POR FAVOR AL CONTESTAR CITE EL No. DEL RADICADO
IPES - Correspondencia Administrativa- ENVIADAS
Radicado: 00110-816- 013599
Fecha: 07/10/2020 - 04:08 PM
Remitente: LIBARDO ASPRILLA LARA
Destinatario: CONCEJO DE BOGOTA D.C

110701

Bogotá, D.C.

Honorable Concejala
LUCIA BASTIDAS UBATÉ
Concejal de Bogotá
jguinand@concejobogota.gov.co
Bogotá D.C.

Asunto: Respuesta Radicado IPES No. 00110-812-012440

Respetada Concejala Lucia:

En atención al asunto de la referencia, correspondiente a la solicitud allegada a esta entidad bajo radicado IPES No. 00110-812-012440 de fecha Septiembre 24 de 2020, dentro del marco de las competencias atribuidas por el artículo 79 del Acuerdo 257 de 2006 al Instituto para la Economía Social - IPES- y la misión definida por la entidad, la cual consiste en "*Aportar al desarrollo económico de la ciudad mediante la oferta de alternativas de generación de ingresos a la población de la economía informal que ejerce sus actividades en el espacio público, enfocadas a la formación, el emprendimiento, el fortalecimiento empresarial y la gestión de plataformas comerciales competitivas; así como administrar y desarrollar acciones de fortalecimiento del Sistema Distrital de Plazas de Mercado*", de manera atenta, me permito dar respuesta en los siguientes términos:

En cuanto a su solicitud sobre rendir "(…) un informe detallado de cada una de las entidades responsables de la ocupación indebida del espacio público (…)", se informa que el Instituto para la Economía Social -IPES, en aras de evitar aglomeraciones de vendedores informales en el eje vial de la carrera séptima, implementó una estrategia integral de intervención fundamentada en la obligación de velar por la salud de las personas en condición de vulnerabilidad que ejercen su actividad comercial en el espacio público, desarrollada mediante tres componentes fundamentales, los cuales se relacionan a continuación:

1) **Diálogo Social y la participación**: Como herramienta clave para lograr acuerdos legítimos con todos los actores, basados en entender

Calle 73 N° 11-66
PBX. (+57) 2976030
Línea Gratuita
018000124737
www.ipes.gov.co

los roles, relaciones complejas e intereses entre todos ellos para la mitigación del contagio y la reactivación económica.

2) **Rutas de atención construidas a la medida**: De acuerdo con la información de la Entidad, el 68% de vendedores informales quiere continuar en el negocio de las ventas informales o ser relocalizados, el 22 % quiere dejar las ventas informales y moverse a otro tipo de negocio y un 11% quiere obtener un empleo.

3) **Cooperación de las Entidades**: Las Entidades públicas son un pilar fundamental para establecer acciones interinstitucionales capaces de hacer intervenciones replicables, escalables y sostenibles en el tiempo.

En este sentido, es imperativo tener rutas a la medida para lograr una reconversión laboral, comercial o productiva de los vendedores informales y un aprovechamiento económico regulado y sostenible del espacio público con enfoque de transitoriedad a la formalidad, serán prioridades de la estrategia para la reactivación económica en la nueva normalidad. De esta forma, cualquier ruta que contemple la relocalización debe pensarse desde el producto que comercializan varias personas (enfoque colectivo) y su real posibilidad de articulación con mercados o cadenas de valor existentes.

Para que estas rutas a la medida funcionen, debe cumplirse con el principio de transitoriedad; es decir, estas rutas deben tener claramente definidos los tiempos que cada beneficiario o grupo de beneficiario deben estar en cada ruta; así mismo, deben afinarse los criterios de ingreso, permanencia y egreso de los beneficiario para cada ruta, de no ser así, no podría cumplirse con la transitoriedad hacia la formalidad y las rutas serían poco sostenibles en el tiempo y con una altísima recurrencia en el gasto para el IPES, lo cual haría ineficiente e insostenible los servicios pues se enfrentarían a una situación con oferta estática (limitada) y una demanda creciente.

Actualmente, el IPES se encuentra ajustando los servicios para adaptarlos de forma integral a las necesidades y requerimientos de la estrategia y de las rutas integrales que se describen a continuación:

ORGANIZACIÓN Y RELOCALIZACIÓN EN ESPACIOS PLANIFICADOS

La organización no puede ser entendida como el simple ejercicio de sacar a las personas del espacio público sin considerar la pertinencia económica y la lógica del mercado. No todos los vendedores informales serán proscritos del espacio público; en tal sentido, el urbanismo táctico facilita opciones viables

Calle 73 N° 11-66
PBX. (+57) 2976030
Línea Gratuita
018000124737
www.ipes.gov.co

de cara a la nueva realidad. Reconociendo que la tenencia de local es una de las rentas urbanas que más puede afectar el comercio, esta ruta plantea el traslado organizado y planificado de los vendedores de productos de consumo duradero a puestos libres ubicados en la infraestructura de la REDEP, las Plazas Distritales de Mercado y otros que, de manera específica, considere la intervención.

EMPRENDIMIENTO

Busca generar en el vendedor informal la actitud y aptitud para iniciar, bajo el concepto de rentabilidad, un nuevo proyecto, desarrollo de nuevos productos o innovación de estos, a través de ideas y oportunidades. Plantea el acceso a activos incluyendo asistencia técnica, servicios de desarrollo empresarial y servicios financieros tales como microcrédito y microseguros.

ASOCIATIVIDAD Y FORTALECIMIENTO A LA PARTICIPACION

El fortalecimiento del capital social y de las relaciones sociales basadas en la confianza, la reciprocidad y la cooperación se constituyen en una alternativa al desarrollo social y económico de los vendedores informales, pero también la apertura de canales formales de participación incidente en la co-creación de políticas públicas e intervenciones sobre la informalidad.

MICROFINANZAS Y ACCESO A LIQUIDEZ

Esta ruta se orienta a fomentar la educación financiera y a reducir las restricciones crediticias que incrementan la vulnerabilidad de esta población y disminuyen sus oportunidades de generación de ingresos y, por tanto, de salir de la pobreza. Se establece como aliados a la banca informal especializada en la financiación de micro negocios (banco de la Mujer, compartir, etc.) con la cual ha trabajado el IPES.

GESTION Y COLOCACION DE EMPLEO

Son servicios destinados a vincular ofertas y demandas de empleo, o aquellos relacionados con la búsqueda de empleo, o que asociados a los de vinculación de la oferta y demanda de empleo, tengan por finalidad mejorar las condiciones de empleabilidad de los oferentes. Incluye actividades como orientación, capacitación e intermediación laboral.

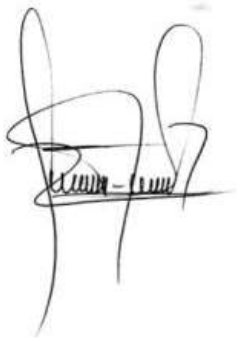
FORMACION PARA EL TRABAJO

Calle 73 N° 11-66
PBX. (+57) 2976030
Línea Gratuita
018000124737
www.ipes.gov.co

Es un servicio que busca complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales, conduciendo a la obtención de certificados en aptitud ocupacional. Comprende la formación permanente, personal, social y cultural, que se fundamenta en una concepción integral de la persona, que una institución organiza en un proyecto educativo institucional y que estructura en currículos flexibles sin sujeción al sistema de niveles y grados propios de la educación formal.

No obstante, lo anterior, se adjunta a la presente respuesta la cartilla completa sobre la estrategia integral sobre la venta informal en la carrera séptima de Bogotá realizada por el Instituto para la Economía Social-IPES.

Cordialmente,



LIBARDO ASPRILLA LARA
Director General

Anexo: ESTRATEGIA CR7, treinta y ocho (38) folios.

	NOMBRE, CARGO O CONTRATO	FIRMA	FECHA
Elaboró	Leonidas Jiménez -contratista SGRSI	ORIGINAL FIRMADO	05/10/2020
Revisó	María Isabel Valencia –contratista SGRSI	ORIGINAL FIRMADO	05/10/2020
Aprobó	Luz Nereyda Moreno Mosquera-Subdirectora SGRSI	ORIGINAL FIRMADO	05/10/2020
Revisó	Luis Fernando Ulloa-Asesor Dirección General	ORIGINAL FIRMADO	05/10/2020
Revisó	Nathanael Kennedy Machado-Asesor Dirección General	ORIGINAL FIRMADO	06/10/2020
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes y por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad, lo presentamos para firma del Director General del Instituto para la Economía Social IPES.			

Calle 73 N° 11-66
PBX. (+57) 2976030
Línea Gratuita
018000124737
www.ipes.gov.co

Ventas informales en la Carrera 7



Más allá de la tensión entre espacio público
y mínimo vital[1]

“Una estrategia integral sobre las ventas informales en la Carrera 7 de Bogotá”

Septiembre de 2020

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
INSTITUTO PARA LA ECONOMÍA SOCIAL
BOGOTÁ

Instituto para la Economía Social-IPES
Bogotá, D.C., septiembre de 2020
Derechos Reservados de Propiedad del IPES. Alcaldía Mayor de Bogotá

INSTITUTO PARA LA ECONOMÍA SOCIAL –IPES
Libardo Asprilla Lara
Director General

Luz Nereyda Moreno Mosquera
Subdirectora de Gestión Redes Sociales e Informalidad

Cristian Felipe González
Subdirector de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización

Martha Elizabeth Triana Laverde
Subdirectora de Formación y Empleabilidad

Fátima Verónica Quintero Núñez
Subdirectora de Diseño y Análisis Estratégico

Gloria Josefína Celis Jutinico
Subdirectora Administrativa y Financiera

Diana Cecilia Gálvez Roa
Subdirectora Jurídica y de Contratación

Betsy Aceneth Andrade Sánchez
Jefe Asesora de Comunicaciones

Carmen Elena Beltrán Andrade
Asesora de Control Interno

Estructuración, investigación y elaboración
Alberto Castañeda Cordy
Javier Fernando Mora Andrade
Asesores de la Dirección General del IPES

Diseño y diagramación
Diego Andrés Urrea Palacios
Oficina de Comunicaciones IPES

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | INSTITUTO PARA LA ECONOMÍA SOCIAL | BOGOTÁ

Índice

Introducción 1

Contexto 2

Diagnóstico 5

Estrategia de Intervención Integral 13

- Rutas de la estrategia 16
- Organización y relocalización en espacios planificados 16
- Emprendimiento 17
- Asociatividad y fortalecimiento a la participación 18
- Microfinanzas y acceso a liquidez 19
- Gestión y colocación de empleo 19
- Formación para el trabajo 20

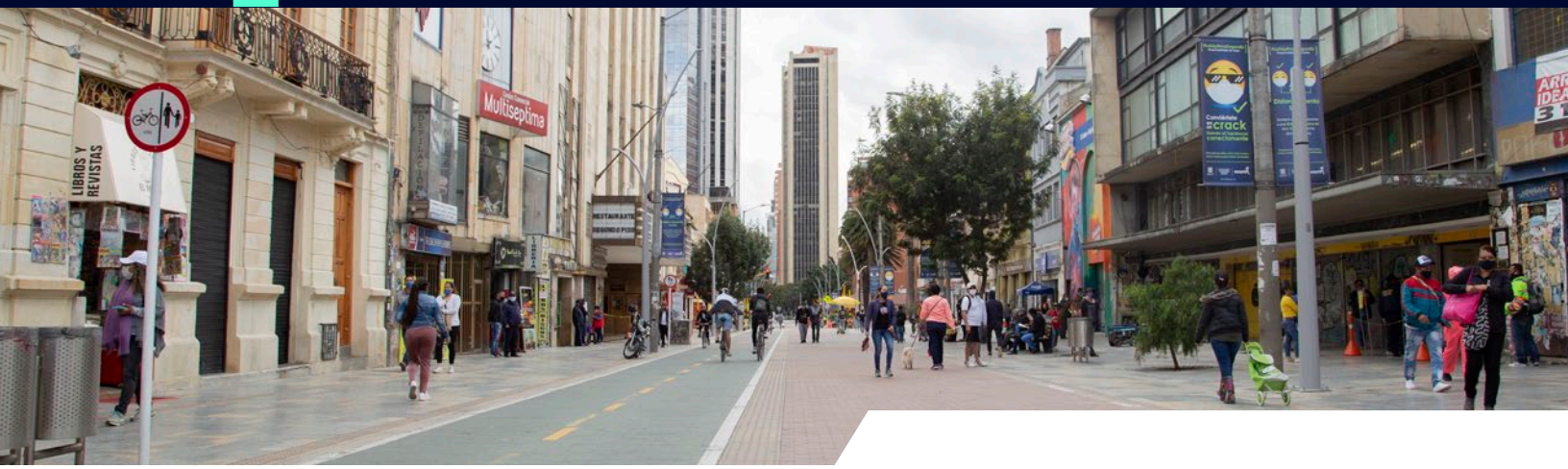
Factores Críticos de Éxito 22

- Perfilación 22
- Uso de tecnología 23
- Diálogo con participación 23
- Acceso a liquidez 24

Referencias 25

Anexo: Avances y logros de la estrategia (julio de 2020) 26

1 Introducción



La ocupación indebida del espacio público en uno de los ejes viales más simbólicos del país, como lo es la Carrera 7 en la ciudad de Bogotá, especialmente el tramo entre las calles 9 y 24, ha sido uno de los principales desafíos de las administraciones de la ciudad. Así lo confirma el hecho de que hoy el tema llame la atención de los medios de comunicación y que varios actores sigan denunciando esta situación. Aunque desde el año 2004 el corredor haya sido declarado como "espacio recuperado", la institucionalidad no había podido mantener las condiciones de dicha recuperación.

El abordaje que ha tenido la ciudad frente al fenómeno de las ventas informales en la Carrera 7, ha tenido un enfoque basado en la recuperación del espacio público, dejando como subsidiarias las intervenciones desde el punto de vista de la racionalidad económica. En este documento se argumenta que:

> **Si el problema se aborda con intervenciones que promueven la inclusión productiva (laboral o comercial) y desde la racionalidad económica, se podrá gestionar de forma efectiva la tensión aparente que se ha generado entre el derecho al mínimo vital y el derecho al uso y disfrute del espacio público.**

2 Contexto



Las ventas informales en el espacio público son un fenómeno propio de las ciudades; en este sentido, la capacidad de la economía urbana para generar alternativas al desempleo y la capacidad institucional de regular eficiente y apropiadamente el uso económico del espacio público son determinantes al tamaño y dinamismo de este fenómeno.

Si bien las ventas informales representan una de las problemáticas más asentadas, se debe partir del reconocimiento que eliminarlas son un imposible social, económico y cultural. La política pública debe reconocer el papel de la economía informal como parte del desarrollo económico local y a su vez, la facultad de gobernabilidad del espacio público por parte de la administración local y distrital para preservarlo como derecho colectivo[2] (IPES, 2020).

---

[1] Documento Preparado por Alberto Castañeda Cordy y Javier Fernando Mora Andrade, asesores de la Dirección General del IPES. Agosto de 2020.

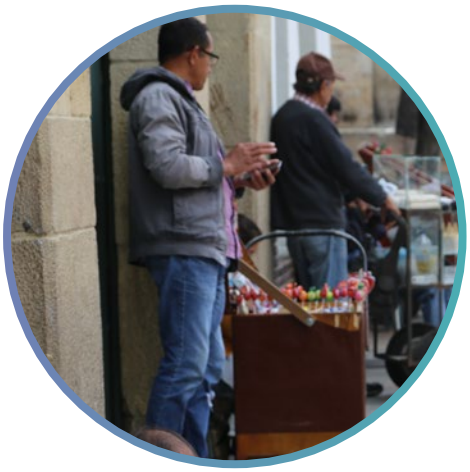
[2] El tema ha sido tratado de forma recurrente, entre otras en las sentencias SU-360 de 1999 (M.P. Alejandro Martínez Caballero), T-499 de 1999 (M.P. Alejandro Martínez Caballero) y SU-601A de 1999 (M.P. Vladimiro Naranjo Mesa).

Las ventas informales en el espacio público son la consecuencia de fallas estructurales en la capacidad de la economía de la ciudad para absorber la mano de obra disponible, también de las barreras que impone el sistema financiero para que esta población tenga acceso a liquidez, y en tercera medida, la baja cualificación del asociado en términos de formación y desarrollo de competencias y habilidades, que disminuyen las posibilidades de esta población en la inserción al mercado laboral.



La actual coyuntura, determinada por la pandemia, ha tenido un alto impacto en la economía de la ciudad, esto puede agudizar las condiciones para que la informalidad aumente, especialmente en la etapa de reactivación económica[3]. En el trimestre de abril a junio de 2020, la tasa de desempleo para la ciudad fue del 23,6%, más del doble que la del mismo período de 2019 (10,3%). (DANE, 2020); así mismo, la tasa de informalidad se ha mantenido por el orden del 45% para las 13 principales ciudades y áreas metropolitanas del país.





Los vendedores informales han sido el eslabón de la cadena que se ha visto más afectado en esta coyuntura, ya que estos laboran en una actividad individualizada, en la calle, con costos de oportunidad reducidos y sin la garantía de un mínimo vital; además de hacer parte de un sector muy heterogéneo debido a su dispersión de horarios de trabajo, dinámica de la actividad económica informal y diversa regulación, que dificultan la recolección de información estadística actualizada y permanente de la actividad comercial en el espacio público[4].

En estas circunstancias, es altamente complejo planificar o llevar a cabo actividades de desarrollo económico y social sin contar con datos precisos y detallados acerca de la magnitud, la distribución y la composición de la población vendedora informal[5].







[3] Organismos como La OIT y el BID estiman que después de la pandemia la informalidad puede saltar al 62% en la región https://publications.iadb.org/es/como-impactara-la-covid-19-al-empleo-posibles-escenarios-para-america-latina-y-el-caribe

[4] En efecto, varios estudios han confirmado que los trabajadores y empresas de la economía informal a nivel mundial, regional, país y ciudad se han visto más afectados en la generación de ingresos, además de las condiciones precarias de su actividad, por las medidas de aislamiento y cuarentena implementadas para contener la pandemia de COVID-19. Como ejemplos se puede consultar a la OIT en https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--dcomm/documents/briefingnote/wcms_743154.pdf y https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/briefingnote/wcms_743623.pdf o a Fedesarrollo en https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/-DocumentosTrabajo/impacto_del_covid_sobre_el_empleo_cf.pdf

[5] Todos los estudios que aparecen sobre informalidad en el país se tienen a nivel agregado y utilizan como fuente principal a la GEIH, no existen estudios completos y actualizados sobre ese segmento de la economía informal que son los vendedores que ejercen su actividad en el espacio público. El IPES cuenta con una base histórica de registros administrativos a partir de la obligación que tiene de inscribir a los vendedores en un registro individual y de caracterizarlos socioeconómicamente, http://hemi.ipes.gov.co/Seguridad/login.aspx?ReturnUrl=%2f

3 Diagnóstico



Cualquier intervención que se pretenda adelantar sobre las ventas informales debe partir de la interpretación del fenómeno a profundidad, el cual varía de acuerdo con la realidad de la zona de aglomeración que se aborde. Sin embargo, como premisa general, debe entenderse que en los mercados de productos es necesario distinguir entre consumidores y productores, es decir, para que un mercado exista las personas deben tener necesidades y deseos de adquirir productos o servicios que los satisfagan. El mercado de bienes en el espacio público es demasiado amplio y está formado por clientes con diversas necesidades de compra. No todos los consumidores en la calle son iguales en sus motivaciones, preferencias, aceptación de precios y hábitos de compra, debido a sus particularidades, especialmente sociales. En consecuencia, existe una oferta de productos diferenciada y adaptada a las necesidades, características y comportamientos de los diferentes grupos de compradores.

En este contexto, las ventas en el espacio público operan en mercados segmentados, con una oferta de productos y una red de distribución y puntos de venta diferenciada, dependiendo de las necesidades y gustos de los tipos de compradores. Por el tipo de bienes que se comercializan en el espacio público se observan dos segmentos: de una parte, la comercialización de bienes de consumo inmediato o "ventas de paso" y, de otra, la venta de mercancías manufacturadas de consumo durable. También existe una diferenciación en este tipo de bienes por las formas de aprovisionamiento y distribución a través de múltiples canales; adicionalmente, por el tipo de mercancía que manejan, no solo se desempeñan de forma distinta, también difieren en el grado de alteración del espacio público, por la dimensión de espacios que ocupan en los andenes y plataformas peatonales.











Calificar el mercado de bienes en la calle como una unidad que intenta satisfacer a todos sus integrantes con la misma oferta de productos es poco eficaz en los objetivos de organizar, controlar y regular el uso económico del espacio público para las ventas informales.

Por el contrario, el abordaje desde la segmentación del mercado de bienes, permite reconocer la importancia de cada segmento, al detectar y analizar las oportunidades que ofrece el mercado, y establecer un orden de prioridad entre los segmentos identificados, lo que contribuye a una mejor asignación de recursos (IPES, 2020).

El proceso encaminado a la identificación y caracterización de la oferta de bienes existente en el espacio público, diferenciada para cada grupo de consumidores con necesidades homogéneas, permite objetar algunas percepciones o "mitos", acerca de las ventas informales minoristas sobre las cuales se ha desarrollado la actuación del sector a saber:

- Todos los vendedores informales son trabajadores independientes, por voluntad propia, dueños de sus mercancías;
- Los vendedores ambulantes y estacionarios monetizan los mayores beneficios de la comercialización de bienes en el espacio público;
- Las ventas callejeras son una actividad ilícita;
- Las mercancías ofertadas tienen el mismo grado de afectación sobre la utilización y ocupación del espacio público;
- En el comercio lucrativo de calle, lo legal y lo ilegal se tornan indiferentes;
- El crónico agravamiento del comercio callejero hace imposible racionalizar su operación.



Además de otorgar elementos para el manejo, aprovechamiento y administración del espacio público, esta identificación y separación de los grupos de bienes comercializados reconoce que:





- La heterogeneidad productiva y distributiva, más otros factores institucionales y culturales, producen ciertos patrones de asignaciones que distorsionan y limitan los impactos de las políticas sobre estas actividades informales en el espacio público.

- Para que las políticas públicas sean eficientes en el control, organización y regulación de los aprovechamientos lucrativos, requieren de otras mediaciones en los mercados de bienes que intervienen en el espacio público; las entidades públicas deberían ser conscientes de las consecuencias positivas de los esfuerzos que se derivan de este tipo de decisiones.

- La clasificación de vendedores por tipos de productos permite generar alternativas diferenciadas y adaptadas a cada grupo objetivo en términos de organización, localización y regulación del uso del espacio público.

- Desde la estrategia operativa del IPES, tratar con mayor homogeneidad y un menor número de vendedores, reduce la incertidumbre en la intervención (IPES, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, a lo largo del mes de febrero de 2020, se realizaron 27 jornadas de identificación y caracterización de vendedores informales en la Carrera 7, en diferentes días de la semana y horarios, lo cual permitió identificar 512 vendedores en el tramo de las calles 10 y 27. De ellos, el 28% (144) son mujeres y el 72% (368) son hombres. En cuanto al rango etario, dichos vendedores se distribuyen así:

Tabla No. 1 Distribución de vendedores informales de la Carrera 7, por rango etario

Rango etario (Años de edad)	Número de vendedores y vendedoras
18-26	52
27-59	368
+60	92

Fuente: IPES (2020).

Adicionalmente, se identificó el número de vendedores de acuerdo con la ubicación en distintos tramos establecidos para el diagnóstico, si son hombres o mujeres, de acuerdo al tipo de producto comercializado y mobiliario utilizado así:

Tabla No. 2 Ubicación de vendedores informales de la Carrera 7, de acuerdo con tramos establecidos.

Tramos	Frecuencia	Porcentaje
Calle 10 a la calle 12B	102	19,9
Calle 12B a la calle 16	86	16,8
Calle 16 a la calle 19	118	23,0
Calle 19 a la calle 22	119	23,2
Calle 22 a la calle 25	68	13,3
Calle 25 a la calle 27	19	3,7
Total	512	100,0

Fuente: IPES (2020).

Tabla No. 3 Distribución de vendedores informales de la Carrera 7, de acuerdo al sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	368	71,9
Mujer	144	28,1
Total	512	100,0

Fuente: IPES (2020).

Tabla No. 4 Distribución de vendedores informales de la Carrera 7, de acuerdo al tipo de producto comercializado

Producto	Frecuencia	Porcentaje
Confitería	28	5,5
Sombrillas	7	1,4
Periódico y revistas	3	0,6
Prendas de vestir	17	3,3
Calzado	4	0,8
Gafas	26	5,1
Accesorios para celular	31	6,1
CD´S DVD´S USB	17	3,3
Libros	19	3,7
Helados	10	2,0
Alimentos preparados	26	5,1
Bebidas preparadas	17	3,3
Frutas, verduras y flores	27	5,3
Misceláneos y artículos de hogar	36	7,0
Artículos usados	71	13,9
Artesanías	35	6,8
Bisutería y/o accesorios	47	9,2
Otro	19	3,7
Venta de minutos	1	0,2
Lustradores de calzado	7	1,4
Artistas	14	2,7
Fotografías	1	0,2
Juegos de azar	1	0,2
Loteros	21	4,1
Artes gráficas y plásticas	22	4,3
Taller de Bicicletas	5	1,0
Total	**512**	**100,0**

Fuente: IPES (2020).

Tabla No. 5 Distribución de vendedores informales de la Carrera 7, de acuerdo al tipo de mobiliario utilizado

Tipo de Mobiliario utilizado	Frecuencia	Porcentaje
Carretilla	64	12,5
Mueble metálico/madera	63	12,3
Tendido en el suelo	200	39,1
Cajón de madera (chaza)	20	3,9
Mesa	39	7,6
Bicicleta/ triciclo	10	2,0
Lamina de icopor/malla	50	9,8
Estufa/gas	26	5,1
Motorizado	9	1,8
Lleva físicamente	2	0,4
Pared	12	2,3
Parrilla de Carbón	17	3,3
Total	512	100,0

Fuente: IPES (2020).

Asimismo, se adelantó una jornada de caracterización durante un fin de semana, para identificar divergencias en el comportamiento de las ventas informales en la Carrera Séptima durante los sábados y domingos. El ejercicio permitió identificar a 781 vendedores informales de los cuales 405 se dedicaban a la comercialización de cachivaches, 248 a la venta de prendas de vestir, 68 vendían libros y 60 disponían en carretas accesorios para celular, alimentos perecederos, entre otros.

Con esta información logró corroborarse que la relación entre la propiedad de la mercancía y el vendedor informal es cada vez menor o inexistente; así mismo, que existen emprendimientos no deseados, los cuales no generan renta alguna para la ciudad por el aprovechamiento económico que logran de su actividad en el espacio público.

Por otra parte, se evidenció que existen mercados de capital que financian una parte importante de las ventas informales en el espacio público que deberían ser intervenidos por la ciudad con miras a lograr su vinculación formal a los circuitos económicos de Bogotá, que aseguren el pago de impuestos y el acceso de un empleo digno garante de derechos y protección laboral.

4 Estrategia de intervención integral



En la actual coyuntura de la pandemia, el gobierno de la ciudad tiene la obligación de velar por la salud de las personas en condiciones de vulnerabilidad que ejercen la venta informal, así como del resto de ciudadanos para evitar al máximo la proliferación y el contagio del COVID-19. Por esto, cualquier estrategia debe contemplar como prioridad evitar las aglomeraciones y velar para que se acaten todos los protocolos de bioseguridad en el espacio público.

Estabilizada esta situación, el accionar del gobierno deber enfocarse en que las personas que ejercen las ventas informales logren una reconversión laboral, comercial o productiva que los ponga en el camino de la formalidad de manera sostenible a partir del desarrollo de sus capacidades, para finalmente lograr que el aprovechamiento económico del espacio público se realice de forma regulada y concertada con todos los actores que confluyen en la Carrera 7.

En este sentido, la estrategia tiene tres componentes fundamentales que deben llevarnos a los resultados comentamos anteriormente:



El **diálogo social y la participación** como herramienta clave para lograr acuerdos legítimos con todos los actores, basados en entender los roles, relaciones complejas e intereses entre todos ellos para la mitigación del contagio y la reactivación económica.

Tener **rutas de atención construidas a la medida** de las necesidades de los vendedores informales, ya que de acuerdo con información del IPES sobre los vendedores informales de la Carrera 7, el 68% quiere continuar en el negocio de las ventas informales o ser relocalizados, el 22% quiere dejar las ventas informales y moverse a otro tipo de negocio y un 11% quiere obtener un empleo.

Contar con la **cooperación de las entidades públicas** corresponsables de la estrategia, para establecer acciones interinstitucionales capaces de hacer intervenciones replicables, escalables y sostenibles en el tiempo.

El tener rutas a la medida para lograr una reconversión laboral, comercial o productiva de los vendedores informales y un aprovechamiento económico regulado y sostenible del espacio público con enfoque de transitoriedad a la formalidad serán prioridades de la estrategia para la reactivación económica en la nueva normalidad. De esta forma, cualquier ruta que contemple la relocalización debe pensarse desde el producto que comercializan varias personas (enfoque colectivo) y su real posibilidad de articulación con mercados o cadenas de valor existentes.

Para que estas rutas a la medida funcionen, debe cumplirse con el principio de transitoriedad; es decir, estas rutas deben tener claramente definidos los tiempos que cada beneficiario o grupo de beneficiarios deben estar en cada ruta; así mismo, deben afinarse los criterios de ingreso, permanencia y egreso de los beneficiarios para cada ruta, de no ser así, no podría cumplirse con la transitoriedad hacia la formalidad y las rutas serían poco sostenibles en el tiempo y con una altísima recurrencia en el gasto para el IPES, lo cual haría ineficiente e insostenible los servicios pues se enfrentarían a una situación con oferta estática (limitada) y una demanda creciente.

Actualmente el IPES se encuentra ajustando los servicios para adaptarlos de forma integral a las necesidades y requerimientos de la estrategia y de estas rutas integrales; queda el reto de seguir articulando con servicios de otras entidades y sectores[6].



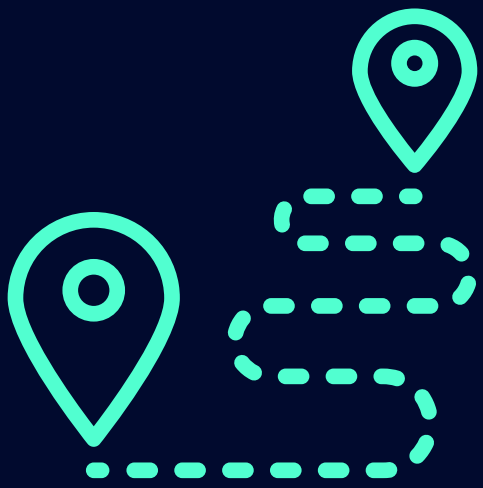
[6] V.gr. Acceso a liquidez y alfabetización financiera con los servicios de la Secretaría de Desarrollo Económico, Acceso a rutas de empleabilidad con el Servicio de Empleo y de formación y capacitación con el SENA, con el Sector Gobierno para que el control sobre el EP sea sostenible.

Las rutas de la estrategia son:

Organización y relocalización en espacios planificados:

La organización no puede ser entendida como el simple ejercio de sacar a las personas del espacio público sin considerar la pertinencia económica y la lógica del mercado. No todos los vendedores informales serán proscritos del espacio público; en tal sentido, el urbanismo táctico facilita opciones viables de cara a la nueva realidad.

Reconociendo que la tenencia de local es una de las rentas urbanas que más puede afectar el comercio, esta ruta plantea el traslado organizado y planificado de los vendedores de productos de consumo duradero a puestos libres ubicados en la infraestructura de la REDEP, las Plazas Distritales de Mercado y otros que, de manera específica, considere la intervención.







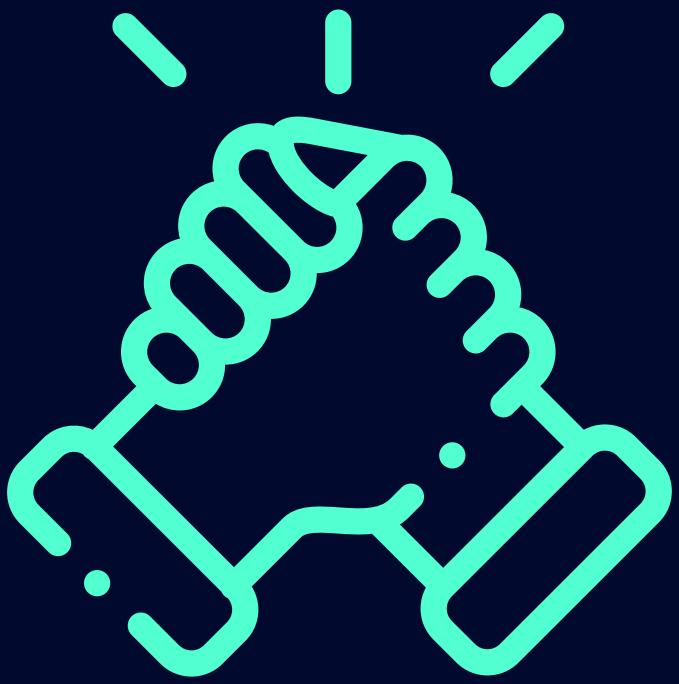
Emprendimiento

Busca generar en el vendedor informal la actitud y aptitud para iniciar, bajo el concepto de rentabilidad, un nuevo proyecto, desarrollo de nuevos productos o innovación de los mismos, a través de ideas y oportunidades. Plantea el acceso a activos incluyendo asistencia técnica, servicios de desarrollo empresarial y servicios financieros tales como microcrédito y microseguros.





Asociatividad y fortalecimiento a la participación:



El fortalecimiento del capital social y de las relaciones sociales basadas en la confianza, la reciprocidad y la cooperación se constituyen en una alternativa al desarrollo social y económico de los vendedores informales, pero también la apertura de canales formales de participación incidente en la co-creación de políticas públicas e intervenciones sobre la informalidad.

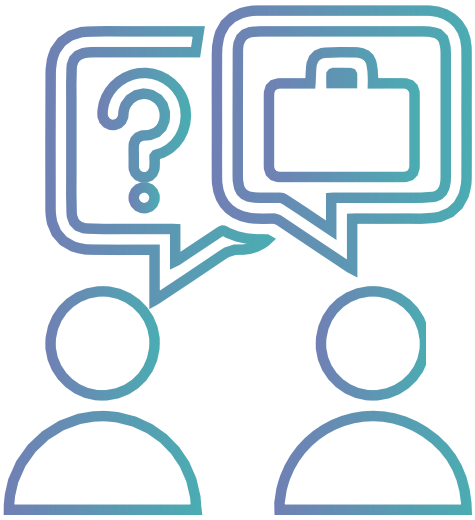
Microfinanzas y acceso a liquidez:

Esta ruta se orienta a fomentar la educación financiera y a reducir las restricciones crediticias que incrementan la vulnerabilidad de esta población y disminuyen sus oportunidades de generación de ingresos y, por tanto, de salir de la pobreza. Se establece como aliados a la banca informal especializada en la financiación de micronegocios (banco de la Mujer, compartir, etc.) con la cual ha trabajado el IPES.

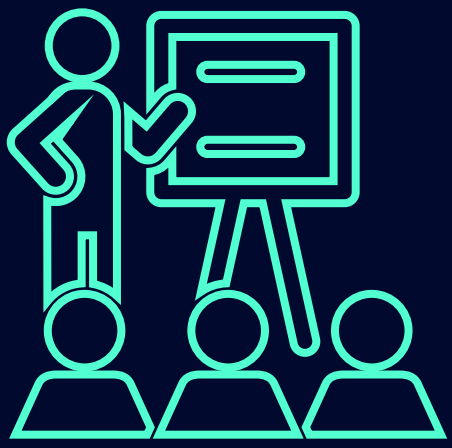


Gestión y Colocación de Empleo

Son servicios destinados a vincular ofertas y demandas de empleo, o aquellos relacionados con la búsqueda de empleo, o que, asociados a los de vinculación de la oferta y demanda de empleo, tengan por finalidad mejorar las condiciones de empleabilidad de los oferentes. Incluye actividades como orientación, capacitación e intermediación laboral.



Formación para el trabajo:



Es un servicio que busca complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales, conduciendo a la obtención de certificados en aptitud ocupacional. Comprende la formación permanente, personal, social y cultural, que se fundamenta en una concepción integral de la persona, que una institución organiza en un proyecto educativo institucional y que estructura en currículos flexibles sin sujeción al sistema de niveles y grados propios de la educación formal.



En un asunto tan complejo como el de las ventas informales en el espacio público, el IPES juega un papel importante en el liderazgo para atender esta situación; sin embargo, para que la estrategia sea exitosa se requiere de la participación sostenible e incidente de varios actores y aliados.

El tercer elemento fundamental de la estrategia es la cooperación de otras entidades y aliados para que las intervenciones sean replicables, escalables y sostenibles; en este sentido, hay que tener claro que la intervención en las ventas informales tiene una dimensión económica, una social y una de espacio público.

Estas dimensiones se pueden apreciar claramente en los distintos esquemas de gobernanza diseñados por el Distrito a partir del decreto 093 de 2020 que contempla los mecanismos para otorgar ayudas sociales en el marco de la pandemia; el decreto 108 de 2020 que crea el sistema Distrital para la Mitigación del Impacto Económico y el decreto 098 de 2004 que reglamenta la "preservación del espacio público y su armonización con los derechos de los vendedores informales que lo ocupan".

Estas dimensiones y las normas que las respaldan ponen a distintas entidades del distrito en la obligación de cooperar para hacer sostenible la estrategia. En este sentido, el IPES, el sector de desarrollo económico, aliados como el SENA, el Servicio Público de Empleo, las Cajas de Compensación Familiar, las FINTEC y la banca de segundo piso, son actores clave para implementar efectivamente las rutas a la medida que trata la estrategia.

Los sectores de Seguridad, Gobierno, Alcaldías Locales y la Policía Nacional son claves en la recuperación y sostenibilidad de los espacios públicos recuperados, para garantizar control sostenido de los espacios. Así mismo, los organismos de control y el ministerio público deberían acompañar permanentemente las intervenciones económicas y de espacio público que se realicen, como garantes de los derechos de los involucrados.

Factores Críticos de Éxito

Para que la estrategia sea integral, sostenible en el tiempo y sus intervenciones replicables y escalables, es necesario contar con nuevos acuerdos institucionales, inteligencia colectiva y esquemas innovadores de gobernanza y participación. Los factores críticos de éxito identificados pasan por:

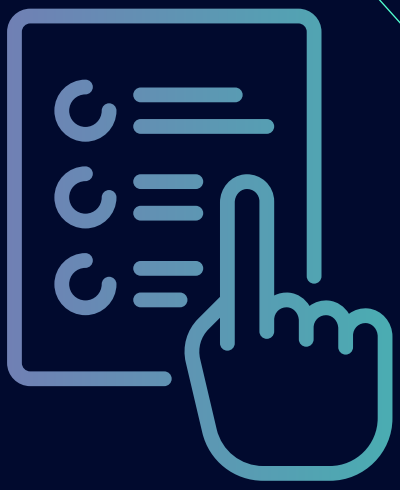
Perfilación:



La perfilación es una actividad fundamental después de la identificación y caracterización de los vendedores informales, pues es donde se identifican expectativas, habilidades y brechas, permitiendo establecer puntos de partida que ayuden a fortalecer capacidades y tener éxito en las distintas rutas a las que apliquen. El IPES será responsable de fortalecer las herramientas, recursos y capacidades para garantizar una perfilación adecuada.

Uso de Tecnología:

El uso de tecnología para la identificación y caracterización, así como para el seguimiento y medición de resultados e impactos es crítico para garantizar la calidad y oportunidad de la información, así como su mayor valor en la toma de decisiones.



Diálogo con participación:

Establecer espacios formales y acordados de diálogo para la construcción colectiva y participativa de las intervenciones con los actores del espacio público garantiza la legitimidad y sostenibilidad en el tiempo de las mismas. El IPES adelanta la conformación de las instancias de participación de acuerdo con el pacto firmado entre los vendedores y la alcaldesa de la ciudad Claudia López y que quedó incorporado en el Plan Distrital de Desarrollo 2020-2024 *'Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI'.*



Acceso a liquidez:

La coordinación entre la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y sus rutas de acceso a liquidez con el IPES y la población que se perfile para esta ruta son fundamentales en el éxito de cualquier intervención que se realizase en el espacio público con el enfoque presentado en este documento.



Referencias



DANE. (2020). *Principales Indicadores del Mercado Laboral Abril - junio 2020.* Bogotá: DANE.

IPES. (2020). Avances en la formulación, implementación y evaluación de una Política Pública para los vendedores informales en el espacio público físico en la ciudad de Bogotá. En A. Castañéda, *formulación, implementación y evaluación de una política Pública para los vendedores informales en el espacio público físico en la ciudad de Bogotá.* Bogotá: Documento de trabajo IPES.

IPES. (2020). *Capítulo IV: Mercado de bienes en el epacio público.* Bogotá: Documento de trabajo para la dirección general del IPES.

Min. Interior - Min Trabajo. (2020). *Política Pública de Vendedores Informales.* Bogotá: Documento en validación.

ANEXO: Avances y logros de la estrategia (Julio de 2020)



En primer lugar, en el marco del diálogo social y la participación que ha liderado el IPES, se han identificado diferentes actores, a los que se les ha convocado y propiciado el dialogado, entre los que se destacan: Somos Centro, AsoSandiego, Amigos Parque Santander, CorpoSéptima, comerciantes formales, vendedores beneficiarios de las alternativas, asociaciones de vendedores informales, comunidad de vecinos, las Alcaldías Locales de Santa Fe y La Candelaria, y entidades distritales como la Policía Nacional de Colombia, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público (DADEP), IDARTES, el Instituto de Desarrollo Urbano (IDU), la UAESP y las Secretarías de Gobierno, Salud, Integración Social, Cultura y Seguridad.

Se recibieron propuestas de organización y aprovechamiento económico del espacio público de todos estos actores.

En segundo lugar, se construyeron de forma colectiva reglas de juego que derivaron en compromisos y comportamientos de autorregulación pactados de esta forma:



Categoría	Acuerdos
Movilidad de peatones y vehículos	No utilizar carretas, triciclos, coches y otros elementos móviles que impidan la circulación. No ocupar los espacios (accesos o cruces) para la movilidad, vehicular o peatonal. No ocupar con mercancías la ciclovía
Niños y niñas	No involucrar a los niños en actividades de venta callejera.
Ventas ilegales	No vender mercancía de contrabando y piratería. No portar armas.
Seguridad	Evitar el consumo de alcohol, drogas, así como las riñas callejeras. Colaborar con la Policía y agentes de convivencia. Incentivar el diálogo inteligente para disminuir las situaciones de abuso. Ayudar a mitigar la explotación inadecuada del espacio público.
Venta de alimentos	Garantizar que cumplan con normas de sanidad. No utilizar estufas para la elaboración de alimentos. No usar pipetas de gas. Cumplir con las normas sanitarias. No preparar alimentos en la calle que no cumplan con las normas sanitarias.
Ambiente	Respetar normas de contaminación ambiental, visual y auditiva. Disponer de basuras en sitios determinados por las autoridades.
Participación ciudadana	Fomentar la participación y cooperación de los vendedores con las autoridades distritales. Fomentar la participación de los vendedores informales. Fortalecer la organización social de los y las vendedoras informales.

En tercer lugar, se adelantaron jornadas de autorregulación de forma permanente acompañadas por veinte (20) gestores del IPES en espacio público, con el objetivo de garantizar el despeje de la calzada occidental de la Carreta 7, el respeto a la ciclovía y caminos peatonales garantizando la sostenibilidad de la obra peatonal. Estos ejercicios se adelantan diariamente en distintas franjas horarias, se centran en el diálogo y utilizan el enfoque de cultura ciudadana, así como la cooperación de otras entidades del distrito.







En cuarto lugar, se han adelantado más de 40 jornadas de sensibilización sobre los protocolos de cuidado preventivo frente al contagio de COVID-19, haciendo énfasis en el uso adecuado del tapabocas, lavado de manos, uso de alcohol y la señalización para el adecuado distanciamiento social. En este sentido, el IPES dotó a los vendedores de estos materiales para que pudieran ejecutar adecuadamente los protocolos.







Gracias a estas actividades de la estrategia implementadas hemos podido controlar aglomeraciones, a partir de los acuerdos generados, hemos podido adelantar cierres y reubicaciones de vendedores sobre la Carrera 7 que nos ha permitido disminuir la densidad de vendedores en el espacio público.

Para ello se clasificaron los vendedores por actividad comercial y se acordó dividir la Carrera 7 en tres tramos, luego se entregó una identificación a los que venden periódicos, revistas, confitería, a los embellecedores de calzado y artesanías. Con esto quedaron habilitados 128 vendedores (78 en el tramo 1, 25 en el tramo 2 y 25 en el tramo 3) que pudieron adelantar su actividad comercial sobre la Carrera 7, hasta el 31 de agosto del presente año.



Para avanzar con los cierres y reubicaciones que previniesen aglomeraciones a lo largo del corredor mencionado, se hizo un análisis de la capacidad de carga del espacio público, se socializaron los productos no permitidos en el espacio público por salud pública e ilegalidad y las medidas para incorporar aportes, se comunicaron las medidas adoptadas a las entidades corresponsables vía PMU (acuerdos con vendedores y protocolo de bioseguridad), se demarcó espacio público, se dispuso del branding necesario para comunicar mensajes sobre por qué se toman la medidas y las medidas en sí mismas, y se hicieron actividades de monitoreo en terreno (Secretaría de Gobierno – Alcaldías Locales – PONAL).

Con esto, se cerraron 9 puntos en el tramo 3, se gestionaron 5 espacios (en la calle 18 entre carreras 5 y 7) donde se reubicaron 150 vendedores informales y se reubicaron de manera temporal 71 vendedores que comercializan artículos usados "cachivacheros" en las calles 24 y 25 entre las carreras 13 A y carrera 14.

Estas actividades no habrían sido posibles sin la participación de entidades como el IDU, el Instituto de Protección Animal y la UAESP, pues con ellos además de la demarcación de los espacios, se garantiza el control de animales vivos y la limpieza y desinfección de estos tramos. Así como al IDRD por el apoyo en la demarcación y sostenibilidad del espacio de la cicloruta.

Desde la perspectiva del diálogo y la participación, y en búsqueda de una intervención interinstitucional efectiva, se ha contado con la participación de un equipo de 86 personas de 11 entidades de la administración distrital, que han estado permanentemente en el espacio público garantizando que se cumplan las medidas para el autocuidado, como el distanciamiento social, el uso del tapabocas, prevención de aglomeraciones y la identificación de personas que pueden acceder a las rutas y oferta institucional.

ACTOR	ROL	ACTIVIDADES REALIZADAS	RESULTADOS ALCANZADOS	PERSONAL APORTADO
POLICÍA NACIONAL	Vigilancia y control	- Acompañamiento al equipo interinstitucional. -Recuperación de espacio público. -Restablecer el orden público.	Garantizar el no ingreso de carretas, la no instalación de mobiliario con comida preparada y seguridad en general.	48
ALCALDÍAS LOCALES	Hacer sostenible la recuperación del espacio público	-Articulación de trabajo interinstitucional. - Acompañamiento a jornadas de sensibilización.	Sensibilización a vendedores informales sobre la ocupación del espacio público.	10
SECRETARÍA DE GOBIERNO	Coordinación de Diálogo Social y gestores del espacio público	-Articulación de trabajo interinstitucional.	Sensibilización sobre el autocuidado y autorregulación de la Carrera Séptima.	10
IPES	Gestión de las ventas informales en el espacio público	-Articulación de trabajo interinstitucional. - Acompañamiento a jornadas de sensibilización. -Generar acciones para el orden y acatamiento de normas -Diseñar estrategias para la autorregulación.	Diálogo social con vendedores informales sobre la oferta institucional. Caracterización e identificación de vendedores autorizados en espacio público. Coordinación de equipos para la regulación del uso del espacio público.	13
SECRETARÍA DE SEGURIDAD	Vigilancia y control	-Diálogo social con vendedores.	Manejo y prevención de aglomeraciones de la Carrera Séptima.	22
INTEGRACIÓN SOCIAL	Gestores de espacio público	- Acompañamiento con población vulnerable.	Atención de la población objetivo.	6
IDIPRON	Gestores de espacio público	- Acompañamiento con población habitante de calle y niñez.	Acompañamiento con habitantes de calle.	6
IDARTES Dirección de Cultura Ciudadana de la SDCRD	Gestores de espacio público Implementan estrategia de cultura ciudadana	-Diálogo con artistas y artesanos en el espacio público. - Performances en espacio público para reforzar pedagogía sobre distanciamiento social.	Concertación con artistas para el buen uso del espacio público. Ciudadanos informados y sensibilizados con el distanciamiento social y su importancia para evitar el contagio	4
DADEP	Administrar y controlar el espacio público	-Recuperación de espacio público. -Acompañamiento a jornadas de sensibilización.	Sensibilización a vendedores informales sobre la ocupación del espacio público.	15
SECRETARÍA DE SALUD	Vigilancia y control	- Sensibilización a las medidas de salud.	Promoción y prevención sobre el Covid-19. Jornadas IVC de comidas en calle.	8
MIGRACIÓN COLOMBIA	Vigilancia y control	- Sensibilización y verificación de antecedentes a ciudadanos extranjeros.	Atención de población extranjera.	4

Tabla 1. Actores roles y actividades de cooperación interinstitucional en la estrategia de intervención de las ventas informales en la Carrera 7



Frente al **avance de las rutas estratégicas,** hay que tener en cuenta que los vendedores informales tienen diversas expectativas frente a la actividad que desarrollan, para aquellos que llevan más tiempo en el espacio público y quieren seguir con la actividad comercial que tienen actualmente, la reorganización en términos de relocalización sería la ruta más adecuada.

Esa reorganización implica entender el tipo de producto que venden para encontrar el espacio más adecuado que dinamice las ventas y el ingreso de los beneficiarios. Para el caso de la Carrera 7 se han identificado varios grupos que pueden acogerse a esta alternativa[7]; por ejemplo, las 53 personas que venden alimentos preparados de los cuales el 75% son mujeres, podrían relocalizarse en las plazas distritales de mercado, así como las 27 personas dedicadas a la venta de frutas y verduras y las 35 personas dedicadas a la venta de artesanías.

Un ejemplo adicional de esta ruta puede constituirse con los 22 artistas gráficos que podrían organizarse en la plazoleta de Las Nieves a manera de bulevar de artistas, de forma temporal y con la participación de los sectores de Cultura y Gobierno y empresas como la ETB o el sector privado para su organización y sostenibilidad.

---

7 Cabe aclarar que los ejercicios de relocalización contemplan un análisis de las alternativas que el IPES tiene actualmente disponibles y exige un cambio sustancial en el enfoque que consiste en no relocalizar en puntos comerciales los mismos productos y actividades que realizan los vendedores en el espacio público, ya que esto ha demostrado en el pasado ser ineficiente (el vendedor termina utilizando el local como bodega y sale nuevamente al espacio público) y como resultado se genera un desincentivo para que el vendedor aproveche la infraestructura y mejore su nivel de ingreso de forma sostenible.

En el mediano plazo se intervendrían los cachivacheros con alternativas de alquiler de espacios y especialización del tipo de productos que comercializan.

La ruta de gestión y colocación de empleo está orientada a los vendedores que tienen una mayor probabilidad de inserción laboral en el sector formal, esto es, los de menor edad, mayor nivel educativo, alguna experiencia laboral, menor tiempo en el espacio público, que quieran dejar la actividad comercial callejera y el último año buscaron de manera activa un empleo. De acuerdo con las observaciones realizadas por el IPES el número de vendedores por ubicación y producto que aplicarían a esta ruta son el grupo de 175 personas dedicadas a la venta de elementos asociados a la piratería y otros.

Las rutas de fortalecimiento a la participación, así como de microfinanzas y acceso a liquidez, estarían disponibles para todos los vendedores que los soliciten y en el corto plazo para aquellos que comercializan bienes y servicios de consumo inmediato a través de un sistema de puntos de venta localizados y delimitados en zonas de aprovechamiento regulado – Personas beneficiarias de la REDEP[8]-, las personas que aplicarían a estas rutas en el corto plazo, son las 28 que se dedican a la venta de alimentos de consumo inmediato (chaza), y las 29 que realizan otros servicios como lustradores, loteros y venta de minutos.

Ver Galería fotográfica

https://drive.google.com/drive/folders/1z6FtiPZQLRqbFFBnaMlRFztJEqKKB1RJ?usp=sharing

[8] La Red Pública para la Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público – REDEP -, se creó como un sistema administrado y regulado integralmente por la Administración Distrital, constituido por la red de distribución de mercancías, el mobiliario urbano destinado al aprovechamiento económico del espacio público, los centros de acopio y el sistema de control de calidad. (Artículo 20 decreto 215 de 2005).

www.ipes.gov.co



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO PARA LA ECONOMÍA SOCIAL

BOGOTÁ