (véase anexo II y III). Se escogió realizar entrevistas puesto que éstas permiten explorar la forma en que los sujetos experimentan y entienden su mundo, proporcionando un acceso único al mundo vivido de los sujetos, que describen en sus propias palabras sus actividades, experiencias y opiniones (Kvale, 2008). La modalidad de la entrevista fue estructurada ya que ésta permite profundizar en los objetivos específicos de la investigación (cómo se desarrolla la acción económica de los comerciantes ambulantes, su percepción y experiencia con respecto a las reglamentaciones que regulan su labor y las disputas territoriales).

### **3.3. Análisis**

Para interpretar la información de las entrevistas se aplicó la técnica de Análisis de Contenido cualitativo (véase anexo IV) y la herramienta metodológica-conceptual Esquema Cruzado. El análisis de contenido cualitativo consiste en un conjunto de técnicas sistemáticas interpretativas del sentido oculto de los textos que parte de la lectura como medio de producción de datos (Andreáu, p.22). El esquema cruzado, por otra parte, utiliza el plano cartesiano otorgándole espacialidad a la información. A continuación se describe el enfoque y el modo en que se utilizaron dichas técnicas en la investigación.

#### **3.3.1. Análisis de Contenido Cualitativo**

A lo largo del tiempo han existido diferentes modos de aplicar y entender lo que es el Análisis de contenido, por esto es necesario explicitar el enfoque que se usó. Se escogió la definición de la autora. Laurence Bardin sobre el análisis de contenido, ella lo define como “el conjunto de métodos de análisis de las comunicaciones tendientes a obtener indicadores, que pueden ser tanto cualitativos como cuantitativos, por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes” (Bardin, 1996, citado en Andréu, 2010, p.3).

Al realizar el análisis de contenido se hicieron pautas ordenadas de códigos<sup>16</sup> lo que permitió sistematizar la información. Para crear las categorías y códigos, se optó por el modelo de desarrollo de categorías deductivas, que consiste en elaborar previamente códigos y categorías antes de analizar el texto a partir de la teoría existente (Andréu, 2010). Se elaboraron los códigos a partir de un análisis bibliográfico acerca de: el trabajo informal, reglamentaciones que regulan la labor de los comerciantes ambulantes y a partir de teorías

---

<sup>16</sup>Los códigos “etiquetan” los segmentos, agregando información al texto a través de un proceso que abstrae las características del contenido agrupado y la sintetiza en un solo concepto o símbolo. Lo importante de ello es que los códigos orientan sobre las ulteriores agrupaciones, relaciones y/o interpretaciones del material codificado (Cáceres, 2003).

relativas a la acción económica y el territorio. A continuación se construyó un “libro de códigos”, en él se explicitan las reglas para la codificación, es decir, se da a conocer el criterio de clasificación de la unidad de análisis otorgando una definición del código dando cuenta de su alcance a través de ejemplos que permitieran dar a entender bajo qué circunstancias un texto puede registrarse bajo un código.

Cuadro 5. Libro de Códigos

Categoría	Código	Regla	Ejemplo
Acción económica	Racionalidad	Técnicas o métodos que emplean para estipular el valor de sus productos y llevar la contabilidad de sus ventas	<p>¿Cómo estipulas el precio de lo que vendes?</p> <p>Viendo a la gente de al lado, uno va cotizando, preguntando y más o menos de acuerdo a eso, ve el precio.</p> <p>¿Cómo determinas el precio del producto?</p> <p>Depende lo que me cueste es a lo que yo trabajo, al 50 o al 100%, pero generalmente es al 50% algunos al 75%</p>
	Vínculos	Manera en que se relacionan los comerciantes ambulantes con los compradores y con los otros comerciantes ambulantes	<p>¿Cómo es la relación que entablas con tus clientes?</p> <p>Como amistad, como amigos, como que nos conociéramos hace años, hay confianza, tiene su terapia para ellos, porque salen de su casa y conversan, dialogamos echamos la talla, consejo los escucho.</p>
	Orientación de la acción	Se da cuenta de que es lo que buscan al realizar esas acción	Nos trasladamos a todos lados en bicicleta y porque vimos un invento en internet, un proyecto que está Guatemala que se llama malla pedal donde abastecen de jugueras en poblaciones sin luz y nos pareció interesante, innovador y además,

			<p>mucho que ver con lo que hacemos nosotros además que somos bien ambientalistas, somos subversivos, nos parece una actividad innovadora para cambiar un poco el switch</p>
	Motivaciones	Apela a las ventajas que tiene la realización de ese tipo de trabajo	<p>¿Te ves trabajando en un local?</p> <p>No, muy independiente, no me gusta... soy solo, me gusta mi soledad, mi espacio, no sé, a mí no me gusta que me manden y menos me va a gustar estar mandando.</p>
	Prácticas económicas	Lugar, horas y tipo de productos que venden	<p>¿Qué vendes?</p> <p>Vendo hierba mate, mate, bombilla y ahora estoy vendiendo los productos plásticos kit que son para caliente para frío para líquido.</p> <p>¿En qué lugares vendes?</p> <p>En la feria del viernes y en la feria del domingo y también me coloco en un supermercado</p>
Experiencia y percepción con las normativas	Permisos municipales	Todo aspecto relacionado con los trámites y percepción que tienen acerca de necesitar este permiso para vender	<p>Hemos presentado todos los papeles, lo que ellos nos piden, hemos ido a la casa amarilla creo que se llama a presentar todos los papeles, pero nos pelotean como si fuésemos una pelota, nos mandan para aquí a conversar con uno, nos mandan con el otro, así nos tienen, pero creo que no nos van a dar porque ya vengo pidiendo permiso desde hace muchos años atrás.</p> <p>El tramite ha sido negativo</p>
	Impuestos	Todo aspecto relacionado con los trámites y percepción	<p>¿Crees que deben pagar impuestos?</p> <p>Si lo justo y necesario.</p> <p>¿Crees que algunos no deberían pagar</p>

		que tienen acerca del pago de impuestos	impuestos? Todos deberían pagar, aunque a veces si van al chanco en cobrar si.
	Represión policial	Vivencias personales con respecto a la persecución policial y reprimendas	¿Te han reprimido o incautado la mercadería? Sí, caleta de veces, jaja, o sea por lo menos dos veces cachay, y caleta de veces he tenido que arrancar, te quitan todo, bueno. ¿Tienes alguna estrategia para lidiar con esto? Estar atento y correr rápido, andar atento
Territorio		Uso del espacio público y disputa territorial	Y llegue y había un loco vendiendo panes así una cantidad gigante, tenía como cuatro cajas y le venían a dejar más y el loco me hecho la foca y me dijo -oye estoy vendiendo aquí, no te podí poner aquí- y yo dije -bueno, si yo también estoy trabajando en la calle si la calle no es de nadie- y bueno me corrí un poco más al lado y un caballero que vendía en la calle me dijo, una frase que yo siempre he recordado -amigo póngase aquí al lado yo no le achico la calle a nadie-
Contexto	Caracterización socioeconómica	Aspectos que dan a conocer el lugar que ocupan los comerciantes en la estructura socio económica	¿Cuál es tu formación educativa educación media básica? Tengo 7mo año básico. ¿Trabajas solamente en la calle o tienes otros trabajos? No, por la discapacidad no puedo andar soldando.

Fuente: elaboración propia



Posterior a la realización del libro se códigos se llevó a cabo un pre-análisis en dónde se hizo una lectura de las frases y los párrafos de las entrevistas verificando que los códigos y categorías estuviesen bien diseñados. Luego el texto fue codificado a través del programa Atlas Ti.

Finalmente se interpretó la información, en este proceso se pudo identificar tanto el contenido manifiesto y obvio, como también, el sentido latente, oculto e indirecto del texto. Cabe señalar que el análisis consideró el contexto en que se enunciaron las entrevistas lo que permitió enriquecer el contenido y por lo tanto los resultados de la investigación. El contexto es entendido desde esta técnica de análisis como “la unidad de contenido mayor hacia la cual se hace referencia para comprender una unidad de análisis” (Briones, 1988b en Cáceres, 2003, p.73).

En el presente estudio el contexto fue el marco de referencia y la información que se pudo conocer de ante mano al realizar las entrevistas. Se consideraron las características de las situaciones, entornos y contextos implicados en la producción y recepción de la información como también se observó la estructura sociológica y psicológica de los comerciantes ambulantes en los procesos de comunicación (Piñuel, 2002).A partir de lo anterior es posible señalar que tanto el texto como el contexto fueron dos aspectos fundamentales en el análisis de contenido de la información.

### **3.3.2. Esquema cruzado**

Para presentar parte de la información de manera contextualizada se realizó un esquema cruzado. Este esquema funciona básicamente bajo la lógica de opuestos, la “especialización” y la fecundidad conceptual (Corvalán, 2011).

Se ubicó a los comerciantes ambulantes en un plano cartesiano, lo que permitió tipificarlos, a partir de conceptos relacionales (esto significa términos que se explican cada uno por una oposición a otro del mismo eje). Esto permitió ordenar la información de manera de crear formalizaciones tendientes a generalizaciones, es decir, a explicaciones globales de los fenómenos (Corvalán, 2011). Se eligió esta técnica puesto que permitió la conceptualización de aspectos de la labor de los comerciantes ambulantes que no son

conscientes para ellos dando cuenta de las posiciones estructurales que ellos ocupan en relación a las instituciones y al campo conceptual.

### **3.4. Calidad del Diseño: confiabilidad y validez**

Para garantizar la confiabilidad<sup>17</sup> de la presente investigación se elaboró un “Libro de Códigos” en él se definió cada código precisando el alcance que posee o las reglas de aplicación del mismo, además se complementó cada definición con ejemplos provenientes de la investigación (Cáceres, 2003). El libro de códigos al explicitar los criterios de clasificación de los párrafos o frases (unidades de análisis) permite que otros investigadores comprendan los criterios que se deben seguir en la clasificación del contenido Cáceres, 2003, P. 64) de manera que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación y replicación.

También se realizó la transcripción de las entrevistas lo que permite que se pueda contar con la información para que esté a disposición en caso que se desee verificar la confiabilidad.

Si la confiabilidad ha representado siempre un requisito difícil para las investigaciones cualitativas, debido a la naturaleza peculiar de éstas (imposibilidad de repetir exactamente el mismo estudio), no ha ocurrido lo mismo en relación con la validez. Al contrario, la validez<sup>18</sup> es la fuerza mayor de las investigaciones de carácter cualitativo debido a que el modo de recoger la información y de las técnicas de análisis que usan, garantizan una reevaluación y retroalimentación constante, adecuando el diseño de las técnicas de recolección de información y de análisis a la realidad que se desea

---

<sup>17</sup>La confiabilidad en el análisis de contenido refiere a la medida en la cual la clasificación de un texto produce los mismos resultados hechos por más de un codificador (Cáceres, 2003), Una investigación con un buen nivel de confiabilidad es aquella que es estable, segura, congruente, igual a sí misma en diferentes tiempos y previsible para el futuro. La confiabilidad externa implica que un estudio se puede repetir con el mismo método sin alterar los resultados, es decir que se pueden replicar los resultados de la investigación (Martínez, 2006).

<sup>18</sup>Una investigación tiene un alto nivel de *validez* cuando sus resultados reflejan una imagen lo más completa posible, clara y representativa de la realidad o situación estudiada (Martínez, 2006).

investigar (Martínez, 2006). La validez de la presente investigación está dada por la adecuación de la pauta de entrevista y del método de análisis de la información a las categorías empíricas del grupo de comerciantes ambulantes estudiado, se hizo observación participativa en los medios y contextos reales donde se realiza el ejercicio del comercio ambulante, este procedimiento indujo a vivir la experiencia de los sujetos participantes en el estudio lo que permitió comparar esta observación con los datos recogidos en las entrevistas.



# CAPÍTULO 4. RESULTADOS



## Capítulo 4. Resultados

Paralelo al desarrollo de una cultura modernizada en donde preponderan gigantescos centros comerciales y autopistas concesionadas, se crean ferias callejeras o filas de comerciantes ambulantes que emplean como infraestructura paños, cajas y mesas plegables (en el caso de lo más equipados) para exhibir sus productos.

Los comerciantes ambulantes publicitan y ofrecen sus productos a voz alzada y/o con cartulinas escritos a mano, se refugian del sol bajo árboles o a la sombra de altos edificios distribuyéndose en los espacios públicos y disputando el territorio. Junto a esta actividad de venta se despliegan en algunos contextos, como plazas y parques, diversas actividades, por ejemplo, discursos políticos, tocatas de grupos musicales, malabarismo, teatro, entre otras, logrando crear un entorno expresivo de una cultura y/o patrimonio en común, generándose así condiciones atractivas que animan a visitar las ferias.

A continuación se relatan los hallazgos acerca de la percepción, experiencia, prácticas y condiciones de la labor de los comerciantes ambulantes, los que serán respaldados a través de citas a modo de apoyo empírico de la información. Con el fin de facilitar la exposición de las afirmaciones de los entrevistados se presenta una tabla con una breve descripción de estos.

Cuadro 6. Información de los entrevistados

Número entrevistado	Nombre Ficticio <sup>19</sup>	Dónde vende y qué vende
1.	Claudio	Parque Los Reyes, artículos bicicletas
2.	Pamela	Parque Los Reyes, “Bici jugos”
3.	Iván	Parque Los Reyes, libros y casetes usados
4.	Ana	Plaza Brasil, servicio de pintura para niños
5.	Sofía	Plaza Brasil, libros
6.	Claudia	Plaza Brasil, ropa usada
7.	Nicolás	Plaza Brasil, ropa Usada
8.	Josefina	Plaza Yungay, ropa Usada
9.	Carolina	Plaza Yungay, comida
10.	Jennifer	Av. Alameda con Nataniel Cox, ropa
11.	Francisco	Av. Alameda con Teatinos, artesanía
12.	Pedro	Av. Alameda con Teatinos, ropa para perros y lentes
13.	Andrés	Av. Portugal, anteojos
14.	Juan	Av. Portugal, artículos para el hogar
15.	Ignacio	Calle Marcoleta, hamburguesas de Lentejas
16.	Alejandra	Calle Marcoleta, fajitas Vegetarianas
17.	Berta	Av. Portugal, confites y pañuelos
18.	Barbará	Av. República, accesorios mujer
19.	Constanza	Av. República, hamburguesa de soya y artesanías
20.	Felipe	Av. República, hamburguesa de soya
21.	Manuel	Barrio Lastarria, artesanías
22.	Alex	Calle Santa Victoria, útiles de aseo
23.	María	Calle Santa Victoria, ropa usada
24.	Paula	Calle Santa Victoria, ropa y accesorios
25.	Diego	Calle Santa Victoria, herramientas y artículos usados
26.	Cristóbal	Calle Argomedo, yerba mate
27.	María José	Calle Argomedo, ropa interior

Fuente: elaboración propia

En el presente capítulo se desarrollan, en primer lugar, los resultados relativos a la acción económica de los comerciantes ambulantes en la comuna de Santiago, en segundo

<sup>19</sup>Se utiliza un nombre ficticio con el fin de respetar el anonimato de los entrevistados.

lugar se presentan los resultados asociados a cómo perciben los comerciantes ambulantes las reglamentaciones y restricciones generadas por la municipalidad y la institucionalidad que regula el conjunto de las actividades económicas, incluyendo la del comercio ambulante, posteriormente se describen y analizan las diferentes dinámicas sociales en relación al tipo de configuración del espacio público. Finalmente, se integra la información a través de un plano cartesiano dando cuenta de cómo se relacionan los resultados.

### **Prácticas de la informalidad en economías “capitalistas”, de subsistencia y solidarias**

El siguiente subcapítulo trata sobre los elementos que permiten la comprensión de la acción económica de los comerciantes ambulantes, los que serán explicados en el siguiente orden: racionalidad en la forma en que establecen los precios, los tipos de vínculos que establecen, la orientan su acción y por último la forma en que se autodefinen o identifican a sí mismos.

Se observaron diferentes racionalidades operando en el comercio ambulante en relación a como éstos estipulan los precios de sus productos, pero ninguno se subscribe en sus prácticas y discurso plenamente a la racionalidad de la teoría neoclásica, puesto que para que sea así son condiciones mínimas el uso conjunto de la racionalidad acotada y la racionalidad formal, para cumplir con los supuestos de la teoría de la utilidad marginal<sup>20</sup>.

Si bien ninguno de los comerciantes ambulantes entrevistados adhiere plenamente a la teoría neoclásica, probablemente porque no poseen los medios necesarios para llevar a cabo estos cálculos, hay vendedores que practican parcialmente estos aspectos, como también hay vendedores que simplemente no incluyen ningún aspecto de la racionalidad neoclásica.

Los comerciantes ambulantes que ocupan la racionalidad acotada y que por lo tanto emplean parcialmente la racionalidad de la teoría neoclásica, estipulan los precios según el valor que existe en el mercado, primero cotizan precios consultando por internet o dando vueltas por la feria y luego con la información acumulada, deciden los precios de sus

---

<sup>20</sup>En la teoría de la utilidad marginal los precios se fijan por competencia (uso de la racionalidad acotada) bajando hasta llegar a un punto en dónde no puedan bajar más porque las utilidades serán menores al costo marginal (uso de racionalidad formal).

productos. Claudio, vendedor de repuestos de bicicleta, quién es además diseñador gráfico, padre de familia y que pretende a futuro tener un local para vender sus productos nos relata cómo lleva a cabo esta acción “los precios los busco de referencia por internet, doy una vuelta a la feria”.

Otra forma de llevar a cabo parcialmente lo estipulado en la teoría neoclásica es la racionalidad formal esta se expresa en la estipulación del precio a través del cálculo matemático. Si el producto es de elaboración propia se saca el costo de las materias prima, tal como señala Francisco, artesano orfebre que vende en la principal calle de la capital, Av. Libertador Bernardo O'Higgins, comúnmente llamada Alameda: “Gracias a que algo estudié, saco costo, pieza por pieza, saco el costo –esto me sale 500 pesos, lo puedo vender a tanto”, se observa como un factor determinante en su uso de la racionalidad formal los estudios de Administración que posee el entrevistado.

Otra manera en que se aplica la racionalidad acotada es sumar al costo de las materias primas el tiempo de trabajo, como lo hace Alejandra, ex estudiante de literatura, que se coloca a la hora de almuerzo a vender fajitas cercana a la entrada de la Universidad de Chile afirma “saco el costo de los insumos y a eso le agrego horas de trabajo”, su compañero de trabajo, Ignacio, con quien además comparte la vivienda, licenciado de la carrera de historia que vende hamburguesas de soya en el mismo lugar nos relata que para estipular el precio de su producto no solo considera el tiempo de trabajo y los insumos, sino que también, toma en cuenta un porcentaje de ganancia que sea del doble de lo que gastó: “En base a la cantidad de esfuerzo y los materiales que uso, cuanto me demoro y los materiales, tener una cantidad que sea por lo menos el doble de lo que yo gasto”.

Tanto, Francisco, el artesano orfebre como Alejandra e Ignacio estipulan el precio de acuerdo a una racionalidad formal pero su orientación de la acción y como se vinculan con los compradores y vendedores no corresponde a la lógica que plantea la teoría neoclásica (como se verá más adelante). En base a esto es posible establecer que aunque se emplee una racionalidad formal para estipular el precio del producto, esto no necesariamente implica que se emplee una orientación de la acción de acuerdo a fines o que no generen vínculos solidarios en sus prácticas económicas. Los tres últimos casos mencionados tenían estudios



superiores de lo que se podría inducir que este tipo de cálculo pareciera darse cuando hay mayor nivel de formación.

Por otro lado entre los comerciantes que revenden los productos (es decir que ellos no elaboran sus productos) y que ocupan racionalidad formal, estipulan sus precios considerando el porcentaje de ganancia. María José, 72irigente de los coleros de la feria San Camilo saca los cálculos en términos de porcentajes de ganancia “Depende lo que me cueste es a lo que yo trabajo, al 50% o al 100%, pero generalmente es al 50%, algunos al 75%”. Relativo a esta forma de estipular el precio existe una conocida regla entre los comerciantes ambulantes nombrada “mitad por mitad”, Barbará inmigrante de nacionalidad peruana explica esta técnica de la siguiente forma “Cincuenta y cincuenta, mitad por mitad, por ejemplo si el cuello me cuesta mil venderlo a dos mil, si ponte tú me cuesta quinientos, venderlo a mil”.

Por otra parte, hay vendedores que si bien podrían sacarle más ganancia a sus productos, priorizan vender de forma inmediata para poder sobrevivir, lo que corresponde a la racionalidad sistémica de Luhmann. Josefina, una joven estudiante de cuarto medio, razona de la siguiente forma “Vendo barato para que se lo lleven”, ella no posee estudios y es madre adolescente por lo que su prioridad es percibir ingresos de forma inmediata para su hijo y estipula sus precios para obtener ganancias a corto plazo, desplazando el objetivo de la eficiencia que sería obtener mayores ingresos a largo plazo. En la misma línea de la racionalidad planteada por Luhmann hay quienes calculan el precio de los productos en función de los costos de subsistencia, Manuel, un veterano artesano que vende en el barrio Lastarria y los fines de semana en plaza Brasil nos relata “El precio lo determino por la venta que haya porque uno necesita un mínimo para sobrevivir, yo tengo diferentes precios por ejemplo aquí yo puedo vender más caro, pero en la plaza Brasil debo bajar el precio y en la Alameda uno cree que uno puede vender mucho más pero ahí te compran menos, entonces tienes que bajarlo más, pero esas bajas o subidas van determinadas con lo que tú necesitas para vivir, o sea los gastos de locomoción...”.

Una forma no racional de estipular el precio, en dónde los comerciantes ambulantes no toman en consideración los costos de producción, ni el porcentaje de ganancia por producto si no que consideran aspectos de índole más subjetiva, es la racionalidad intuitiva. Felipe,

un joven estudiante nos afirma que al vender hamburguesas de soya si bien busca que el precio al que vende su producto sea más barato que el comercio establecido de manera de captar aquellos clientes, también asegura que fija el precio “al ojo”, tal como señala a continuación “Que sea accesible, no se po como que no se yo lo determine al ojo, que sea más barato que el comercio establecido”. Iván un aficionado vendedor, de profesión ingeniero civil, qué vende libros y casetes usados los fines de semana en Parque los Reyes, afirma que se intenta colocar en el lugar del que va a comprar: “Trato de colocarme en el lugar de la persona que va a comprar, por ahí voy sacando conclusiones, ofertas rechazadas por ahí”. Andrés, un joven vendedor de anteojos de Av. Portugal también fija el precio de acuerdo a aspectos de índole más subjetivas, en dónde se coloca en la perspectiva de lo que podría pensar el comprador: “Nosotros tenemos un precio de hace tiempo, tratamos de mantener el precio según la venta, según la demanda, porque si están muy caros no quieren, si están muy baratos desconfían que son malos así que el precio aquí es 3.000”. Diego, inmigrante peruano, de la feria San Camilo, no tiene un precio fijo si no que fija el valor del producto de acuerdo el poder adquisitivo de la persona, evalúa la clase social del comprador de acuerdo a la actitud, forma de vestir o caminar al momento de decidir los precios: “depende, pasa una persona enternada con auto -¿Cuánto cuesta eso?- Luka. Y pasa una persona que viene caminando, viejito, pobre... 700. Está en la manera, la presencia, el trato y como lo veas, su vestimenta”.

Por último un criterio que opera para estipular los precios, que es cercano a los postulados de la economía solidaria, es la ética, esto se correspondería a la racionalidad material de Weber, la que es definida como una acción social de carácter económico que se encuentra orientada por postulados de valor. Pamela, actriz y ciclista que vende en conjunto con su familia jugos naturales elaborados en una juguera que funciona en base al pedaleo de una bicicleta estática, incluye dentro de los factores que influyen en como fijar el precio la concepción del “Comercio Justo”<sup>21</sup>, tal como se señala a continuación: “Se evalúa el costo, el traslado, la mano de obra, pero igual tenemos, comercio justo, consideramos que vendemos a precio accesible para la gente”. Si bien la entrevistada toma en consideración los costos de los insumos y el tiempo de trabajo, también atiende al principio del

---

<sup>21</sup>Para más información sobre el comercio justo visitar la página <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/>

“Comercio justo”, en el que se busca una ganancia que no implique lucro excesivo para el vendedor y que por lo tanto no hace que el consumidor pague más de lo que corresponde por aquel producto.

Sofía, comerciante ambulante de la plaza Brasil, profesora de literatura, vende libros a un precio más barato, con el objetivo de hacer más accesible la lectura a las personas fomentando así la cultura y haciendo un aporte a la sociedad: “me gustan los libros y creí que era una manera de...entregar cultura a través de los libros porque en las librerías muchas veces está mucho más caro, los libros de segunda mano también son una opción, porque también trato de vender los libros barato”.

Si bien ningún comerciante ambulante adhiere plenamente a los supuestos de la teoría neoclásica para fijar los precios de los productos, es posible observar un amplio abanico de racionalidades, las dos primeras (racionalidad acotada y formal) más cercanas a la forma de operar de las empresas capitalistas, la tercera y la cuarta (racionalidad sistémica e intuición) más cercanas a las economías de subsistencia y por último la racionalidad material que es posible asociarla a la economía solidaria en cuanto éstas se caracterizan según Razeto (1990) por aportar aunque sea en pequeñísima escala a un cambio social, en la perspectiva de una sociedad más justa.

El empleo de la racionalidad formal y/o acotada no implica necesariamente que la acción económica en los comerciantes sea de orden capitalista, puesto que ésta se encuentra definida por otros elementos: los tipos de vínculos que establecen, la orientación de la acción y su identidad.

Con respecto a los vínculos entre los comerciantes ambulantes se observaron dos tipos que ese expresan en diferentes prácticas que se observan en la tabla:

Cuadro 7. Tipos de vínculos entre los vendedores en base sus prácticas

<p><b>Compañerismo</b></p>	<p><b>Trueque:</b> Intercambio de productos  <b>Reciprocidad equilibrada:</b> enseñanza e intercambio de habilidades.  <b>Reciprocidad generalizada:</b> cuidarse el puesto, avisar si vienen los carabineros y compartir información</p>
<p><b>Competencia</b></p>	<p>Coacción expresado en amenazas a la integridad física e insultos</p>

Fuente: elaboración propia

El compañerismo entre vendedores se expresa en la construcción de lazos de amistad, prácticas de reciprocidad y apoyo mutuo, por ejemplo Claudio, se relaciona con otros comerciantes para consultar información con respecto al producto que vende: “les consulto por piezas que no entiendo mucho y me dan precios de referencia para que vaya vendiendo o me dan datos donde comprar más barato”. Por otro lado, Felipe, el joven vendedor de hamburguesas de soya, relata las experiencias de solidaridad que ha observado a partir de sus vivencias en la calle: “me he fijado en los artesanos, malabaristas, ahí se prestan ayuda, por ejemplo los dobleces -yo te enseño a hacer algo y tú me enseñas a hacer algo- la cosa es que los que nos mantenemos en la calle, los que nos mantenemos es el trueque, quizás no es tanto la plata, más que nada es el conocimiento, por ejemplo si sabes hacer un truco enseñame y yo te enseño lo que yo sé hacer, pero siempre tiene que haber un cambio pero no monetario, pero más que nada es de conocimiento y compartes”. Las prácticas que describe el entrevistado corresponden a una forma de intercambio de reciprocidad equilibrada puesto que se generan relaciones de trueque de conocimientos entre los artesanos y malabaristas que se encuentran fuera del ámbito mercantil o monetario en cuanto su cuyo objetivo principal es compartir el conocimiento.

Sofía, quién además es profesora de literatura, practica el trueque en su actividad: “con algunos vendedores que trabajan con lotes, de repente a ellos les compro, hacemos permuta de libros, también así me abastezco, hago intercambios, nos recomendamos también” esta forma de redistribución de los recursos se da por medio del intercambio de mercadería mediado por el trueque.

Trueque de productos, compartir información, enseñanza e intercambio de habilidades, son algunas de las prácticas que se dan en el comercio ambulante, éstas implican relaciones y valores solidarios, en el sentido de que en sus actividades las personas establecen lazos de ayuda mutua, cooperación, comunidad o solidaridad (Razeto, 1990).

El vínculo de compañerismo entre los comerciantes ambulantes se produce en ocasiones debido a las condiciones hostiles del trabajo, por ejemplo ante la persecución policial se avisan cuando se acercan los carabineros que vienen a fiscalizar, también se cuidan entre ellos los puestos cuando deben ir en una busca de algún baño. Se observa de esta manera que los vendedores ambulantes practican la reciprocidad generalizada debido a que se ayudan mutuamente sin pedir algo a cambio de forma explícita y definida. Es posible establecer que la cooperación y vínculos que establecen es una forma de afirmarse y tener un respaldo ante la situación precaria que tienen desde un punto de vista laboral.

En ocasiones los comerciantes ambulantes generan lazos de amistad y se reúnen para cosas que no tienen relación con el ejercicio de la actividad comercial tal como señala Alejandra, que se retiró de la carrera de literatura y que posee un discurso crítico acerca del sistema económico actual: “si hay feeling te juntas a carretear o conoces a los hijos de la gente, a mí me ha pasado, en el otro lugar donde vendo, conocer a un grupo de cabros, llevarnos terrible de bien y después juntarnos a carretear, conozco a sus hijos, se genera así una comunidad, una buena onda”. El caso de la entrevistada es representativo de una forma de vincularse de tipo comunitaria. Ella conoció en la calle a su actual compañero, de trabajo, Ignacio, con quién además comparte su hogar, antes de la hora de almuerzo producen lo que venderán de forma conjunta, posteriormente ella se encarga de vender la fajitas y él las hamburguesas de lentejas, disfrutan de compartir con otros comerciantes y generar lazos, de esta manera se observan dos rasgos de la economía popular solidaria en estos individuos, por una parte no existen las distinciones formales e institucionalizadas entre las dimensiones económica, social, política, tecnológica, etc. en contraste con lo que sucede en el sector moderno de la economía (Razeto, 1990) y por otro lado un proceso de producción cooperativo y horizontal. Lo que se corresponde a su vez con la identidad que poseen como se observará más adelante.

Así como se genera amistad también se genera hostilidad entre los comerciantes ambulantes principalmente por la competencia que existe por captar clientes, muchos de los entrevistados dan cuenta de agresiones verbales y amenazas a la integridad física de parte de comerciantes ambulantes que venden productos similares, Alejandra detalla este tipo de situaciones: “a mí me pasó que en Quinta Normal estaba vendiendo jugos y había una loca vendiendo soya que llevaba como 15 años vendiendo ahí, y era polola del loco que vendía helados y era súper flaite y me echó la foca de que me iba a cortar y yo tranquila loca ya me voy olvídale si total da lo mismo, pero al revés por ejemplo aquí ayudamos caleta, no sé 7 locos vendiendo aquí y todos terrible de buena onda, compartiéndose la comida, otra volá, bacán”. Se expresa en los hechos narrados como la competencia en el mercado de los comerciantes ambulantes, en ocasiones, se regula mediante mecanismos no tradicionales, como por ejemplo, la coacción, de esta forma se constata la existencia de una diferencia con respecto a la economía formal que consiste en que en el comercio ambulante al no darse mecanismos de competencia correspondiente a una economía moderna en dónde los vendedores compiten entre sí bajando los precios o agregándole valor al producto (Nettel, 1993), se materializa la competencia en mecanismos no tradicionales como la coacción. En relación a lo anterior es posible afirmar que el uso de la violencia y la coerción es la forma que tienen de competir cuando no cuentan con otras herramientas para hacerlo.

En relación al vínculo de los vendedores con los compradores existen grados de cercanía que se expresan en diferentes prácticas tal como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 8. Tipos de vínculos entre vendedores y compradores en basa a sus prácticas

<b>Tipo de Vínculo entre el vendedor con el comprador</b>	<b>Prácticas</b>
<b>Relación amistosa</b>	Pedir orientación, generar grupos de conversación
<b>Relación de conocido</b>	Fiar, bajar precios, solicitar productos a pedido
<b>Relación indiferente</b>	Se limitan a la transacción económica

Fuente: elaboración propia

Hay vendedores que establecen un vínculo de consideración y amabilidad que va más allá del ámbito netamente económico, esto es interesante puesto que el comerciante ambulante al trabajar en la vía pública se vuelve más accesible a los transeúntes, lo que se refleja en que estos últimos pueden acudir a los comerciantes en busca de orientación. Esta situación fue posible observarla en la relación entre una anciana con Andrés, cuando se realizaba la entrevista en la Avenida Portugal se le preguntó al comerciante cómo eran las relaciones que establecía en su trabajo, antes de que él pudiese pronunciar alguna palabra para responder, se acercó una anciana con expresión desorientada pero con confianza le dijo ¿Qué fecha es?- André respondió- veinticinco de Septiembre-, ella le pregunta- ¿Y qué día es?-, -día Viernes- responde él, ella una vez enterada de información le dice -me voy a ir a acostar mejor porque estoy dando vueltas - a lo que él responde - chao, que le vaya bien -. Una vez que la anciana se retiró, el entrevistado me explica que ella vive cerca de ahí, que es una señora con alzhéimer y que cada semana le pregunta eso para poder orientarse con los días. Esto es expresivo de los vínculos de confianza susceptibles de establecerse entre los comerciantes ambulantes y los residentes del sector.

Existe un tipo de vínculo que se caracteriza por la generación de una relación de cordialidad entre el comerciante y el comprador pero enmarcada netamente en la transacción económica, se ve al otro como un cliente frecuente, o un cliente que hay que cuidar, tal como asegura, Cristóbal vendedor de yerba mate de la feria San Camilo: “Sí, o sea hay clientes que los conozco, no es que haya compartido más allá, si uno se relaciona una conversación más profunda porque te buscan y el cliente es el que hay que asegurar porque cuando está lento, los clientes siempre aportan comprando”.

Este vínculo de cercanía entre el vendedor y el cliente pero netamente orientado a la ganancia económica también es posible observarlo, en Berta, que vende desde los 10 años y que no pudo terminar los estudios de enseñanza básica: “Mi estrategia es la clientela mía, si cierta persona tiene un cumpleaños, ella viene y me compra cualquier cosa o para ella misma, pero constantemente mis clientes me están comprando o yo les doy fiado, después me pagan, pero yo tengo mi estrategia porque también uno tiene que tener su cartita bajo la manga de repente, fiar, bajar los precios a la clientela, mis caseras me compran para pascua, para fiestas, tráeme un pañuelo brillante. Señoras mayores y lolas de la universidad”. Berta

genera un vínculo de confianza orientado a la ganancia a través de acciones como fiar, hacer precio o que se soliciten productos por encargo.

Finalmente, con respecto a los vínculos mencionados, se generan tres tipos de relaciones, una que va más allá de los márgenes económicos en dónde se entablan conversaciones y se conjugan otros elementos como el afecto o los valores, en un punto intermedio se encuentran quienes sociabilizan pero con el fin de aumentar la ganancia y por último, el extremo opuesto, se dan relaciones de indiferencia con los compradores en dónde no se crea ningún nexo más allá del momentáneo intercambio económico. Estos dos últimos se relacionan con el vendedor netamente para realizar la transacción económica, la diferencia es que el comprador conocido, es un consumidor frecuente por lo que se intercambian más palabras, esta relación podría explicarse en base a la búsqueda de fidelizar clientes (desde un punto de vista comercial) lo que podría entenderse como una manera no modernizada o tradicional de competir en el mercado, lo que diferenciaría este tipo de actividad económica con el sector moderno.

En la presente investigación fue posible detectar que los entrevistados al realizar su trabajo podían satisfacer múltiples necesidades, por lo tanto el ejercicio del comercio ambulante es posible clasificarlo dentro de la teoría económica de Manfred Max Neef como un satisfactor sinérgico, lo que significa que es entendido como un medio que permite satisfacer múltiples necesidades<sup>22</sup>.

La necesidad de subsistencia se observa en la medida que esta es una alternativa de trabajo ante el desempleo tal como señala Diego “Eh solo, lo que pasa es que yo quedé cesante y me metí a trabajar en esto, fue por eso”, así es como el comercio ambulante se presenta como alternativa de subsistencia ante el desempleo producido por factores como la salida del mercado del trabajo, la imposibilidad de reinsertarse en el mismo por la falta

---

<sup>22</sup>El economista y ambientalista chileno Manfred Max-Neef plantea que las necesidades no son infinitas como afirman los economistas neoclásicos, sino que son pocas, delimitadas y clasificables, en ese sentido las necesidades humanas fundamentales son y han sido las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia a través del tiempo y de las culturas es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades. Estos medios para la satisfacción de las necesidades son lo que el autor llama satisfactores,



de competencias laborales o por la destrucción del sector económico donde se desempeñaba, como señala Juan, quién tuvo problemas de discapacidad física: “yo estaba acostumbrado a trabajar estructuras metálicas, soldadura, durante 20 años para distintas empresas metalúrgicas pero ya no puedo ejercer mi oficio de soldador....yo tuve problemas en el trabajo con patrones y después por mi discapacidad no pude trabajar más apatronado y tuve que optar en trabajar en otra cosa”.

Es posible satisfacer la necesidad de participación a través de la interacción con los clientes. Berta da cuenta de esto: “Me gusta porque converso con mucha gente, conozco mucho, tengo hartas caseras, gente mayor, niñas de la universidad, doctores, doctoras, me gusta conversar yo soy bien de piel, me gusta esto, para ser comerciante hay que tener vocación porque cualquiera no es comerciantes” (vendedora Confites y pañuelos, Portugal). Claudia afirma que el ejercicio del comercio ambulante satisface la necesidad de comunicarse con las personas: “¿Crees que este trabajo tiene otro objetivo aparte de ganar dinero?- La comunicación con la gente-” (feriante ropa, plaza Brasil).

La necesidad de entendimiento que se puede satisfacer desde la acción de educar según Max Neef (2006) la satisfacción de esta necesidad relativa a la racionalidad y a la consciencia crítica se ve en el testimonio de Francisco, artesano y ex dirigente de los artesanos: “Al turista sobre todo, aquí llegan turistas donde tú les dices esta lapislázuli, esta es piedra cruz, esta es piedra del sur, esta es piedra del Norte, esta es piedra de otro país, yo traigo piedras de otros países entonces le vas enseñando a la gente y la gente va aprendiendo”

A través del comercio ambulante se observó que algunos individuos satisfacen la necesidad de identidad que se expresa en la sensación de coherencia interna y pertenencia a un grupo a la vez que de diferencia con el resto, y que se pone en práctica a través de la difusión y expresión de valores, uno de los casos más emblemáticos es el de Pamela, la entrevistada pretende proyectar el valor de la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente: “Elegimos bici-jugos porque somos una familia de ciclistas, nos trasladamos a todos lados en bicicleta y porque vimos un invento en internet, un proyecto que está en Guatemala que

se llama maya pedal<sup>23</sup> donde abastecen de jugueras en poblaciones sin luz y nos pareció interesante, innovador y además, mucho que ver con lo que hacemos nosotros además que somos bien ambientalistas, somos subversivos, nos parece una actividad innovadora para cambiar un poco el switch de la gente” La familia se auto identifica como subversivos y ciclistas y proyectan esta imagen a la vez que difunden a través de su trabajo y sus hábitos las prácticas con las que se autoidentifican y que consideran valiosas, buscando difundir el valor de la consciencia ambiental y la importancia del uso de energía sustentables y alternativas que permiten a la vez fomentar la salud física a través del ejercicio del pedaleo.

Fue posible observar para el caso de los artesanos que ejercían el comercio ambulante que estos satisfacían la necesidad de creación. El sentimiento de pasión, inventiva y curiosidad a través de la puesta en práctica de habilidades y destrezas en el trabajo se expresa en el relato del artesano Manuel, que se ubica en el Barrio Lastarria, centro cultural y turístico de Santiago: “Cuando uno se mete en un producto, se mete en la intimidad con la materia prima y ver el proceso de transformación que surge hasta llegar al destinatario final, obviamente hay un apego con lo que uno vende”.

Por otro lado el artesano Francisco cercano al centro cultural del palacio de la moneda se exhibe sobre su satisfacción con respecto a una integración a la economía que permite involucrarse a un nivel más íntimo con la sociedad y con lo que produce: “me gusta todo lo que tiene que ver con el arte, aparte de la música y me gusta hacer cosas, me gusta crear...lo entretenido de esto es que además se puede ganar dinero y hago lo que me gusta, entonces comparto con mucha gente, he conocido mucha gente de todo el mundo, mis trabajos yo podría decir que están en casi todos los países del mundo porque llevo muchos años trabajando en esto, se han ido muchos para el extranjero y eso me causa, se puede decir placer gusto....soy técnico gasista, yo trabajé en Metrogas, estudié contabilidad, administración de empresas y nada de eso me... y gané mucha plata en Metrogas con lo que hacía, pero no es algo que me haya llenado y satisfaga tanto como lo que hago ahora, ya llevo como 20 años”

---

<sup>23</sup>Una explicación más detallada del proyecto maya pedal en el que se inspira bici jugos se encuentra disponible en la página web <http://www.mayapedal.org/>.

Por último, en relación a la satisfacción de las necesidades, un aspecto muy importante en todos los comerciantes ambulantes es la libertad y autonomía que tienen con este trabajo, la manera en que se desarrolla esta labor permite que ellos puedan ser sus propios jefes, fijar su propio horario y no pagar el alquiler de un local, tal como señala Ignacio: “Uno es dueño de decidir si ir o no, yo decido, no hay nadie que me diga tení que ir, eso es lo más importante para mí, no me gusta tener un horario fijo eso es lo principal. Por eso voy definiendo los días dependiendo de mis necesidades y de los proyectos que tenga, si tengo alguna necesidad en la cual proyectarme, ya voy a sacarme la cresta durante un rato y ya la hago”.

Se valora el obtener ingresos de una forma más independiente, es decir conseguir el sustento económico sin atarse a jefes, subalternos, horarios o al arriendo de un local, mientras, se critica el trabajo dependiente y asalariado tradicional por la pérdida de libertad a la que conduce, María José: “me aburrió ser apatronada, apatronada te vulneran los derechos no faltan los malos empleadores y supervisores”. Ignacio a las afueras de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile también expresa con fuerza esta idea. Él no solo reclama contra el trabajo asalariado común sino también indica que el comercio ambulante le permite tener un mayor control y uso de su tiempo de trabajo. En efecto la cita a continuación lo expresa claramente: “Libertad, mi independencia, no depender de nadie, yo decidir, cuando como con qué y cómo uso mi tiempo, mi principal motivación es mi independencia, no responderle a nadie, mi libertad...Es una forma de juntar dinero de una forma más libre”.

Los elementos positivos del comercio ambulante vienen a ser algo así como un valor agregado que compensa la precariedad laboral del ejercicio de la actividad. La inestabilidad en los ingresos y falta de seguridad social en el aspecto de la salud y jubilación son compensadas por la satisfacción de otras necesidades humanas como la participación, el entendimiento, la identidad, la creación y la autonomía.

El comercio ambulante en ese sentido es una herramienta que no solo tiene como fin la subsistencia si no que es un fin en sí mismo, en dónde el desempeño de la labor misma satisface múltiples necesidades, siendo así un trabajo que genera eficiencia en la medida que maximiza los beneficios, en cuanto su misma realización ya contribuye a la satisfacción

de ciertas necesidades del trabajador, en ese sentido las “necesidades fundamentales pueden comenzar a realizarse desde el comienzo y durante todo el proceso de desarrollo” (Elizalde et al., 2006, p. 47, 48).

Con respecto a la identidad del trabajo y aspiración a futuro si bien todos los entrevistados afirman que les gustaría ganar mayor dinero, existen diferentes tipos de estructuras económicas que están dispuestos a conformar, están quienes quieren crecer como empresa y tener empleados, que se ven a sí mismos como empresarios, considerando la ganancia el núcleo central del sistema económico y del ejercicio de su labor, existiendo un afán de acumulación y un anhelo por el crecimiento de la empresa, asociando esto último con bienestar en la vida. La siguiente cita es interesante por el contenido implícito en cuanto el entrevistado asume que su deseo personal, que es éxito en la vida por medio del crecimiento económico, es el de todo comerciante: “¿Te interesaría crecer como empresa? Bueno, a todo comerciante le gusta crecer y que le vaya bien en la vida” (vendedor útiles de aseo, “cola” de la feria San Camilo). Esta cita corresponde a un inmigrante de Perú que estudió derecho allá y que vino a Chile.

Por otro lado, existen comerciantes ambulantes que si bien se identifican como micro empresa, estos no desean crecer puesto que eso implica tener que relacionarse con más personas y perder independencia, Berta especifica esta idea: “el comercio te amarra mucho, si abres un negocio y no lo trabajas, es pérdida un día, si yo no trabajo acá igual es pérdida, pero si tienes un local tienes que saber trabajar llueve tiembla todo, en cambio aquí, porque ya no es lo mismo son otros los gastos. Por eso me gusta esto pequeñito, igual me da, bien pero me da., igual me habría gustado pero ya tendría que poner a más gente y no, me gusta, me gusta administrar yo mis cosas”. Esta idea de no querer mandar a nadie se repite en Nicolás: “No, muy independiente, no me gusta.... soy solo, me gusta mi soledad, mi espacio, no sé, a mí no me gusta que me manden y menos me va a gustar estar mandando, yo hago las cosas que me funcionen y menos yo estoy para andar mandando” (Feriante ropa usada, Plaza Brasil)

Por último hay vendedores que no se consideran como empresa, se identifican a sí mismos como trabajadores independientes poseyendo un fuerte discurso político anticapitalista, como señala Alejandra: “no estoy ni ahí con las empresas... es una forma

económica súper alienante y deshumanizada” e Ignacio: “No, no me gustaría llegar a ser una empresa, ni mini empresa ni emprendedor, yo soy una persona que trabajo con mis amigos”, se ven a sí mismos como trabajadores no como microempresarios. Cabe señalar que estos dos últimos comerciantes citados funcionan de forma cooperativa o como socios que colaboran y producen en conjunto, se inclinan por no formalizar sus actividades, ni crecer, ni tener empleados. Esta visión antiempresarial también se observa en Pamela, “Nuestro negocio funciona a escala humana, no nos interesa tener una cadena de bici jugos, ni contratar gente, eso no nos interesa” (Bici-jugos, Parque los Reyes).

### **Hacia una observación socio-crítica de la reglamentación**

Los vendedores de la vereda de la calle consideran que el proceso para sacar permiso a sido muy burocrático, aún así quienes han persistido en el proceso mantienen una actitud positiva frente a esto, como lo expresa, Barbará, inmigrante de Perú “de que te lo dan te lo dan pero vale la pena esperar, ahora están dando los permisos para las personas vulnerables, tiene que haber un estudio de verificar tu casa, todo eso.

El caso de los coleros es diferente, se presenta un panorama mucho más desalentador en cuanto a la expectativa de conseguir el permiso, la presidenta del sindicato de los coleros de la feria de San Camilo, María José, expresa con disgusto como se ha dado este proceso, afirma con frustración que ha sido una pérdida de tiempo los trámites en los que ha incurrido para lograr el permiso de la municipalidad: “Sí, hemos ido a la municipalidad, hemos hablado, hemos presentado todos los papeles, lo que ellos nos piden, hemos ido a la casa amarilla creo que se llama a presentar todos los papeles, pero nos pelotean como si fuésemos una pelota, nos mandan para aquí a conversar con uno, nos mandan con el otro, así nos tienen, pero creo que no nos van a dar porque ya vengo pidiendo permiso desde hace muchos años atrás. El trámite ha sido negativo Negativo, es perder tiempo ir para allá”. Alex, colero inmigrante quién hizo los trámites de manera individual afirma con cierto desamparo que en la municipalidad no han dado ninguna atención a su requerimiento: “uno ha ido a la municipalidad a presentar papeles pero nadie te pesca”.

Es posible que esta diferencia de opiniones tenga relación con que según lo que se observó en la investigación los coleros no han accedido a permisos municipales, mientras si lo han podido hacer los vendedores ambulantes que se encuentran en las veredas.

Por otro lado existen vendedores ambulantes que aunque quieren el permiso no han pensado siquiera en hacer los trámites para obtenerlo puesto que los permisos son pocos en relación a todas las personas que quieren acceder por lo que existen muchos requisitos, Andrés critica esto enfáticamente: “no quieren dar... te dicen –ah! no vende artesanías, no le damos- -ah! no es cojo, no le damos-... tienes que ser ultra pobre estar desprotegido y ser minusválido”, el sufre personalmente esta situación puesto que al tener estudios técnicos y revender un producto en vez de hacer artesanía es casi imposible que acceda a un permiso. Para la entrega de patentes municipales a comerciantes ambulantes, estos son evaluados de acuerdo a la situación socioeconómica, en función de la situación de vulnerabilidad les dan un permiso municipal, se crítica con respecto a esto que muchas personas que si bien son pobres no pueden acceder a los permisos ya que la situación de vulnerabilidad para el acceso a estos debe ser extrema.

Los comerciantes que no se encuentran interesados en pedir permiso para vender son quienes tenían un horario menos definido y constante, el poco interés en pedir permiso se debe a que la obtención de este implica la obligación de vender siempre en los mismos lugares y horarios, cabe señalar que las personas que venden en plazas y parques tienen esta perspectiva.

Alejandra que tiene un discurso crítico y alternativo ante el sistema relacionándose de forma solidaria con sus compañeros e identificándose a sí misma como trabajadora y no como empresaria critica de forma argumentada el pago de imposiciones y las reglamentaciones que se encuentran vinculadas a la patente municipal o la obtención del permiso: “formalizar implica que tienes que cumplir ciertos horarios, por ejemplo si el lunes no quiero trabajar porque tengo que hacer algo puedo decir no pero en cambio cuando te regularizas tienes que trabajar el lunes porque no puedes trabajar el martes ¿cachay? Entonces como que regularizarlo vendría en contra de las razones por las que trabajo en la calle. ¿Está en las normativas eso no? De los horarios sí, como que ya no es tan a libre disposición. Es posible concluir de lo anterior que la modalidad de permisos

municipales no se adapta a la forma en que acostumbran trabajar los comerciantes ambulantes puesto que rigen y restringe su labor, al obligarlos a ponerse en ciertos lugares y cumplir con horarios, se plantean otro tipo de modalidades para otorgar permisos: “la feria es libre, puedes venir a la hora que quieras, en cambio cuando tienes un permiso igual estas amarrado a ir siempre, porque tienes que pagar” (feriante de comida, Plaza Yungay).

Existe, la concepción entre algunos comerciantes ambulantes, de que el permiso municipal debiese ser válido para moverse por diferentes lugares y que ponen muchas trabas en él: “los ambulantes son ambulantes, entonces si te dan un permiso te tienes que quedar siempre en un mismo lugar, sería bueno que existiera una modalidad legal para el comercio transitorio que se va moviendo” (Bici-jugos, Parque de Los Reyes).

No se encontraron entrevistados en las ferias culturales y de las pulgas y en los extremos de las ferias libres con permiso para vender, en contraposición a esto sí se encontraron entrevistados que venden en la vereda con permisos, lo que da cuenta de que la municipalidad ha priorizado el otorgar permisos en este tipo de espacio.

Se encontraron interesantes argumentos con respecto a porqué debían aumentar los permisos municipales que entrega la municipalidad, uno de estos alude a la simbiosis entre el comercio ambulante y comercio establecido, por un lado se considera que el comercio ambulante no es competencia al comercio establecido sino que incluso se complementan y fomentan las ventas en los pequeños locales: “pero la gente tiene la necesidad de vender, hay comerciantes que son parte de la cadena de venta de una tienda mayor entonces ellos debieran tener permiso” (Artesano Lastarria y Plaza Brasil). El artesano Francisco relata una experiencia práctica que respalda el argumento de que el comercio ambulante, en ocasiones, puede potenciar el comercio establecido en vez de perjudicarlo: “no soy de derecha, tampoco soy de izquierda... Joaquín Lavín dijo el centro de Santiago está muerto...hay que darle vida al centro los fines de semana, y forma una feria de antigüedades y después formo una feria de artesanías en Huérfanos con Estado, donde yo participé por más de 5 años, y en ese entonces se dio vida al centro, el centro empezó a ganar vida, la propia cámara de comercio...al principio reclamando, después se dio cuenta de que no, que era bueno, porque los restaurantes, que hay en pleno Huérfanos con Estado, vendían todo lo que vendían en toda la semana, lo vendían el puro día domingo,

trabajábamos un día ¿Se potenciaban entre ustedes? Claro, exactamente, entonces creo que sí de todas maneras hay que dar más permisos más oportunidades”. Otro argumento a favor del aumento de los permisos dice relación con el derecho al trabajo: “Yo creo que si la municipalidad da permiso para cada persona que quiera trabajar, porque cada persona tiene derecho a trabajar, de proveer para su hogar, para su familia y muchas veces se le cortan las manos, te lo siguen, te lo persiguen, quitan la mercadería, no nos dejan trabajar, entonces yo veo que eso no es bueno” (Vendedor lentes y ropa para perro Moneda). Los permisos al no ser otorgados impiden el derecho al trabajo que es la base para la realización de otros derechos humanos y para una vida en dignidad. Incluye la oportunidad de ganarse la vida mediante un trabajo libremente escogido o aceptado. Los Estados están obligados a garantizar la disponibilidad de orientación técnica y profesional, y a tomar las medidas apropiadas para crear un entorno propicio para existan oportunidades de empleo (red-DESC, 2016).

Por último cabe señalar que este comercio es parte de la economía alternativo y/o cultura popular que es producida y consumida por las clases populares “creo que responde a una realidad económica en el país que siguen ganando más los que tienen más y los que tenemos menos tenemos que arreglárnosla como sea y esto te lo demuestra, o sea cada vez hay más gente que viene a vender sus cosas” (Bici-jugos, Parque los Reyes).

En relación a lo anterior es posible concluir que desde la perspectiva de los comerciantes ambulantes no solo es necesario aumentar la cantidad de permisos municipales o patentes para el ejercicio del comercio ambulante si no que éstos debiesen ser más flexibles en relación a los días, horarios y lugares en consideración la tradición esporádica y ambulante que tiene el ejercicio de esta labor. Los entrevistados dan ejemplos de permisos que se entregan provisoriamente o por día que se acomodarían a los requerimientos de este tipo de trabajo.

Se plantea como posibilidad la existencia de permisos provisorios que consideren el uso de espacios públicos por tiempos limitados para realizar comercio ambulante, el entrevistado pone a modo de ejemplo los permisos que entregan a la feria de La Calera en la V región, para que se instaure en la municipalidad de Santiago: “Sí, yo pongo el caso de La Calera donde voy a vender que está a 100 kilómetros de acá en la quinta región, ellos



tienen puestos y si uno quiere vender por el día, se paga el derecho municipal por el día y se trabaja tranquilamente, sería una buena alternativa municipal para Santiago que a nosotros nos cobraran, porque nosotros venimos todos los viernes, el derecho municipal por el día y así trabajar tranquilos, estoy de acuerdo que se regularice y podamos trabajar tranquilos sin que vengan carabineros” (Colero Mate, feria San Camilo). Se plantea generar cambios en las regulaciones que permitan permisos por el día para realizar comercio ambulante fomentando de esta manera una cultura del comercio en ferias: “como el Bío-Bío que si uno quiere ir a vender pagai por el día por establecerte y vendí tus cosas cachay, eso falta más, que en vez de más mall, más Bío-Bío, que hayan Bío-Bío pero por todas las comunas y que uno vaya y que diga en este Bío-Bío tienen algo distinto (Vendedores hamburguesas de soya en República). Esto va en la línea de lo planteado por el Servicio de Cooperación Técnica dependiente del Ministerio de Economía que busca fomentar los barrios comerciales, argumentando que juegan un rol económico y social relevante en las ciudades puesto que son puntos de encuentro, servicios y sobre todo, fuente de trabajo y crecimiento de un sinnúmero de pequeñas empresas, se plantea que para que estos negocios puedan abordar necesidades comunes y la competencia de los grandes centros comerciales, requieren una estrategia de colaboración y desarrollo colectivo (SERCOTEC, 2016).

### **Tributación: “¿Yo? ¿acceder a esos beneficios sociales?” “la relación es injusta”**

Es una opinión generalizada, tanto de quienes creen que deben pagar impuestos como de quienes creen que no, el bajo acceso a los beneficios sociales que otorga el estado a través de la recaudación de los impuestos. La opinión general sobre la retribución de los impuestos en servicios sociales es que no se accede a estos o que los servicios sociales que reciben por parte del gobierno son pésimos, por lo tanto no se ve reflejado el pago de impuestos. No existe entre los entrevistados una sensación de correspondencia entre los impuestos que pagan las personas y lo que reciben por parte del gobierno.

Por otro lado la C.N.C afirma que el comercio ambulante desfavorece a las pequeñas tiendas del comercio establecido, pero le dan invisibilidad a cómo los supermercados y malls desfavorecen al comercio establecido. “ellos tienen las empresas más grandes que pagan un moco de impuestos, evaden impuestos como quieren, le pagan una miseria a la

gente, venden productos podridos, productos en mal estado ¿y que ellos digan que esa es una relación injusta con la gente que está establecida? Nooo, la relación injusta la establecen ellos, por ejemplo cuando establecen lobby o hacen como conglomerados de grandes empresas, bajan los precios de un producto, porque ellos pueden, porque importan porque siempre han tenido plata entonces les sale más barato importar un montón de cosas y bajar los precios, entonces le obligan a bajar los precios de los Kioskos o de los pequeños productores, lo que hacen por ejemplo con los pequeños productores agrícolas esos locos los hacen pesados ¿Quién los hace pesado? Los grandes comerciantes, los de la cámara de comercio, ellos establecen los productos entonces que me digan que es injusto lo que yo hago, no, lo que hacen ellos es injusto, es cagarse a la producción local, que ellos establezcan los precios de todo, eso es injusticia, lo que yo hago no es injusto para nada” (Vendedor hamburguesa de lentejas, Marcoleta). En ese sentido la C.N.C. oculta que las grandes empresas perjudican a las pequeñas tiendas y solo culpa al comercio ambulante por la quiebra de estas últimas.

La mayoría de los comerciantes que fueron entrevistados si bien no se niegan a pagar impuestos consideran injusto los impuestos que pagan con respecto a las ganancias que obtienen las grandes empresas. Por lo general existe un discurso crítico en dónde se considera que los comerciantes ambulantes que reciben pequeñas ganancias no deben estar obligados a pagar impuestos y que son las grandes empresas con utilidades millonarias a las que se debe fiscalizar, “si los impuestos reales de las empresas fueran acorde a sus ganancias ningún ciudadano común debería pagar impuesto.... si piensas en el precio del arroz que vende una multinacional como Walmart en sus versiones Ekono, Jumbo o Líder es súper supersúper menor a lo que lo compra la señora del almacén, entonces eso es súper injusto, y ambos están pagando el IVA, no tiene que ver con el IVA tiene que ver con el costo de inversión” (vendedora fajitas, Marcoleta), en ese sentido la mayor recaudación de impuestos debe provenir de grandes empresas y no de personas que están haciendo un trabajo de sobrevivencia. Las personas que trabajan en el comercio ambulante obtienen entre \$200.000 a \$400.000 mensuales según las entrevistas y los estudios (Informe micro emprendimiento, 2014) considerando que en este país el acceso a los bienes y servicios básicos son caros tales como comida, transporte, educación y que estos se encarecen con el

IVA, es posible afirmar que la C.N.C. no contribuye a la superación de la pobreza con dichas afirmaciones si no que más bien la mantiene.

Existe una opinión común y generalizada entre los entrevistados de que quienes obtienen mayores ingresos deben pagar mayores impuestos y las personas que obtienen menos ingresos deben pagar menos (o no deben pagar). “Yo opino que es injusto que la gente que paga impuestos en negocios chicos no están informados sobre como reinvertir sus ganancias y tributan al final toda la ganancia porque no saben no más este supermercado paga Unimarc paga 1.600 pesos de IVA pero porque ellos dicen que reinvirtieron en esto y esta huea y una señora de un negocio cualquiera paga 20 lucas a fin de mes y no es un Unimarc, no vende un millón al día” (Vendedor anteojos, Diagonal Paraguay). La estructura de impuestos no genera equidad, quienes ganan menos se mantengan en la pobreza y quienes ganan más mantengan su estatus y privilegio.

### **Análisis del espacio**

El espacio público puede entenderse como un recurso necesario para el despliegue de la actividad económica, en ese sentido se pueden estructurar vínculos de colaboración o competencia en torno a la apropiación del espacio (recurso) de acuerdo a las prácticas económicas que deseen seguir y de acuerdo a si la disputa por el territorio es con el municipio o con los otros comerciantes ambulantes.

Existen diferentes niveles de permeabilidad y accesibilidad en el territorio, siendo algunos territorios más disputables que otros, un barrio con gran comercio y afluencia de público, presenta por lo general gran represión policial, como lo es por ejemplo el sector de la Alameda cercano al metro Estación Central y metro Unión Latinoamericana, en contraposición, en una calle pequeña con poca afluencia de público se generan dinámicas sociales menos conflictivas. En relación a lo anterior se concluye que en las avenidas grandes existe la ventaja de que al haber mayor afluencia de público hay mayores ventas, pero tiene como desventaja una mayor disputa por el espacio tanto por la persecución policial como por la competencia por el uso del espacio entre ambulantes.

La competencia observada en las ferias culturales y de las pulgas por el uso del espacio, es más pacífica en contraposición a los que sucede en las colas de las ferias y en la vereda de la calle, esto se puede deber a que existe un menor sentido de pertenencia con respecto a un espacio específico ya que las ferias se realizan de forma eventual y también un solo día a la semana, pese a esto cabe aclarar que en todos estos tipos de espacio existe disputas por obtener lugares más cómodo, de acuerdo a como se configura el espacio, por ejemplo la presencia de sombra.

También se observó al analizar los casos que existe diferente relación con los clientes dependiendo del lugar en que se vende: “si vendes en la Alameda es súper difícil que entables algún tipo de relación de otra forma que sea no solamente económica, monetaria...en las ferias de las plazas nunca establecí una relación más allá de venderle algunas cosas, en las universidades pasa mucho más el hecho de conversar con la gente, que te pregunten” (vendedor hamburguesa de lentejas, Marcoleta). Por lo tanto la Alameda como espacio de intercambio económico propicia una relación más lejana con los clientes en contraposición a estar afuera de una universidad, puesto que se puede conocer y entablar amistad con el comprador. Esto es consistente con lo indicado de que el espacio en la vereda de calle tiene una afluencia de público que se encuentra determinada por factores externos, lo que se reflejaría en que el público al estar preocupado por estos factores tendría menos disposición a establecer vínculos cercanos con los comerciantes.

Existen externalidades positivas en el uso del espacio público y abierto para el desarrollo del comercio ambulante. Al no existir una infraestructura, no existen costos asociados al uso de ese espacio por lo que se mitigan los costos medio ambientales provocados por la intervención en un espacio y uso de recursos materiales para la construcción, lo que hace que esta actividad laboral se pueda considerar como más ecológica, por otro lado, a nivel individual, no existen costos para el vendedor quien no debe pagar un arriendo o dividendo por el lugar que emplea para la venta, en ese sentido se presenta como una ventaja para el comerciante ambulante puesto que no hay un costo de inversión muy grande porque lo que si nadie compra no se pierde tanto.

El vender en el espacio público permite un acceso directo a las personas lo que propicia que se puede promocionar el producto con mayor facilidad captando la atención de la

potencial clientela, por otro lado, este espacio público empleado para la venta crea las condiciones para que las personas se conozcan y compartan, generando mayores posibilidades de interacción permitiendo el intercambio cultural. La actriz y vendedora de bici-jugos que busca educar en relación al uso de las energías renovables a través de su trabajo afirma que el “comercio callejero es importante porque tiene que ver con la cultura de un país, en nuestro país es tradicional”, En las culturales y de las pulgas se generan interacciones entre personas o grupos, basadas en procesos de acción social y comunicativa, en los cuales se desarrollan y expresan elementos de la cultura material (objetos físicos, productos y servicios) y no material (palabras, ideas, conocimientos, artes, normas, valores, costumbres, creencias, hábitos) (Servicio de Evaluación Ambiental, 2014, pág. 37).

La actividad del comercio ambulante al generarse en un espacio público, abierto y no determinados exclusivamente para el ejercicio de la actividad comercial genera la posibilidad de la sociabilización entre personas que no se conocen, puesto que estos espacios no están orientados netamente a lo económico, son espacios mixtos, que no se encuentran clausurados netamente para el ejercicio de la actividad económica como lo sería por ejemplo un centro comercial o una pequeña tienda, los espacios públicos son zonas de tránsito como también de esparcimiento, como por ejemplo las plazas y parques. Ivan de profesión Ingeniero Civil, relata su motivación con respecto a asistir a la Feria Cultural del Parque de los Reyes para ir a vender libros y cassetes: “se arma un tejido social y puedes conocer a otras personas, y se dan otras oportunidades de sociabilización en otro ambiente. Se pueden conocer vecinos, puedes conocer personas, es un mundo de oportunidades pero no en el sentido de negocios si no en el sentido social”. Las ferias culturales y de las pulgas que se desarrollan en plazas y parques, al desplegarse en espacios con área verdes invitan a permanecer y por la manera espontánea en que se estructuran puesto que no están limitadas espacialmente y normativamente desde alguna autoridad, generan espacios de uso mixto confluyendo en un mismo lugar prácticas relativas al ocio, la sociabilización, la expresión, el intercambio de mercancía, el trueque bienes y conocimientos, es un espacio en el que se ejecuten diversas operaciones y vínculos, no existe diferenciación de las esferas políticas, sociales, económicas y culturales, lo que es característico de economías de tipo precapitalista y premoderna como también anti capitalistas.

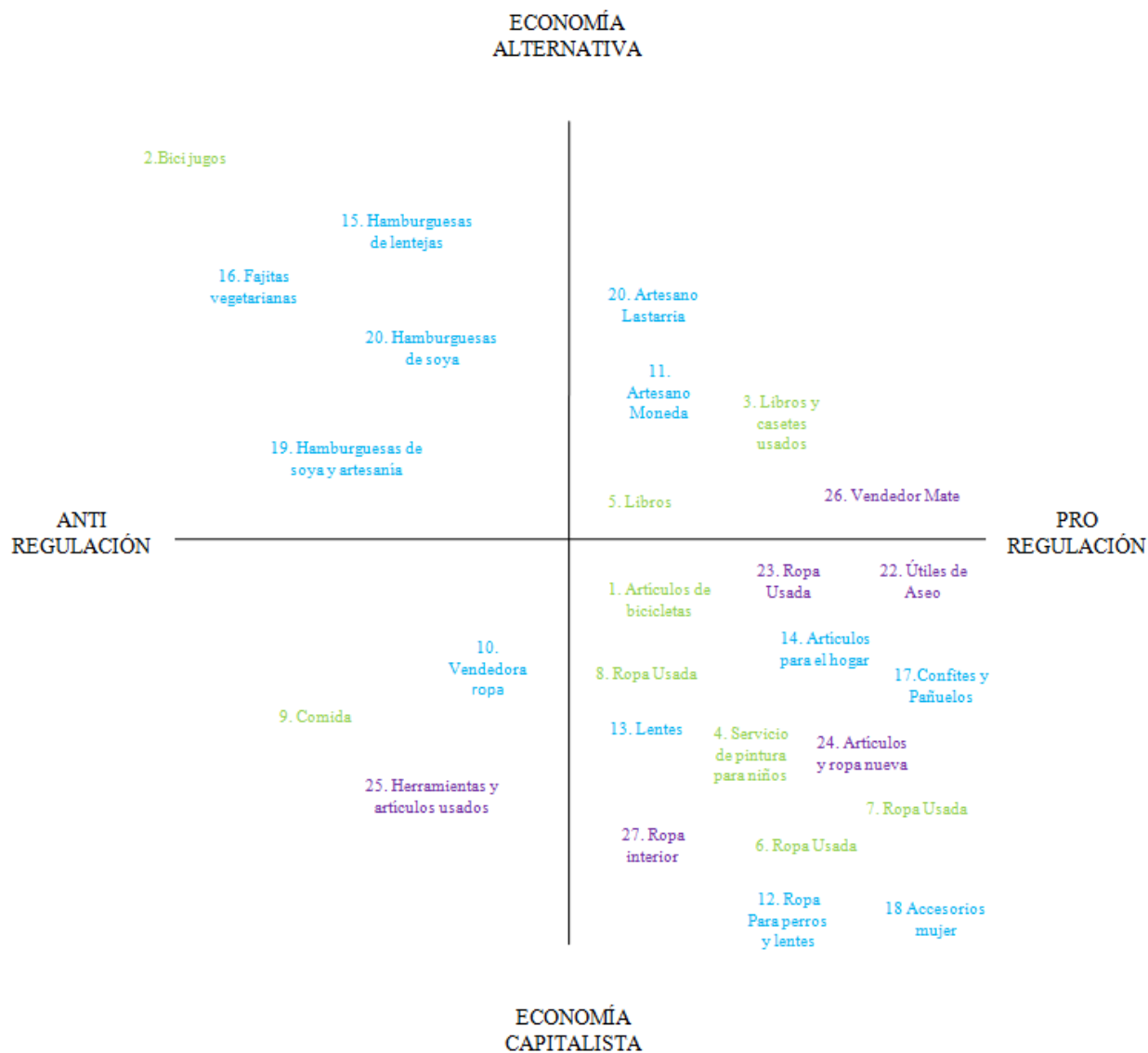
## **Tipificación comerciantes**

Tal como se observa en el siguiente esquema cruzado la mayoría de los comerciantes ambulantes entrevistados que venden en la cola de la feria poseen un discurso que está asociado a las prácticas económicas de la economía capitalista como también, es posible observar en el mapa que la mayoría tiene una disposición positiva en lo que respecta a obtener un permiso municipal. Por otro parte los vendedores de plazas y parque, como también los de las veredas de la calles, se encuentran más dispersos en el plano, lo que expresa mayor diversidad de prácticas.

Si bien es posible visualizar en el plano los patrones, estos no están claramente delimitados por lo que el lugar dónde venden los comerciantes ambulantes es un factor poco determinante para analizar la acción económica de los comerciantes y su disposición a obtener permisos municipales.

A continuación se observa una tipificación de los comerciantes ambulantes de acuerdo al lugar en que venden en relación al tipo economía que ejercen y postura personal ante pedir permiso municipal para vender.

Figura 6. Tipificación por al lugar, práctica económica y postura hacia normativas



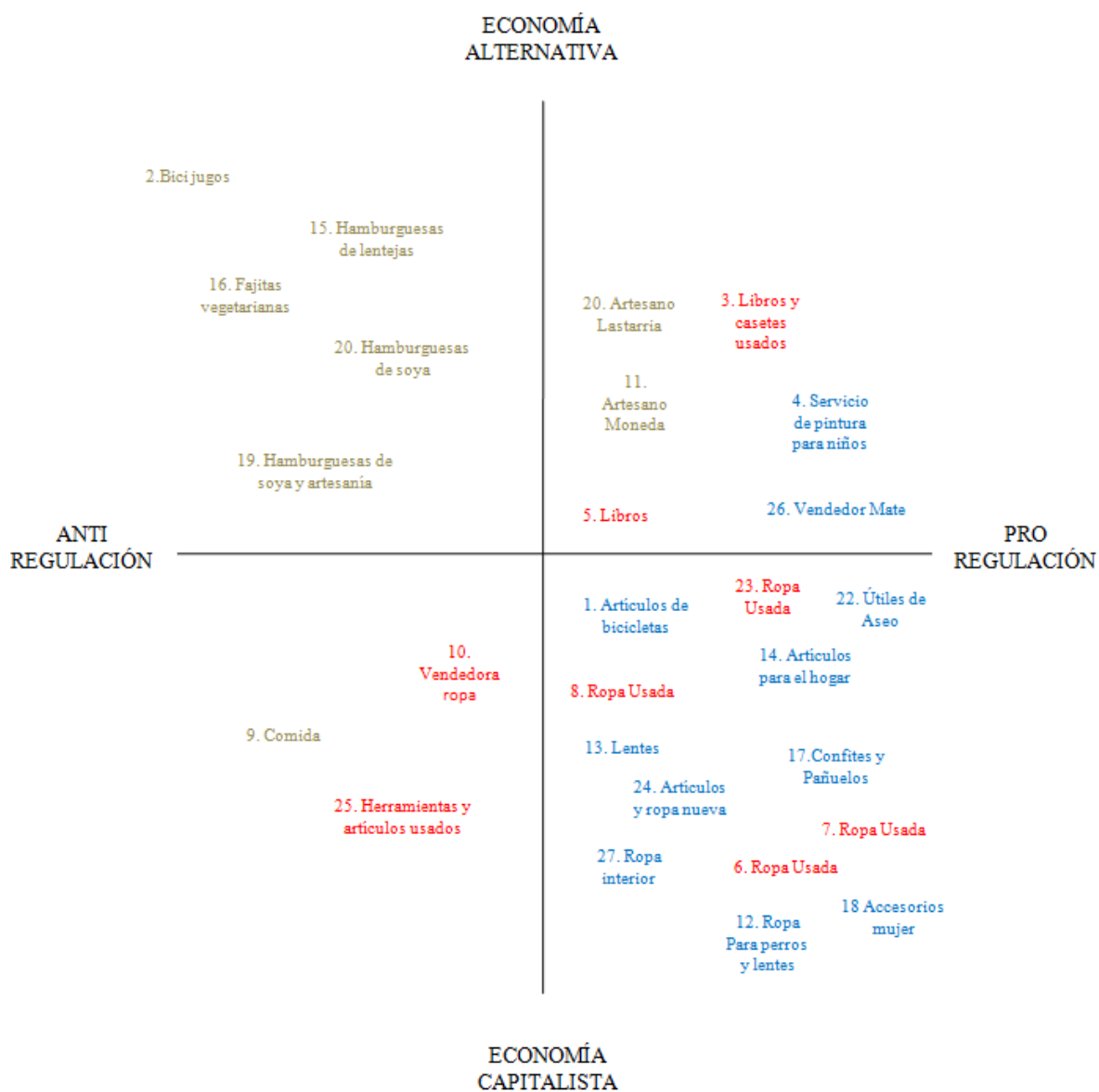
Fuente: elaboración propia

\*Colores de los entrevistados por lugar dónde venden: en la vereda de la calle (celeste), en parques y plazas (verde), en la cola de la feria (morado).

Existen patrones más homogéneos en lo que se refiere al tipo de producto que venden en relación a sus prácticas económicas y su relación con los permisos municipales. Quienes rechazan pedir permisos y su acción económica corresponde a la economía alternativa en general elaboran ellos mismos sus productos.

Se observa a continuación en el esquema cruzado una tipificación de los comerciantes ambulantes de acuerdo al producto que venden en relación al tipo de economía que ejercen y su postura personal ante pedir permiso municipal para vender.

Figura 7. Tipificación por al lugar, práctica económica y postura hacia normativas



Fuennte: elaboración propia

\*Colores de los entrevistados por tipo de producto que venden: productos de elaboración propia (café), productos usados (rojo) y productos nuevos (azul).



Con respecto al eje vertical que se encuentra dado por la categoría económica se describen a continuación los elementos que se emplearon para definir cada economía.

Se definió como economías alternativas las practicas económicas con: a) orientación de la acción de acuerdo a valores y afectiva lo que se encuentra establecida por estipulación de precios de acuerdo a la racionalidad material, desarrollo de vínculos de amistad y compañerismo con otros vendedores y con los clientes que van más allá de la transacción económica, satisfacción de necesidades que van más allá de la obtención del ingreso para poder subsistir, si no que son necesidades que se satisfacen en la acción misma del ejercicio del trabajo, por último identidad laboral de trabajador independiente o cooperativa.

En lo que refiere a la economía capitalista se definió esta por la orientación de la acción de acuerdo a fines, está se caracterizó por poseer posee una racionalidad acotada y/o formal, crear vínculos netamente económicos con vendedores y clientes esto significa que los comerciantes se relacionan con las personas solamente para el intercambio económico. Prima la satisfacción de la necesidad de subsistencia y se autoidentifican como empresarios o micro empresarios.

Con respecto al eje horizontal relativo a la disposición a pedir permisos, se consideró en el eje de los que antiregulacionistas a quienes no se encuentran interesados en sacar el permiso para vender incluso si se lo dieran, debido a que consideran que el permiso es inconveniente para la modalidad en que se ejerce el comercio ambulante y que los impuestos son abusivos. Quienes se encuentran en este sobre todo y que además ejercen la economía alternativa son individuos con discursos críticos hacía el sistema social y con pretensiones o ideas de cambio social.

Hacia la zona derecha del plano de coordenadas se encuentran los proregulacionista que son quienes pedirían permiso para vender. En este grupo se encuentran, específicamente, tanto quienes cuentan con permiso para vender, quienes se encuentran en el proceso de solicitud para pedir permiso y quienes aunque no han pedido permiso o su solicitud a sido rechazada consideran que es corresponde que es correcto que la municipalidad exija los permisos municipales para vender.



# CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES



## Capítulo 5. Conclusiones

A continuación, se relatan los principales hallazgos acerca de la percepción de los comerciantes ambulantes sobre sus prácticas, experiencia y contexto socio espacial relativos al ejercicio de su labor.

Con respecto a la acción económica, ningún comerciante ambulante adhiere plenamente a los supuestos de la teoría neoclásica para fijar los precios de los productos, estos supuestos son aplicados solo parcialmente posiblemente por no contar con la capacitación y recursos necesarios para realizar esto, también hay casos en que no se aplica en lo absoluto estas racionalidades mencionadas. Se pudo concluir además en relación a la estipulación de los precios que empleo de la racionalidad formal y/o acotada no implica necesariamente que la acción económica en los comerciantes sea de orden capitalista, puesto que ésta se encuentra definida por más elementos (los tipos de vínculos que establecen, la orientación de la acción y su identidad).

Se observaron vínculos de compañerismo entre los comerciantes ambulantes, en los que se aplican prácticas económicas descritas por Polanyi, el trueque de productos, reciprocidad para enseñarse habilidades, compartir información y cuidarse los puestos o al enfrentar la persecución policial. Incluso, algunos de los comerciantes entrevistados se asocian para producir de forma cooperativa y horizontal, funcionando de forma colaborativa y llevando a la práctica la redistribución.

Otro de los vínculos observados fue la competencia entre algunos comerciantes ambulantes, competencia que no está mediada por elementos modernos y técnicos como la innovación o abaratamiento de costos si no que prevalecen mecanismos como la coacción mediante el uso de la fuerza física, las amenazas y los insultos.

Los vínculos entre el vendedor y comprador, en ciertos casos, están orientados a la sociabilización y creación de vínculos satisfaciendo las necesidades de afecto y participación. En ese sentido las relaciones van más allá de lo netamente económico lo que corresponde a lo propuesto la economía solidaria y la economía popular en dónde los márgenes entre la esfera económica, esfera social y esfera cultural se difuminan. Pero

también fue posible observar que existen comerciantes que se relacionan netamente para realizar el intercambio económico lo que estaría en la línea planteada por la economía neoclásica en dónde lo económico es un sistema que se encuentra separado del sistema social.

Dado el mercado dual del trabajo, en el que gran parte de la población enfrenta el subempleo, falta de seguridad laboral, explotación y “macdonalización” de las condiciones laborales (Ritzer, 1996) caracterizada por la automatización del proceso volviendo a los trabajadores un engranaje o máquina de un sistema preestablecido deshumanizando las relaciones del trabajador con el producto de su trabajo, con los compradores y con los compañeros, es que surge el comercio ambulante como una alternativa para quienes no cuentan con los requerimientos para acceder a un trabajo estable o para quienes no desean un trabajo “macdonalizado”, presentándoseles en el comercio ambulante la posibilidad de actuar libres de la racionalidad económica moderna y los esquemas de producción impuestos por grandes corporaciones. En ese sentido el ejercicio del comercio ambulante permite satisfacer múltiples necesidades que no podrían satisfacer en un empleo convencional como lo son: la libertad manifestada en que se sienten sus propios jefes, que no tienen que mandar a nadie ni ser mandados, que pueden elegir su horario de trabajo, la necesidad de creación expresada en la relación íntima con el producto del trabajo cuando es elaborado por el mismo vendedor ambulante, la participación, identidad observados en los vínculos mencionado anteriormente, y entendimiento, en cuanto se considera a este producto como un aporte cultural. De esta forma se logra integrar la realización armónica de necesidades humanas, el trabajo ya no es sólo un medio para satisfacer otras necesidades si no que su ejecución implica la satisfacción de necesidades por si misma.

Con respecto a los elementos mencionados anteriormente no se encontró diferencias entre los comerciantes ambulantes con respecto al lugar en dónde venden, pero si se encontró diferencias entre quienes elaboran ellos mismos sus productos y quienes no lo hacen. Quienes venden productos elaborados por ellos mismos poseen prácticas con los consumidores y otros vendedores en dónde hay vínculos amistosos y de mayor reciprocidad, generalmente poseen un discurso ideológico que apunta a la transformación social y presentan una orientación de la acción con más rasgos de racionalidad orientada a

valores. En ese sentido es posible señalar que existe una acción económica menos alienada en la medida que estos comerciantes establecen un vínculo con su producto y con las personas en dónde no se las entiende como objetivos o medios que permiten la obtención de dinero, sino que se los valora por sí mismo en cuanto la relación con estas está motivada por elementos más allá de lo netamente mercantil, los sujetos se ven motivados por el afecto.

Con respecto a las normativas que rigen a los comerciantes ambulantes, la percepción que los comerciantes ambulantes entrevistados que venden en ferias culturales de plazas y parques, y la de quienes venden en la cola de las ferias libres es más crítica acerca de los permisos concebidos por la municipal que la percepción de quiénes venden en la vereda de la calle, posiblemente se debe a que la mayor parte de los permisos son entregados a las personas que venden en las veredas de las calles por lo que los coleros y los vendedores de las ferias de plazas y parques se encuentran en una condición de mayor vulnerabilidad con respecto a los permisos municipales.

Independiente de los anterior existe la demanda general por parte de los vendedores ambulantes de que exista más facilidad para vender, ya sea otorgando permisos municipales, permisos provisorios o permitiendo una mayor permisibilidad de esta labor. Los argumentos que dan los entrevistados con respecto a porque esta actividad debiese ser menos reprimida son por una lado que el comercio ambulante constituye una fuente de ingreso para personas trabajadoras y de escasos recursos, por otro lado que fomenta la generación de vínculos entre las personas mediante el uso del espacio público y, por último, que permite que las personas de menos recursos accedan a productos a menor precio puesto que los comerciantes no deben pagar arriendo o dividendos de un local, lo que permite abaratar el precio de los productos que se venden. Los permisos para vender son muy restrictivos en cuanto a que obligan a los vendedores a comercializar en horarios, lugares y días específicos, lo que se contrapone a la motivación principal que tienen los comerciantes ambulantes que es la libertad que les permite el ejercicio de esta labor, en ese sentido los tipos de permisos que entrega la municipalidad imponen restricciones que no son acordes al razonamiento con la que actúan, en general, los comerciantes ambulantes.

En relación a los impuestos si bien una parte importante de los entrevistados considera legítimo el pagar impuestos, el uso que hace el gobierno con los impuestos esta deslegitimado puesto que se percibe una relación inequitativa entre los impuestos que deben pagar como microempresarios y los pocos beneficios que recibe la población contribuyente. La evaluación sobre la burocracia estatal con respecto a la experiencia de las personas con el servicio de impuestos internos fue positiva, los entrevistados consideraban que los trámites fueron expeditos en el S.I.I., en contra parte, el trámite para sacar la patente en la municipalidad tenía una evaluación muy negativa por parte de los vendedores ambulantes.

El ejercicio del comercio ambulante en ferias culturales de plazas y parques permite la generación de redes sociales que no se dan en otros espacios de comercialización, puesto que este espacio público al ser una zona de ocio y esparcimiento permite que se traslapen la dimensión económica del comercio ambulante con la social y cultural, dándose una instancia para que las personas se conozcan, puesto que se propician las condiciones para establecer mayor cercanía y dialogo entre las personas, creando nexos sociales. En los vendedores de las veredas y coleros se da menos frecuentemente esta forma de uso del espacio, sobre todo en los sectores de gran tránsito de personas, puesto que estos son los sectores de avenidas principales en dónde existe mayor represión policial, aunque existe la ventaja de que al ser más transitadas hay más posibilidades de vender.

Con respecto a las disputas territoriales existen menos en las ferias de plazas y parques, lo que es posible de explicar porque al ser ferias más esporádicas es difícil que exista sentido de apropiación de un determinado territorio puesto que los puestos no son usados constate mente por los mismos comerciantes.

A partir de los anterior es posible concluir que existen diferencias observables entre los comerciantes ambulantes en su acción económica que están dadas por el modo de producir los productos, se encontró que los entrevistados que elaboran los productos que venden poseían una orientación de la acción de acuerdo a valores.

En relación con las normativas vigentes, existirían diferencias sobre la experiencia que tienen con el otorgamiento de los permisos municipales de acuerdo el tipo de lugar donde

llevan a cabo su labor, puesto que en las veredas de las calles está contemplado otorgar permisos no así en las ferias culturales ni tampoco a los coleros de la ferias.

La relación con el territorio se encuentra determinada por el lugar en dónde venden, las disputas por el territorio entre comerciantes ambulantes son mayores en la vereda de la calle y en la cola de la feria por el sentido de apropiación de los comerciantes sobre estos espacios al ser estos eventos más constantes que la ferias culturales que se hacen de forma esporádica.

Por lo tanto la hipótesis de la investigación se cumple parcialmente puesto que la acción económica está influida por el tipo de producto que se vende pero no por el lugar en dónde se vende. En cambio la percepción y experiencia con respecto a los permisos municipales, sí se encuentra mediada por el lugar en que se vende puesto que los permisos se aplican de diferente forma en las ferias culturales de plazas y parques, en la cola de las ferias libres y en la vereda de la calle. Las diferencias encontradas permitieron conformar perfiles de comerciantes, que coinciden en el sentido que le dan a la acción económica en su labor de comerciantes ambulantes, lo que se ve reflejado en perfiles de comerciantes ambulantes que llevan a cabo diferentes prácticas económicas, algunas poseen elementos de economías alternativas (economía ecológica y economía solidaria) primando vínculos de solidaridad expresados en la reciprocidad y con una orientación de acción de acuerdo a valores, mientras, otros perfiles realizan prácticas correspondientes a la lógica bajo la cual funciona el sistema hegemónico económico actual, el capitalismo, pero sólo parcialmente debido a que este es un sector no moderno dentro la economía.

## Referencias Bibliograficas

Abela, J.(2001) *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*. Centro de estudios andaluces. Departamento de sociología. Universidad de Granada.

Adamovsky, E. (2003). *Anticapitalismo: la nueva generación de movimientos emancipatorios para principiantes*. Buenos Aires: Era Naciente.

Alter, M. (2012) *Economía informal: definiciones, teóricas y políticas*. Estados Unidos: WIEGO. Extraído el 7 de Octubre del 2016 desde\_ <http://wiego.org/sites/wiego.org/files/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>

Andréu J. (2010) *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. España: Departamento Sociología Universidad de Granada. Extraído el 1 De Noviembre desde: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Arnoletto, E. (2007). *Glosario de Conceptos Políticos Usuales*. Extraído el 22 de Octubre del 2016 desde: <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>

Assef, R. (2005). *Los Trabajadores Informales Urbanos en Chile Neoliberal*. Santiago , Chile .

Atria, R. (2012). Sociología Weberiana. En O. Avendaño (Ed.), *Sociología Introducción a los Clásicos* (pp. 111-153). Santiago: LOM ediciones.

Baeza , F., & Rivas, G. (11 de Mayo de 2014). *Cuenta propismo una forma precaria de trabajo asalariado*. CIPSTRA. Recuperado en Enero del2015, desde <http://www.cipstra.cl/cuentapropismo-forma-precaria-de-trabajo-asalariado/>



Ballesteros, C. (2010). *Economía a escala humana. Una aproximación a los valores de la economía desde las ideas de Max-Neef*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

Barcelona: Icaria Editorial. Extraído en Julio del 2015 desde [http://www.max-neef.cl/descargas/Max\\_Neef-Desarrollo\\_a\\_escala\\_humana.pdf](http://www.max-neef.cl/descargas/Max_Neef-Desarrollo_a_escala_humana.pdf)

Barton, J. (2006). *Sustentabilidad urbana como planificación estratégica*. Revista Eure , Vol. XXXII, No. 96), pp 27-45, Santiago de Chile, Agosto.

Bauman Z. (2001). *Excurso 1: La ideología en un mundo posmoderno*. En busca de la política. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Biblioteca del congreso (7 de Noviembre de 2009). *Historia de la ley 20.388*. Santiago, Metropolitana, Chile: Biblioteca del Congreso nacional de Chile.

Boltanski, L. & Chiapello, E. (2007). *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso. Recuperado en Junio del 2015 desde <http://biblioweb.sindominio.net/pensamiento/boltanski/node2.html>

Brega, C., Durán, G., Paéz, A. & Saéz B. (2016). *Informe mensual de calidad de empleo (IMCE)*. Santiago: Fundación Sol. Recuperado el 29 de Julio desde: <http://www.fundacionsol.cl/estudios/informe-mensual-calidad-del-empleo-imce-marzo-mayo-2016/>

Brill, M. (1989). *Transformations, nostalgia and illusion in public life and public place*. Springer: Estados Unidos.

Buso, G. (2001). *Vulnerabilidad social: nociones e implicancias de políticas para Latinoamérica a inicios del siglo XXI*. En Seminario internacional: Las diferentes expresiones de la vulnerabilidad social en América Latina y el Caribe. Santiago, Chile: CEPAL.

Cabrera, D. (s.f.). *Imaginario social, comunicación e identidad colectiva*. Universidad de Navarra. Recuprado el 15 de Noviembre del 2014 desde: <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Imaginario%20social%20e%20identidad%20colectiva.pdf>

Caceres, A., & Reyes, J. (2008). *Historia Hechas con las Manos. Nosotros los artesanos y las ferias artesanas del siglo XX*. Colección Patrimonio.

Cáceres, P. (2003). Análisis Cualitativo de Contenido: una alternativa metodológica alcanzable. *Psico perspectivas*. Vol. II (PP. 53 – 82). Pontifica Universidad Católica de Valparaíso.

Camara Nacional de Comercio, servicios y turismo (14 de Junio de 2012). *C.N.C. pide acción decidida para frenar el comercio ambulante*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2014, desde <http://www.cnc.cl/sala-de-prensa/noticias/cnc-pide-accion-decidida-para-frenar-el-comercio-ambulante?CodTemplate=20121120115805>

Camus, J. (2014). *La bicicleta, cultura entre ruedas*. Santiago. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014 desde: [www.13.cl](http://www.13.cl).

Camara Nacional de comercio, servicio y turismo (2015). *Informe Final. Comercio ambulante no autorizado en Santiago y sus implicancias en la seguridad ciudadana. Santiago: Subsecretaria de prevención del delito*. Extraído en Mayo del 2016 desde: [http://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2015/10/Informe-Final\\_-\\_Estudio-del-Comercio-Ambulante-No-Autorizado.pdf](http://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2015/10/Informe-Final_-_Estudio-del-Comercio-Ambulante-No-Autorizado.pdf)

Carpio, J., Novadovsky, I. (2000) *Informalidad y exclusión social*. Santiago de Chile: Fondo de cultura económica.

CASEN. (2011). *Situación ocupacional, previsional e ingresos del trabajo*. Ministerio de desarrollo, Gobierno de Chile: Encuesta CASEN.

Castells, M., (1995). *La ciudad informacional. Tecnologías de la Información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells M. y Portes (1989). *La economía informal*. Baltimore: The JhonHopkins University Press.

CEPAL. (2014). *Coyuntura laboral en América Latina y el Caribe*. Número 11. Recuperado el 22 de Octubre del 2014 desde [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_314064.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_314064.pdf).

Choo, C. (1999). *La organización inteligente: el empleo de la información para dar significado, crear conocimiento y tomar decisiones*. México: Oxford University Press;

CIPSTRA (Mayo de 2014). *Cuenta propismo infografía*. Recuperado el 9 de Noviembre del 2014, desde <http://www.cipstra.cl/wp-content/uploads/2014/05/Cuenta-propismo-infograf.jpg>

Consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil (2014) *Acta sesión N° 7 / 2014 Extraordinaria*. Extraído el 26 de Octubre del 2016 desde: <http://transparencia.munistgo.cl/web2/file/tei/PORTAL/PARTICIPACION%20CIUDADANA/COSOC/Acta%20Ses.%207%20extr%202014.pdf>

Coraggio, J. (s.f.) *Economía Social y Economía Popular en América Latina*. Extraído desde: <http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/exposicion%20panel%20coraggio%20bis.pdf>

Corvalán, J. (2011). *El esquema cruzado como forma de análisis cualitativo en Ciencias Sociales*. Cinta de Moebio Revista de Epistemología de las Ciencias Sociales ISSN 0717-554X. Santiago: Centro de investigación y desarrollo de la educación Universidad Alberto Hurtado. Extraído en Octubre del 2016 desde: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/42/corvalan.html>

Cuñat, R. (2007) *Aplicación de la teoría fundada (Grounded Theory) al estudio del proceso de creación de empresas*. XX Congreso anual de AEDEM, Vol. 2

Davis, M. (2004). *Planeta de Ciudades-Miseria*. Involución Urbana y proletariado informal. Extraído el 21 de Octubre del 2016 desde: <file:///D:/VICTORIA/Desktop/textos/Mike%20Davis,%20Planeta%20de%20ciudades-miseria,%20NLR%2026,%20March-April%202004.pdf>

Dawe, A. (2001) *Las teorías de la acción social*. En: Bottomore, Tom; Nisbet, Robert (Compiladores). *Historia del análisis sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu, pág. 417.

De Soto, H., Mora, M., Max-Neef, M., Larroulet, C., Tokman, V. (Noviembre, 1987). *Sector Informal, economía popular y mercados abiertos*. Mesa Redonda: CEP.

De Soto, Hernando (1987). *El otro sendero*. Ciudad de México: Diana.

Departamento de análisis criminal (2016). *Comercio ambulante sin permiso municipal*. Santiago: Dirección nacional de orden y seguridad, Carabineros de Chile.

División estudios Ministerio de Economía (2013). *Emprendimiento Formal e Informal en Chile*. Recuperado el 3 de Diciembre del 2013 desde <http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2013/12/Boletin-EME-3-Formalidad1.pdf>

Duguett, P. (2016). *Carta Personal*. Santiago: Departamento de información pública y lobby carabineros de Chile.

Durkheim, E. (2012). *The Division of Labour in Society*. Eastford, USA: Martino Fine

Elizalde, A., Hopenhayn, M., Max-Neff, M. (2006). *Capítulo 2. Desarrollo y necesidades humanas. Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Santiago: Icaria

Fernández, M. (1998) *Economía y sociología. Para un análisis sociológico de la realidad económica*. Madrid: Siglo XXI.

Firth, R. (1936). *We, The Tipokia. A sociological Study of Kinship in Primitive Polynesia*. Boston: Beacon Press.

Fondo de seguridad pública (2013). *Estudio del comercio ambulante no autorizado en Santiago y sus implicancias en la seguridad ciudadana*. Santiago. Extraído desde: [http://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2015/10/Informe-Final\\_-\\_Estudio-del-Comercio-Ambulante-No-Autorizado.pdf](http://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2015/10/Informe-Final_-_Estudio-del-Comercio-Ambulante-No-Autorizado.pdf)

Gaiger, L. (2011). *Emprendimientos económicos Solidarios*. Universidad cooperativa de Colombia. Extraído el 18 de Octubre desde <http://wb.ucc.edu.co/institucional5/files/2011/08/emprendimientoseconomicosolidarios.pdf>

Gómez, E. (2010). *Introducción a la antropología social y cultural*. Barcelona: Universidad de Cantabria.

Gómez, S. (2014). *Análisis Weberiano sobre la acción social y racional con arreglo a valores*. Recuperado en Septiembre desde: <http://sociologos.com/2014/04/06/analisis-weberiano-sobre-la-accion-social-y-racional-con-arreglo-a-valores/>

Google Maps (2015). *Imagen de la comuna de Santiago*. Extraído el 2015 desde <https://www.google.cl/maps/place/Santiago,+Región+Metropolitana>

Gudeman, Stephen (2001). *The Anthropology of economy*. Oxford: Blackwell Publishers.

Guerra, A. (2007). *Consideraciones teóricas acerca de la economía informal, el estado y la gerencia*. Universidad Centro occidental Lisandro Alvarado. Venezuela.

Guzmán, S., Espinoza, M. & Herrera, A. (2006). *¿Microempresa? Nuevas respuestas para antiguas preguntas*. Santiago: LOM ediciones.

Harrison, F. y Swain, B (2003). *Guía de diseño del espacio público*. LOM: Chile.

Heintz, P. (1970). *Curso de sociología*. Buenos Aires: editorial Universitaria.

Hernández J. (2015). *Tres reflexiones sobre economía moral*. Estudios de la economía. Recuperado el 25 de Junio del 2015 desde: <https://estudiosdelaeconomia.wordpress.com/2015/06/22/tres-reflexiones-sobre-economia-y-moral/#more-5058>

Hernández R. (2007). *Las MIPYMES en Latinoamérica. Estudios e investigación en la Organización latinoamericana de administración*. Extraído el 23 de Diciembre del 2015 desde <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/274/96.htm>

Herskovits, Melville J. (1954). *Antropología económica*. Estudio de economía comparada. México: FCE.

Huerta, P. (2013). *El pensamiento económico de Karl Polany Notas sobre su modo de abordar el análisis económico y aportes* (págs. 1-13). Santiago: Recuperado el 10 de Noviembre del 2014 desde: [http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT27/GT27\\_HuertaMaldonadoP.pdf](http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT27/GT27_HuertaMaldonadoP.pdf).

Instituto Nacional de Estadísticas. (2014). *Análisis estadístico del mercado del trabajo*. Santiago: INE. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014 desde [http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/mercado\\_del\\_trabajo/empleo/metodologia/pdf/glosarioNENE.pdf](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/mercado_del_trabajo/empleo/metodologia/pdf/glosarioNENE.pdf)

Kaztman, R. (2001). Seducidos y abandonados: el aislamiento social de los pobres urbanos. *Revista de la Cepal* 75. (171-189).

Klein, J.-L. (2005). Iniciativa local y desarrollo: respuesta social. *Revista Eure* Vol XXXI, N°94 , pp. 25-39 Santiago de Chile, Diciembre

Kvale, S. (2008). *Las entrevistas en la investigación cualitativa*. Cedro: Madrid.

La segunda (9 de Octubre de 2013). *Nueva ordenanza regula el comercio callejero de Santiago: 28 prohibiciones y más fiscalización*. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014 desde: <http://www.lasegunda.com/movil/detallenoticia.aspx?idnoticia=884491>.

Levaggi, V. ¿Qué es el trabajo decente?. *Sala de Prensa. OIT en América Latina*. [en línea] .9 de Agosto del 2004. Extraído en Enero del 2017 desde: [http://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS\\_LIM\\_653\\_SP/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_LIM_653_SP/lang--es/index.htm)

leyN°825. (29 de Septiembre de 2014). *Ley sobre impuesto a las ventas y servicios*. Santiago, Chile.

Lipovetsky, G. (fecha). *La era del vacío*. Extraído en Agosto del 2015 desde <http://alvarezteran.com.ar/wp-content/uploads/2009/12/Lipovetsky>

López, R., Figueroa, E., Gutiérrez, P. (2013) *La 'parte del león': nuevas estimaciones de la participación de los súper ricos en el ingreso de Chile*. Facultad de economía y negocios Universidad de Chile. Santiago. Recuperado el 28 de Julio del 2016 desde: <http://www.econ.uchile.cl/uploads/publicacion/306018fadb3ac79952bf1395a555a90a86633790.pdf>

Martínez, M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*, 27(2), 07-33. Extraído el 25 de octubre de 2016,

desde:[http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1011-22512006000200002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000200002&lng=es&tlng=es).

Martinic, S. (1992) *Análisis estructural: Presentación de un método para el estudio de lógicas culturales*. CIDE : Santiago de Chile.

Marx, K. (1844). *Manuscritos filosóficos*. Extraído el 3 de Diciembre del 2015 desde: <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/manuscritos/man1.htm>

Meda, D. (2009). *El trabajo un valor en peligro de extensión*. Barcelona: Gedisa editorial.

Ministerio de economía (2015) *Informe de resultados cuarta encuesta de micro emprendimientos*. Extraído el 12 de Diciembre del 2016 desde <http://www.economia.gob.cl/estudios-y-encuestas/encuestas/encuestas-de-emprendimiento-y-empresas/cuarta-encuesta-de-microemprendimiento-eme4>

Molina, J. L. (2004). *Manual de antropología económica*. Barcelona: UAB.

Mora, R. (2003). Comercio informal y estructura periférica: una metodología de análisis de las ferias libres. *Revista INVI*, volumen 18(48) , :pp.106-144..

Municipalidad de Santiago. (2014). *Historia municipalidad de Santiago*. Extraído el 25 de Noviembre del 2014, desde: <http://www.municipalidaddesantiago.cl/categorias/home/la-comuna/historia>

Municipalidad de Santiago (2015). *Plan local de cambio climático*. Extraído el 9 de Diciembre del 2016 desde <http://www.adapt-chile.org/web/wp-content/uploads/2015/11/PLCC-SANTIAGO.pdf>

Nettel, P. (1993). *El principio de reciprocidad desde la perspectiva sustantivista*. *Política y cultura*, 3, 232 -337.

Ordenanza N°59. (2014). *Ordenanza comercio ambulante comuna de Santiago*. Santiago: asuntos municipales.

Organización para la cooperación y el desarrollo económico (2015). *Todos Juntos ¿Por qué reducir la desigualdad nos beneficia?... en Chile*. Santiago: OCDE. Extraído el 27 de

Julio del 2016 desde: <https://www.oecd.org/chile/OECD2015-In-It-Together-Highlights-Chile.pdf>

Organización internacional del trabajo (2013). *El entorno normativo y la economía informal*. Ginebra: OIT: Extraído el 5 de Septiembre del 2016 desde: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_policy/documents/publication/wcms\\_229846.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229846.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2013) *El trabajo decente y la economía informal*. Ginebra: OIT. Extraído desde: [http://www.ilo.org/emppolicy/pubs/WCMS\\_229449/lang-es/index.htm](http://www.ilo.org/emppolicy/pubs/WCMS_229449/lang-es/index.htm)

Organización Internacional del Trabajo (2014). *Medición de la economía informal*. Ginebra: OIT Departamento de política de empleo. Extraído desde: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_policy/documents](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents)

Paéz, A., Saéz, B., Durán, G., & Brega, C. (2014). *Informe Mensual de Calidad del Empleo (IMCE)*. Santiago: Fundación Sol.

Pecho, M. (2012). *Régimenes simplificados de tributación para Pequeños Contribuyentes en América Latina*. Centro interamericano de administraciones tributarias.

Perticara, M., & Celhay, P. (2010). *Informalidad laboral y políticas públicas en Chile*. En *Sector informal y políticas públicas en América Latina* (págs. 47-58). Santiago: Recuperado el 2016 desde <http://fen.uahurtado.cl/wp-content/uploads/2010/07/I-257Perticara-y-Celhay-informalidad.pdf>

Piñuel J. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. España: Departamento de Sociología Universidad Complutense de Madrid. Extraído el 1 de Noviembre del 2016 desde: [https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingusticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingusticaUVigo.pdf)

Piore, M. J. (1971) *“the dual labor market. Theory and implications”*Nebraska: Economic Department



Polanyi, K. (1989). *La gran transformación: crítica del liberalismo económico*. Madrid: Quipu editorial.

Polanyi, K. (2008). *La economía incrustada en la sociedad. En el sustento del hombre*. Madrid. Capitán Swing libros.

Pozas, M de LA (2006). Aportes y limitaciones de la sociología económica. En E. De la Garza (coordinador), *Teorías sociales y estudios del trabajo: nuevos enfoques* (pp. 84-114). Anthropos Editorial. México: UAM.

Razeto, L. (1990). *Economía popular de solidaridad. Identidad y proyecto en una visión integradora*. Programa de economía del trabajo: Santiago. Extraído el 2 de Noviembre del 2016 desde: <http://www.luisrazeto.net/content/capitulo-i-el-surgimiento-de-una-nueva-econom%C3%ADa-popular-solidaria-or%C3%ADgenes-componentes-e-ide>

Razeto, L. (2006). *Inclusión social: dimensiones, retos y políticas*. Caracas: Simposio Latinoamericano.

Razeto L. (1999) *La Economía de Solidaridad: Concepto, Realidad y Proyecto*. Revista Persona y Sociedad, 23.

Red de redes de economía alternativa y solidaria (2016). *Carta de principios de la economía solidaria*. Extraído el 27 de Julio del 2016 desde: <http://www.economiasolidaria.org/>

Red internacional para los derechos económicos, sociales y culturales (2016). *El derecho al trabajo y los derechos de los trabajadores*. Extraído el 22 de Diciembre del 2016 desde: <https://www.escri-net.org/es/recursos/derecho-al-trabajo-y-derechos-trabajadores>

Ritzer, G. (1996) *La macdonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización de la vida cotidiana*. CA: Pine Forge Press.

Rodríguez, J. (2015). *El comercio ambulantes como estrategia de emprendimiento comunitario. Plataforma Urbana*. Recuperado el 10 de Julio del 2015 desde [http://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/05/14/el-comercio-ambulante-como-estrategia-de-emprendimiento-comunitario/#identifiier\\_0\\_91328](http://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/05/14/el-comercio-ambulante-como-estrategia-de-emprendimiento-comunitario/#identifiier_0_91328)

Rosales L. (2003). *Reseña sobre la economía informal y su organización en América Latina*. País: *Global Labour Institute*. Extraído el 13 de Octubre del 2016 desde: [http://www.globallabour.info/es/2009/03/la\\_economia\\_informal\\_y\\_su\\_orga.html](http://www.globallabour.info/es/2009/03/la_economia_informal_y_su_orga.html)

Safón, V. (2011) *¿Del fordismo al postfordismo?. El advenimiento de los nuevos modelos de organización industrial*. I Congreso de ciencia regional de Andalucía: Andalucía en el Umbral del siglo XXI. Andalucía: Universidad de Valencias.

Salcedo, R. (2002). El espacio público en el debate actual: Una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno. *Revista EURE* (Santiago), vol. 28, no.84

Samuelson P. & Nordhaus w. (2010). *Economía*. Santiago: Mc Graw Hill. Recuperado el 27 de Julio del 2016 desde: <http://www.forestal.ufro.cl/wp-content/uploads/2010/10/SamuelsonNordhaus-Economiapdf1.pdf>

Sautu, R. (s.f.). *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Lumiere.

Schneider, S. & Peyré, I. (2006). *De las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales*. Trabajo publicado en libro de Manzanal, Mabel.

Schlack E. (2007). *Espacio Público*. Extraído 20 de Agosto del 2016 desde <http://www.scielo.cl/pdf/arq/n65/art06.pdf>

SII. (2007). *Regimen tributario de pequeñas empresas. Servicio de Impuestos Internos*. Extraído el 21 de Noviembre del 2014, desde: [http://www.sii.cl/contribuyentes/empresas\\_por\\_tamano/microemp\\_regimen\\_tributario.htm](http://www.sii.cl/contribuyentes/empresas_por_tamano/microemp_regimen_tributario.htm)

Silva J. M. (2003). *Meditaciones sobre el trabajo*. México: Fondo Editorial

Términos económicos de uso habitual (1990). Santiago: Editorial Universitaria.

Tohá, C., & Egaña, A. (Enero de 2014). *Ordenanza municipal N°59 de la comuna de Santiago*. Santiago, Chile : Secretaria municipal.

Tokman, V. (2001). Las relaciones entre los sectores formal e informal. Una exploración sobre su naturaleza, *Revista del departamento de economía*, volumen XXIV No 48 , 17, 75.

Torres, F. (2010). *El concepto de estructura social*. Valencia, España: Universidad de Valencia.

Van Hauwermeiren, S. (1998). *Manual de Economía Ecológica*. Santiago. Santiago: Instituto de Ecología Política. Extraído en Enero del 2015 desde [http://fes.zonarix.com:8081/sites/default/files/pdf/indice\\_libros-manual-de-economia-ecologica\\_0357.pdf](http://fes.zonarix.com:8081/sites/default/files/pdf/indice_libros-manual-de-economia-ecologica_0357.pdf)

Vargas, L (1994) *Sobre el concepto de percepción Alteridades*, vol. 4, núm. 8, 1994, pp. 47-53, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa México.

Velásquez, M., & Weller, J. ( 2014). *Cuyuntura laboral en América Latina y el Caribe. formalización del empleo y distribución de los ingresos laborales*. CEPAL y OIT.

Villavicencio, D. (1999). *Los retos teóricos de los estudios del trabajo hacia el siglo XXI. Sociología del trabajo y sociología económica* (pp. 145-157). Buenos Aires: CLACSO. Extraído en Enero del 2015 desde: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101102032243/11villa.pdf>

Viola, Andreu (2000). *Antropología del desarrollo. Teorías y estudios etnográficos en América Latina*. Barcelona: Paidós.

Weber, M. (1979). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.

Weber, M. (1982). *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu.

Weber, M. (1996). *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica..

Young, I. (2015, 3 de Agosto). *Consumidores Ambulantes*. En *Revista Planeo Espacio para territorios Urbanos y Regionales*. Extraído el 20 de Noviembre del 2015 desde: <http://revistaplano.uc.cl/2015/08/03/consumidores-ambulantes/>

## **Anexos**

### **Anexo I. Perspectivas sobre el comercio ambulante.**

A continuación se presenta una discusión que existió en el 2009 en el parlamento con respecto a aprobar o no el comercio ambulante en la locomoción pública, en esta discusión se expresan las posturas de diferentes representantes con respecto a si los comerciantes ambulantes debían o no vender.

#### **a) Argumentos en pro y contra de la ley que permite venta en locomoción colectiva**

En relación a los argumentos para no hacer la ley, la Ejecutiva Gremial de la Cámara Nacional de Comercio, servicio y turismo señaló lo siguiente; argumenta, en primer lugar, los permisos y exigencias para desarrollar el comercio ambulante<sup>24</sup> según lo estipula la ley n°20.388 son “desproporcionadamente mínimas frente a lo que debe cumplir la pequeña y mediana empresa nacional” (Historia de la ley, 2009, pág. 10). Por otra parte argumenta que “al legislar en beneficio de los vendedores ambulantes para que desarrollen su actividad, al interior de los buses de locomoción colectiva, se fomenta la informalidad y la piratería, a raíz que se produciría un desconocimiento del origen de la mercadería” (Historia de la ley, 2009, pág. 10).

Agregó además que “se hace muy difícil el control y la fiscalización” (Historia de la ley, 2009, pág. 10), explicó, que “cada año en Chile, se registran invaluable pérdidas en términos de evasión tributaria, lo que sin duda afecta a todo el conglomerado social del país” (Historia de la ley, 2009, pág. 10).

Por último señala que uno de los “argumentos utilizados para explicar el incremento del comercio ambulante es que éste sería una alternativa frente a la cesantía, sin embargo,

---

<sup>24</sup>Las exigencias para desarrollar el comercio ambulante son: “iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos, bajo un régimen tributario simplificado, pagar una patente ante el municipio respectivo y portar una tarjeta de identificación personal, actualizada cada seis meses, para verificar el cumplimiento de dichos requisitos; exigencias” (Historia de la ley, 2009).

comunas con bajo desempleo, tienen altas tasas de comercio ambulante” (Historia de la ley, 2009, pág. 10).

Por otro lado los parlamentarios y políticos que apoyan la ley afirman lo siguiente: Gazmuri representante del Partido Socialista señala “La formalización, el fortalecimiento de la organización de trabajadores, la entrega de credenciales van creando condiciones para dignificar una labor reconocida por la sociedad” (Historia de la ley, 2009, pág. 159). Ávila del Partido Radical Social Demócrata considera que “el mérito de este proyecto radica en que por fin se va a poner término a la persecución humillante de que son objeto miles de chilenos que intentan ganarse la vida dignamente ejerciendo un oficio que históricamente se ha llevado a cabo en todas las ciudades del país” (Historia de la ley, 2009, pág. 160).

Muñoz Barra de la coalición Chile Limpio, Vote Feliz, señala que “quienes ejercen la actividad de que se trata, ya sea como artistas o como vendedores ambulantes en los medios de locomoción, existe algo cierto: se registra en el país una cesantía que, aun cuando los guarismos se encuentren dentro de lo aceptable, incide dolorosamente en la búsqueda del sustento para determinado grupo de personas” (Historia de la ley, 2009, pág. 161).

Navarro (Partido amplio social) señala que mientras “se mantengan dificultades graves de empleo es deber del Gobierno, de las autoridades, permitir todas las condiciones necesarias para generar una ocupación lo más estable, decente y mejor remunerada posible” (Historia de la ley, 2009, pág. 163).

Girardi (PPD) por último considera que “esta ley recupera cierta tradición chilena de actividades culturales callejeras que lamentablemente, producto de visiones tecnocráticas, hemos aniquilado. Grandes actores y cantautores surgieron del mundo popular y de la calle. Y me parece muy relevante que ese tipo de actividades se puedan formalizar y, de alguna manera, legitimar y acreditar” (Historia de la ley, 2009, pág. 167).

Se observa que los argumentos en contra de la ley refieren a que por una parte legalizar el comercio ambulante en locomoción colectiva dada la poca tributación que deben pagar y la incapacidad de fiscalizar generaría competencia desleal, piratería y evasión de impuestos. Por otro lado quienes apoyan la iniciativa consideran que la ley podrá dignificar la situación de quienes desarrollan un trabajo honrado, que está legitimado socialmente y que además es

producto del desempleo y de la incapacidad del gobierno de generar buenas condiciones laborales.

## **b) Sobre el pago de impuestos**

La ministra del trabajo y previsión social señala que es necesario que estos tributen ya que esta ley debe reconocer derechos pero también obligaciones (Historia de la ley, 2009), el senador Muñoz Aburto del Partido Socialista también respalda su opinión argumentando que deben iniciar actividades en impuestos internos para evitar problemas de competencia desleal (Historiadelaley, 2009, pág. 134).

En contraposición a esto la diputada Alejandra Sepúlveda (partido regionalista independiente) afirma que “el Senado en vez de simplificar el proyecto, al incorporar la iniciación de actividades, lo hizo más complejo”. Argumenta en rechazo al pago de impuestos que es una “actividad que a lo mejor es transitoria y que tiene que ver con una cantidad de recursos muy limitados” pone como ejemplo las “microempresas constituidas, que pagan locales comerciales, en un minuto inician actividades y luego no continúan, pero cuesta mucho terminarlas y la situación se les complica” (Historia de la ley, 2009, pág. 176). El diputado Hales del partido por la democracia concuerda con el rechazo al pago de impuestos por parte de los comerciantes ambulantes de microbuses argumentando que desde la perspectiva del urbanismo “esta gente da a la ciudad un rasgo de humanidad e identidad muy particular. La ciudad fue inventada para el encuentro de las personas, y el transporte es la actividad que permite esa interconexión” (Historia de la ley, 2009, pág. 179). Añade además “Vayan a ver la ciudad de Roma, donde un artista pinta en la vereda y nadie le pide la patente o el permiso” (Historia de la ley, 2009, pág. 180).

A partir de la discusión se visualizan los siguientes argumentos, por una parte quienes plantean que deben pagar impuestos lo hacen argumentando que las personas al tener derechos deben cumplir también deberes y que al no pagar impuesto se comete competencia desleal con otros vendedores. Por otro lado quienes afirman que no deben pagar impuestos argumentan que complejiza la situación ya que las personas cuentan con recursos limitados lo que implica que en muchos casos no pueden seguir pagando los impuestos estipulados, a esta situación se suma que muchas veces estas actividades se

desempeñan de manera transitoria lo que no justifica la iniciación de actividades en impuestos internos. Se argumenta por otro lado que esta actividad constituye una actividad con identidad y que en otros países no se prohíben si no que se fomentan.

## Anexo II. Pauta entrevista

Cuadro 9. Pauta entrevista

<b>Descripción actividad</b>
<p>¿Qué vendes? (tipo de producto)</p> <p>¿En qué lugares vendes? (lugar)</p> <p>¿Cómo lo consigues? ¿lo elaboras tú? (tipo de producto)</p> <p>¿Cuántas veces a la semana vendes? (frecuencia)</p>
<b>Orientación de la acción</b>
<p>¿Por qué escogiste vender ese bien o servicio?</p> <p>¿Cómo llegas a ejercer esta labor?</p> <p>¿Cuáles son tus motivaciones para ejercer esta labor?</p>
<b>Objetivo de la acción económica u orientación de la acción</b>
<p>¿Crees que este trabajo tiene otro objetivo a parte de ganar dinero? ¿es un medio para entretenerse, pasar el tiempo, sociabilizar?</p> <p>¿te gusta desempeñar esta labor?</p> <p>¿Sientes que te realizas personalmente al realizar esta labor? ¿de qué manera? ¿con que cosas?</p>
<b>Tipo de racionalidad</b>
<p>¿Cómo determinas el precio del producto?</p> <p>¿En qué empleas la ganancia de tu trabajo?</p> <p>¿Estás satisfecho con lo que ganas a través de este trabajo?</p> <p>¿Te gustaría obtener mayores ingresos con tu trabajo? ¿Tienes alguna estrategia para ello?</p> <p>¿Te interesa crecer como unidad productiva o empresa? Si es así ¿Cómo lo harías?</p> <p>¿Cómo te proyectas en el futuro? ¿te imaginas haciendo lo mismo?</p>
<b>Tipos de vínculos</b>

<p>¿te relacionas con otros vendedores? ¿Para qué tipos de cosas te relacionas?</p> <p>¿Conoces iniciativas de grupos de comerciantes vinculados para solucionar los aspectos legales y burocráticos u otros con lo que deben lidiar . Si es así ¿Cuáles? ¿has participado? ¿Crees que cumplen una labor importante?</p> <p>¿Qué relación entablas con los compradores?</p> <p>¿conversas con ellos?</p> <p>¿Cómo ves a las personas que consumen tus productos? ¿crees que hay un tipo de personas que te compran o piensas que son todo tipos de personas?</p>
<p><b>Principios</b></p>
<p>¿Crees que la actividad que ejerces es un aporte para las personas</p> <p>¿Y para la sociedad?</p>
<p>¿Por qué en este lugar?</p> <p>¿Qué ventajas consideras que tiene el uso del espacio público? ¿preferirías vender en un recinto privado o tener una tienda?</p> <p>¿Existe conflicto entre los comerciantes ambulantes por el espacio público? ¿cómo resuelven el no ocupar el sitio de otros comerciantes?</p>

<p><b>Preguntas permisos municipales, servicio de impuestos y carabineros</b></p>
<p>¿Consideras que está bien que a los comerciantes ambulantes se les obligue a tener permisos municipales para vender?</p> <p>¿Conoces el procedimiento para pedir permiso para vender?</p> <p>¿Has hecho los trámites para pedir permiso municipal para vender? Si fue así ¿Cómo fue tu experiencia? ¿fue positivo o negativo? Si no fue así ¿por qué no lo hiciste?</p> <p>La alcaldesa Carolina Tohá el 2013 puso fin a los “autorizaciones para vender para quienes no contaban con permisos”, las llamadas “tolerancias” ¿Cuál es tu opinión con respecto a ello?</p> <p>¿Crees que deberían aumentar los permisos municipales para ejercer el comercio ambulante en la municipalidad?</p>
<p>¿Consideras que los comerciantes ambulantes deben pagar impuestos (impuesto a la renta e impuesto al valor adquirido)? ¿por qué?</p> <p>¿crees que hay ciertos tipos de comercio ambulantes que no debiesen estar obligados a pagar impuestos? ¿por qué?</p> <p>¿Has iniciado actividades en impuestos internos o has intentado hacerlo? Si es así ¿Cuál es tu experiencia? ¿fue positiva o negativa?</p> <p>Desde la CNC (cámara nacional de comercio, servicios y turismo) se afirma que el ejercicio del comercio ambulante es injusto ya no pagan impuestos o pagan impuestos menores en comparación a</p>



otros comerciantes de comercio establecidos ¿Qué piensas de ello? ¿crees que esa así? ¿consideras que ustedes están en una situación injustamente más favorable con respecto a los otros comerciantes?

Con los impuestos se financia al estado y se entregan beneficios sociales ¿consideras que accedes a estos beneficios social? ¿Qué piensas de ello?

¿te han reprimido o incautado la mercancía los carabineros? ¿Tienes alguna estrategia para lidiar con los carabineros?

¿A tu juicio cuál es la principal dificultad con la que debes lidiar para ejercer tu trabajo? ¿Cómo se podría solucionar?

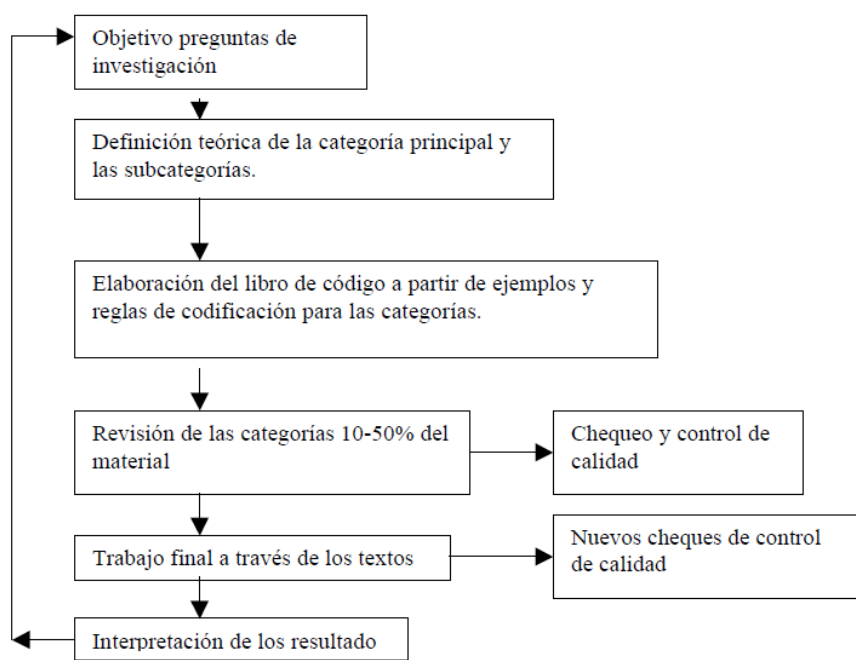
<b>Variables socio demográficas</b>	
<b>Educación</b>	Básica, media, superior, postgrado
<b>Salud</b>	FONASA, ISAPRE, nada
<b>Trabajo</b>	Trabajo asalariado, estudiante, solo trabajo en esto
<b>Vivienda</b>	Hacinamiento (habitaciones por casa y cantidad de personas en el hogar) Ser allegado Cuenta con servicios básicos Pavimentación
<b>Participación</b>	¿Pertenece o participa a algún partido político, organización político o social, junta de vecinos, grupo religioso?
<b>Ingreso per capita</b>	Ingreso en el hogar dividido por habitantes
<b>Comuna de residencia</b>	

Fuente: elaboración propia

### Anexo III. Esquema análisis de contenido

A continuación se presenta un esquema en dónde se observan los pasos a seguir al realizar un Análisis de Contenido de tipo deductivo:

Figura 8. Cómo realizar un análisis de contenido



Fuente: Mayring, 2000 adaptado por Andréu, 2010, p.34.

En el esquema se observa como primero se plantean las preguntas de investigación, posteriormente se definen las categorías y subcategorías a partir de la teoría, posteriormente se elabora un libro de códigos. Luego se hace un pre análisis en dónde se revisa entre un 10% y un 50% del texto para verificando que los códigos y categorías estén bien diseñados. Finalmente se interpretan la información y se elaboran los resultados, lo que permite responder la pregunta de la investigación.

#### **Anexo IV. Clasificación comerciantes de la municipalidad de Santiago**

Los comerciantes y prestadores de servicios que desarrollan su actividad en la vía pública se subdividen en los siguientes grupos según la ordenanza n° 59 de la municipalidad de Santiago grupos (N°59, 2014, pág. 16):

grupos A: ferias artesanales y comerciantes cerro Santa Lucía.

grupo B: ferias libres o ferias de chacareros

grupo C: maniseros y otros, fotógrafos, carros, quioscos (excepto diarios y revistas) y ambulantes.

Grupo D: quioscos de diarios y revistas.

## Anexo V. Características socio demográficas entrevistados

A continuación se presentan tres tablas en las que se describe a los veintisiete entrevistados. Las tablas se dividen por ubicación, en cada una de ellas se caracteriza a los comerciantes ambulantes según: sexo, rango etario<sup>25</sup>, si es inmigrante, educación<sup>26</sup>, si ejerce o no otra actividad laboral, el tipo de mercadería que venden y el lugar donde lo hacen.

Cuadro 10. Comerciantes de las ferias de plazas y parques

Entrevistado	Características	Mercancía	Lugar
<b>1.Hombre adulto</b>	Educación superior completa (diseñador), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Artículos de bicicletas	Parque Los Reyes
<b>2.Mujer adulta</b>	Educación superior completa (actriz y modelo de pinturas), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Jugos naturales (bici jugos)	Parque Los Reyes
<b>3.Hombre adulto</b>	Educación superior completa (ingeniero), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Libros y casetes usados	Parque Los Reyes
<b>4.Mujer adulta</b>	Educación superior completa (recursos humanos), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Servicio de pintura para niños	Plaza Brasil
<b>5.Mujer joven</b>	Educación superior completa (profesora de lenguaje), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Libros	Plaza Brasil
<b>6.Mujer adulta</b>	Educación superior (Cesante), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Ropa usada	Plaza Brasil
<b>7. Hombre adulto</b>	Educación superior completa (traducción inglés), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Ropa usada	Plaza Brasil

<sup>25</sup>Los rangos de edad para cada categoría son: joven (entre 14 y 25 años) Adulto joven (entre 25 y 40 años) Adulto (40 y 60 años).

<sup>26</sup>Los niveles de educación son: básica (Nunca asistió, Kínder/pre-kínder y Básica o primaria, media (Media común, Media técnico profesional y Humanidades) y superior (Centro formación técnica, Instituto profesional, Universitario, Postítulo /Magíster/Doctorado y Normalista)

<b>8. Mujer joven</b>	Educación media (estudiante), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Ropa usada	Plaza Yungay
<b>9. Mujer joven</b>	Educación superior incompleta (estudiante), no se dedica exclusivamente a esta actividad	Comida	Plaza Yungay

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Comerciantes ambulantes de las veredas

<b>Entrevistado</b>	<b>Características</b>	<b>Mercancía</b>	<b>Lugar</b>
<b>10. Mujer adulta joven inmigrante</b>	Educación media completa (Contabilidad), dedicada exclusivamente al comercio	Ropa	Alameda con Nataniel Cox
<b>11. Hombre adulto</b>	Educación superior completa (administración), dedicada exclusivamente al comercio ambulante	Artesanías	Alameda con Teatinos
<b>12. Hombre adulto</b>	Educación media incompleta, dedicada exclusivamente al comercio ambulante	Ropa para perros y lentes	Alameda con Teatinos
<b>13. Hombre adulto joven</b>	Educación media y curso de visitador médico, dedicado exclusivamente al comercio ambulante	Lentes	Portugal
<b>14. Hombre adulto</b>	Educación básica incompleta, dedicada exclusivamente al comercio ambulante	Artículos para el hogar	Portugal
<b>15. Hombre adulto joven</b>	Educación superior completa (licenciatura en Historia), dedicado exclusivamente al comercio ambulante	Hamburguesas de lentejas	Marcoleta
<b>16. Mujer adulta joven</b>	Educación superior incompleta (licenciatura en literatura), dedicado exclusivamente al comercio ambulante	Fajitas vegetarianas	Marcoleta
<b>17. Mujer adulta</b>	Educación básica incompleta, dedicada exclusivamente al comercio ambulante	Confites y pañuelos	Portugal
<b>18. Mujer adulta inmigrante</b>	Educación media completa y curso de cuidado de adulto mayor, dedicada exclusivamente al comercio ambulante	Accesorios mujer	República
<b>19. Mujer joven</b>	Educación media incompleta (estudiante), no dedicada exclusivamente al comercio	Hamburguesas de soya y artesanías	República
<b>20. Hombre joven</b>	Educación superior incompleta (estudiante),	Hamburguesas de	República

	no dedicado exclusivamente al comercio	soya	
<b>21. Hombre adulto</b>	Educación media completa, dedicado exclusivamente al comercio ambulante	Artesanías	Lastarria

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Coleros de ferias libres

<b>Entrevistado</b>	<b>Características</b>	<b>Mercancía</b>	<b>Lugar</b>
<b>22. Adulto joven inmigrante</b>	Educación superior incompleta (derecho), dedicado exclusivamente al comercio	Útiles de aseo	Calle Santa Victoria
<b>23. Mujer adulta inmigrante</b>	No hay información sobre su educación (servicio domestico), no se dedica exclusivamente al comercio	Ropa usada	Calle Santa Victoria
<b>24. Mujer adulta inmigrante</b>	Educación media completa(diseñadora de vestuario), dedicada exclusivamente al comercio	Artículos y ropa nuevos	Calle Santa Victoria
<b>25. Hombre adulto inmigrante</b>	Educación media completa, dedicado exclusivamente a vender	Herramientas y artículos usados	Calle Santa Victoria
<b>26. Hombre adulto joven</b>	Educación superior incompleta (geografía), dedicado exclusivamente a vender	Vendedor de yerba Mate	Calle Argomedo
<b>27. Mujer adulta dirigente sindicato coleros</b>	Educación media completa, dedicada exclusivamente a vender	Ropa interior	Calle Argomedo

Fuente: elaboración propia