

"DIAGNOSTICO SOCIOECONOMICO DE LOS VENDEDORES  
INFORMALES DE LA CIUDAD DE SAN JOSE".

Antrop. Carmen Murillo Chaverri.

Introducción.

Al finalizar el año 1984, con ocasión de la temporada navideña, la ciudad de San José experimenta una proliferación inusual de vendedores callejeros que, desplegando sus actividades en improvisadas instalaciones o bien mediante la deambulación, ofrecían las más diversas mercancías a los transeúntes de las principales arterias de la capital.

La actividad del comercio informal, que en la gran mayoría de los casos se desarrollaba sin contar con los permisos municipales correspondientes, desató una oleada de protestas y presiones por parte del comercio establecido, que demandaban acciones gubernamentales tendientes a la erradicación del "problema", considerado como lesivo a sus intereses.

Por su parte los comerciantes informales, de manera individual o a través de alguno de dos sindicatos existentes, clamaban por su derecho al trabajo y por el respeto al principio de la tolerancia que, de manera consuetudinaria, ha posibilitado cada fin de año, la presencia de vendedores en las calles al margen de la ley de regulación de las ventas callejeras vigentes desde 1981.

Los reclamos cada vez más fuertes de los distintos grupos de presión involucrados, crearon un tenso clima que generó, entre otras cosas, pronunciamientos públicos y amenazas de procesamiento judicial a funcionarios gubernamentales por parte de la Cámara de Comercio, enfrentamientos entre los vendedores callejeros y la policía en tres oportunidades y hasta fricciones entre el Gobierno central y el Gobierno local, al ser este último directamente presionado por las demandas del comercio formal.

Las medidas provisionales que se tmaron en ese entonces, resumidas en el Plan de Reordenamiento de las Ventas Callejeras, lograron controlar la situación hasta el término de la época navideña, al ubicar a la mayoría de los vendedores no patentados **en diferentes parques** de la ciudad.

Ante los acontecimientos, se efectuó en el mes de diciembre de 1984, un diagnóstico con el objeto de aportar conocimiento actualizado

de la situación socioeconómica del vendedor callejero, así como de apoyar la definición de estrategias de intervención institucional en la problemática diagnosticada.

El estudio fue realizado a petición expresa del Gobierno Central y contó con el patrocinio de la fundación Save the Children. El Centro de Capacitación para el Desarrollo -CECADE-, coordinó el presente esfuerzo investigativo y es responsable del desarrollo de una segunda etapa de trabajo práctico, en conjunto con varias instituciones gubernamentales. El Diagnóstico contó con la valiosa asistencia de los antropólogos Brs. Ricardo Martínez, José Ramírez y Doris Villalobos.

### Metodología.

Atendiendo a la finalidad de diagnosticar la situación socioeconómica de los vendedores callejeros y en concordancia con la naturaleza del grupo en estudio, los recursos y tiempo de que se dispuso, la estrategia metodológica empleada se desarrolló en cinco etapas.

1. Primera etapa: caracterización inicial y delimitación cuantitativa y espacial de la población en estudio.

Durante esta etapa los esfuerzos del equipo se dirigieron al establecimiento de una estimación del número de vendedores informales en las calles de San José, así como de su ubicación y característica más evidente fundamentales. El procedimiento anterior se justifica en la inexistencia de censos u otra información actualizada y fidedigna de la actividad económica en estudio.

Inicialmente, se recorrieron las principales vías de la capital para ubicar y conocer a través de la observación, la magnitud del fenómeno y en las áreas de concentración de vendedores. Asimismo se efectuó una descripción general de las principales características de las ventas callejeras y de los vendedores que las atendían.

Posteriormente fue levantado un Croquis del área comercial de la ciudad de San José (ver Croquis Nº 1), donde se especificó la ubicación de las ventas callejeras, el tipo de mercancía ofrecidas y el carácter de la venta, según fuese estacionaria o ambulante, es decir, según se contase o no con instalaciones fijas (chinamos, puesto o tramo).

La aproximación inicial permitió por otra parte, delimitar las unidades de análisis y por otra parte; efectuar una estimación del

número y la proporción de los diferentes vendedores.

Las unidades de análisis consideradas fueron la del trabajador individual para el caso del vendedor ambulante, y la del puesto, para el vendedor estacionario. La razón de esta escogencia radicó en el hecho de que, según lo percibido en la observación inicial, los puestos suelen albergar simultáneamente o consecutivamente, a más de un trabajador. Dado que el interés del diagnóstico apunta al conocimiento de la dinámica comercial paralelo a la situación de empleo que genera, se consideró conveniente **no abordar** más de un informante por puesto. La escogencia del puesto como unidad de análisis para el caso de los vendedores estacionarios permitió conocer no solo la situación laboral del entrevistado sino además la de las personas que comparten con éste el local.

En lo referente a la estimación del número de vendedores callejeros, se utilizó el siguiente procedimiento: se contabilizó el número de puestos, elevándose la cifra a 395 en el área cubierta. Estimando el área no cubierta por la prospección, el número se redondeó a 450 puestos de vendedores estacionarios. Establecida esta cifra, se calculó un promedio de dos vendedores por local, por lo que la estimación de vendedores estacionarios ascendió a 900.

El cálculo de los vendedores ambulantes se efectuó con base en dos conteos efectuados a lo largo de la Avenida Central que es el sector de mayor concentración de vendedores de este tipo, arrojando cifras cercanas a los 250 casos. Por esta circunstancia, la estimación de vendedores ambulantes se fijó en 300.

De la manera anterior, el número total de vendedores callejeros se calculó en 1200. Aunque la cifra es considerada como cercana a la realidad, no se trata de un número absoluto sino de una cuantificación aproximada para considerar a su luz, la representatividad del diagnóstico.

Resulta necesario aclarar además que la población en estudio es sumamente fluctuante, en términos de traslados de la venta y cambios en las existencias ofrecidas, dependiendo de la demanda y de las restricciones legales que se apliquen.

2. Segunda etapa: Escogencia de la muestra.

La muestra se estableció abordando un 10% de la estimación lograda mediante el procedimiento descrito, alcanzando una cifra de 120

vendedores callejeros.

Guardando las proporciones observadas se estableció que de este número, un 70% correspondería a vendedores estacionarios y el 30% restante a vendedores ambulantes. De esta manera, las cifras se fijaron en 84 y 36 vendedores, respectivamente. Cabe observar, no obstante que por decisión adoptada durante el trabajo, respecto a dos casos que presentaban ambas condiciones, estas cifras finalmente establecieron en 82 vendedores estacionarios y 38 vendedores ambulantes.

Considerando que el tipo de mercancías expendidas se constituye un factor relevante en la situación diferencial de las ventas, se establecieron 7 categorías de clasificación de las mercancías y se asignaron cuotas de informantes en cada una de ellas según las proporciones observadas.

Para la escogencia de los vendedores a encuestar, se utilizó como criterio general, abordar al tercer caso encontrado, ésto sin alterar las cuotas asignadas previamente a los distintos artículos expendidos en la calle.

### 3. Tercera etapa: Confección y aplicación del cuestionario.

El objetivo de esta etapa, consistió en la obtención de información general acerca de las ventas callejeras y de sus actores que fue logrado mediante la aplicación a la totalidad de la muestra, del "Cuestionario sobre condiciones Socioeconómicas de los vendedores Informales de la ciudad de San José".

La confección de este instrumento giró en torno a 4 variables, a saber: empleo, organización económica de la venta, características familiares de los vendedores y estado de la organización del gremio.

El cuestionario fue probado, evaluado y corregido antes de ser aprobada su versión definitiva.

### 4. Cuarta etapa: Confección y aplicación de guía de entrevista semi-estructurada.

Con miras a profundizar y ampliar la información obtenida a través de los 120 cuestionarios se escogieron 12 casos representativos, para ser abordados mediante entrevista semi estructurada.

Para la selección de los casos se observó una cuota proporcional a la representatividad de la muestra en lo referente a vendedores ambulantes estacionarios y al tipo de mercancías expendidas. Como criterio adicional se consideró la existencia de información completa so

bre ingreso y movimiento económico de la venta, se contempló además la representatividad de las frecuencias observadas en lo referente a ingreso percibido en la actividad. Estas informaciones fueron obtenidas mediante el cuestionario.

Los tres tópicos que guiaron la entrevista, fueron la profundización en el conocimiento de la calidad de vida de los vendedores, la historia de vida ocupacional del informante y la perspectiva de empleo futuro.

#### 5. Quinta etapa: Sistematización de datos.

La información obtenida a través de los cuestionarios y las entrevistas, así como de los diarios de campo que se llevaron, fue procesada de forma manual.

### Presentación de los resultados.

#### 1. Caracterización de los vendedores callejeros.

Los vendedores callejeros de la ciudad de San José pertenecen en su gran mayoría a la población económicamente activa, aunque existe una proporción significativa de niños vendedores y en menor medida, de ancianos.

El 84% de los vendedores ambulantes pertenecen al sexo masculino, mientras que en las ventas estacionarias prevalecen ligeramente las mujeres respecto a los hombres.

El 70% de los informantes contemplados en la muestra de 120 vendedores, son jefes de familia. Una cuarta parte de éstos son mujeres. **Proporcionalmente a los varones, se deducan a vender en calles un número mayor de mujeres en condición de solteras, separadas o viudas.**

El estudio pone de manifiesto un bajo nivel de educación formal entre los vendedores callejeros. De éstos, el 70% no tiene más estudios que la escuela primaria, mientras que los vendedores sin ningún estudio o con primaria incompleta, conforman el 51% de la muestra. Solamente dos de cada cien vendedores han completado sus estudios secundarios. En términos generales se nota una amplia tendencia hacia la deserción escolar, así como la inexistencia casi absoluta de educación técnica y vocacional.

La experiencia laboral de los vendedores callejeros se concentra en el sector terciario urbano, con categorías de ocupación principalmente por cuenta propia, aunque también bajo las formas de asalariamien

to y de trabajo familiar no pagado, como apoyo a sus progenitores. A este respecto, se nota una tendencia a la continuidad generacional en el sector servicios.

La gama de ocupaciones en este sector es amplísima, pudiendo señalarse a manera de ilustración la venta de lotería, compra y venta de botellas y periódicos usados, vigilancia de automóviles, venta de frutas y verduras, labores de jardinería, venta de diarios, acarreo de bultos, lustrado de zapatos, etc.

En la historia ocupacional de estos vendedores, las actividades en el sector primario de la economía resultan poco relevantes; de existir, se ubican en las etapas iniciales de su record laboral y suelen ser asalariadas.

La experiencia en el sector industrial, resulta ser más amplia que la anterior, pero no vería el énfasis acusado en el sector servicios. Asimismo, hay ausencia de una tradición artesanal entre los vendedores, por lo que su trayectoria se circunscribe a la condición de asalariados industriales.

Resulta especialmente interesante destacar que el 32.5% de los comerciantes callejeros han hecho de la venta informal, la única ocupación desempeñada a lo largo de sus vidas.

El desempeño del comercio informal, de forma permanente u ocasional, es también prolongado, de manera que las tres cuartas partes de los vendedores estudiados tienen más de tres años de laborar como tales en las calles. Como contraste, solamente el 8% incursionaba por primera vez como vendedor en el espacio urbano.

No obstante lo anterior, el estudio señala que un 35% de los vendedores tiene de uno a menos de seis años de ejercer el oficio. El período de tiempo en que se observa este importante crecimiento coincide con la fase de agudización de la crisis económica que vive el país, por lo que puede señalarse a ésta como un factor causal del incremento.

A lo largo de la historia ocupacional, se ubicaron lapsos de desempleo en casi la totalidad de los casos estudiados. Aunque el subempleo resulta difícil de detectar, es factible pensar en una alta incidencia del mismo, por las características del empleo en servicios urbanos.

Las motivaciones para laborar como vendedor callejero, confirman

lo señalado al destacar en primero y segundo lugar respectivamente, los hechos de no tener otro empleo y de buscar ubicarse en una actividad más remunerativa que otras ocupaciones que eventualmente pudiesen desempeñar.

Otro elemento que motiva el dedicarse por temporadas al comercio informal, lo constituye el aportar ingresos suplementarios a la economía familiar. Este criterio fue externado principalmente por mujeres con esposo o compañero.

Resulta pertinente señalar además que en la población de vendedores se detectaron algunos casos de antecedentes psiquiátricos, penales, de minusvalidez por accidentes laborales y de salud en general que, a juicio de los entrevistados, les dificulta la obtención de otro tipo de empleo.

## 2. Organización del comercio informal.

El 85% de los vendedores estudiados carecen de patente municipal que respalde su actividad, por lo que literalmente trabajan al margen de la ley.

Las instalaciones utilizadas por este grupo de vendedores se caracterizan por ser construidas principalmente con materiales de deshecho, para el caso de los vendedores estacionarios. Aquellos trabajadores no patentados que deambulan, utilizan limitados recursos como manteles plásticos, cajas de cartón o canastos, que les facilitan un rápido desplazamiento en caso de cercanía de autoridades policiales.

Los vendedores estacionarios patentados, ubicados en diferentes esquinas de la ciudad, cuentan con instalaciones mejor condicionadas para el desempeño de su actividad económica.

La gama de mercancías ofrecidas en venta en las calles, es sumamente diversa. Entre ellas pueden citarse ropa de mujer y niños, juguetes, periódicos y lotería, frutas importadas, frutas y legumbres de producción nacional, comida preparada, artesanías, baratijas varias y una serie de artículos propios de la época navideña tales como tarjetas, adornos para portal, papel de regalo, confetti, etc.

Los vendedores informales pueden dedicarse a la actividad, con o sin necesidad de aportar una inversión inicial. En caso de carecer de recursos económicos para comprar la mercadería, resulta necesario obtenerla mediante el crédito o la consignación. La amistad, confianza o en su defecto, la recomendación informal, son los criterios de escogen



cia de los vendedores por parte del proveedor.

Estas situaciones refuerzan los lazos de dependencia respecto al proveedor, que suele ser un comercio establecido. La presencia más clara de intermediarios se evidencia en aquellas líneas de mayor valor, como manzanas, ropa y juguetes.

Es necesario destacar que la actividad del comercio informal resulta beneficiosa a algunos establecimientos de comercio formal, por cuanto por una parte, permite ampliar el radio de colocación de las mercancías y por otra parte, les posibilita despejar de sus existencias los saldos de mercaderías, al ofrecerlas en consignación, crédito o con descuento al vendedor de la calle.

Respecto al comportamiento económico de la venta, no obstante en contrarse fundamentados en los cálculos efectuados por los vendedores al momento de ser interpelados y no con base en un registro sistemático del movimiento económico de la venta, se presentan algunas tendencias interesantes que a continuación se señalan.

El tiempo de recuperación del dinero invertido es corto, lo que denota una actividad comercial muy dinámica.

Los egresos o gastos propios de la actividad económica, son muy poco significativos dentro del balance general.

Los ingresos son variables, oscilando entre los \$400 y los \$3.500 semanales, aunque la tendencia se sitúa alrededor de los \$1.600. Estas cantidades en ocasiones deben ser compartidas con uno o más socios.

Los ingresos, aunque tienden a situarse por encima del salario mínimo, en realidad constituyen montos sumamente fluctuantes, dependiendo de los días de "buena" o "mala" venta. Además, responden a jornadas laborales muy superiores a la convencional.

En efecto, el vendedor callejero trabaja diariamente un promedio de 11 horas 15 minutos y el 81% de éstos labora los 7 días de la semana durante la época navideña.

Los ingresos obtenidos se dedican prioritariamente a la compra de bienes y servicios de subsistencia. Otra parte de éstos suele dedicarse a la re inversión en el negocio. El pago de alquiler o amortización de la vivienda, también representa un renglón importante al que se destina el ingreso, mientras que, en algunos casos, éste se constituye en ahorro para afrontar la compra de uniformes o implementos escolares o bien la manutención de la familia ante inminentes períodos de desempleo durante los primeros meses del año.



### 3. Consideraciones finales.

El fenómeno de las ventas callejeras no constituye un problema reciente, aunque se ha visto acentuado en los últimos años.

Su carácter estructural encuentra explicación en la organización de la economía nacional y en particular, en la crisis experimentada por ésta en los últimos años. Estas situaciones han representado un factor de deterioro creciente en las condiciones de vida de los sectores menos favorecidos de la sociedad costarricense.

El incremento progresivo en los costos de los bienes y servicios de consumo básico, seguido de una reducción en la capacidad adquisitiva de la moneda y sobre todo, el desempleo y subempleo que propicia esta situación, han generado una importante contracción en las oportunidades de estos sectores a optar por ocupaciones que les reporten un ingreso acorde a las necesidades familiares.

Ante las dificultades de crecimiento del empleo en los sectores primario y secundario de la **economía, los servicios de diversa índole**, desarrollados por cuenta propia, aparecen como refugio de una gran cantidad de población urbana, que se incrementa rápidamente.

Esta alternativa de solución al problema ocupacional, resulta, sin embargo, sumamente incierta para los trabajadores, ya que las oportunidades de trabajo en este sector suelen ser fluctuantes a lo largo del año, en especial para la actividad del comercio informal.

Los amplios antecedentes laborales de la población de los vendedores callejeros, en el sector terciario, encuentran explicación en el hecho de contar con un bajo nivel de capacitación formal y en la circunstancia de ser desposeídos de los recursos materiales necesarios para su desempeño por cuenta propia en otros sectores.

La escasa monta de la inversión inicial o la ausencia de este requisito, así como la capacitación informal que pudo aprender en el contexto familiar y social, constituyen otras razones que aclaran la orientación de esta población hacia el comercio informal, como estrategia para su reproducción.

De manera puntual, puede afirmarse que el desempleo y subempleo constituyen factores inherentes al ámbito de los comerciantes callejeros.

En el desempeño de la actividad a lo largo del año, e inclusive en la época navideña, las posibilidades de obtención de ingresos en

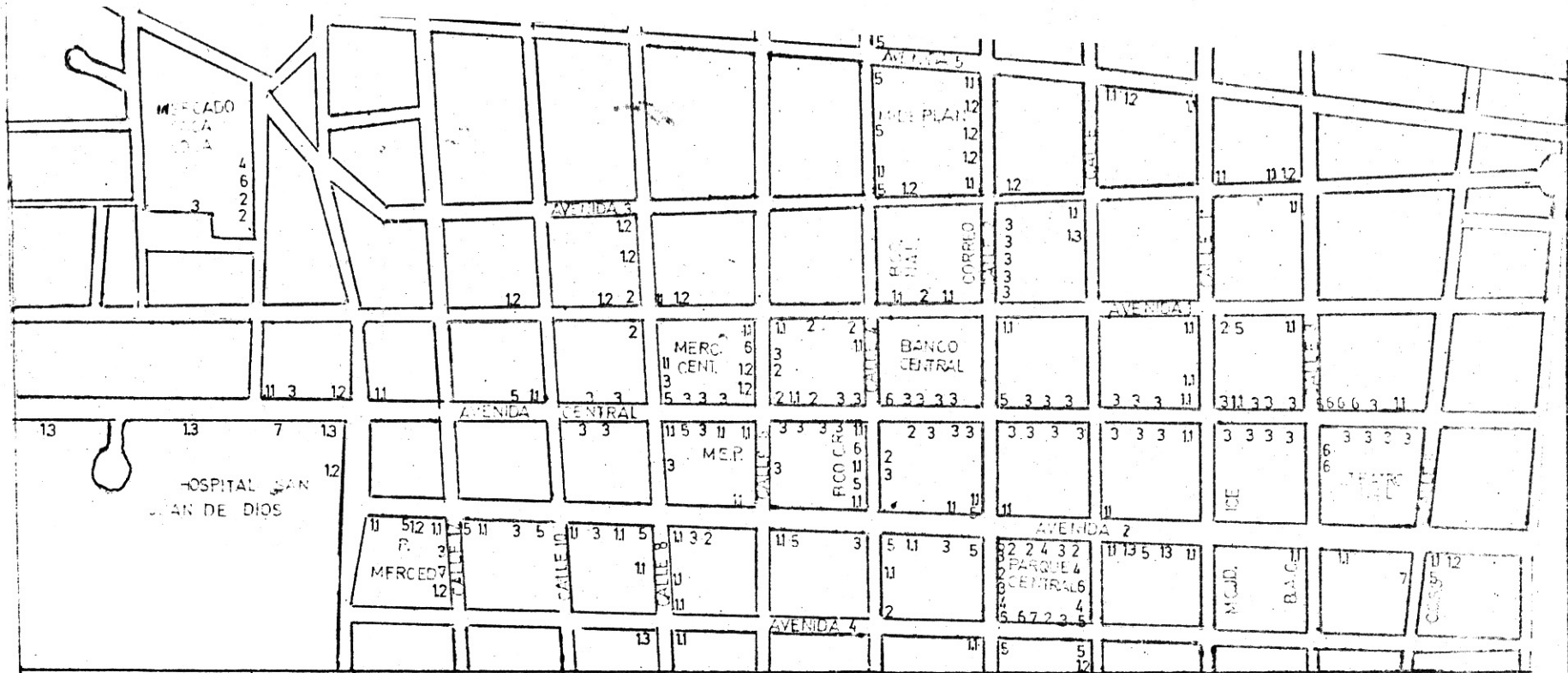
cantidades suficientes para la reproducción integral del vendedor y su familia, son en general aleatorias. Por esto, resulta factible esperar modificaciones tanto positivas como negativas, en la diversidad de situaciones económicas observadas. Asimismo, es posible suponer como remota, la factibilidad de incremento sostenido en las ganancias durante el año.

La actividad resulta ser, con algunas excepciones, una labor prioritariamente de subsistencia, que representa en la mayoría de ocasiones, el único o principal ingreso de la economía familiar.

Los márgenes de utilidad obtenidos por la venta informal de mercancías, debe en realidad ser compartida con los restantes eslabones comerciales en los que se engarza, vale decir, los proveedores establecidos. Al ser el vendedor informal el último eslabón de esta cadena antes de llegar al consumidor directo, difícilmente se encuentra en libertad de fijar a su antojo sus márgenes de beneficio. Por esto debe plegarse, en última instancia a la distribución de la ganancia comercial, efectuada fuera de su ámbito de acción.

Resulta necesario considerar además que ciertos sectores del comercio establecido y en especial los distribuidores de líneas como ropa y frutas importadas, se ven altamente beneficiados con las actividades del comercio informal.

Las consideraciones anteriores permiten plantear que dado que el fenómeno ha ido acelerándose en los últimos años, es perentorio abordar esta situación mediante políticas integrales de corto y de largo plazo, que se sustenten en un verdadero entendimiento de la situación económica y social de esta población de comerciantes informales y no en estereotipos contruidos a la sombra de intereses ajenos a éstos.



1- COMESTIBLES:

- 1.1 Frutas importadas
- 1.2 Frutas nacionales y verduras
- 1.3 Golosinas y comidas preparadas

2- ROPA

3- ARTICULOS NAVIDEÑOS

4- JUGUETES

5- PERIODICOS, REVISTAS, LOTERIA.

6- ARTESANIAS VARIAS

7- OTROS BIENES MANUFACTURADOS

Dibujo: J.R.

