

DISEÑO DE MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS
COMERCIANTES INFORMALES DE LA "PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"

ALVARO MAURICIO HIDALGO ROSERO
MARIO DANIEL DE LA ROSA INSUASTY

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2006

"PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"
MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO



DISEÑO DE MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS
COMERCIANTES INFORMALES DE LA "PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"

ALVARO MAURICIO HIDALGO ROSERO
MARIO DANIEL DE LA ROSA INSUASTY
Documento Para Optar El Título De
Diseñador Industrial

ASESOR:
D.I. GUILLERMO ESCANDON

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2006



NOTA DE ACEPTACION

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Septiembre de 2006

"PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"
MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO



“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado, son responsabilidad exclusiva de sus autores”.

Artículo 1º. Del acuerdo No. 324 del 11 de Octubre de 1996,
Emanada del honorable consejo directivo de la Universidad
De Nariño



AGRADECIMIENTOS

Al Arquitecto Hollman Morales.
Por su valioso apoyo y reconocimiento del proyecto

Al Arquitecto Pablo Andrés Guerrero Secretario de Planeación Municipal.
Por creer, apoyar y colaborar en la realización y ejecución del proyecto.

Al D.I. Guillermo Escandón
Por su experiencia, compromiso y acertada asesoría en el proceso de diseño y conceptualización del proyecto.

A la Doctora María Teresa Delgado, Secretaria General Universidad de Nariño.
Siempre con una cara amable para colaborar en la ejecución del convenio con la Alcaldía.

Al D.I. Daniel Moncayo
Quién nos oriento en la primera etapa de este proyecto.

Al arquitecto Edwin Gómez, propietario de Ingeniarte.
Lugar donde se construyó los módulos de venta.



DEDICATORIA

A mis Padres Amparo y Carlos por su compromiso, esfuerzo, apoyo, amor y sobre todo por esa confianza absoluta que depositaron en mí para hacer realidad este proyecto.

A mis hermanos Santiago y Felipe por su solidaridad, a mis Tíos, Tías, Primos y Primas por su compañía y consejos.

A mi Abuelita Emma que desde la tierra y ahora desde el cielo me guía con toda su sabiduría.

A mis Abuelos Alfredo y Carmela por regalarme el mejor padre del mundo.

A mi novia Natalia por entenderme, apoyarme y estar siempre conmigo.

A mi hijo Samuel Tomás por llegar a mi vida y llenarla de felicidad.

A mis amigos Danilo, Bayardo, Román, Nicolas por escucharme cada vez que era necesario.

A Mauricio, mi amigo y compañero de tesis por la dedicación y seriedad con que emprendimos este proyecto.

A todos aquellos que estuvieron a mi alrededor en el transcurso y desarrollo de mi carrera universitaria, mil gracias.

MARIO DANIEL DE LA ROSA INSUASTY



DEDICATORIA

Quiero de dedicar este trabajo de grado a muchas personas que han sido, son y serán parte de mi vida, personas que me han marcado y que han ayudado a ser de mí un mejor ser humano.

Papá, mamá, gracias por todo ese esfuerzo que han hecho para sacarnos adelante y darnos lo mejor, gracias por el cariño y la paciencia, mejores padres imposible, siempre estaré en deuda con ustedes. Tata y Adri, hemos pasado por muchas cosas que nos han hecho fuertes, las quiero mucho. Ferchita y Dianis, son una inmensa motivación para seguir adelante, son lo mejor que pudo haber llegado a la familia. Tía Amparo y tío Leo, siempre listos para ayudar, han sido gran apoyo para mí. Betico, simplemente mi hermano. Mamá Raquel y papá Simón, son nuestros ángeles que nos cuidan desde arriba, nos dejaron un gran legado de tenacidad, trabajo y amor. Mis abuelitos Chava y Julio, gracias por todo ese cariño. A todos mis tíos y primos por estar ahí cuando los he necesitado. A mis amigas y amigos, gracias por todos esos momentos tan especiales que hemos pasado juntos. Mario, hermano, mejor compañero de tesis no pude tener.

MAURICIO HIDALGO ROSERO



CONTENIDO

	Pág.
PRIMERA PARTE INVESTIGACIÓN	
INTRODUCCIÓN	
INVESTIGACIÓN	
1. TRABAJO DE GRADO	28
1.1 Tema	28
1.2 Título	28
1.3 Planteamiento del problema	28
1.4 Formulación del problema	28
1.5 Sistematización	28
1.6 Objetivo general	29
1.7 Objetivos específicos	29
1.8 Justificación	29
2. MARCO REFERENCIAL	30
2.1 Marco histórico	30
2.1.1 En el mundo	30
• Ginebra	30
2.1.2 América Latina	32
• Perú	34
• Cuba	39



•	Costa Rica	39
2.1.3	Colombia	40
2.2	Marco conceptual	43
2.2.1	Conceptos	43
2.3	Marco teórico	44
2.3.1	India	44
2.3.2	Kenya	45
2.3.3	Colombia	47
•	Santa fe de Bogotá	48
3.	ESTUDIO DEL MEDIO	56
3.1	El comercio informal en la ciudad de pasto	56
3.2	Procedencia de los comerciantes informales	57
3.3	Tiempo de trabajo de los comerciantes informales	57
3.3.1	Situación socio económica	58
•	Grado de calificación de los comerciantes informales	58
•	Seguridad social de los informales	58
3.4	Situación laboral	58
3.4.1	Motivo de inserción en el comercio informal	58
3.5	Posibles soluciones para los comerciantes informales	59
4.	CLASIFICACIÓN DE LOS VENDEDORES SECTOR DE LA CRA 25 ENTRA CALLE 16 Y 22	60
4.1	Puestos de trabajo	60
4.2	Herramientas utilizadas en el puesto de trabajo	60



4.3	Organización y clasificación	60
4.3.1	Clase A:	60
4.3.2	Clase B:	60
4.4	Muestra del número de vendedores en el sector de la cra 25 entra calle 16 y 22	61
5.	TIPO DE ESTUDIO	62
5.1	Método de investigación	62
5.1.1	Fuente Secundaria	62
5.1.2	Fuente Primaria	62
6.	CONCLUSIONES	63
7.	HIPÓTESIS	65
7.1	Reubicación	65
7.2	Adecuación de espacios	65
7.3	Reglamentación	65
7.4	Mejoramiento en el sitio de trabajo	65
8.	ANTEPROYECTO	66
8.1	Título	66
8.2	Planteamiento	66
8.3	Formulación	66
8.4	Objetivo general	67
8.5	Objetivos específicos	67
8.6	Justificación	68



SEGUNDA PARTE PROYECTACIÓN	69
1. TRABAJO DE CAMPO 1	70
1.1 Comerciantes informales semiestacionarios	70
1.2 Comerciantes informales móviles	71
2. "PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"	73
2.1 Como llegamos al proyecto "Plaza de Ventas Populares la 22"?	73
2.2 Reconocimiento del proyecto	73
2.2.1 Que es la "Plaza de ventas populares la 22"	73
2.2.2 Ubicación en San Juan de Pasto	76
2.2.3 Plano de ubicación "Módulo de venta como Puesto de Trabajo para la Plaza de Ventas Populares la 22"	77
2.2.4 Fachadas "Plaza de Ventas Populares la 22"	78
3. LOS COMERCIANTES INFORMALES	79
3.1 Conociendo a los comerciantes y su entorno actual	79
3.1.1 Horario de trabajo	79
3.1.2 Productos que comercializan	79
4. TRABAJO DE CAMPO 2	81
4.1 Transporte y almacenamiento de la mercancía	81
4.2 Seguridad	81
4.3 Descripción actual puesto de trabajo	81
4.3.1 Dimensiones promedio actual puesto de trabajo	82
5. PARÁMETROS DE DISEÑO	83



5.1	Parámetros espaciales	83
5.2	Parámetros funcionales	83
5.2.1	Almacenamiento	83
5.2.2	Exhibición	83
5.2.3	Campo visual	84
5.2.4	Privacidad	84
5.2.5	Adaptabilidad	84
6.	PROYECTACIÓN OBJETUAL FORMAL 3D	85
6.1	Tipo a	85
6.1.1	Propuesta 1	85
6.1.2	Propuesta 2	86
6.1.3	Propuesta 3	86
6.1.4	Propuesta 4	87
6.1.5	Propuesta 5	87
6.2	Tipo b	88
6.2.1	Propuesta 1	88
6.2.2	Propuesta 2	88
6.2.3	Propuesta 3	89
6.2.4	Propuesta 4	89
7.	DISEÑO FUNCIONAL 3D	91
7.1	Evolución propuesta 1	91
7.2	Evolución propuesta 2	92



7.3	Evolución propuesta 3	93
7.4	Evolución propuesta 4	94
7.5	Evolución propuesta 5	96
8.	ERGONOMÍA Y ANTROPOMETRÍA	98
8.1	Espacios de venta	98
8.2	El cuerpo humano, profundidad y anchura	100
9.	PROPUESTA DE DISEÑO FINAL. MÓDULO DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LA “PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22”	101
9.1	Bodega principal	101
9.2	Bodegas auxiliares	102
9.2.1	Bodega auxiliar No. 1	102
9.2.2	Bodega auxiliar No. 2	103
9.3	Mesa de exhibición principal	104
9.4	Superficie de exhibición auxiliar	105
9.5	Entrepaños de exhibición no. 1	106
9.6	Entrepaños de exhibición no. 2	107
9.7	Exhibición superior y señalización	107
9.8	Sistema de paredes y entrepaños	108
10.	PLANOS ANTROPOMÉTRICOS	109
10.1	Bodega Principal	111
10.2	Bodega Auxiliar. Acceso Interno	112
10.3	Bodega Auxiliar. Acceso Externo	113



10.4	Mesa de exhibición y almacenamiento Tipo Góndola	114
10.5	Superficie de exhibición auxiliar	117
10.6	Entrepaños de exhibición No. 1	118
10.7	Entrepaños de exhibición No. 2	121
11.	PROPUESTA DE COLOR	124
12.	PROTOTIPO MODULO DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LA “PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22”	126
13.	MATERIALES, CANTIDAD, COSTOS PROTOTIPO	132
14.	PLANOS	133
15.	DESPIECE	139
15.1	Bodega principal	139
15.2	Bodega auxiliar	140
15.3	Mesa de exhibición	141
15.4	Pared y entrepaños	142
16.	UNION PIEZAS DEL MODULO	143
17.	ADAPTABILIDAD DEL MODULO	147
18.	CONCLUSIONES	150
19.	RECOMENDACIONES	151
20.	BIBLIOGRAFÍA	152
21.	ANEXOS	153



LISTA DE TABLAS

	Pág.
PRIMERA PARTE INVESTIGACIÓN	
TABLA 1: Vendedores Cra. 25 entre calle 16 y 22	61
SEGUNDA PARTE PROYECTACIÓN	
TABLA 1: Distribución y número de vendedores en la Plaza 20 de Julio	80
TABLA 2: Dimensión promedio actual puesto de trabajo.	82
TABLA 3: Dimensiones generales para propuestas de diseño	83
TABLA 4: Nuevas dimensiones generales para propuestas de diseño	94
TABLA 5: Medidas Exposición / relaciones visuales	98
TABLA 6: Medidas área de venta tradicional/cliente de pie	99
TABLA 7: Medidas Estanterías para artículos	99
TABLA 8: Materiales, cantidad, costos prototipo	132



LISTA DE FOTOGRAFÍAS

	Pág.
PRIMERA PARTE INVESTIGACIÓN	
FOTOGRAFÍA 1: La recuperación del espacio público en San Victorino	49
SEGUNDA PARTE PROYECTACIÓN	
FOTOGRAFÍA 1: Puesto de venta de relojs y accesorios	70
FOTOGRAFÍA 2: Puesto de venta de revistas	70
FOTOGRAFÍA 3: Puesto de venta ropa	70
FOTOGRAFÍA 4: Puesto de venta mecató	70
FOTOGRAFÍA 5: Puesto de venta de mango viche	70
FOTOGRAFÍA 6: Puesto de venta de papas fritas	71
FOTOGRAFÍA 7: Puesto de venta de perros calientes	71
FOTOGRAFÍA 8: Puesto de venta de frutas	71
FOTOGRAFÍA 9: Puesto de emboladores	71
FOTOGRAFÍA 10: Puesto de venta de copitos de nieve	71
FOTOGRAFÍA 11: Venta de accesorios - gafas	72
FOTOGRAFÍA 12: Venta de accesorios - celular	72
FOTOGRAFÍA 13: Venta de alimentos - café	72
FOTOGRAFÍA 14: Venta de alimentos - mazamorra	72
FOTOGRAFÍA 15: Venta de alimentos - dulce	72
FOTOGRAFÍA 16: Venta de alimentos - Bon ice	72



FOTOGRAFÍA 17:	Venta de alimentos - conos	72
FOTOGRAFÍA 18:	Ubicación actual de la mayoría de los comerciantes Informales Beneficiados con el proyecto	73
FOTOGRAFÍA 19:	Comerciantes informales actual plaza 20 de Julio	79



LISTA DE FIGURAS

	Pág.
SEGUNDA PARTE PROYECTACIÓN	
FIGURA 1: Fachada “Plaza de Ventas Populares la 22”	74
FIGURA 2: Panorámica aérea “Plaza de Ventas Populares la 22”	74
FIGURA 3: Espacio interno primer piso “Plaza de Ventas Populares la 22”	75
FIGURA 4: Vista aérea con cubierta traslúcida “Plaza de Ventas Populares la 22”	75
FIGURA 5: Plano ubicación del proyecto en la ciudad	76
FIGURA 6: Planta Arquitectónica primer piso “Plaza de Ventas Populares la 22”	77
FIGURA 7: Fachadas sobre la Cra. 21A y 22 de la “Plaza de Ventas Populares la 22”	78
FIGURA 8: Actual puesto de trabajo	81
FIGURA 9: Propuesta 1 - vista en perspectiva	85
FIGURA 10: Propuesta 1 - vista en planta	85
FIGURA 11: Propuesta 2 - vista en perspectiva	86
FIGURA 12: Propuesta 2 - vista en planta	86
FIGURA 13: Propuesta 3 - vista en perspectiva	86
FIGURA 14: Propuesta 3 - vista en planta	86
FIGURA 15: Propuesta 4 - vista en perspectiva	87
FIGURA 16: Propuesta 4 - vista en planta	87
FIGURA 17: Propuesta 5 - vista en perspectiva	87



FIGURA 18:	Propuesta 5 - vista en planta	87
FIGURA 19:	Propuesta 1 - vista en perspectiva	88
FIGURA 20:	Propuesta 1 - vista en planta	88
FIGURA 21:	Propuesta 2 - vista en perspectiva	88
FIGURA 22:	Propuesta 3 - vista en perspectiva	89
FIGURA 23:	Propuesta 3 - vista en planta	89
FIGURA 24:	Propuesta 4 - vista en perspectiva	89
FIGURA 25:	Propuesta 4 - vista en perspectiva frontal	89
FIGURA 26:	Propuesta 4 - vista en perspectiva superior	90
FIGURA 27:	Evolución propuesta 1 - vista en perspectiva	91
FIGURA 28:	Evolución propuesta 1 - vista en planta	91
FIGURA 29:	Evolución propuesta 1 - vista usuario	91
FIGURA 30:	Evolución propuesta 2 - vista frontal	92
FIGURA 31:	Evolución propuesta 2 - vista en planta	92
FIGURA 32:	Evolución propuesta 2 - vista perspectiva aérea	92
FIGURA 33:	Evolución propuesta 2 - vista perspectiva varios módulos En su contexto, ángulo de vista persona 1.65 m	92
FIGURA 34:	Evolución propuesta 3 - vista perspectiva	93
FIGURA 35:	Evolución propuesta 3 - vista planta	93
FIGURA 36:	Evolución propuesta 3 - vista perspectiva	93
FIGURA 37:	Evolución propuesta 3 - Vista perspectiva varios módulos en su contexto, vista longitudinal persona 1.65 m	93
FIGURA 38:	Evolución propuesta 4 - Vista perspectiva	95



FIGURA 39:	Evolución propuesta 4 - Vista planta	95
FIGURA 40:	Evolución propuesta 4 - Vista perspectiva en su entorno	95
FIGURA 41:	Evolución propuesta 5 - Vista perspectiva	96
FIGURA 42:	Evolución propuesta 5 - Vista planta	96
FIGURA 43:	Evolución propuesta 5 - Vista frontal	96
FIGURA 44:	Vista aérea estructura central MDF	97
FIGURA 45:	Estructura central MDF y ángulo	97
FIGURA 46:	Sistema de paredes con platinas	97
FIGURA 47:	Platinas en ángulo para sistema de exhibición 2	97
FIGURA 48:	Sistema de pared completo con entrepaños de los dos tipos	97
FIGURA 49:	Exhibición/relaciones visuales	98
FIGURA 50:	Área de venta tradicional / cliente de pie	99
FIGURA 51:	Estanterías para artículos	99
FIGURA 52:	El cuerpo humano / profundidad y anchura	100
FIGURA 53:	Bodega Principal	101
FIGURA 54:	Bodega principal en el módulo	102
FIGURA 55:	Bodega auxiliar No. 1 - Acceso externo	102
FIGURA 56:	Bodega auxiliar No. 1 - Acceso interno	103
FIGURA 57:	Bodega auxiliar No. 2 - Puertas cerradas	103
FIGURA 58:	Bodega auxiliar No. 2 - Puertas abiertas	103
FIGURA 59:	Bodega auxiliar No. 2 - Puertas corredizas	104
FIGURA 60:	Mesa de exhibición principal 1	104



FIGURA 61:	Mesa de exhibición principal 2	105
FIGURA 62:	Mesa de exhibición auxiliar 1	105
FIGURA 63:	Mesa de exhibición auxiliar 2	106
FIGURA 64:	Entrepaños de exhibición No. 1	106
FIGURA 65:	Entrepaños de exhibición No. 2	107
FIGURA 66:	Exhibición para colgar	107
FIGURA 67:	Señalización	107
FIGURA 68:	Sujeción a pared render 1	108
FIGURA 69:	Sujeción a pared render 2	108
FIGURA 70:	Sujeción a pared render 3	108
FIGURA 71:	Espacio Interno con somatotipo. Vista aérea	109
FIGURA 72:	Somatotipo sin exhibición tipo góndola. Vista frontal	109
FIGURA 73:	Somatotipo con exhibición tipo góndola. Vista frontal	109
FIGURA 74:	Bodega Principal, división superior	110
FIGURA 75:	Bodega Principal, división inferior	110
FIGURA 76:	Perspectiva Bodega Principal	110
FIGURA 77:	Bodega Principal, altura máxima	111
FIGURA 78:	Perspectiva Bodega Principal, altura máxima	111
FIGURA 79:	Bodega auxiliar, acceso interno. Somatotipo en cuclillas, vista superior	112
FIGURA 80:	Bodega auxiliar, acceso interno. Somatotipo en cuclillas, vista lateral.	112
FIGURA 81:	Bodega auxiliar, acceso externo. Somatotipo en cuclillas, vista Lateral	113



FIGURA 82:	Bodega auxiliar, acceso externo. Somatotipo en cuclillas, Vista superior	113
FIGURA 83:	Exhibición baja tipo Góndola. Somatotipo en cuclillas, vista Lateral	114
FIGURA 84:	Exhibición baja tipo Góndola. Somatotipo en cuclillas, Vista en perspectiva	114
FIGURA 85:	Exhibición superior tipo Góndola. Somatotipo parado, vista Lateral	115
FIGURA 86:	Exhibición superior tipo Góndola. Somatotipo parado, Vista en perspectiva	115
FIGURA 87:	Almacenamiento bajo en mesa tipo Góndola. Somatotipo en cuclillas, vista Lateral	116
FIGURA 88:	Almacenamiento bajo en mesa tipo Góndola. Somatotipo en cuclillas, vista en perspectiva	116
FIGURA 89:	Exhibición auxiliar. Somatotipo parado, vista Lateral	117
FIGURA 90:	Exhibición auxiliar. Somatotipo parado, vista en perspectiva	117
FIGURA 91:	Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño superior. Somatotipo parado, vista Lateral	118
FIGURA 92:	Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño superior. Somatotipo parado, vista Perspectiva	118
FIGURA 93:	Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño medio. Somatotipo parado, vista Lateral	119
FIGURA 94:	Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño Medio Somatotipo parado, vista Perspectiva	119
FIGURA 95:	Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño bajo. Somatotipo parado, vista Lateral	120
FIGURA 96:	Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño bajo. Somatotipo parado, vista Perspectiva	120



FIGURA 97:	Entrepaños de exhibición No. 2. Entrepaña superior. Somatotipo parado, vista Lateral	121
FIGURA 98:	Entrepaños de exhibición No. 2. Entrepaña superior. Somatotipo parado, vista Perspectiva	121
FIGURA 99:	Entrepaños de exhibición No. 2. Entrepaña medio. Somatotipo parado, vista Lateral	122
FIGURA 100:	Entrepaños de exhibición No. 2. Entrepaña medio. Somatotipo parado, vista Perspectiva	122
FIGURA 101:	Entrepaños de exhibición No. 2. Entrepaña bajo. Somatotipo parado, vista Lateral	123
FIGURA 102:	Entrepaños de exhibición No. 2. Entrepaña bajo. Somatotipo parado, vista Perspectiva	123
FIGURA 103:	Propuestas de color	125
FIGURA 104:	Prototipo Puesto de trabajo	126
FIGURA 105:	Prototipo Puesto de trabajo	126
FIGURA 106:	Prototipo Puesto de trabajo	127
FIGURA 107:	Prototipo, sistema unión platina entrepaños con pared	127
FIGURA 108:	Prototipo Puesto de trabajo	128
FIGURA 109:	Prototipo, exhibición entrepaños a 30°	128
FIGURA 110:	Prototipo, exhibición ropa sobre entrepaños	129
FIGURA 111:	Prototipo, exhibición ropa, mesa tipo góndola	129
FIGURA 112:	Prototipo, exhibición calzado sobre entrepaños 30°	130
FIGURA 113:	Prototipo, exhibición calzado sobre entrepaños	130
FIGURA 114:	Prototipo, exhibición calzado mesa tipo góndola	131
FIGURA 114:	Planos Generales	133



FIGURA 116:	Módulo de venta x 1 puesto de trabajo	134
FIGURA 117:	Pared Principal	135
FIGURA 118:	Bodega Principal	136
FIGURA 119:	Bodega auxiliar	137
FIGURA 120:	Mesa de Exhibición tipo Góndola	138
FIGURA 121:	Despiece Bodega principal	139
FIGURA 122:	Bodega principal Armada	139
FIGURA 123:	Despiece Bodega auxiliar	140
FIGURA 124:	Bodega Auxiliar armada	140
FIGURA 125:	Despiece Mesa de exhibición	141
FIGURA 126:	Mesa de exhibición armada	141
FIGURA 127:	Despiece 1, Pared y entrepaños	142
FIGURA 128:	Despiece 2, pared y entrepaños	142
FIGURA 129:	Pared y entrepaños armada	142
FIGURA 130:	Piezas del módulo	143
FIGURA 131:	Unión mesa de exhibición - bodega principal	143
FIGURA 132:	Unión pared - Bodega principal	144
FIGURA 133:	Ensamble final del módulo	144
FIGURA 134:	Módulo finalarmado	145
FIGURA 135:	Unión de módulos	145
FIGURA 136:	Super módulo	146
FIGURA 137:	Adaptabilidad del módulo	147



FIGURA 138: Adaptabilidad del módulo - libros	148
FIGURA 139: Adaptabilidad del módulo - libros	148
FIGURA 140: Adaptabilidad del módulo	149



RESUMEN

Nuestra investigación inicia con el reconocimiento de la actual situación del comercio informal en nuestra ciudad, analizando las diferentes tipologías existentes y la derivación de las mismas con sus particulares características. Por tal motivo fue prioridad conocer de primera mano la reglamentación y los proyectos que se han ejecutado y que se llevarán a cabo con relación al espacio público y los comerciantes informales por parte de la alcaldía de nuestra ciudad.

Existió gran colaboración de las diferentes dependencias de la alcaldía a las que acudimos, y es en planeación municipal donde se nos informa sobre el proyecto arquitectónico de la “plaza de ventas populares la 22” donde serán reubicados los vendedores informales del 20 de julio, situados a un costado de la plaza del carnaval, proyecto liderado por el arquitecto Hollman Morales, profesor del programa de arquitectura de la institución universitaria CESMAG. Es en este punto donde comenzamos a diseñar propuestas para los puestos de trabajo como módulos de venta teniendo en cuenta los parámetros de construcción y las necesidades de los mismos vendedores.

Nuestro proyecto está enfocado principalmente en ofrecer un área de trabajo que sea coherente con su entorno y ofrezca al vendedor el espacio con las herramientas necesarias para el buen desempeño de su actividad comercial, sin olvidar el confort que deben brindar los módulos en conjunto a los visitantes de la plaza de ventas populares la 22.

Se desarrollaron diferentes soluciones funcionales y estéticas como resultado de un amplio reconocimiento conceptual del proyecto, donde parámetros y necesidades nos a ofrecer una respuesta integral para así dejar conformes a todas las personas involucradas en este valioso proyecto.



ABSTRAC

Our investigation begins with the recognition of the current situation of the informal trade in our city, analyzing the different existent tipologías and the derivation of the same ones with its characteristic matters. For such a reason it was priority to know the regulation and the projects that have been executed first hand and that they will be carried out with relationship to the public space and the informal merchants on the part of the Mayor's office of our city.

Great collaboration of the different dependences existed from the Mayor's office to which go, and it is in municipal planeación where we are informed on the architectural project of the square of popular sales the 22 where the informal salespersons of July 20 will be relocated, located to a side of the square of the carnival, project liderado for the architect Morales Hollman, professor of the program of architecture of the university institution CESMAG. It is in this point where we begin to design proposals for the work positions as sale modules keeping in mind the construction parameters and the necessities of the same salespersons.

Our project is focused mainly in offering a work area that is coherent with its environment and offer the salesperson the space with the necessary tools for the good acting of its commercial activity, without forgetting the comfort that you/they should offer the modules on the whole to the visitors of the square of popular sales the 22.

Different functional and aesthetic solutions were developed as a result of a wide conceptual recognition of the project, where parameters and necessities we to offer an integral answer stop this way to leave according to all the people involved in this valuable project.



INTRODUCCIÓN

En nuestra región, existen muchos problemas en diferentes contextos en los que el Diseño Industrial hace parte fundamental de la solución. La Universidad de Nariño, con su programa de Diseño Industrial se ha encargado de generar interés y motivación en nuestro medio, el mismo que ha adocinado características muy particulares con relación al resto del país.

Es preciso ser conciente de las herramientas que nos son ofrecidas, y aún más importante el saber utilizarlas apropiadamente en pro del bienestar de nuestra gente.

La práctica del comercio informal ha sido severamente cuestionada durante muchos años, más aún cuando se ha convertido en un ejercicio económico que no requiere amplio capital de inversión, siendo una clara respuesta al creciente desempleo que enfrenta nuestro país.

El debate que se ha generado con relación al establecimiento de los comerciantes informales en las calles de San Juan de Pasto ha cautivado la atención de la Administración Municipal, sugiriendo alternativas que resultan favorables para los ciudadanos y los vendedores; lo importante es aprender de los errores cometidos en el pasado y analizar minuciosamente las múltiples variables que rigen esta problemática para que nuestra academia aplique su gran potencial en la búsqueda de soluciones.

El comercio informal es el sustento de muchas familias de estrato bajo, es una realidad que los entes gubernamentales están teniendo en cuenta a la hora de contribuir en mejorar las condiciones de trabajo de los informales, favoreciendo el desarrollo urbano, el libre movimiento de peatones y automotores.



INVESTIGACION

ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIANTES INFORMALES EN SU ENTORNO DE TRABAJO E INTERACCIÓN CON EL CONTEXTO URBANO. PRIMERA PARTE



1. TRABAJO DE GRADO

1.1 TEMA

COMERCIO INFORMAL

1.2 TITULO

ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIANTES INFORMALES EN SU ENTORNO DE TRABAJO E INTERACCIÓN CON EL CONTEXTO URBANO.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los comerciantes informales estacionarios, móviles y semiestacionarios en Colombia y en San Juan de Pasto, son un sector que en las últimas décadas presenta un alto grado de crecimiento que genera una problemática social caracterizada por factores de seguridad e invasión del espacio público del comerciante hacia la sociedad y problemas implícitos en las herramientas de trabajo empleadas; toda esta problemática se presenta por los constantes despidos colectivos, liquidación de empresas y recorte de personal que lanzan a la gente a procurarse un salario incursionando en el mundo empresarial o comercial mediante la creación de pequeñas unidades de trabajo; en conclusión salen a las calles y demás espacios públicos al ejercicio del "rebusque", siendo innegable la importante contribución de este sector a la supervivencia de miles de trabajadores y su familia.

De sostenerse la situación actual es inevitable el crecimiento diario de este sector, de la inseguridad y de la invasión al espacio público, generando caos urbano.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

De que manera se puede eliminar o reducir el caos urbano generado por la presencia de los comerciantes informales en el espacio público de nuestra ciudad?.

1.5 SISTEMATIZACIÓN:

Como han crecido los vendedores ambulantes en los últimos años en Colombia y San Juan de Pasto?.

Como se ha visto afectada la seguridad y el libre desplazamiento de la sociedad en general con relación al entorno de trabajo de los comerciantes informales?.

De que manera se clasifica el sector informal



Como ha influido la economía del país en el comercio informal?.

Que medidas ha adoptado el gobierno frente a esta problemática?.

1.6 OBJETIVO GENERAL

IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS, INCIDENCIA Y RELACIÓN COMERCIANTE INFORMAL - SOCIEDAD PARA PLANTEAR ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE MEJOREN LA SITUACIÓN ACTUAL

1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conocer las causas y consecuencias del origen del movimiento informal en el comercio al rededor del planeta.

Formular estrategias que conlleven a un mejor desenvolvimiento y accesibilidad del mercado entre los vendedores ambulantes y los potenciales clientes.

Identificar las falencias existentes en el entorno de trabajo y entorno del comerciante informal, para encontrar y plantear mecanismos que solucionen su contexto laboral.

Reconocer la incidencia y relación que ha tenido el comercio informal con respecto al espacio público en las ciudades.

1.8 JUSTIFICACIÓN

Es necesario traducir los múltiples inconvenientes a los que esta expuesto el comerciante informal y en particular los vendedores móviles y semiestacionarios en nuestras ciudades: mobiliario inadecuado con total ausencia de condiciones ergonómicas y estéticas, ocupación de espacio público que afecta el libre flujo de peatones y en otros casos de automóviles, por mencionar algunos problemas de orden figurativo, mucho mas obvio y palpables para el común de la sociedad.

Sin embargo existe una problemática de fondo enmarcada en un perfil social, relacionado directamente con los conflictos, el desempleo, y el destierro de nuestros campesinos y provincianos que obliga a escoger entre muy pocas opciones que encuentra para salir avante.

Como punto de partida es importante comprender y analizar la situación de los comerciantes informales, una realidad compleja que se refleja en la lucha diaria por subsistir, por mantener hogares, acumulando carga emocional y física, con el fin de que esta investigación ayude a encontrar soluciones viables en nuestra región.



2. MARCO REFERENCIAL

Para iniciar con nuestra investigación fue necesario conocer aspectos relativos en un contexto amplio; para nuestro caso dar un recorrido por el mundo, recogiendo experiencias y situaciones particulares que nos ofrezcan una visión de lo que el mundo ha vivido y esta viviendo con respecto al tema.

A continuación citamos algunos textos tomados de diversas fuentes que nos cuentan que esta pasando en algunos lugares del mundo.

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 En el mundo

- Ginebra

“La conferencia internacional del trabajo, da prioridad a los derechos de los trabajadores de la economía informal”

“Funcionarios gubernamentales, trabajadores y empresarios se reunirán en Ginebra en junio para la Conferencia Internacional del Trabajo (C.I.T.) anual, la cual destacará la necesidad de encontrar soluciones para los problemas apremiantes que enfrentan los trabajadores del sector informal - vendedores ambulantes, personas que trabajan desde la casa y trabajadores temporales y bajo contrato.

El evento internacional más importante de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.), sobre el trabajo y el empleo es la C.I.T. (véase más abajo). En junio de cada año se reúnen por tres semanas los Ministros del Trabajo de todo el mundo, con los líderes de las organizaciones empresariales y de los trabajadores, para tratar asuntos internacionales sobre el empleo y el trabajo. La O.I.T. llevará a cabo la 90ava sesión de la C.I.T. del 3 al 20 de junio.

La C.I.T., se dirigirá este año a los vendedores ambulantes y otros trabajadores de la economía informal. Los trabajadores de la economía informal no tienen los mismos derechos legales y reconocimiento que sus similares en la economía formal. Tienen que trabajar generalmente largas horas por una remuneración sumamente baja; no tienen seguro social y la protección de su salud y bienestar es inadecuada. Sus opiniones no son siempre escuchadas. La gran mayoría de los trabajadores del sector informal son mujeres.”¹

¹ <http://www.streenet.org.za> 9/20/2004



“Los delegados a la conferencia harán recomendaciones a un tripartito de interlocutores sociales (véase más abajo), sobre la manera de mejorar la calidad de vida de los trabajadores de la economía informal. Se espera que una de las principales demandas a tratarse sea la manera de dar una mayor protección legal y social a los trabajadores de la economía informal. Se espera además que los delegados a la conferencia exijan una mayor representación de trabajadores del sector informal y la eliminación de barreras para la organización de los trabajadores.

Fomento de Cooperativas

Los asuntos a tratarse en la C.I.T. incluyen la conclusión de la recomendación que hace un llamado a un tripartito de interlocutores sociales, para promover y fortalecer los valores y principios de las cooperativas. La recomendación sobre el fomento de Cooperativas prevee la promoción de los gobiernos al uso de cooperativas como un medio para la transformación de la economía informal, de tal manera que los trabajadores estén legalmente protegidos e integrados totalmente en la línea central de la vida económica. Insta a los gobiernos promover las normas de trabajo de la O.I.T. y la Declaración de los principios y derechos fundamentales en el trabajo, para todos los trabajadores en cooperativas, sin distinción. Pide específicamente a los gobiernos asegurarse de que las cooperativas no sean establecidas para, o dirigidas al incumplimiento de las leyes laborales; o sean usadas para establecer relaciones de empleo disimuladas. Apoya la participación de mujeres de todos los niveles en el movimiento de cooperativas previsto.

Los delegados discutirán además en sesión de un día, un informe sobre la abolición efectiva de las peores formas de trabajos de niños. El Director General, cada año emite un informe en la implementación de una de las cuatro categorías de derechos incorporadas en la Declaración de los principios y derechos fundamentales en el trabajo de la O.I.T. La C.I.T. está examinando cada una de las cuatro categorías principales de los derechos y principios fundamentales que se encuentran en la Declaración: libertad de asociación (2000), trabajos forzados (2001), eliminación de las peores formas de trabajos de niños -2002, y todas las formas de discriminación-2003.

Es muy probable, que la C.I.T. haga uso de su autoridad para reiterar la condenación del uso de "esclavos" trabajadores por el gobierno de Myanmar (Burma), y presionar a dicho gobierno, a obrar de acuerdo a sus obligaciones internacionales y eliminar cualquier forma de trabajos forzados.

La Organización Internacional del Trabajo - Imponiendo normas de trabajo

La conferencia anual de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.), es el foro mundial más importante para la formulación y adopción de nuevas leyes y normas internacionales sobre el trabajo.”²

² Ibid



Las delegaciones nacionales a la Conferencia Internacional del Trabajo (C.I.T.), están compuestas por cuatro delegados: dos del gobierno, uno en representación de los empresarios y uno en representación de los trabajadores. La O.I.T tiene una estructura tripartita única con trabajadores y empresarios participando como iguales interlocutores sociales con el gobierno, en la toma de decisiones.

En la C.I.T., los representantes del gobierno y de las organizaciones tanto de los empresarios como la de los trabajadores, se ponen de acuerdo sobre las recomendaciones y convenciones. Una vez que éstas han sido aceptadas por los parlamentos nacionales, son legalmente obligatorias en aquellos países que las han aceptado voluntariamente. Las recomendaciones son persuasivas pero no son aplicables por ley.

Como parte importante del órgano de control de la O.I.T., un antiguo comité tripartito de la conferencia, examinará las prácticas que son aplicadas por ciertos países y que pueden constituir violaciones de las convenciones o recomendaciones de la O.I.T. A un gobierno que no cumple, se le puede pedir durante una sesión pública, una explicación sobre la aplicación de la Convención de la O.I.T. Este comité juega un rol muy importante en la persuasión a los gobiernos para cumplir con sus obligaciones internacionales sobre el trabajo.

La O.I.T. es una agencia especializada de las Naciones Unidas, cuyo objetivo es el fomento de justicia social y derechos humanos y laborales, internacionalmente reconocidos. Fue fundada en 1919 y pasó a formar parte de las Naciones Unidas en 1946.”³

2.1.2 América Latina

“El sector informal en América latina”

“Las políticas de empleo, permiten que las personas puedan tener alternativas de trabajo y poder contribuir así en actividades colectivas para satisfacer necesidades tanto individuales como familiares de quienes lo ejecutan. Estas políticas de empleo, pueden ser concebidas y aplicadas por organizaciones públicas o privadas (gobiernos o empresas); los gobiernos determinan sus políticas mediante compromisos establecidos mientras las empresas, lo hacen por intereses particulares.

El empleo ideal será aquel que es permanente, productivo, suficientemente remunerado, social y económicamente necesario, creativo y grato. Pero también hay que distinguir al desempleo dentro de nuestra sociedad, el cual puede darse de diferentes formas, como el desempleo abierto cuando es total, el desempleo oculto o subempleo cuando se trabaja menos de lo posible y deseable, o por remuneración inferior a lo legal con tiempos inferiores a la capacidad y disponibilidad del trabajador.”⁴

³ Ibid

⁴ [Http://www.javeriana.edu.co/facultades/comunicacion_lenguaje/directo_bogota/index.html](http://www.javeriana.edu.co/facultades/comunicacion_lenguaje/directo_bogota/index.html)



“En los años 90 en Latinoamérica, se da un proceso de liberalización del comercio disminuyendo con esto, las barreras arancelarias. El Estado empieza a perder autonomía, disminuye la participación del sector público, se abren las puertas para competir con mercados extranjeros y permitir el acceso de bienes de capital y recurso humano.

Con esto, se pretendía incrementar el índice de empleo en estos países sin embargo, no fue posible ya que no estábamos preparados para ese cambio, principalmente porque la entrada de nueva tecnología exigía personal altamente capacitado, que nuestras regiones no poseían además, de tener una infraestructura inadecuada para competir con productores extranjeros. A consecuencia de este fenómeno que se viene presentando, el mercado laboral comienza a estrecharse y es así como las personas han optado por incursionar en otras formas de subsistencia que se encuentran dentro de lo que se ha denominado sector informal de la economía.

“El término sector informal fue elaborado por la Universidad de Sussex y por la OIT para África y el programa regional de empleo para América Latina y el Caribe. PREALC lo comenzó a utilizar en América Latina durante los años 70 como un sustituto del concepto “marginalidad”. para entonces desechado por su capacidad explicativa”.

El sector informal abarca todos los sectores y actividades económicas como el transporte, comercio, agricultura, construcción, la industria manufacturera y los servicios. Se trata prácticamente de todos los sectores además, del sector financiero informal que lo conforman prestamistas y cambistas quienes desempeñan un papel importante dentro de la dinámica económica de algunos países.

*Por lo tanto, se habla de un sector heterogéneo que trabaja a escala reducida con fácil accesibilidad de mercado, bajos niveles de inversión, propiedad familiar o individual de las empresas, utilización intensiva de mano de obra y se desarrolla en ausencia del cumplimiento de reglamentación laboral, fiscal, contable, ambiental entre otras. La principal diferencia entre este sector y el sector formal, es la regulación del Estado sobre la actividad económica que pasa de una regulación total al total *laissezfairismo* (dejar hacer, dejar pasar).*

Dentro del sector informal se pueden encontrar casi todos los oficios y demás ocupaciones por tanto se les ha agrupado en dos segmentos y según los criterios de la Organización Internacional del Trabajo, OIT.

Trabajadores por cuenta propia

Son aquellos que crean su propio negocio, son trabajadores no remunerados, generalmente miembros de la familia. Dentro de esta categoría de trabajadores la mayor parte se compone del sector rural, los comerciantes informales que son el grupo más visible y los trabajadores independientes o empleadores de hasta 10 trabajadores.”⁵

⁵ Ibid



“Trabajadores dependientes:

En este grupo se encuentran los trabajadores remunerados en las microempresas que afrontan condiciones de inseguridad y generalmente no se benefician de prestaciones sociales tales como seguros o pensiones.

Los trabajadores dependientes son generalmente familiares y se ve en gran porcentaje mujeres y niños. Se incluyen también los trabajadores a domicilio y servicio doméstico que son los grupos más invisibles dentro del sector informal.”⁶

- Perú

“LA ECONOMÍA INFORMAL EN AMÉRICA LATINA”

“El escritor peruano José María Arguedas dijo en una ocasión que los pueblos latinoamericanos éramos unas culturas antiguas, unos pueblos antiguos con historia, con pasado, y con características indelebles. Yo diría que entre esas características, tal vez una de las más notables sea aquella por la cual, nuestros países, de tiempo en tiempo, se convulsionan de revolución a revolución.

En el Perú contemporáneo, de hecho, ha habido dos revoluciones muy significativas. Una fallida, que fue la revolución que trató de llevar a cabo el Sendero Luminoso, el grupo guerrillero maoísta que se insubordina en 1980; y otra exitosa, la revolución de los empresarios populares, llamados generalmente empresarios informales, que trabajan al margen de la ley en las ciudades del país.

De manera que, si tuviéramos que resumir en un concepto la historia de los últimos 15 años en el Perú, yo diría que es la historia de esas dos revoluciones: la historia de la revolución comunista del Sendero Luminoso y la historia de la revolución informal de los empresarios populares; la historia de una revolución que fue un fracaso, militar y político, y la historia de una revolución que ha terminado siendo uno de los éxitos más impresionantes de la historia contemporánea.

La economía informal

Muchas veces hemos leído acerca de las actividades subterráneas de la economía informal. Conceptualmente podemos proveer una definición muy simple de este fenómeno. Las actividades que componen la economía informal son aquellas actividades que teniendo fines lícitos se basan en medios ilícitos para llevarse a cabo. Es decir, son actividades que no tienen intrínsecamente un contenido criminal, pero que, a pesar de ser actividades finalmente lícitas y convenientes, deseables en un país, tienen que servirse de medios ilícitos para llevarse a cabo. La característica económica más notable de las actividades informales es que tanto la gente directamente involucrada en ellas como la sociedad en general se encuentran mejor si la ley es violada que si es seguida al pie de la letra.”⁷

⁶ Ibid

⁷ <http://www.elcato.org/desarrollo.htm>



“Sirva para aclarar ese concepto el ejemplo (que trataremos a fondo más adelante) de los vendedores ambulantes de origen callejero que pueblan las ciudades de América Latina. En ciudades como México, D.F., Sao Paulo, y Lima, que se encuentran entre las ciudades más pobladas y de mayor densidad del mundo, una característica fundamental es la existencia de miles de vendedores ambulantes.

El vendedor ambulante es, en primer lugar, un comerciante. Sus fines son lícitos, pero se tiene que basar en medios ilícitos—no cumplir con las regulaciones legales, no cumplir con las normas laborales, no pagar impuestos—porque no le queda otro remedio que hacerlo así. No puede ingresar en la economía formal porque ésta impone sobre las sociedades latinoamericanas un coste tan oneroso que resulta insufragable para las personas y para los empresarios con pequeños ingresos. La informalidad es entonces una situación en la cual la gente quiere trabajar legalmente pero no puede. Lo único que le queda es trabajar en esa zona de relativa ilegalidad que el resquicio legal deja en la sociedad de Latinoamérica.

Aunque varía de país en país, la importancia de la informalidad es muy amplia. En el caso de mi país, se calcula que en términos generales el equivalente a un 30 por ciento del producto nacional bruto y el equivalente a un 60 por ciento de las horas-hombre trabajadas se desarrollan en las actividades informales. Es decir, un 30 por ciento de la producción y un 60 por ciento del trabajo.

Eso nos permite obtener algunas conclusiones iniciales. En primer lugar, que social y económicamente la informalidad es grande, ya que, si el 60 por ciento de las horas-hombre están en el sector informal, el gobierno sólo controla 4 de cada 10 horas que se trabajan. En otras palabras, la mayor parte de los peruanos trabajan fuera de la ley.

La segunda conclusión es que, pese a su importancia cuantitativa, las actividades informales tienen una productividad baja puesto que, como hemos visto, el 60 por ciento del trabajo hace solamente el 30 por ciento del producto. Eso nos aproximará a algunos problemas que tendremos que afrontar más adelante: la falta de instituciones legales que permitan maximizar sus beneficios o cómo organizarse con mayor eficiencia. Los informales, por ejemplo, no pueden recurrir a un tribunal para hacer valer sus contratos. Padecen igualmente de una insuficiencia crónica de derechos de propiedad que, a la larga, termina influyendo negativamente en su productividad.

Dicho esto, pues, es evidente que estas actividades de fines lícitos y medios ilícitos—es decir, la informalidad—son significativas, aunque su importancia varía de un sector a otro de la economía latinoamericana.

El comercio informal

Otro sector de suma importancia en la economía informal es el sector del comercio. En el pasado la presencia de la actividad informal en el sector comercial en el Perú ha sido bien notable.”^B

^B Ibid



“Tal vez sea de las más notables de todas. Se lleva a cabo fundamentalmente, como decíamos, a través del comercio callejero—los llamados vendedores ambulantes o buhoneros que existen en todas las ciudades de América Latina. Mucha gente, de origen humilde, probablemente migrantes del campo a la ciudad, que, dada la situación en la que se encuentra, tiene que dedicarse a comerciar para así generar una actividad empresarial que les permita ganar una subsistencia mínima.

Aunque no se cuenta con un censo actualizado, se calcula que en el año 90 ó 91 había aproximadamente 300,000 vendedores ambulantes en Lima. Mucha gente cree que a raíz de los programas de ajuste llevados a cabo por el gobierno de Fujimori, esta cantidad de vendedores ambulantes debe haber crecido significativamente. De hecho, medio millón de empleados públicos han sido despedidos por el gobierno peruano, y muchos de ellos muy probablemente deben de haber encontrado su refugio en el sector comercial informal.

La importancia social de los ambulantes emana de su reivindicación de la empresa privada para los sectores menos favorecidos de la sociedad latinoamericana. Por lo general, hemos leído libros y hemos escuchado programas en la radio y en la televisión que nos han tratado de convencer que el capitalismo es una cosa ajena a América Latina; que quienes somos empresarios en América Latina formamos una vanguardia de la penetración extranjera o un rezago de la aristocracia colombina, pero que no somos auténticos peruanos, mexicanos, y, ni siquiera, capitalistas porque no representamos al capitalismo. ¡Esto es mentira! Y para probar esta mentira, no hay que escribir libros de texto ni citar a Adam Smith. Para demostrar que es mentira basta con salir a las calles de cualquier ciudad de Latinoamérica y enseñarles a aquellos que se resisten a aceptar la evidencia que los pobres latinoamericanos ejercen el capitalismo en las mismas calles, aunque nadie se lo haya enseñado; que no tienen que ser ricos para ser empresarios, solamente les basta ser trabajadores; que no tienen que ser listos para ganar dinero, solamente les basta ser ordenados; que no tienen que ser sabios para descubrir una oportunidad, solamente les basta ser audaces. Con la decisión, con la honestidad, y con la audacia, las calles de América Latina se han convertido en la mejor escuela de empresarios que existe. De manera que esas calles vibrantes de la actividad empresarial se constituyen en el mejor alegato en favor de la empresarialidad y del capitalismo latinoamericano.

Es más, la existencia de este sector comercial informal nos ofrece el mejor argumento disponible para convencer a aquella gente que tiene la reclusión ideológica de negar que el trabajo y la responsabilidad son virtudes inherentes al ser humano.

El origen de la informalidad

Como hemos visto, hay informalidad en la vivienda, hay informalidad en el comercio, hay informalidad en la industria, hay informalidad en el transporte: hay informalidad en todo”⁹

⁹ Ibid



“De hecho, no son informales los hombres, son informales sus actividades. No hay peruanos formales e informales. ¡No! Si el 60 por ciento del trabajo de los peruanos se desarrolla en el mercado informal es porque todos los peruanos tenemos una parte de nuestro trabajo desarrollada formalmente y una parte de nuestro trabajo desarrollada informalmente. El caso del empleado bancario que tiene un vehículo y, de ida al trabajo y de regreso del mismo, trabaja como taxista para suplementar su ingreso personal. El caso de la señora que después de dejar a los niños en el colegio hace pasteles y dulces para venderlos a restaurantes de la ciudad.

El caso de la señora que coge el garaje de la casa y lo convierte en un pequeño restaurante de almuerzos. Los casos de los peruanos que reivindican permanentemente su derecho a trabajar con prescindencia del Estado, sin pagar impuestos, y sin obedecer sus regulaciones.

Es importante entender que la informalidad es de las actividades y no de la gente. ¿Por qué? Porque así entenderemos el origen de este fenómeno. Si estudiamos los libros de sociología que se han escrito veremos que ellos nos dicen que los latinoamericanos--y, en particular, los peruanos--tenemos el defecto de ser tarados, por lo cual nunca podremos salir adelante. La herencia indígena y el coloniaje encima de la herencia nos entorpecieron de tal forma que, junto con la corrupción, el clima, y la comida picante y bien condimentada, nos han convertido en pueblos ociosos. Esta argumentación está implícita en los textos euro centristas conservadores y en los textos alucinados marxistas. En el fondo, parte del mismo rechazo a la imaginación, a la fuerza, y a la autenticidad de los latinoamericanos. Es un prejuicio contra los hombres de trabajo.

El origen de la informalidad no se encuentra en una tara cultural, en un problema religioso, o un origen étnico; se encuentra en la ineficiencia de la ley. En términos técnicos, somos informales por el llamado coste de la legalidad. Los políticos, los legisladores, y, mucho menos, los abogados no entienden que la ley cuesta como cualquier otra cosa. Si vd. quiere hacer un negocio, necesita tiempo e información. Hacer el negocio cuesta algo independientemente del negocio mismo. Vender pintura cuesta algo más que la pintura misma; cuesta la oportunidad, la inteligencia, la ubicación, la percepción del deseo de los consumidores. Igual la ley. La ley cuesta con independencia de lo que se quiera hacer con ella. ¿Cuál es el costo de la ley, entonces? La cantidad de tiempo y de información que se necesita para cumplir con ella.

En el Perú, al igual que en América Latina, la cantidad de tiempo y de información que se necesita para cumplir con la ley es muy alta, de hecho comparativamente más alta que la cantidad de tiempo y de información que se necesita en Estados Unidos para cumplir con la ley. La diferencia entre países desarrollados y subdesarrollados--esto fue brillantemente documentado por Douglass C. North, que ganó el Premio Nóbel de Economía en 1994--está en la organización institucional eficiente.”¹⁰

¹⁰ <http://www.elcato.org/desarrollo.htm>



“Es decir, en el coste de la ley. Un país próspero tiene un coste de la ley bajo en comparación con los ingresos de la población; un país que no es próspero tiene un coste de la ley alto en comparación con los ingresos de la población.

En el Perú hicimos un famoso experimento en el año 86 que nos permitió medir el coste de acceder al mercado. Formamos un equipo de simulación para simular la formación de un pequeño taller de construcción, proponiéndonos cumplir con todos los requisitos legales que la legislación imponía—incluyendo proponerse no pagar ni un centavo de soborno a nadie sino cumplir estrictamente con las normas legales, aunque tomara el tiempo que fuera necesario. La tramitación nos demoró casi un año y, en este proceso, se nos pidió soborno en 11 oportunidades, de las cuales hubo que ceder en dos, pues, pese a cumplir con la ley, si no pagábamos esos dos sobornos, no íbamos a poder continuar aunque tuviésemos todo en regla, tal como las normas lo establecían. Posteriormente, para hacernos una idea comparativa de si eso era mucho o poco, un profesor norteamericano hizo la misma experiencia en Tampa, en Florida. Lo que a nosotros nos llevó un año, a él le ocupó dos horas en una mañana y lo hizo por correo. Esa fue exactamente la diferencia entre el coste de una ley y el coste de otra.

Los latinoamericanos no somos seres enfermos que vamos midiendo el coste de la ley. Sólo medimos la ley cuando el coste de cumplirla es mayor a su beneficio. La gente cumple la ley cuando le conviene; cuando no le conviene, no la cumple. Es racional que sea así.

En América Latina y en el Perú, en particular, donde tenemos evidencia factible, la ley es costosa. Es tan costosa que distorsiona al mercado y excluye de él a los sectores menos favorecidos de la población. ¿Por qué hay informales entonces? Porque la gente, dados sus pocos ingresos, no puede trabajar de otra forma, no puede cumplir con la ley, no puede pagar los impuestos, no puede acceder a una urbanización formalmente construida porque los trámites de hacerlo son insufragables. Esta es la realidad objetiva. No es una tara cultural, no es un problema mental, no es una herencia étnica. Es discriminación legal.

El origen de esa discriminación legal radica en ese capitalismo antidemocrático, el mercantilismo. Lo que subsiste prioritariamente en los países latinoamericanos es un capitalismo en el cual la propiedad privada no es un derecho sino un privilegio, la empresa privada es también un privilegio, y la competencia no existe. El Estado se encarga de impedirla con trabas legales. Con esa capacidad conservacionista que nos hace mantener una especie de parque jurásico institucional e ineficiente en América Latina, hemos logrado mantener el dinosaurio del mercantilismo, que finalmente es lo que padecemos: el Estado grande e inútil, por una parte, y la hipocresía, por otra. Esta generalización de la hipocresía que permite mantener un sistema de privilegio en América Latina puede considerarse sin lugar a dudas la causa principal de nuestro subdesarrollo y de nuestra crisis.”¹¹

¹¹ <http://www.elcato.org/desarrollo.htm>



- Cuba

“LA HABANA, 11 de marzo (Anna Rosa Veitía, Grupo Decoro / www.cubanet.org) - El pasado lunes 10 de marzo vendedores ambulantes que ofertaban sus productos en la Escuela de Computación e Informática, situada en Belascoaín y Maloja, municipio Centro Habana, fueron dispersados por la Policía Nacional Revolucionaria (PNR).

Los vendedores, en su mayoría mujeres sin vínculo laboral y madres de familia, ofertaban pasteles de guayaba y coco a dos pesos cada uno, rosquitas a un peso y paquetes de papas fritas a cinco.

A las 3 de la tarde, hora en que los alumnos salen a disfrutar de su horario de merienda, cuando los vendedores iniciaban sus ventas del día, tres carros de la policía rodearon el lugar, y los agentes, bastones en mano, se lanzaron contra los vendedores "ilegales", que inmediatamente arrojaron los pasteles y las rosquitas al latón de la basura.

Noemí Cárdenas, una vendedora de pasteles, explicó que cuando la policía realiza estos ataques, luego de que les obligan a pagar multas de 1,500 pesos, se reparten los pasteles, y otros productos decomisados, y para evitar esta humillación prefieren arrojarlos a la basura.”¹²

- Costa Rica

“A sus 64 años de edad, la voz de Zeila Cedeño está desgastada, es más lenta, pero no pierde su ánimo. Ella es vendedora ambulante desde que tenía 14 años.

Calle 8, a pocas cuadras del Parque Central, ha sido por años el sitio de cientos y cientos de vendedores ambulantes, cada uno con su carga de mercadería y sus múltiples problemas sociales a cuestas.

La Avenida Primera, desde el Mercado Central hacia el oeste, hasta la Coca Cola, la semana anterior estaba saturada de pequeños puestos. Cada uno en su negocio vende desde verduras y frutas, pasando por ropa, aquí siempre se ha conseguido de todo...

Con 23 años, Yamileth Roque tiene que luchar sola por salir adelante. La semana anterior 7 Días la encontró en su puesto de ventas con un hijo de 3 años, al que los fines de semana tiene que llevar al trabajo. Solo de lunes a viernes lo deja en una guardería.

Embarazada y con otros dos hijos, Yamileth tendrá que seguir trabajando en ventas en cualquier rincón de San José. No tiene esposo. No hay padre que responda por ellos.”¹³

¹² <http://www.cubanet.org/reg.htm> fecha: marzo 12 de 2003

¹³ <http://www.teletica.com/telenoticias> fecha: junio 21 de 2004



“Esto se convirtió en parte del panorama de una ciudad para muchos cada vez más fea, desordenada, contaminada e incómoda.

Para los transeúntes es un dilema pasar por las aceras repletas de vendedores; para los vendedores, esta ha sido la forma de ganarse el pan de cada día, de ellos y sus familias.

Bajo el argumento de que hay un caos perjudicial, es que la Municipalidad de San José decidió desalojar a más de 400 vendedores de las calles capitalinas. Pero los vendedores se defienden señalando que son trabajadores honestos, que han luchado por sacar adelante a sus familias, y contrario a lo que se piensa, no desean que sus hijos hereden este oficio. Elizabeth Santamaría, vecina de Barrio Cuba, crió a 11 hijos vendiendo en Calle 8, que se conoce “al dedillo”, porque aquí ha vendido por 43 años. Antonio Mora tiene más de 60 años. A los 9 años de edad ya era vendedor ambulante.

Ahora que la Municipalidad de San José les ordenó dejar estos sitios, Antonio cree que el único camino será seguir en este oficio aunque sea ilegal.

Bajo el argumento de hacer de San José una ciudad más agradable, la Municipalidad está dispuesta a no dejar que las ventas ambulantes crezcan. A los vendedores desahuciados, les ofrece realizar ferias los fines de semana en algunos distritos capitalinos, donde todavía no hay ferias del agricultor. Unos cuantos vendedores, 40 más o menos, la Municipalidad decidió mantenerlos trabajando, debido a que son mayores de 60 años. Rosalina Quiñós es una de ellas: con la camiseta número 11 de la selección y la número 24 del saprisista Alvaro Saborío de fondo, ella nos contó que trabaja desde los 9 años para mantener a hermanos y padres... Ella se irá pronto para un puesto que le aprobaron frente al Hospital México. Cientos no corren la misma suerte.

Seguir adelante, no queda otra. Los que se quedan sin puestos, los que lo tienen, tendrán que ver qué hacen. Los recursos legales también le esperan a la Municipalidad. Los vendedores aseguran que su deseo no estar en la calle. Ellos quisieran un mercado dónde ubicarse, pero por el momento el futuro es incierto.”¹⁴

2.1.3 Colombia

SINUCOM, arma de los desposeídos

“En 1968, después de vivir durante años ofreciendo ropa por los barrios de la capital, Avelino Niño se instaló, por consejo de un amigo, en San Victorino, con una caja de cartón, en la que exhibía camisas. Por esa época no eran muy numerosos los vendedores y el trabajo concluía cuando la policía los desalojaba a bolillo. Poco a poco el lugar se empezó a poblar de estacionarios y ambulantes. Fue entonces cuando Avelino, junto con dos compañeros, decidió crear un comité de unidad para resistir los desmanes.”¹⁵

¹⁴ Ibid

¹⁵ <http://www.moir.org.co/index.htm>



"El mismo cuenta los comienzos de lo que más tarde sería SIN UCOM:

En el 74 la arremetida del gobierno fue demasiado fuerte. Había redadas todos los días; la policía atropellaba, decomisaba y estropeaba a puntapiés las vitrinas. Formamos el comité y repartimos hojas volantes diciendo que la única salida era combatir. Nadie nos creyó hasta cuando se dio la pelea de los libreros en la calle 19. Los uniformados tenían la orden de levantar los puestos. Nosotros organizamos a la gente y dimos la orientación de permanecer encerrados dentro de las casetas. Ganamos la contienda y caímos en cuenta de que para un enfrentamiento como el que nos esperaba, un comité es muy débil y limitado y formamos un sindicato, SINUCOM".

La primera gran batalla se efectuó el 9 de noviembre de 1974. Fue un sábado en que amaneció militarizado todo San Victorino. Los cuerpos represivos impidieron que los mil ocupantes de la zona sacaran sus catres o los cajones para exhibir las mercancías. SINUCOM, con sus primeros 50 afiliados, decidió ponerse a la cabeza del movimiento. Se formaron columnas de buhoneros rumbo a la alcaldía. Eran millares de personas entre hombres y mujeres, exigiendo a gritos el derecho al trabajo. Al final el gobierno tuvo que acceder y los vendedores regresaron triunfantes a San Victorino.

"Al día siguiente - cuenta Avelino - atendimos una fila de 150 personas que querían la afiliación a nuestro sindicato". Esta especie de bautismo de fuego abrió nuevos horizontes a SINUCOM y en 1975 se extendió a otros barrios de la capital. Por iniciativa de esta organización se creó el comité intersindical del gremio que ha evitado en repetidas oportunidades el desalojo de los vendedores de las vías comerciales. Entre sus logros narran la derogatoria del decreto 240 de 1975 y otras disposiciones igualmente lesivas, derrotadas mediante mítines y movilizaciones masivas. Así han convertido los sitios vedados en sus trincheras de combate.

Los vendedores han dejado de pensar en forma individualista y ya no ven al vecino como a un enemigo mortal que les hace competencia. Cada vez más se unen en torno al interés común.

Esto lo señala el testimonio de un compañero de la Avenida Jiménez:

"Antes existía mucha rivalidad, nadie respetaba el puesto de nadie. Por eso tocaba madrugar a la una de la mañana y acostarse a guardar el sitio sobre periódicos o en el catre que uno llevara. Pero desde el día en que esto amaneció inundado de tropa y todo era verde porque estaban hasta en los tejados de las casas, realizamos una ofensiva a la alcaldía y nos unimos. Hoy, cuando llega la policía a molestar a un compañero, somos diez o veinte los que luchamos".

Ana Fidelia, una robusta mujer que hace siete años vende gallina en este mismo sector, afirma que el sindicato le ha garantizado algunos derechos importantes. Durante años soportó culatazos y cercos que la obligaban a salir corriendo, con sus ollas arrastrando."¹⁶

¹⁶ Ibid



“Nos pegaban mucho, dice, nos quitaban la comida y nos tenían hasta tres días encarceladas, dizque porque este trabajo era un delito. Hasta nos regaban gasolina encima de los alimentos. Por eso me sindicalicé y las cosas han empezado a cambiar. Ahora somos solidarias y nos defendemos colectivamente”.

Los cinco mil afiliados a SINUCOM en Bogotá saben que no están solos. Para respaldarlos, la organización está dividida en 18 zonas que corresponden a las alcaldías menores del Distrito. Cada una de ellas tiene su directiva, que afronta directamente los problemas, y dispone de jefes de cuadra que dan la primera alarma cuando se presenta una embestida de la fuerza pública. A nivel nacional el sindicato ha fundado seccionales en 17 departamentos.

Temilda, una mujer casi anciana que expende tinto en las horas de la noche porque su esposo quedó paralítico y debe responder ella misma por sus obligaciones, sacrifica horas de descanso para ir a la alcaldía o para luchar hombro a hombro con sus camaradas cuando se anuncia un desalojo. Ni la edad, ni las penurias, ni la represión han mermado su ánimo. En 1975 encabezó un desfile de protesta portando la bandera de SINUCOM. La policía, que tenía la orden de no dejarlos llegar a su destino, se lanzó con toda su fuerza a contener la manifestación. Fue de las primeras en caer, duramente golpeada. Temilda habla con orgullo de aquel día como de una experiencia inolvidable que acendró más su odio contra los explotadores y le ayudó a comprender mejor la urgencia de la emancipación de los de abajo.

Para quienes derivan su sustento del precario comercio constituye un estímulo el episodio ocurrido hace un par de meses frente a la Empresa de Teléfonos de Bogotá, cuando en el momento en que la tropa intentaba desalojar a uno de sus compañeros, decenas de obreros se solidarizaron con él e impidieron que lo detuvieran. Este hecho, no tan ocasional, es una premonición para la lucha de los vendedores ambulantes: la de que el proletariado no sólo les brinda el apoyo fundamental a sus reclamos, sino que, en definitiva, los intereses y objetivos de éste serán los suyos como sector desplazado y desposeído.”¹⁷

¹⁷ Ibid



2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Conceptos

Economía informal

Son aquellas actividades que teniendo fines lícitos se basan en medios ilícitos para llevarse a cabo, es decir, actividades que no tienen intrínsecamente un contenido criminal pero no cumplen con la reglamentación legal. Se lleva a cabo fundamentalmente a través del comercio callejero.

Comercio informal estacionario

Es aquel que se establece en un lugar definido dentro del espacio público, que puede estar compuesto por una caseta donde el comerciante guarda y ofrece sus mercancías.

Comercio informal semiestacionario

Aquella actividad comercial compuesta por un puesto de trabajo móvil donde son ofrecidos diversos productos, el cual es transportado desde el lugar donde es guardado, ya sea parqueaderos, bodegas o el mismo hogar, hasta un punto preestablecido dentro de la red urbana al inicio de la jornada laboral, y regresados al punto de origen al final de la misma.

Comercio informal móvil

Aquellas personas que ejercen un empleo informal sin un local fijo de trabajo, realizando su actividad laboral en calles transitadas, semáforos, puerta a puerta, ofreciendo a los potenciales clientes diferentes productos y servicios.

Adaptabilidad

Capacidad que debe tener la solución objetual para que en él se pueda exhibir, almacenar, etc los distintos tipos de productos de los comerciantes que acoge el proyecto y además a las particularidades que pueda presentar en la distribución dentro de la estructura arquitectónica.



2.3 MARCOTEÓRICO

2.3.1 India

“Existen miles de organizaciones de vendedores ambulantes en la India, y cada estado en la India tiene diferentes leyes sobre el comercio ambulatorio. Siempre ha representado un problema para los vendedores ambulantes integrarse, para influenciar al gobierno nacional de la India. Sin embargo, desde el establecimiento de la Alianza Nacional de Vendedores Ambulantes de la India (NASVI), el gobierno estuvo dispuesto a negociar con NASVI, como un frente integrado de vendedores ambulantes de la India. NASVI es la mayor organización afiliada a StreetNet International, con una afiliación de 389 organizaciones de vendedores ambulantes en diferentes estados de la India. El Ministerio de Desarrollo Urbano y Mitigación de la Pobreza en la India, formó una Task Force (formación de un grupo para cumplir con una tarea específica) sobre vendedores ambulantes para crear una política nacional sobre vendedores ambulantes y NASVI ha formado parte activa en esta Task Force.

NASVI llevó a cabo varias reuniones con sus organizaciones miembros en diferentes partes de la India, para establecer con los vendedores ambulantes los puntos que se debían incluir en la política nacional. Se encuentra listo el primer borrador de la Política Nacional sobre vendedores ambulantes. El borrador de la política ha adoptado un modo de enfoque estimulante, que reconoce a los vendedores ambulantes como ciudadanos con derecho a un aceptable medio de vida y un ambiente de apoyo para ganar su sustento, comparado con el enfoque tradicional, el cual les consideraba como una peste.

La política trata con los siguientes aspectos del comercio ambulatorio:

Normas para planificación - planificación del espacio, mercados naturales, normas sobre el tamaño de área que se proporcionará para mercados de ventas en pueblos y ciudades y las facilidades que deben proporcionar las autoridades cívicas.

Procesos regulativos en lo que se refiere al registro de vendedores ambulantes y "regulación in discriminatoria del acceso a espacios públicos, conforme a los estándares de planificación", ingresos y la forma en que deberían ser recaudados; y el establecimiento de comités constituidos democráticamente para la implementación de las medidas regulativas acordadas.”¹⁸

¹⁸ <http://www.streenet.org.za>



Mecanismos de control.

“Otros asuntos que se abordan en el borrador de la política son: el acceso a crédito de los vendedores ambulantes, seguridad social, entrenamiento y mejoramiento de habilidades que puedan ayudar a los vendedores ambulantes "a incrementar sus ingresos, así como buscar otras alternativas”.

El Primer Ministro de la India, envió una carta a todos los Jefes Secretarios de cada uno de los estados gubernamentales en la India, informándolos sobre el proceso de desarrollo de una política nacional sobre el comercio ambulatorio. Además, les solicitó elegir un representante oficial que sirva de enlace entre el departamento y el Estado sobre los asuntos que afectan a los vendedores ambulantes y suspender toda acción punitiva contra los vendedores, hasta que la política nacional sea aprobada de modo definitivo.”¹⁹

2.3.2 Kenya

VENTAS EN LAS CALLES DE KENYA

“Las ventas ambulantes proveen trabajo e ingresos a un gran número de vendedores ambulantes en Kenya, muchos de los cuales son mujeres. Tanto el gobierno central como local han reconocido este hecho. Programas de apoyo han sido implementados para el sector de pequeñas y micro empresas. Un reciente estudio realizado por IDS, encontró que las ventas ambulantes es una de las actividades más reguladas de todas las actividades informales.

Por largo tiempo, las autoridades urbanas han considerado a los vendedores ambulantes como mercaderes ilegales y un `estorbo`, los cuales con seguridad desaparecerán. No obstante la mayoría de los ayuntamientos han reconocido la necesidad de integrar a las ventas ambulantes dentro de la planificación urbana. El Consejo Municipal de Machakos ha revisado los reglamentos sobre mercadeo ambulante y el Consejo de Migori está en el proceso de tomar la misma iniciativa.

Condiciones

La mayoría de las autoridades no asignan lugares para las ventas ambulantes. Muchos vendedores operan al aire libre, sin protección y sin servicios básicos. Las autoridades no están dispuestas a asignar lugares dentro del Distrito Central de Negocios (CBD). Su argumento es que el CBD no está planificado para acomodar ventas ambulantes, lo que podría causar congestión e inseguridad. Los vendedores ambulantes están considerados además, como una amenaza a los negocios establecidos, los cuales pagan licencias y otras tarifas al ayuntamiento.”²⁰

¹⁹ Ibid

²⁰ Ibid



“Estas percepciones están también cambiando. El Consejo de Machakos ha reservado lugares para ventas ambulantes y el Consejo Municipal de Nairobi ha seleccionado posibles lugares. Los vendedores ambulantes prefieren operar en el CBD, donde tienen mejores oportunidades para conseguir clientes en sus propios métodos para la identificación y asignación de lugares.

No obstante, esto les expone al hostigamiento de las autoridades. Son arrestados por los agentes de policía. Su mercadería es confiscada y sus puestos son destruidos sin aviso. Son además desalojados, para que sean efectuados los planes de desarrollo.

Comunicación

Los vendedores ambulantes no tienen conocimiento de todos los planes de acción y regulaciones que son aplicables a su negocio. Esto es en parte porque existe muy poca comunicación entre ellos y las autoridades. No existe un foro apropiado donde se puedan informar sobre los reglamentos. La falta de información hace prácticamente imposible que actúen de acuerdo con los reglamentos.

Organización

Las organizaciones que existen de vendedores ambulantes, no tienen influencia. Muchos son una combinación de negocios y organizaciones de bienestar. El estudio IDS encontró solamente cinco organismos que son puramente organizaciones de vendedores ambulantes: Sociedad de Mercaderes Ambulantes de Kenya (KSTS) y el Sindicato Nacional de Vendedores Ambulantes de Kenya (KENAHU), las cuales operan en el ámbito nacional, y Mercaderes Ambulantes en General (KISUMU), la Asociación de Vendedores Ambulantes Kisumu y la Sociedad de Pequeños Mercaderes de Migori, las cuales son organizaciones locales. El enfoque de estas asociaciones es tratar de influenciar a los líderes, y ocasionalmente negociar con las autoridades urbanas. Hasta el momento no han conseguido mucho. Algunas de estas organizaciones que son una combinación de negocios y organizaciones de bienestar, también tratan de asuntos de ventas ambulantes, particularmente cuando los mercaderes se enfrentan con severo hostigamiento o amenazas de desalojo.

Para que las ventas ambulantes prosperen en Kenya, se necesitan cambios en los planes de acción urbanos, los cuales deben integrar a las ventas ambulantes en la planificación y toma de decisiones. Las asociaciones existentes de vendedores ambulantes tienen que ser reconocidas y apoyadas, de tal manera que puedan expresar las necesidades de sus miembros.”²¹

²¹ <http://www.streenet.org.za>



2.3.3 Colombia

EL EMPLEO INFORMAL EN COLOMBIA

“El empleo informal se define como: “el conjunto de actividades dedicadas a la producción mercantil de bienes o servicios que no cumplen con la reglamentación legal”.

El fenómeno de la informalidad en Colombia, ha fomentado parte de las estadísticas del DANE desde el año de 1984 considerando como integrantes de este sector a:

Patronos y por cuenta propia de empresas con menos de 10 empleados.

Obreros y empleados de actividades particulares de menos de 10 personas.

Independientes no profesionales y técnicos.

Ayudantes familiares.

Empleados de servicio doméstico.

El crecimiento del sector informal, se da por los constantes despidos colectivos, liquidación de empresas y recorte de personal que lanzan a la gente a procurarse un salario incursionado en el mundo empresarial o comercial mediante la creación de pequeñas unidades de trabajo; en conclusión salen a las calles y demás espacios públicos al ejercicio del “rebusque”.

El término sector informal, es utilizado para denominar indistintamente actividades ilegales y delictivas como la prostitución y el contrabando; marginadas en la economía del mercado como la producción para el autoconsumo, carente de estrategias económicas de supervivencia en condiciones de extrema pobreza, económicamente rezagadas como es de los servicios domésticos, el trabajo independiente y de pequeños establecimientos no institucionalizados.

Es innegable la importante contribución de este sector a la supervivencia de miles de trabajadores y debemos reconocer, que algunos elementos del sector informal tienen espíritu empresarial muy vivo y un gran potencial creativo.

En Colombia los sectores donde más se ha notado informalidad son: en primer lugar, el comercio con un grado de ocupación del 34.9% seguido del sector Servicios con un grado de ocupación del 27.2% y por último, el sector Industria con un grado de ocupación del 17.1% para el año 1.998.”²²

²² http://www.javeriana.edu.co/facultades/comunicacion_lenguaje/directo_bogota/index.html



“Al ser el comercio uno de los sectores con más alto grado de informalidad en Colombia, apreciamos las siguientes características: su actividad está destinada a la subsistencia con un nivel de ingreso fluctuante, considerándose como una pequeña unidad económica precapitalista. Esto, debido a que se basa en una reproducción de capital simple lo que quiere decir, que el capital resultado de la venta de sus mercancías, es reinvertido para comprar otras mercancías y así seguir con esta actividad.

Otra característica de estas pequeñas unidades de baja productividad, es que tiene poca o ninguna distinción entre capital y trabajo. Fundamenta sus relaciones de empleo en el parentesco o en relaciones personales y sociales sin acuerdos contractuales. Finalmente, tiene una relación negativa con el Estado y el sistema económico Institucionalizado, dado que no paga Impuestos, no cumple con las normas de higiene y medio ambiente, ni las normas de seguridad social ni con el uso de espacios públicos, etc. Lo anterior, tiene dos consecuencias importantes: a) Va en contra vía de las normas y leyes del Estado convirtiéndose en un problema económico y social, condenando al sector a mantenerse en la ilegalidad y la marginalidad; y b) carece de la protección y apoyo de las entidades estatales por el hecho de ser ilegal.”²³

- **Santa Fe De Bogotá**

“La recuperación del espacio público se ha convertido en el motivo de confrontación entre la Policía y los vendedores ambulantes en las calles de Bogotá. La angustia de perder la mercancía en estos enfrentamientos, hace parte del panorama cotidiano de quienes han encontrado en las ventas informales una posibilidad de sustento.

Esta situación ha llevado a este tipo de comerciantes a organizarse en asociaciones y sindicatos. A través de ellos, denuncian la pérdida de mercancías, el maltrato al que son sometidos por la fuerza pública, la violación de sus derechos a la vida, a la integridad física, a la dignidad humana y al trabajo, sin que la actividad que desempeñan sea, precisamente, un trabajo digno. La Secretaría de Gobierno de la Alcaldía Mayor de Bogotá adelanta desde hace dos años una mesa de trabajo, en la que participan representantes de los vendedores ambulantes para definir los programas y las políticas públicas en cuanto a economía informal. Según algunos sindicatos, quienes los representan en esta mesa tienen poco o ningún respaldo de los vendedores.

Por esto, miles de vendedores ambulantes se congregaron el 18 de julio en la Plaza de Bolívar de Bogotá para protestar por la implementación del nuevo Código de Policía, que en defensa del espacio público coarta su derecho a ganarse el sustento. La jornada dio como resultado la negociación de la interlocución de cuatro de los manifestantes con la administración municipal.”²⁴

²³ Ibid

²⁴ <http://www.actualidadcolombia.org.htm>. fecha: julio 30 a agosto 13 de 2003



"Esta comisión de negociación propone la reglamentación del trabajo en el espacio público, y un proyecto de ley que armonice el derecho al espacio público y el derecho al trabajo" afirma Ricardo Zambrano, representante de Sindevendedores, afiliado a la Central Unitaria de Trabajadores, CUT.

El Código de Policía de Bogotá indica que "se consideran formas de ocupación indebida del espacio público construido, entre otras: su ocupación por ventas ambulantes o estacionarias, salvo en los casos en los que exista el debido permiso expedido por la autoridad competente".

Programas y dificultades

Soraya Montoya, funcionaria de la Secretaría de Gobierno, comenta que la Alcaldía Mayor ha generado varios proyectos para los vendedores ambulantes como la organización de las ventas en lugares como el San andrecito de San José, la Plaza España, el 20 de Julio y el Puente de Venecia, entre otros; la capacitación de los jóvenes, la recolección de hojas de vida y el trámite de solicitudes de empleo, a través de FENALCO, y el fomento a la microempresa por medio de un programa de la Secretaría de Hacienda.



Fotografía 1.

La recuperación del espacio público en San Victorino le costó a la ciudad más de 30.000 millones de pesos hace 5 años. Hoy no se puede transitar por sus calles. Así se veía la principal vía de acceso al sector la semana pasada, un día antes de que la Alcaldía hiciera un operativo para despejar la zona

Sin embargo, directivos de la CUT en Bogotá, afirman que las soluciones presentadas por la administración abarcan a un número mínimo de personas. "Se calcula que cinco mil personas pueden ser beneficiarias de estos programas, mientras otras 995 mil están desprotegidas, y en situación vulnerable frente a las medidas coercitivas".

Aproximadamente un millón de familias -más de la octava parte de la población de Bogotá- se gana la vida, mueve la economía y evita situaciones de hambre e indignidad con los puestos de afiches, correas, chaquetas, códigos y otra infinidad de productos. Este tipo de negocios son manejados por jóvenes, adultos y ancianos, cuyo rango de escolaridad abarca desde la primaria hasta el pregrado profesional y que provienen de diferentes sectores económicos, en especial, la construcción.

Sin embargo, en aras de tener un espacio público amplio, descongestionado y respondiendo a los intereses del comercio formal, el Código de Policía ha convertido el trabajo de los vendedores ambulantes en actividad ilegal. Los vendedores son perseguidos como si fueran delincuentes, y en la Procuraduría, Fiscalía y Policía cursan denuncias por tortura a dichos vendedores."²⁵

²⁵ Ibid



“Manuel Téllez, director de la CUT en Bogotá, afirma que “muchos de los vendedores ambulantes son producto del desplazamiento forzado por la violencia y por el desempleo. Bogotá requiere un proyecto amplio de generación de empleo con dignidad y justicia social. Mientras esto no se dé, estamos generando más vendedores ambulantes”.

Los derechos al derecho

La Constitución de 1991 establece el derecho al espacio público, pero también el derecho a la vida y al trabajo. En Colombia, las ventas ambulantes no son una opción profesional, son la última posibilidad que encuentran miles de personas en diferentes ciudades, a raíz de la pobreza. Al dejar esta actividad en la ilegalidad, es preciso preguntarse cuáles son los intereses que entran en juego, y cuáles son los derechos que prevalecen.

La idea de sacar a los vendedores ambulantes se defiende desde el comercio formal, desde la administración del espacio público y desde la Policía. Pero, en el caso de Bogotá, ¿Cómo no considerar asunto público la sobrevivencia de más un octavo de la población?

La lucha por el espacio público es, en realidad, una lucha económica entre el sector formal y el sector informal, y en últimas, una lucha de clases, un ejercicio de segregación que no repara en las consecuencias que esto puede tener para una población tan vulnerable.

El debate entre el derecho al espacio público, que reivindica la administración municipal, y el derecho a la vida, a la dignidad humana y al trabajo, que rescatan los vendedores ambulantes, debe darse bajo la consideración de que la actividad que realizan no supe el derecho al trabajo como está contemplado en la Constitución y el Estado no puede sancionar a una persona por hacer uso del sentido de la sobrevivencia.”²⁶

LOS VENDEDORES AMBULANTES

“Hace 7 años Pedro Ortega era un campesino que vivía de lo que sembraba en una pequeña parcela en el Tolima. Por la presión de los terratenientes abandonó la tierra y se vio obligado a emigrar a la ciudad. Hoy debe pasar el día parqueado en una esquina de Bogotá, ofreciendo baratijas a los transeúntes y soportando el acoso constante de las autoridades, para regresar en la noche a la casa de inquilinato donde vive, al sur de la capital, llevando el sustento a sus 7 hijos.

Por defender el derecho que él y sus compañeros tienen a trabajar, Pedro ha pasado varias noches en los patios de la Estación IV de Policía, sin recibir un pan, o una cobija. Ni las detenciones, ni los golpes, ni las amenazas de conducirlo a la cárcel han logrado desterrarle. Después de cada atropello vuelve con su cajón atiborrado de objetos al mismo sitio de donde fue desalojado a la fuerza.”²⁷

²⁶ Ibid

²⁷ <http://www.moir.org.co/index.htm>



“Al igual que Pedro Ortega, se calcula que unos 60 mil vendedores ambulantes en Bogotá y cerca de 200 mil en todo el país padecen múltiples penalidades y riesgos para poder llevar el pan a sus casas. Para ellos cada día de trabajo es un día de combate. Como desde 1977 la Alcaldía Mayor suspendió la expedición de licencias, 50 mil vendedores callejeros viven ejerciendo ilegalmente la única actividad que les permite subsistir.

Aunque la Constitución, en su artículo 17, consagra el derecho al trabajo, a este gremio se le persigue como no se hace con los delincuentes. La falta de la licencia o la violación de una de las absurdas normas que han sido dictadas para exterminar a los vendedores, da derecho a la policía para detenerlos 24 horas, para impedirles laborar durante varios días y para cometer toda serie de tropelías. La única justificación para estos abusos es la de que los vendedores “enmugrecen la ciudad”.

Pero ninguna de las medidas impuestas logra detener la avalancha de personas que cotidianamente se lanzan a las calles. Al sector de las ventas ambulantes confluye gran parte de los desempleados y de los que buscan una forma para aumentar sus míseros y esporádicos jornales. En la calle hay sitio para todos ellos. Sólo se requiere de unos pocos pesos para iniciarse vendiendo cigarrillos o cordones de zapatos. En 1968 se estimaba que en Bogotá había 3 mil buhoneros. Hoy la cifra sobrepasa los 60 mil y en temporada navideña los 120 mil.

Al tiempo que aumenta la represión, aumenta también la unidad de los vendedores. Al grito de “¡Con licencia o sin licencia trabajamos!”, consigna impuesta por el Sindicato Nacional de Unidad de Comerciantes Menores (SINUCOM) desde 1976, este sector ha librado una larga lucha, peleando palmo a palmo por un sitio en los andenes. Cada vez son menos los vendedores que envuelven su mercancía a toda prisa y huyen ante la amenaza de una batida. Ahora se ven hombres, mujeres y niños que se enfrentan valerosamente a las autoridades y ante la brutalidad y las amenazas siempre responden: “Trabajar no es un delito. Mientras el gobierno no nos garantice un empleo seguiremos en esta actividad”.

Por el derecho a subsistir

Los vendedores ambulantes son hijos del desempleo. El hecho de que la prensa, recogiendo datos oficiales, hable de que la tasa de ocupación subió, no quiere decir que la economía haya generado un número suficiente de puestos de trabajo en los últimos años. Por el contrario, este índice, en relación con el aumento de la población, ha ido decreciendo paulatinamente. En 1979, mientras la fuerza laboral activa se incrementó en siete ciudades en 234.700 personas, la industria produjo solamente 45 mil nuevos empleos, según la ANDI.”²⁸

²⁸ Ibid



“En las estadísticas “disminuye” el desempleo porque se considera “trabajador independiente” a todo aquel que genera sus propias paupérrimas entradas, como es el caso del comerciante callejero.

La migración del campo ha influido en este fenómeno. Diariamente llegan a radicarse en Bogotá, según cifras de Planeación Distrital, 1.200 personas. En este momento el 50 por ciento de la población capitalina está conformada por gentes oriundas de otros lugares, hasta el punto de que Soacha, de pequeño pueblo de Cundinamarca, pasó a ser un suburbio de Bogotá, con 350 mil habitantes, desplazando a Girardot, que sólo tiene 80 mil.

Otro factor decisivo en el aumento de vendedores ambulantes y estacionarios es el bajo nivel de los salarios, comparado con el costo de la vida. En Bogotá, en 1979, el 60 por ciento de las personas ocupadas ganaba menos de 7 mil pesos. Ahora, tomando como base la remuneración nominal de noviembre de 1974, el sueldo diario de \$115 de diciembre de 1978 equivalía a un salario real de \$ 38.70 de aquel año.

Miles de colombianos que no logran obtener ocupación, o para los cuales el salario mínimo equivale a una condena al hambre, encuentran asidero temporal o permanente en las ventas ambulantes, una labor riesgosa, inestable y esclavizante. Por lo general se inician como “maneros” que no necesitan vitrinas pues escasamente ofrecen lo que pueden llevar en sus manos y sobre los hombros. En algunas ocasiones venden sacos, sombrillas o cigarrillos y deambulan con estos objetos a lo largo de varias cuadras. A veces, con ahorros o préstamos de familiares o amigos, el principiante, se hace a un cajón y busca un sitio de afluencia de transeúntes que le garantice un ingreso mínimo.

En la Oficina de Registro y Control del Distrito están catalogados 62 tipos de ventas ambulantes. Las más comunes son las de dulces y cigarrillos, frutas, alimentos cocidos, loterías, cosméticos, periódicos, libros, discos, etc. Pero como este oficio es un reflejo de la crisis de la sociedad y de la miseria del pueblo, adquiere a menudo las características de un espectáculo irritante: La señora que, parada todo el día en una esquina, le hace propaganda a sus atrapamoscas, envueltos en trocitos de papel brillante rojo; el hombre que brinda cordones de zapatos; los desesperados que ofrecen su sangre alrededor de los hospitales y laboratorios clandestinos, los chamarileros que negocian con lápidas de segunda; los ancianos que extienden sobre un plástico treinta aparejos disímiles y los venden a igual precio, y las miles de mujeres que deben criar a sus hijos en cajas de cartón que colocan al lado de sus ventorrillos, sintetizan todos ellos la imagen de la Colombia perseguida y vejada.”²⁹

²⁹ Ibid



Trabajo arduo y mal retribuido

“La vida del vendedor ambulante es una batalla sin tregua. La mayoría debe trajinar por la calle incluso el domingo para conseguir con qué comer el lunes. Soportan faenas que por lo general sobrepasan las 10 horas, sometidos a las inclemencias del tiempo, y lo único que poseen para protegerse y cuidar de sus tenderetes son plásticos viejos. “Cuando llueve nos toca prolongar largamente la jornada para completar el diario. Y a veces nos coge la medianoche, después de haber llegado a las 8 de la mañana”, dice una desamparada mujer madre de cinco hijos.

El comerciante callejero desempeña un importante papel como canal de distribución, aún de las grandes empresas. Un alto porcentaje de los chicles, dulces y chokolatinas se vende a través de ellos. El director de ventas de Grancolombiana de Dulces, que agrupa a Charms, Savoy y Ruby, afirmó que tal sector es fundamental para esta industria. Grancolombiana cuenta con 23 distribuidores encargados exclusivamente de proveer los pequeños puestos de Bogotá. Infinidad de industrias caseras de dulces, cueros o confecciones deben su existencia a los vendedores ambulantes y estacionarios.

El sistema de intermediarios, los cuales imponen los precios y las condiciones, no permite al vendedor un mayor margen de utilidades: por cada caja de chicles se gana 3 centavos, por cada dulce 30. Hay contadas excepciones. Una cajetilla de cigarrillos Marlboro, por ejemplo, deja hasta diez pesos. La utilidad mensual promedio de un expendedor estacionario, ubicado en un buen sitio, bordea los 10 mil pesos. Los relegados a lugares de poco tráfico peatonal a veces no alcanzan a igualar el salario mínimo. “No tenemos ni médico, ni ayuda para la educación de nuestros hijos, ni primas, ni incentivos. Todo es por nuestra propia cuenta”, relata un vendedor de fritanga, Carlos Piracón, resumiendo la situación de su gremio, y agrega: “Vivimos en condiciones infrahumanas, arrumados en barrios piratas o de invasión”. A la pregunta de si dejaría las ventas para trabajar en una fábrica, que se formula a todo el que ingresa a SINUCOM, un 85 por ciento contesta que sí.

Después de la agotadora jornada, en que se calma el hambre con una gaseosa y un pan, los vendedores “cierran” su cajón o su kiosko. Inician entonces en las calles un desfile de carritos que ruedan sobre balineras y son conducidos al sitio donde se guardan de noche. Por amontonarlos en garajes, bodegas, o debajo de escaleras, pagan \$ 300 al mes. En algunos sectores se organizan para que los que trajinan de día cuiden las exiguas pertenencias de los que trasnochan y viceversa.”³⁰

³⁰ <http://www.moir.org.co/index.htm>



Incontables desafueros oficiales

“La reglamentación de este oficio ha estado sometida a la arbitrariedad de los buócratas del Distrito. Para los vendedores ambulantes cambian las reglas del juego con cada nuevo alcalde. A principios de la década del sesenta, cuando eran unos pocos los que se colocaban dispersos a lo largo de la carrera décima, el alcalde Gaitán Cortés pensó que la mejor manera de terminar con ese mercado que “afea” la ciudad consistía en blandir el fuste. Se hacían batidas diarias y se llevaba a la gente, con sus bártulos, en camiones hasta el Salto del Tequendama, donde la dejaban abandonada para que cada cual regresara como pudiera. Como este método atrabiliario no dio resultado y día a día llegaban más y más, creyó que la solución definitiva sería destinarlos a un solo lugar. “Limpiaron” la décima y confinaron a 700 vendedores en lo que en esa época era el parqueadero de San Victorino, formando las Galerías Nariño. Pero esta situación no duró mucho tiempo. Los vendedores llevados allí no pudieron mantener un negocio que requería capital para estabilizarse, pues se trataba de un centro comercial con todas las de la ley, y tuvieron que ceder sus locales a personas pudientes y regresar de nuevo a las aceras.

A partir de entonces, y a medida que se agrava el problema, el gobierno ha dictado una serie de decretos igualmente represivos que tienden a liquidar esta actividad. Tal política, como es lógico, ha recibido el patrocinio de FENALCO, entidad que ve en los vendedores ambulantes una “competencia desleal”, y de la gran prensa que los califica de “lacras humanas” que “pretenden disfrazar su ociosidad”.

“El Tiempo” ha tachado de incapaces a las administraciones distritales por no haber “recuperado las vías para los peatones”. Hasta la Sociedad de Ornato de Bogotá ha clamado al cielo por el crecimiento exagerado de este sector y, en carta enviada al alcalde Durán Dussán, sostiene que de no tomar medidas más enérgicas su nombre pasará a la historia “como responsable del deterioro bogotano”.

Haciéndose eco de estos requerimientos, los últimos burgomaestres invariablemente han buscado entorpecer y obstaculizar el trabajo de los vendedores. En primer lugar, se exige la llamada licencia de funcionamiento para ejercer la actividad, cuando en la práctica no hay un organismo que la expida; en segundo lugar, se vetan las zonas comerciales y los separadores de las avenidas, es decir, los puntos de mayor afluencia de transeúntes, y en tercer lugar, se establecen otros requisitos como acreditar la propiedad de los activos relacionados con el negocio y pintar las casetas con colores distintivos para cada sitio.”³¹

³¹ <http://www.moir.org.co/index.htm>



“Por su parte, cada alcalde menor inventa sus propias absurdas disposiciones. A los mil fritangueros de la zona industrial de Puente Aranda se les pide el visto bueno de la Secretaría de Salud, aprobación imposible de conseguir. Tampoco hay forma de obtener por los canales regulares el servicio de energía eléctrica, y quien la necesita ha de recurrir al contrabando y exponerse a las consecuencias. A los dueños de los kioscos se les prohíbe permanecer en ellos durante la noche con el objeto de cuidarlos. En Chapinero, por razones de “estética”, se sanciona el que los plásticos de protección estén sucios o rotos. A los que tienen casetas de un metro y medio de frente se les ordena que sean de 80 centímetros y a los que las tienen de 80 centímetros que sean de 1.50. Todo está encaminado a desesperar al vendedor y colocarlo en un laberinto donde cualquier cosa es ilegal y nada parece tener solución.

Hernando Durán Dussán, como obsecuente discípulo y protegido de Turbay Ayala, ha optado por la demagogia. A los 60 mil vendedores ambulantes de la capital les anunció no hace mucho, con bombo y platillos, que les construirá su “unicentro para pobres”. Sin embargo, no es necesario ser profeta para vaticinar que semejante estupidez, de llegarse a concretar, se convertiría en otra trampa contra la inmensa multitud que deriva el sustento de su feria maldita. Entretanto, la alcaldía de Bogotá adjudicó a dos parientes cercanos del Presidente de la República, asociados en la firma “Figura Ltda.”, un escandaloso contrato para instalar 300 casetas en las esquinas y los andenes más frecuentados de la ciudad, para monopolizar el comercio callejero y lucrarse donde las gentes humildes y sin influencias son desalojadas.”³²

³² Ibid



3 ESTUDIO DEL MEDIO

3.1 EL COMERCIO INFORMAL EN LA CIUDAD DE PASTO

“La composición del empleo en el Departamento de Nariño, muestra un aumento relativo de trabajadores en el sector informal, este fenómeno, es consecuencia de los periodos recesivos de la economía en los años 80 y 90 producto de la centralización y concentración de los procesos productivos y de trabajo, la baja inversión pública y la escasa capacidad adquisitiva de los salarios.

Por lo anterior, se viene presentando un proceso de crecimiento de la economía Informal aumento que se refleja en el número de comerciantes informales y estacionarios producto de la difícil situación del sector formal de la economía. Esto ha llevado, a que el comercio informal y estacionario, sea un mecanismo que amaine un poco el problema del desempleo flagelo preocupante que azota principalmente a la región suroccidental del país.

En Pasto al igual que en la mayoría de las ciudades, la carencia de fuentes de trabajo conlleva a la ampliación del sector informal de la economía y donde los pequeños expendios comerciales administrados por sus dueños, devengan un sueldo por debajo del mínimo sin ninguna prestación social y sometidos a intensos horarios de trabajo que no son reconocidas en su salario.

Respecto a la informalidad de la ocupación en Pasto, la ubicación de la población trabajadora en los diversos sectores de la actividad económica, ha presentado cambios significativos en los últimos años acordes con la transformación en la estructura económica que da como resultado una creciente terciarización de la fuerza de trabajo y por ende, de la economía misma.

Luego en Pasto, el comercio informal, es una actividad de subsistencia ya que presenta un bajo nivel de rentabilidad y de ingreso asociado a la poca disponibilidad de capital que va a la par, con la capacidad de desplazamiento de las mercancías, inestabilidad de algunas actividades y la ilegalidad de algunas ventas afectando a muchos establecimientos comerciales.

En el ámbito general, se considera que el comercio informal en Pasto, está dividido en dos componentes; el primero, la venta de víveres y manufacturas, el segundo la venta de productos de consumo intermedio y servicios. Dentro de estas actividades se encuentran la venta de frutas, hortalizas, prendas de vestir, calzado. Cigarrillos, alimentos, artesanías etc.”³³

³³ Camara de Comercio de Pasto. Informe Coyuntura del empleo, Observatorio local del empleo de la ciudad de Pasto, Agosto 2003 - Julio de 2004



“El comercio informal estacionario en Pasto, es aquel que se establece en un lugar definido dentro del espacio público. Esta clase de comercio informal puede poseer una caseta donde el comerciante guarda y ofrece sus mercancías situación que impide el libre tránsito de los peatones e impide la visibilidad del comercio formal establecido en estos lugares; sin embargo, el vendedor Informal es un empresario en potencia, con dificultades para mantener su negocio, con crisis y épocas de crecimiento con ciertas características gerenciales que se pueden mejorar y fortalecer y con ello mejorar su empresa y bienestar de sus familias.

La estructura del sector informal en la ciudad de Pasto, se ha caracterizado en los últimos años por la proliferación de puestos de ventas callejeras que buscan localizarse en las zonas comercial y administrativa del centro de la ciudad. Se debe tener en cuenta que las condiciones propias del contexto socioeconómico de la ciudad en especial, los niveles de desempleo, las corrientes migratorias y trabajadores no remunerados forman parte de la "sobre oferta laboral" que coadyuvan a formar mercados sin organización y sin régimen de protección. Este excedente, motiva la aparición y crecimiento de las actividades informales del comercio urbano, particularmente las ventas callejeras y espontáneas.

Estos vendedores son el componente más visible del sector informal y desempeñan una importante función como proveedores de una amplia gama de productos a familias de ingresos medianos o bajos; sin embargo, a menudo las autoridades municipales los consideran una molestia e incluso una amenaza para la seguridad; los comerciantes formales, los consideran competidores desleales por ello, en muchas ocasiones se les desaloja de las zonas públicas con el uso de la fuerza pública.

3.2 PROCEDENCIA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

Las personas dedicadas a esta actividad proceden de distintos lugares pero en su mayoría son del mismo departamento, de la zona urbana y rural de la ciudad con un 88,1% del total de encuestados, estos trabajadores provienen de municipios como Iles, Sapuyes, Samaniego, Ancuya, del mismo Pasto entre otros; esto nos demuestra como las personas en busca de mejores condiciones de vida migran a la ciudad y finalmente tiene que enfrentar la misma realidad del desempleo.

3.3 TIEMPO DE TRABAJO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

Teniendo en cuenta los años dedicados a esta actividad podemos decir que el 40,3 % de los encuestados han laborado entre 1 y 6 años, el 32,1 % entre 7 y 12 años, el 15,1% entre 13 y 18 años, el 7,5% entre 19 y 24 años y el restante 5,1 % tienen laborando en esta actividad entre 25 y 42 años.”³⁴

³⁴ Ibid



3.3.1 Situación socio económica

- **Grado de calificación de los comerciantes informales**

El grado de calificación de los trabajadores informales, es inferior comparado con el sector Informal ya que un 30.8% poseen primaria completa, un 29.6% poseen primaria incompleta, el 23.3% cursaron secundaria incompleta, el 10.2% poseen secundaria completa, el 5% del total de encuestados no poseen ningún grado de educación el restante 1.2% poseen educación técnica o universitaria. Debido a la estrechez del mercado de trabajo las personas han tenido que colocarse en condiciones de informalidad en puestos de trabajo con poca estabilidad y protección laboral y un nivel de remuneración por debajo de lo esperado a su grado de calificación.

- **Seguridad social de los informales**

Dentro del Comercio, Informales obtienen ingresos bajos que no permiten a los trabajadores hacer aportes a los regímenes de protección social, por tanto no pueden beneficiarse de sus servicios en salud o pensión, esto se demuestra en los porcentajes obtenidos en esta investigación ya que del total de la muestra el 84,3 % no poseen ningún tipo de seguridad social ni régimen subsidiado frente a tan solo un 15,7% que si lo poseen fundamentalmente de las ayudas del gobierno como el plan de ayuda en salud SISBEN.

Las cifras de la Encuesta Nacional de Hogares respecto a la vinculación de los trabajadores informales a regímenes de seguridad social en salud, en las 7 áreas metropolitanas, muestran a un nivel de protección demasiado bajo y con tendencia a agravarse, es así como pasa de 30.34% de afiliados informales para 1.996 a 29.2% de afiliados para 1.998. Frente a este tema de la seguridad social para los trabajadores del sector no estructurado la OIT plantea que el apoyo del Estado se considera indispensable en este desempeño y un posible punto de partida podría consistir en la ampliación de las prestaciones de seguro social obligatorias para así conseguir una cobertura mayor de ser posible universal para este propósito se vislumbran tres soluciones planteadas así: ampliación de los programas existentes, creación de nuevos programas dirigidos a los trabajadores del sector no estructurado y el desarrollo de sistemas de prestaciones sociales financiados con cargo a los impuestos.

3.4 SITUACIÓN LABORAL

3.4.1 Motivo de inserción en el comercio informal

*Respecto a la pregunta de porque se dedica a esta actividad respondieron el 71,7% dijo hacerlo por el desempleo que se presenta en el país y en la ciudad especialmente, el 27,7% dijo hacerlo por falta de recursos y solamente un 0,6% dijo hacerlo por tradición, comprobándose nuevamente que la falta de dinamismo del aparato productivo para absorber mano de obra, conlleva a que se presente esta situación.*³⁵

³⁵ Ibid



“Relaciones y ambiente de trabajo de los comerciantes informales

Refiriéndonos al ambiente de trabajo, hay muchos factores que les afectan especialmente la inseguridad considerada por un 37.7% del total de encuestados debido a las condiciones de ofrecer sus mercancías en la calle y su jornada de trabajo hasta altas horas de la noche espacio en el cual personas inescrupulosas se aprovechan de esta condición; el 11.9% dice preocuparle la intemperie a la que están propensos, sea lluvia o sol; esto, afecta tanto su mercancía como su salud. Para estas personas las relaciones humanas son fundamentales; en tal sentido, otro problema que en su ambiente laboral les afecta es el egoísmo entre los mismos comerciantes, así lo manifiestan el 13.8% del total de encuestados. La incomodidad de no tener un local genera la necesidad de baterías sanitarias esto es importante para el 9.4% de la muestra. El 27% dicen no poseer ninguna dificultad en su ambiente de trabajo.

3.5 POSIBLES SOLUCIONES PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES

Las soluciones que se les planteó a los comerciantes informales acerca de su situación fueron la reubicación a la que simplemente un 4,4% consideraron viable pues los sitios donde se ubican son de concurrida asistencia por personas que buscan sus servicios, dado el fácil acceso al momento de pasar al trabajo o en su diario transitar. La siguiente solución que se planteó fue la del mejoramiento en el sitio de trabajo, a la cual el 61% del total de la muestra acudió; ésta, es la opción que más acogida tuvo especialmente por parte de los vendedores informales estacionarios ubicados en la Plazoleta Santander quienes preferirían se les diera un techo y baterías sanitarias para lograr un mejor bienestar y dar así una mejor presencia al lugar. Otra alternativa expuesta, fue la construcción de un centro comercial, esta propuesta que aceptada por el 18,2% del total de encuestados. No es considerada como buena propuesta ya que sus ingresos no permiten pagar cuotas de arrendamiento o de la misma construcción de un local.

Finalmente 16,4% de los encuestados, dijo que la mejor opción es el mejoramiento en la organización entre vendedores pues muchos de ellos, están desligados de los sindicatos ya existentes desfavoreciendo su condición de informales para poder exigir soluciones a sus necesidades.”³⁶

³⁶ Camara de Comercio de Pasto. Informe Coyuntura del empleo, Observatorio local del empleo de la ciudad de Pasto, Agosto 2003 - Julio de 2004



4. CLASIFICACIÓN DE LOS VENDEDORES SECTOR DE LA CRA 25 ENTRA CALLE 16 Y 22

4.1 PUESTOS DE TRABAJO

- Venta de aguacates
- Venta de cigarrillos y dulces
- Venta de perros calientes
- Venta de tarjetas prepago
- Venta de ropa
- Venta de revistas
- Venta de frutas
- Venta de papas fritas
- Venta de joyas

4.2 HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL PUESTO DE TRABAJO

- Carretilla de madera
- Carro de madera y lámina de aluminio
- Carro en lámina de aluminio y ángulo
- Chalecos en plástico para tarjetas
- Mesa plegable en madera
- Estante en alambre
- Cajas de cartón
- Carro en alambre de aluminio

4.3 ORGANIZACIÓN Y CLASIFICACIÓN

4.3.1 Clase A:

Vendedores semiestacionarios de productos perecederos (aguacates, frutas, papas, perros calientes).

Ocupan un amplio espacio, están expuestos a accidentes de tránsito y quemaduras; a degradación de su producto y a cargas de trabajo estético.

4.3.2 Clase B:

Vendedores semiestacionarios de productos de consumo inmediato (revistas, tarjetas prepago, ropa, joyas, cigarrillos y dulces).

Ocupan un gran espacio, desorganizan el espacio público generan accidentes de tránsito y provocan aglomeramiento en las aceras.

Total vendedores ambulantes de la ciudad de Pasto: 785 registrados en sindicatos e



independientes.

4.4 MUESTRA DEL NÚMERO DE VENEDORES EN EL SECTOR DE LA CRA 25 ENTRA CALLE 16 Y 22

TIPO DE NEGOCIO	No	MUJER	EDAD	HOMBRE	EDAD	AÑOS DE LABOR
CARRO DE PAPAS FRITAS	1			X	52	22
	2	X	24			10
	3	X	20			15
CARRO DE CHORIZOS	1			X	27	7
PUESTO DE FRUTAS	1			X	41	11
	2	X	51	X	18	2
PUESTO DE ROPA	1	X	39			15
	2	X	28			3
	3	X	34			2 MESES
	4	X	29	X	32	7
	5			X	20	4
PUESTO DE DULCES	1	X	31			9
	2	X	56			25
	3	X	13			4
	4	X	38			2
	5	X	73			10
	6	X	42			17
	7			X	17	8 MESES
	8	X	53			15 DIAS
PUESTO DE REVISTAS	1			X	57	20
	2	X	31			20
	3	X	30			16
TOTAL	22	17		10		
PROMEDIO			37,7		36,8	

Tabla 1.
Vendedores Cra 25 entre calle 16 y 22



5. TIPO DE ESTUDIO

EL TIPO DE ESTUDIO SERA EXPLORATORIO, DESCRIPTIVO Y ANALITICO

5.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación, trabajamos con fuentes así:

5.1.1 FUENTE SECUNDARIA

Información de fuentes alternas: libros, revistas, proyectos, Internet, entre otros.

5.1.2 FUENTE PRIMARIA

Información directa, tomada por medio de encuestas a: "los Comerciantes Informales" con el fin de conocerlos a ellos y su entorno.



6. CONCLUSIONES

La actividad del comercio informal no es nueva, ha sido un recurso para hacerle frente a la grave situación del desempleo en nuestra ciudad.

El trabajo informal es poco productivo y mal remunerado.

La migración del campesinado a causa de la violencia ha contribuido decisivamente en el aumento de comerciantes informales en nuestras ciudades.

La lucha por el espacio público entre el sector formal y el informal se ha convertido en una lucha de clases.

El comercio informal ha estado en contra vía de las normas y leyes del estado.

El debate que se ha generado por el espacio público, es un debate cargado de conceptos encontrados, donde cada quien tira para donde le conviene.

El comercio informal en situaciones concretas ha eclipsado las vitrinas de locales formales, generando descenso en las ventas, cierre de sucursales y por consecuencia despidos de personal. Nuevamente el afectado es el trabajador común.

El comerciante informal desempeña un importante papel como canal de distribución, aun de grandes empresas.

Es difícil confinar a centros comerciales a los comerciantes informales ya que los aleja de sus clientes representados en los transeúntes, esta alternativa no se adapta a sus intereses.

El comercio informal fundamenta sus relaciones de empleo en el parentesco, en relaciones personales y sociales sin acuerdos contractuales.

El término "sector informal" ha sido mal empleado.

Los puestos de trabajo de los comerciantes informales carecen de parámetros ergonómicos y estéticos.

Los comerciantes informales saben de problema que le generan al espacio público, pero también tienen muy claro que tienen que hacerlo.

Los comerciantes informales merecen todo nuestro respeto, son personas con familias, y que tal vez cotidianamente viven problemas similares a los de nosotros y nuestras familias. Pocos se detienen a pensar en el papel que desempeña el comerciante informal, vendedor



ambulante o como lo quiera llamar, no nos damos cuenta de su presencia solo hasta que necesitamos de su servicio. Es prudente mirar su rostro y reconocer en él una persona muy valiosa para nuestra sociedad.



7. HIPOTESIS

7.1 REUBICACIÓN

Encontrar sitios propicios para que el comerciante informal desarrolle su labor sin afectar el espacio peatonal.

7.2 ADECUACIÓN DE ESPACIOS

Construir edificaciones enfocadas especialmente para el desarrollo de las actividades del comerciante informal, tales como plaza de ventas, centros comerciales entre otros.

7.3 REGLAMENTACIÓN

Orientar a los comerciantes informales en conjunto con la autoridad competente para que acuerden normas que permitan el ejercicio de su actividad bajo la luz de la ley.

7.4 MEJORAMIENTO EN EL SITIO DE TRABAJO

Por medio del Diseño Industrial llevar a unas óptimas condiciones de trabajo a los comerciantes informales rediseñando sus actuales puestos de trabajo.



8. ANTEPROYECTO

8.1 TITULO:

DISEÑO DE MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LA "PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"

8.2 PLANTEAMIENTO.

Los comerciantes informales en la ciudad de pasto, son un sector que presenta alta grado de crecimiento generando una problemática social caracterizada por la invasión del espacio público e inseguridad (del comerciante hacia la sociedad y viceversa) y problemas implícitos en sus puestos de trabajo, ocasionado por los constantes despidos colectivos, liquidación de empresas y recorte de personal que lanzan a la gente a procurarse un salario incursionando en una sociedad comercial mediante la creación de pequeñas unidades de trabajo; en conclusión salen a las calles y demás espacios públicos al ejercicio del "rebusque", siendo innegable la importante contribución de este sector a la supervivencia de miles de trabajadores y su familia.

De sostenerse la situación actual es inevitable el crecimiento diario de este sector, de la inseguridad y de la invasión al espacio público, generando caos urbano.

En la actualidad la Alcaldía de nuestra ciudad ha adoptado medidas; una de ellas, el centro comercial "Ventas populares la 16", siendo este el primer intento serio que no ha generado buenos resultados.

Hoy existen dos proyectos a ejecutarse. El primero se basa en módulos ubicados estratégicamente en el centro de la ciudad de manera permanente y diseñado para seis tipos de ventas. El segundo, la "Plaza de ventas populares la 22", a ubicarse entre calles 18 y 19, entre carreras 21ª y 22, lote que hoy funciona como parqueadero vehicular; una plazoleta cubierta donde estarán ubicados los puestos de trabajo para los vendedores no acogidos en el primer proyecto.

8.3 FORMULACIÓN

Que características funcionales y estéticas deben tener los módulos de venta como puesto de trabajo para la "Plaza de ventas populares la 22", en beneficio de comerciantes informales y potenciales clientes?.



8.4 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un módulo de venta como puesto de trabajo para los comerciantes informales de la "Plaza de ventas populares la 22" que contemple condiciones laborales, funcionales y estéticas óptimas.

8.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conocer la reglamentación existente en la ciudad de Pasto con respecto al comercio Informal.

Estudiar y analizar a fondo el proyecto "Plaza de ventas populares la 22"

Adoptar y reconocer los parámetros establecidos en el proyecto "Plaza de ventas populares la 22" con respecto al espacio físico que ocuparan los módulos de venta como puesto de trabajo.

Identificar y clasificar a los comerciantes informales acogidos en el proyecto "Plaza de ventas populares la 22" teniendo en cuenta los productos que van a comercializar e interacción con los potenciales clientes.

Proponer alternativas de solución viables y novedosas.

Llegar a una solución objetual que armonice con el ambiente arquitectónico en el que interactúa.

Evaluar los resultados obtenidos en la primera fase de proyectación

Proponer mejoras a los resultados de la evaluación de la primera fase de proyectación

Seleccionar las mejores alternativas.

Construir modelos y/o maquetas que faciliten la percepción y visualización de las alternativas elegidas.

Construcción del prototipo final.

Comprobar la funcionalidad del "modulo de venta como puesto de trabajo para los comerciantes informales de la "plaza de ventas populares la 22" en su contexto a interactuar.



8.6 JUSTIFICACIÓN

Es necesario traducir los múltiples inconvenientes a los que está expuesto el comerciante informal en nuestra ciudad: mobiliario inadecuado con total ausencia de condiciones ergonómicas y estéticas, ocupación de espacio público que afecta el libre flujo de peatones y en otros casos de automóviles, por mencionar algunos problemas fácilmente percibidos.

Como punto de partida es importante comprender y analizar la situación de los comerciantes informales, una realidad compleja que se refleja en la lucha diaria por subsistir, por mantener hogares, acumulando carga emocional y física.

El proyecto "Plaza de ventas populares la 22" es importante para todos los habitantes de nuestra ciudad porque acoge y beneficia a cerca de 200 vendedores ambulantes y a sus familias, comerciantes hoy expuestos a difíciles condiciones laborales; contribuye a la reducción del caos urbano y recuperación del espacio público.



PROYECTACIÓN

DISEÑO DE MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LA "PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22" SEGUNDA PARTE



1. TRABAJO DE CAMPO 1:

Es de gran importancia para la investigación y ahora en esta etapa de proyectación el conocer una forma de clasificar a los comerciantes informales, este resultado que clasifica a los comerciantes informales se obtuvo luego de recorrer la ciudad.

1.1 COMERCIANTES INFORMALES SEMIESTACIONARIOS:

Este grupo comprende a aquellos que durante la jornada laboral tienen un sitio preestablecido para trabajar, pero que al inicio y final de la jornada se desplazan con su mercancía. Hacen parte de este grupo:

Puestos de papas y patacones
Puestos de revistas
Puestos de mecato
Puestos de ropa, entre otros.



Fotografía 1.
Puesto de venta de relojs y accesorios



Fotografía 2.
Puesto de venta de revistas



Fotografía 3.
Puesto de venta Ropa

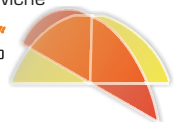


Fotografía 4.
Puesto de venta mecato



Fotografía 5.
Puesto de venta angu viche

"PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"
MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO





Fotografía 6.
Puesto de venta de papas fritas



Fotografía 7.
Puesto de venta de perros calientes



Fotografía 8.
Puesto de venta de frutas



Fotografía 9.
Puesto de emboladores



Fotografía 10.
Puesto de venta de copitos de nieve

1.2 COMERCIANTES INFORMALES MÓVILES

Ofrecen a los potenciales clientes productos y servicios, movilizándose siempre por toda la ciudad.





Fotografía 11.
Venta de accesorios - gafas



Fotografía 12.
Venta de accesorios - celular



Fotografía 13.
Venta de alimentos - café



Fotografía 14.
Venta de alimentos - mazamorra



Fotografía 15.
Venta de alimentos - dulce



Fotografía 16.
Venta de alimentos - Bon Ice



Fotografía 17.
Venta de alimentos - conos



2. "PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"

Para seguir con el desarrollo de nuestro proyecto era necesario conocer la situación del comerciante informal frente al manejo que ha dado la autoridad competente, en este caso la Alcaldía de Pasto y sus dependencias.

Realizamos visitas a la Alcaldía para informarnos sobre los propósitos y proyectos que estaban dentro de sus planes.

En tiempos pasados y bajo otras administraciones se han desarrollado soluciones para esta problemática, el precedente más cercano es el "Ventas populares la 16" un intento con poca trascendencia que no arrojó los mejores resultados.

2.1 COMO LLEGAMOS AL PROYECTO "PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"?

Por medio de la oficina de Planeación Municipal conocimos el proyecto "Plaza de ventas Populares la 22", dirigido por el Arquitecto Hollman Morales, Profesor Facultad de Arquitectura IUCESMAG, quien nos involucró en el proyecto como Diseñadores de los puestos de trabajo para los comerciantes informales acogidos en el proyecto.

2.2 RECONOCIMIENTO DEL PROYECTO

2.2.1 Que es la "Plaza De Ventas Populares La 22"?

Es un proyecto que acoge a cerca de 200 comerciantes informales que en la actualidad están ubicados cerca a la Plaza del Carnaval antiguo Transipiales y comerciantes ubicados en la calle 17.



Fotografía 18.

Ubicación actual de los la mayoría de los comerciantes informales beneficiados con el proyecto

La "Plaza de ventas populares la 22" estará ubicada entre las calles 18 y 19 y entre las carreras 21a y 22, lote donde hoy opera un parqueadero para autos. Una edificación



contemporánea cubierta por una cúpula de material traslucido que aprovecha la luz natural; cuenta con un amplio espacio interior que consta de un sótano que funcionará como parqueadero, un primer nivel donde se ubicarán los puestos de trabajo para los comerciantes, una rampa que conecta al segundo nivel con dos espacios ubicados a los extremos unidos por corredores laterales, dejando libre el espacio superior ocupado por los comerciantes en el primer nivel. Además es importante resaltar que el lugar estará provisto de Seguridad privada y que abre y cierra sus puertas con el inicio y final de la jornada laboral

NOTA. La anterior descripción del proyecto corresponde a una visión inicial que se nos fue administrada por quienes hacen parte de este. Veremos como más adelante se reorientan esta percepción.



Figura 1.
Fachada "Plaza de ventas populares la 22"

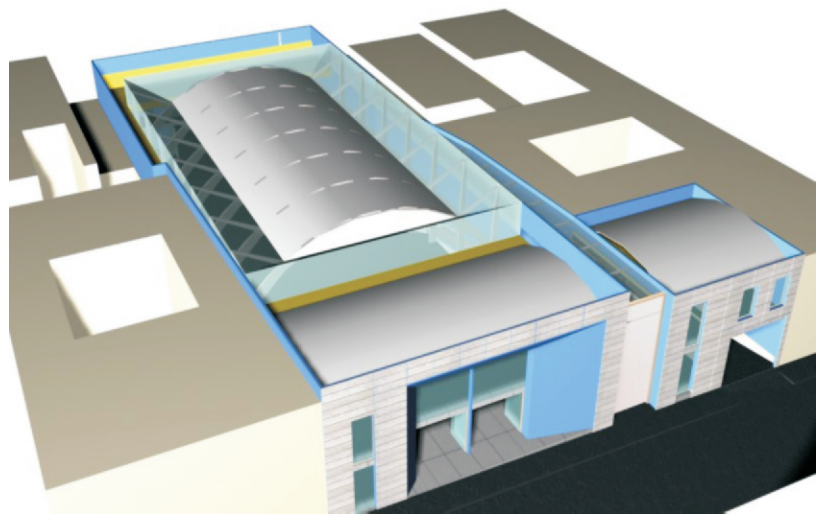


Figura 2.
Panorámica aérea "Plaza de ventas populares la 22"

"PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"
MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO

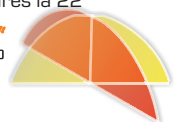




Figura 3.
Espacio Interno Primer Piso "Plaza de ventas populares la 22"

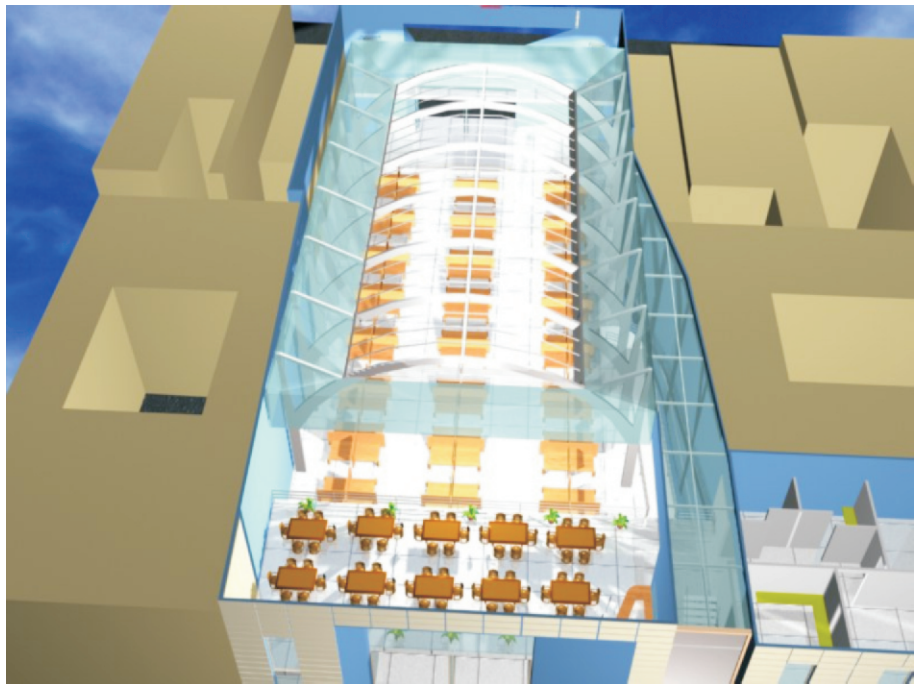


Figura 4.
Vista aérea con cubierta traslúcida "Plaza de ventas populares la 22"



2.2.2 Ubicación en San Juan de Pasto



Figura 5.
Plano Ubicación del proyecto en la ciudad



2.2.3 Plano de ubicación “Módulo de venta como Puesto de Trabajo para la Plaza de Ventas Populares la 22”

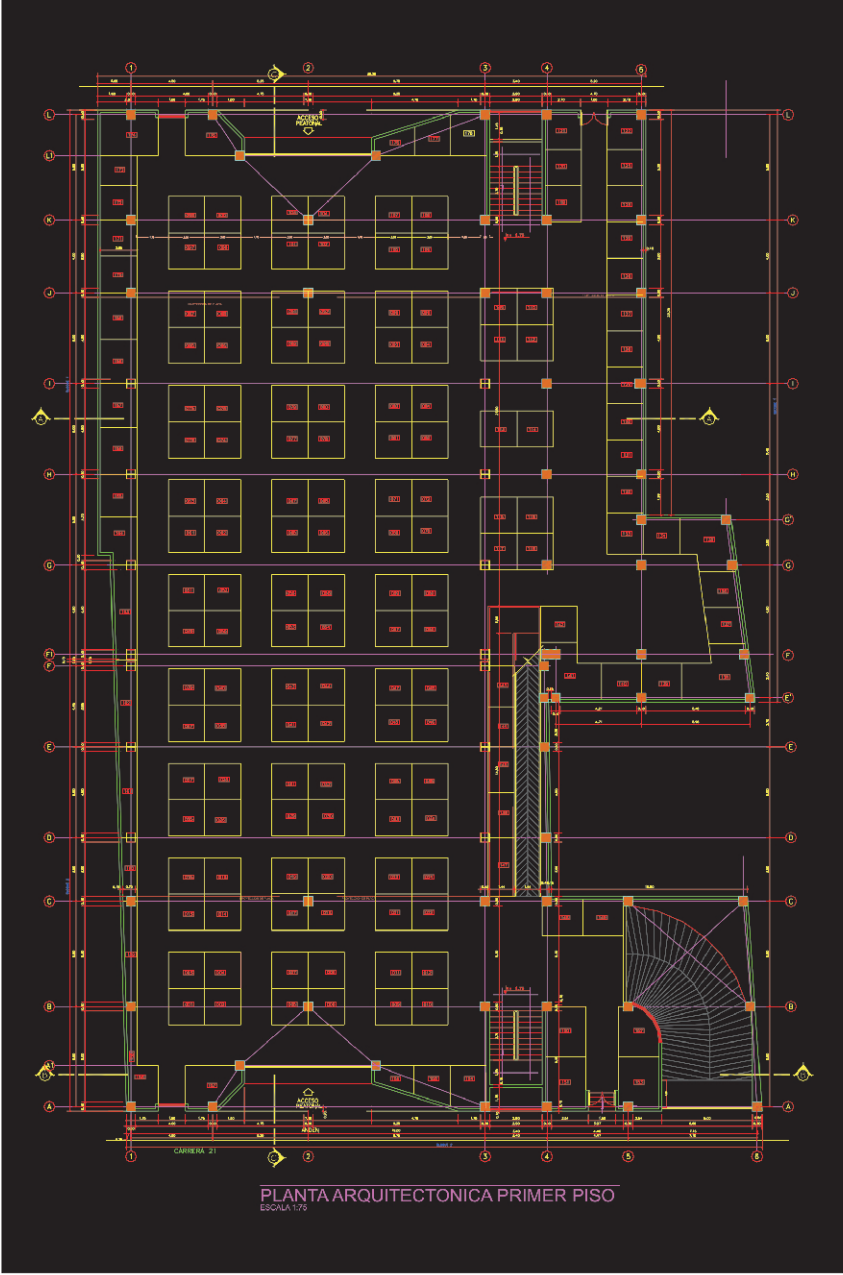


Figura6.
Planta Arquitectónica Primer Piso “Plaza de Ventas Populares la 22”



2.2.4 Fachadas “Plaza de Ventas Populares la 22”



Figura 7.
Fachadas sobre la Cra. No. 21A y 22 de la “Plaza de Ventas Populares la 22”



3. LOS COMERCIANTES INFORMALES

3.1 CONOCIENDO A LOS COMERCIANTES Y SU ENTORNO ACTUAL.

Quisimos conocer a fondo la situación en la cual laboran actualmente los comerciantes informales, la relación con su entorno y con las herramientas de trabajo; se realizaron varias visitas para desarrollar un formato de encuesta.



Fotografía 19.
Comerciantes informales actual Plaza 20 de Julio

Los resultados promedio obtenidos por la encuesta fueron:

3.1.1 Horario de trabajo

Jornada continua de 8:00 a.m. - 7:00 p.m.

3.1.2 Productos que comercializan

En la actualidad en su centro de acción (antiguo Transipiales) están autorizados para funcionar 123 puestos de trabajo, distribuidos de la siguiente manera:



GRUPO	ARTICULOS	No. PUESTOS DE VENTA
ROPA	Ropa Interior	52 puestos de trabajo
	Chaquetas	
	Camisetas	
	Pantalones	
	Sudaderas	
	Busos	
	Blusas	
PRODUCTOS HOGAR.	Cobijas	43 puestos de trabajo
	Cubrelecho	
	Sábanas	
	Limpiones	
	Toallas	
CALZADO	Deportivo	1 Puesto de trabajo
	Colegial	
	Casual	
	Informal	
HERRAMIENTAS	Pulidora	1 Puesto de trabajo
	Taladro	
	Caja de herramientas	
	Martillo	
	Destornilladores	

Tabla 1.
Distribución y Número de Vendedores en la Plaza 20 de Julio

Los comerciantes que venden ropa y calzado, ofertan mercancía para todas las edades y sexos en sus diferentes tallas.

En este punto es importante dejar en claro que los comerciantes que ocuparían las instalaciones de la “PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22”, y para quienes esta dirigido nuestro diseño comercializan con la mercancía que se encuentra especificada en la anterior matriz y que productos perecederos no hacen parte de este proyecto.



4 TRABAJO DE CAMPO 2

4.1 TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO DE LA MERCANCÍA.

La mercancía es transportada al sitio de trabajo en carretillas al inicio y final de la jornada de trabajo, se almacena en bodegas tomadas en arriendo ubicadas cerca del sitio de trabajo.

4.2 SEGURIDAD.

Los puestos de trabajo son estacionarios, hay una persona contratada para vigilarlos en las noches cuando la mercancía ha sido transportada a las bodegas. Los comerciantes son quienes contratan la vigilancia.

4.3 DESCRIPCIÓN ACTUAL PUESTO DE TRABAJO.

Consta de dos caballetes soporte, en algunos casos un tendido de madera y en otros recortes de triplex, una columna central representada por un tubo que cumple la función de sostener una carpa para proteger la mercancía de la intemperie.

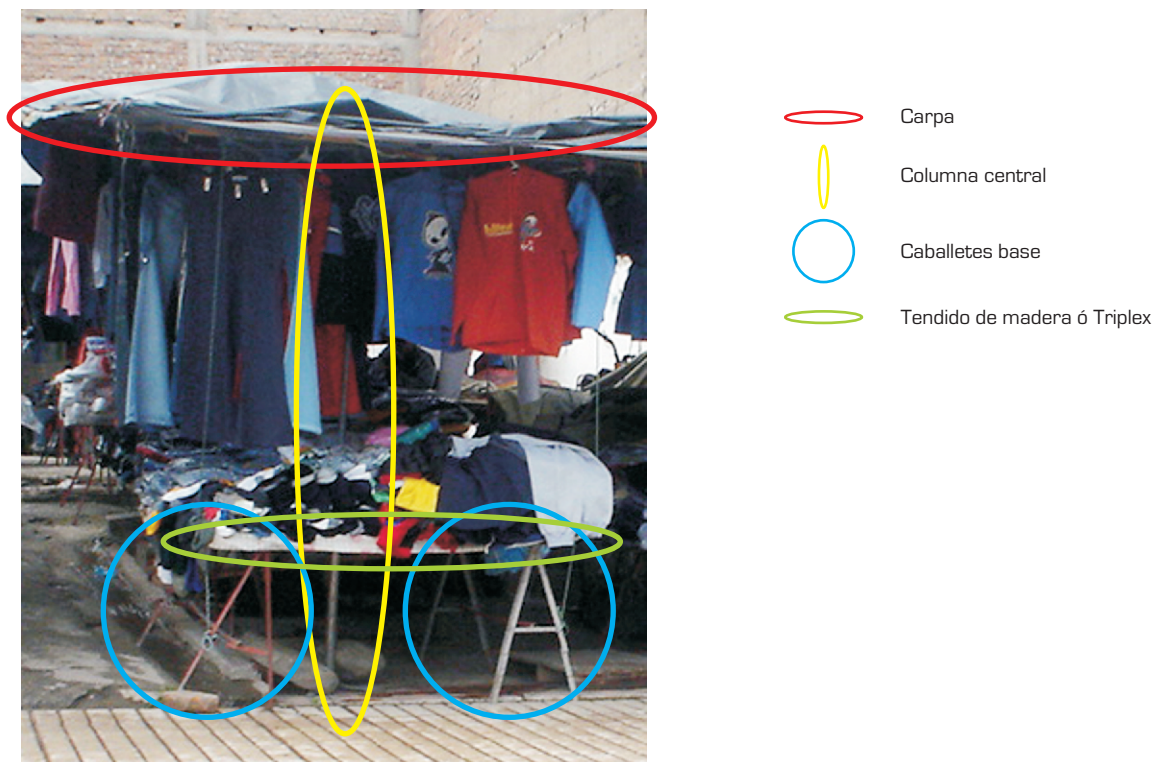


Figura 8.
Actual Puesto de Trabajo



4.3.1 Dimensiones promedio actual puesto de trabajo

1.5 m x 1.5 m	área total puesto de trabajo
0.7 m	altura tendido de madera o triples
2.2 m	altura carpa
0.9 m	área de circulación

Tabla 2.
Dimensión promedio Actual Puesto de Trabajo



5. PARÁMETROS DE DISEÑO

Es la interpretación teórica puntual de los requerimientos que se necesitan para desarrollar el proceso creativo para luego proponer soluciones formales, funcionales y estéticas que satisfacen cada una de las necesidades encontradas en cada aspecto de la labor del comerciante informal.

5.1 PARÁMETROS ESPACIALES

Estos parámetros son de vital importancia, nos orientan en todo el proceso de diseño teniendo como base la infraestructura y el espacio interno arquitectónico.

Área puesto de trabajo	1.75 m x 1.75 m
Área modulo x 4 P.T.	3.5 m x 3.5 m
Área circulación promedio entre módulos	1.2 m x 1.2 m
Altura max. Modulo	2.2 m

Tabla 3.
Dimensiones generales para propuestas de diseño

NOTA: Los parámetros espaciales antes referenciados corresponden a un momento del proyecto arquitectónico y a una etapa del desarrollo de nuestro proyecto; más adelante veremos que estos se reajustan a cambios del mismo.

5.2 PARÁMETROS FUNCIONALES.

5.2.1 Almacenamiento

Los comerciantes a quienes esta dirigido el proyecto, cuentan con gran cantidad de mercancía, lo cual hace necesario que el puesto de trabajo que debemos diseñar incluya un espacio para guardar estos elementos.

Como resultado de 3 visitas a los comerciantes, se obtuvo un promedio de mercancía equivalente a 0.90 m

5.2.2 Exhibición

Explorar múltiples alternativas que permitan dar a conocer los productos para incrementar el volumen de ventas.

Un valor agregado al puesto de trabajo que debemos diseñar, radica en encontrar la forma más adecuada para que el comerciante informal oferte su mercancía; actualmente lo hacen



muy desorganizadamente motivo por el cual el potencial cliente no muestra mucho interés por conocer y adquirir sus productos.

5.2.3 Campo visual

*“Área que puede ser vista sin mover la cabeza o los ojos.”*³⁷ Dada la existencia de un gran número de puestos de trabajo involucrados en el proyecto y a los reducidos espacios de circulación, es necesario ampliar el campo visual diseñando un módulo muy agradable, jugando con formas que permitan al comprador su ubicación en el entorno de la “Plaza de ventas populares la 22”, teniendo en cuenta precedentes de diferentes sitios comerciales de Pasto tales como la Plaza de Bomboná, Centro Comercial Galerías, entre otros, y plazas populares en otra ciudades.

5.2.4 Privacidad

*“Ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromisión.”*³⁸

Debe existir respeto por el espacio entre comerciantes informales, teniendo en cuenta que no atente contra los lazos sociales existentes en el gremio. Teniendo en cuenta que las relaciones entre ellos siempre han estado demarcadas por situaciones de celos y envidia es necesario priorizar, sin descuidar la seguridad, aspecto directamente ligado a este parámetro.

5.2.5 Adaptabilidad

Teniendo en cuenta que los productos a comercializar son de diverso tipo, el diseño del puesto de trabajo será único con la facilidad de adaptarse a las necesidades particulares, facilitando la producción de los módulos de venta como puestos de trabajo.

³⁷ Biblioteca de Consulta Microsoft® Encarta® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

³⁸ Ibid



6. PROYECTACIÓN OBJETUAL FORMAL 3D

Tomando como referencia cada uno de los parámetros de diseño se realizan propuestas formales realizadas en el graficador 3D ESTUDIO MAX que facilita realizar objetos y formas que nos llevan a una percepción real del módulo de venta para apreciar ventajas y desventajas de estos logrando un óptimo desarrollo hacia a propuesta final.

6.1 TIPOA

Son módulos con una estructura generalmente cúbica, caracterizados por tener un techo, exhibición, almacenamiento y sistemas de seguridad como cortinas o paneles metálicos. Estos últimos nos sirven para cierre y apertura del módulo de venta.

6.1.1 Propuesta 1

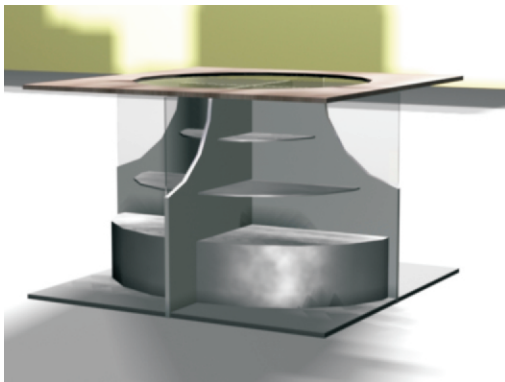
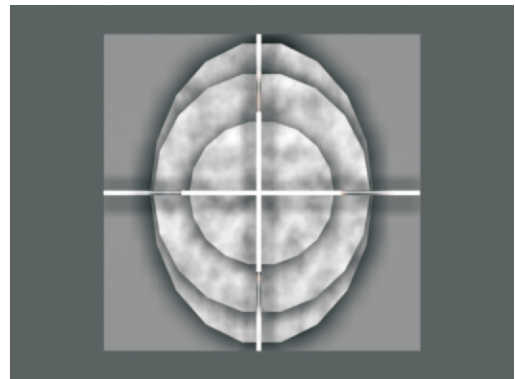


Figura 9.
Propuesta 1 - Vista en perspectiva

Figura 10.
Propuesta 1 - Vista en planta



DESCRIPCIÓN:

Divisiones con área traslúcida en las esquinas superiores, tres niveles para exhibición con ritmo ascendente de arriba hacia abajo. Los dos niveles superiores son estrepaños y el tercero inferior corresponde a una superficie de exhibición que a su vez funciona como bodega en su interior.

Techo con área central traslúcida de forma circular. El vendedor ocupa un pequeño espacio en el puesto de trabajo.



6.1.2 Propuesta 2



Figura 11.
Propuesta 2 - Vista en perspectiva



Figura 12.
Propuesta 2 - Vista en planta

DESCRIPCIÓN:

Divisiones translúcidas en plexi vidrio, mesa rectangular para exhibición que se desprende de la pared que divide los puestos de trabajo y un solo entrepaño para cada puesto de forma cuadrada.

Techo totalmente translúcido, amplia área interna para el vendedor y desprovisto de bodega.

6.1.3 Propuesta 3

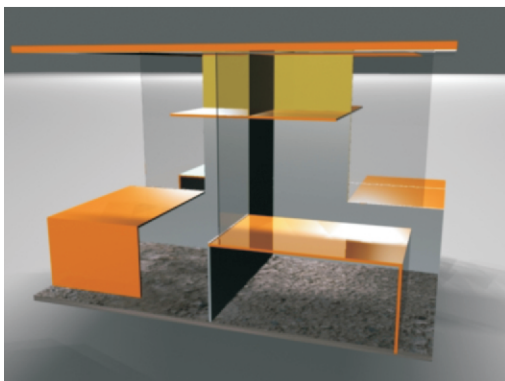


Figura 13.
Propuesta 3 - Vista en perspectiva



Figura 14.
Propuesta 3 - Vista en planta

DESCRIPCIÓN:

A diferencia del anterior, sus paredes no son totalmente translúcidas, pues esta diseñado con un segmento de pared en fibro cemento para generar privacidad y un espacio translúcido para el área del campo visual.



6.1.4 Propuesta 4

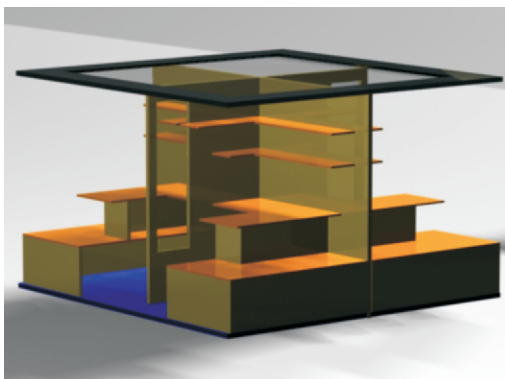


Figura 15.
Propuesta 4 - Vista en perspectiva



Figura 16.
Propuesta 4 - Vista en planta

DESCRIPCIÓN:

Divisiones con área rectangular traslúcida, mesa principal para exhibición y mesa auxiliar sobre esta las dos en L que en su interior funcionan como bodega auxiliar.

Dos entrepaños en L, techo traslucido en el centro rodeado por un marco opaco.

6.1.5 Propuesta 5

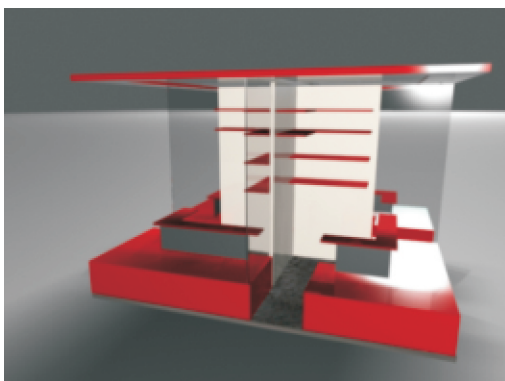


Figura 17.
Propuesta 5 - Vista en perspectiva

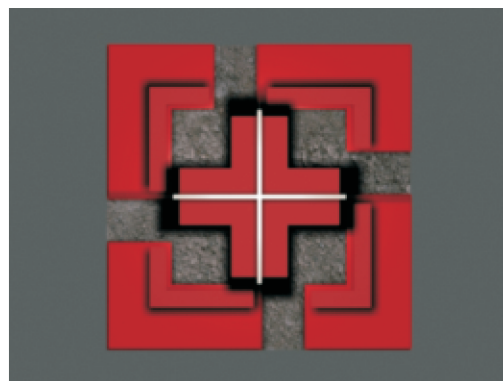


Figura 18.
Propuesta 5 - Vista en planta

DESCRIPCIÓN:

Divisiones con área rectangular traslúcida, amplia mesa de exhibición y mesa auxiliar en L, dos entrepaños de la forma anterior y dos lineales, techo traslucido en el centro rodeado por un marco opaco, bodega auxiliar bajo la mesa principal de exhibición, diseño con amplio espacio para la exhibición y el vendedor.



6.2 TIPO B

En este punto del desarrollo de propuestas, se empieza a plantear otras alternativas bajo un concepto formal y estético diferente al anterior, se suprime el techo, se baja las alturas de las paredes con el fin de fortalecer uno de los parámetros de diseño correspondiente al del Campo visual y se rompe la línea recta muy marcada en las anteriores propuestas.

6.2.1 Propuesta 1

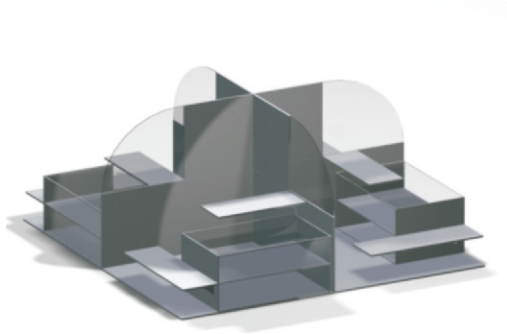


Figura 19.
Propuesta 1 - Vista en perspectiva

Figura 20.
Propuesta 1 - Vista en planta



DESCRIPCIÓN:

Se propone una altura de la pared de 1.5 metros con la esquina superior externa traslúcida, espacio de almacenamiento y exhibición representado en una mesa rectangular y entrepaños respectivamente. Sus formas básicas son rectángulos y cuadrados.

6.2.2 Propuesta 2

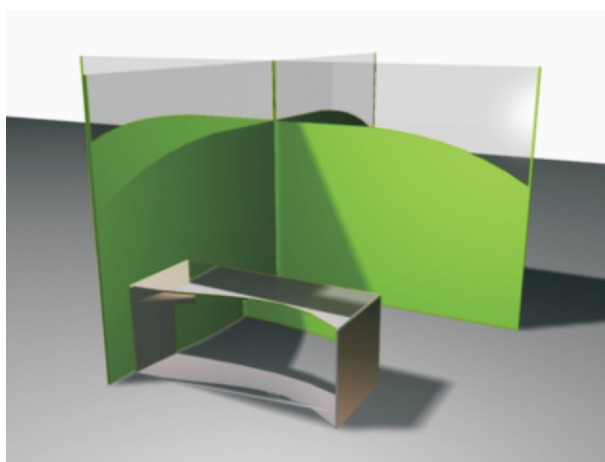


Figura 21.
Propuesta 2 - Vista en perspectiva

DESCRIPCIÓN:

Manejando la misma línea formal de la anterior propuesta, se propone un módulo con paredes delgadas en las cuales se empieza a aplicar movimiento generando una curva en la parte superior donde se encuentra con el material traslúcido. Además el módulo está provisto de una mesa tipo vitrina para exhibición y almacenamiento.



6.2.3 Propuesta 3

Figura 22.
Propuesta 3 - Vista en perspectiva

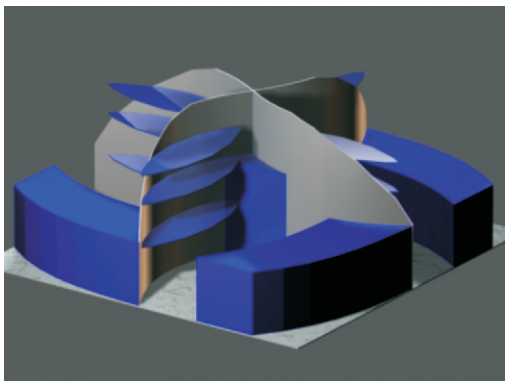


Figura 23.
Propuesta 3 - Vista en planta

DESCRIPCIÓN:

En esta propuesta la pared rompe la línea para tomar movimiento circular con ritmo simple, fácilmente apreciable en la fig. 36 Vista de planta del módulo.

Además el módulo cuenta con diferentes espacios de exhibición (entrepaños) y dos bodegas auxiliares de almacenamiento.

6.2.4 Propuesta 4

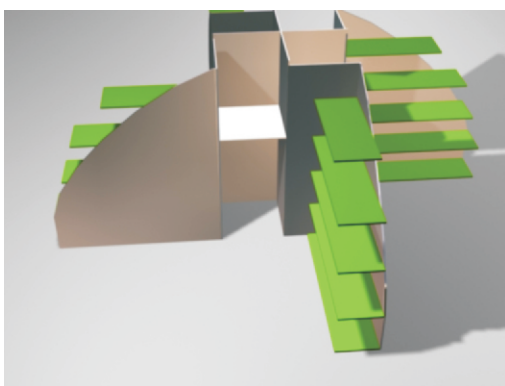


Figura 24.
Propuesta 4 - Vista en perspectiva

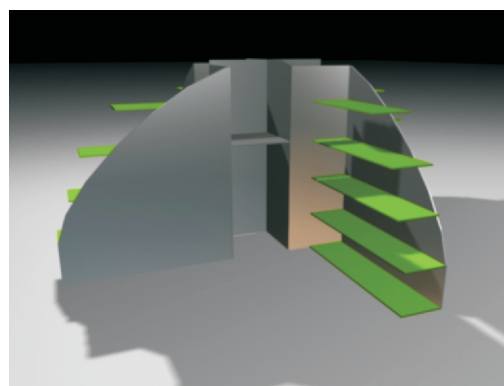


Figura 25.
Propuesta 4 - Vista en Perspectiva Frontal

DESCRIPCIÓN:

En esta propuesta igual se rompe la línea, jugando con formas rectas y generando movimiento (si se observa el modulo de una vista en planta), además se incrementan los puntos de exhibición.

La forma de la pared en vista frontal y lateral tiene un corte muy agradable.



ANÁLISIS:

Es una estructura práctica que además de dar una solución formal novedosa ha desarrollado cierto grado de funcionalidad.

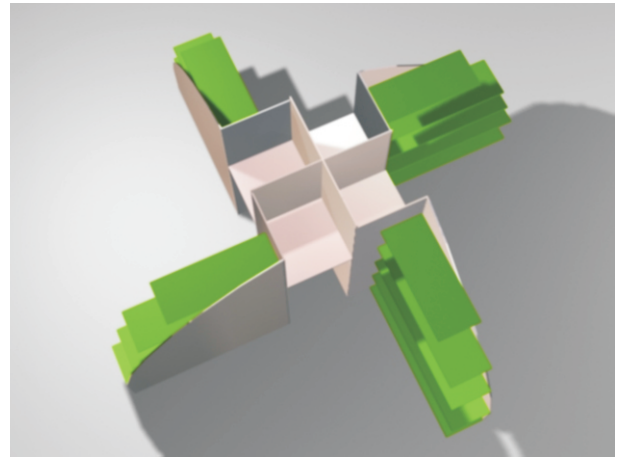


Figura 26.
Propuesta 4 - Vista en perspectiva Superior



7. DISEÑO FUNCIONAL 3D

Con una idea de una solución formal ya concebida, se empieza a solventar otros requerimientos que el módulo debe satisfacer entre ellos almacenamiento, privacidad, exhibición.

7.1 EVOLUCIÓN PROPUESTA 1:

Tomando como base la estructura formal de la última propuesta se implementan elementos para almacenamiento y exhibición.

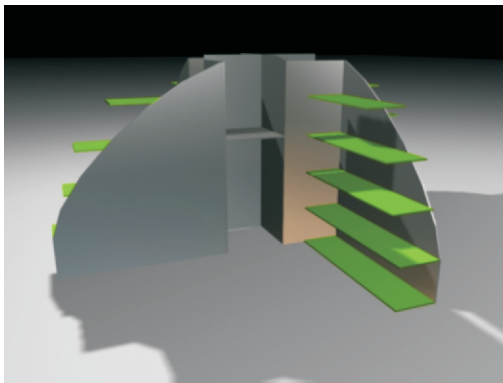


Figura 27.
Evolución Propuesta 1 - Vista en perspectiva



Figura 28.
Evolución Propuesta 1 - Vista en Planta

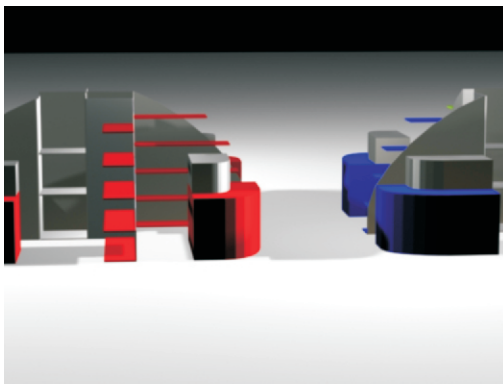


Figura 29.
Evolución Propuesta 1 - Vista usuario

CARACTERÍSTICAS:

Se conserva una altura de 1.5 m, los espacios de exhibición se amplían, representados en 5 entrepaños por cada puesto de trabajo. Adicional a esto se suma un nuevo elemento independiente que pretende integrarse al módulo.

El objetivo de este es generar nuevos espacios de exhibición sobre las dos superficies externas; y el espacio interno ser aprovechado como bodega auxiliar de la bodega principal presente en las paredes del módulo.



7.2 EVOLUCIÓN PROPUESTA 2:

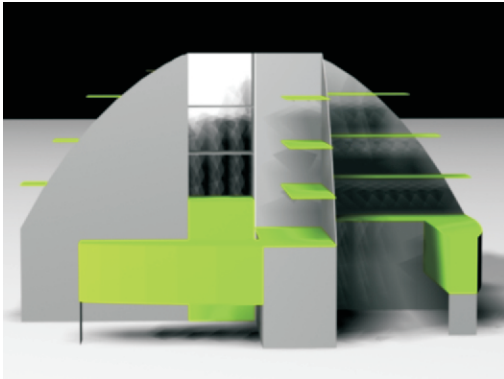


Figura 30.
Evolución propuesta 2 - Vista frontal



Figura 31.
Evolución propuesta 2 - Vista planta

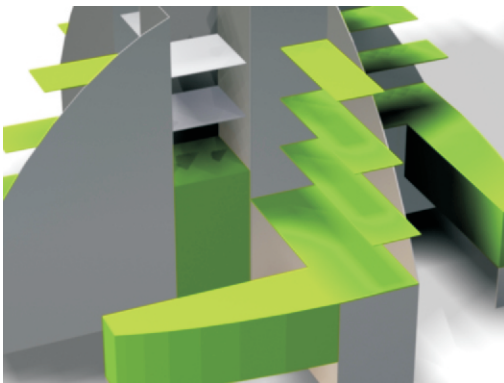


Figura 32.
Evolución propuesta 2 - Vista perspectiva aérea

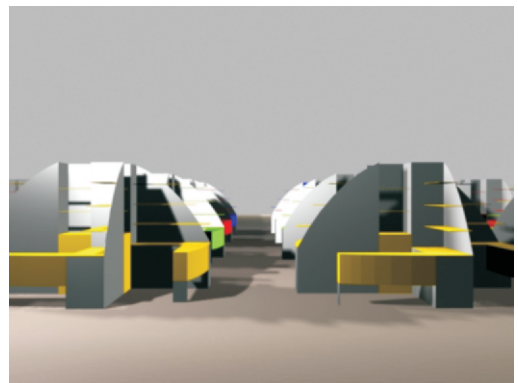


Figura 33.
Evolución propuesta 2 - Vista perspectiva varios módulos en su contexto, ángulo de vista persona 1.65 m

CARACTERÍSTICAS:

En esta propuesta las paredes del módulo toman una altura de 2.0 m, su intención es generar una bodega auxiliar baja y sobre esta dos entrepaños de exhibición: en la pared contigua se establece otra bodega baja que reemplaza el espacio ocupado por entrepaños bajos, que según normas de escapatismo no funcionan.

Se hace una nueva propuesta de un mueble para exhibición y almacenamiento, pues en la anterior propuesta aun no se logra una integración con el módulo lo que nos lleva a explorar nuevas alternativas funcionales y estéticas.



7.3 EVOLUCIÓN PROPUESTA 3:

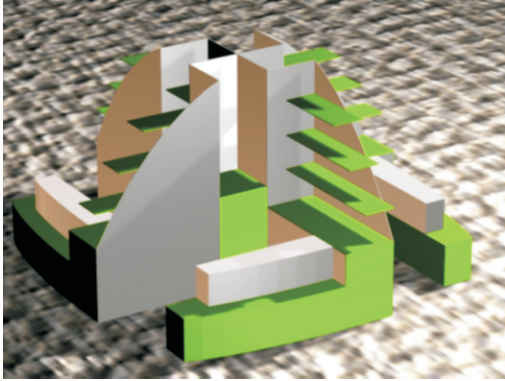


Figura 34.
Evolución Propuesta 3 - Vista perspectiva



Figura 35.
Evolución Propuesta 3 - Vista planta

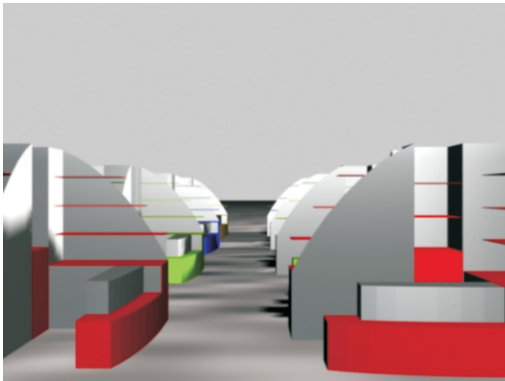


Figura 36.
Evolución Propuesta 3 - Vista perspectiva varios módulos en su contexto, vista transversal persona 1.65 m

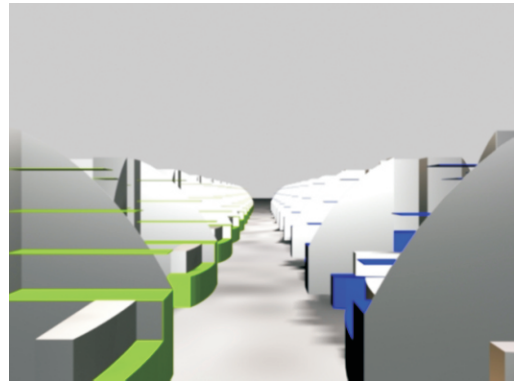


Figura 37.
Evolución Propuesta 3 - Vista perspectiva varios módulos en su contexto, vista longitudinal persona 1.65 m

CARACTERÍSTICAS:

El módulo conserva la misma estructura formal de la anterior propuesta, la diferencia esta en que en este punto se logro integrar un sistema de exhibición y almacenamiento tipo góndola en la parte frontal de cada puesto de trabajo.



7.4 EVOLUCIÓN PROPUESTA 4:

Antes de entrar a mencionar las características de esta propuesta, es muy importante resaltar que en este punto el proyecto “Plaza de Ventas Populares la 22” cambio.

Se suprimió el sótano; lugar que prestaría servicio de parqueadero para vehículos y en donde estarían ubicadas las bodegas para que los comerciantes informales guarden su mercancía; entonces se hace necesario que el comerciante tenga acceso a sus productos en su totalidad dentro del puesto de trabajo, para lo cual la capacidad de almacenamiento debe ser mayor.

Por otro lado el cambio en la parte arquitectónica obligo a un cambio en los parámetros espaciales.

Área puesto de trabajo	2.0 m x 2.0 m
Área modulo x 4 P.T.	4.0 m x 4.0 m
Área circulación promedio entre módulos	1.2 m x 1.2 m
Altura max. Modulo	2.2 m

Tabla 4.
Dimensiones generales para propuestas de diseño



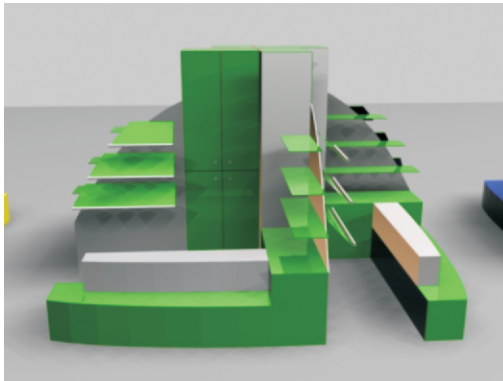


Figura 38.
Evolución Propuesta 4 - Vista perspectiva



Figura 39.
Evolución Propuesta 4 - Vista planta

CARACTERÍSTICAS:

Con el cambio de los parámetros espaciales y de las condiciones arquitectónicas de la “Plaza de Ventas Populares la 22”, nuestro diseño toma otras características.

Entre ellas, se incluye una bodega principal con gran capacidad de almacenamiento, esta adquiere una altura de 2.5 m y de ahí se desprende la pared, que empieza su recorrido tomando movimiento a una altura de 2.0 m. En esta pared se plantea un sistema de entrepaños con inclinación de -60° con respecto al eje X para niveles de exhibición.

En la pared contigua encontramos una bodega auxiliar baja y tres entrepaños en la parte superior. De esta bodega se desprende una bodega más que sobre su superficie funciona como punto de exhibición y como sistema de almacenamiento de objetos que el comerciante emplea en el desarrollo de su labor.

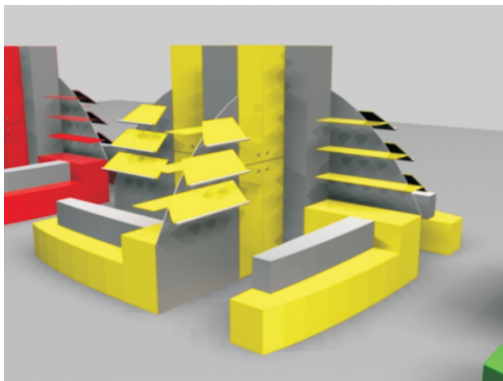


Figura 40.
Evolución propuesta 4 - Vista perspectiva en su entorno

ANÁLISIS:

Esta propuesta logra integrar todos sus elementos formales y funcionales; se propone una altura muy elevada que convierte al módulo en un elemento muy pesado para la vista de l usuario de la “Plaza de ventas populares la 22”.

Por otro lado resulta muy interesante el hecho de que se aproveche el espacio que ofrece la otra pared con una forma diferente de exhibición.



7.5 EVOLUCIÓN PROPUESTA 5:

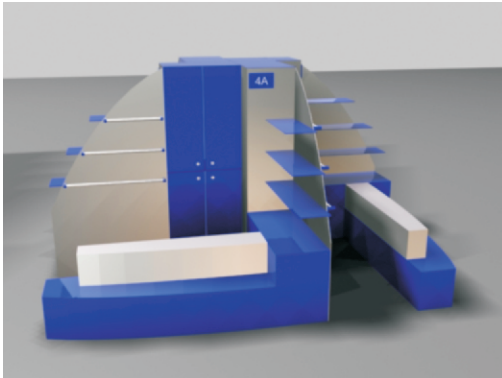


Figura 41.
Evolución propuesta 5 - vista perspectiva



Figura 42.
Evolución propuesta 5 - vista planta

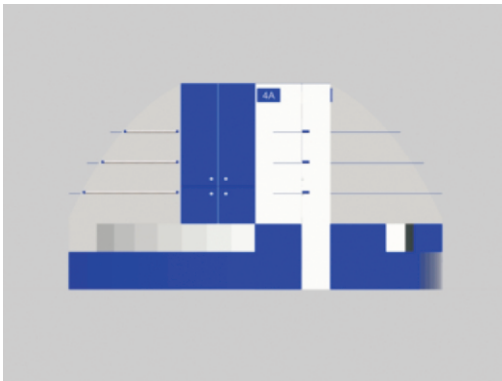


Figura 43.
Evolución propuesta 5 - vista frontal

CARACTERÍSTICAS:

Se define una altura de 2.2 m, se sigue trabajando una estructura formal que ha logrado un alto grado de evolución. Gran capacidad de almacenamiento distribuida en una bodega principal y dos auxiliares.

ANÁLISIS:

Se integran todos los componentes del módulo, fusionándose en una unidad formal teniendo en cuenta que estamos a un paso de llegar a compactar el diseño con los detalles funcionales. Además se proponen algunos detalles de estructura y funcionalidad como los siguientes

ESTRUCTURA CENTRAL

Son dos láminas de MDF que son entrelazadas para mantener rígida y erguida la totalidad de la estructura modular apoyadas en ángulos de metal en las uniones.





Figura 44.
Vista aérea estructura central MDF

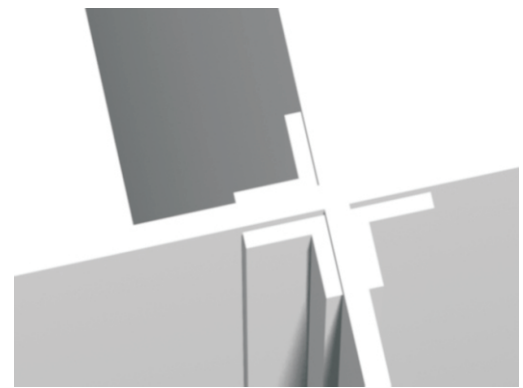


Figura 45.
Estructura central MDF y ángulo

SISTEMA DE PAREDES Y ENTREPAÑOS

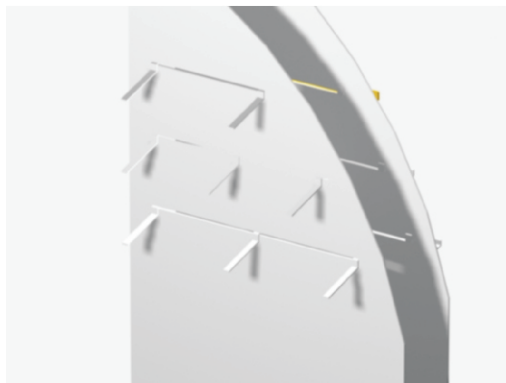


Figura 46.
Sistema de paredes con latinas

Cada módulo de venta tiene dos paredes con sección redondeada en MDF totalmente independientes de los módulos vecinos. La pared de un módulo se acopla con la de su vecino mediante una estructura del mismo material para permitir que exista un espacio entre las dos paredes.

Estas paredes tienen tres ranuras longitudinales para permitir el ingreso de una parte de las platinas que sostienen los entrepaños, para apoyarse sobre la cara posterior de la pared. Básicamente es un sistema entamborado similar al utilizado en puertas de viviendas.



Figura 47.
Platinas en ángulo para sistema de exhibición 2

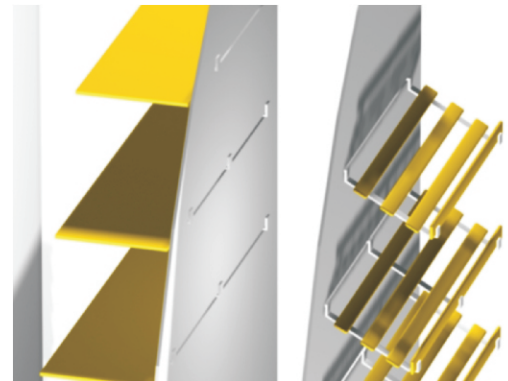


Figura 48.
Sistema de pared completo con entrepaños de los 2 tipos



8. ERGONOMÍA Y ANTROPOMETRÍA.

Para la realización de nuestra propuesta final era necesario abarcar parámetros ergonómicos y confrontarlos con las dimensiones humanas propias de los habitantes de nuestra región.

Tomamos como base los estándares antropométricos ilustrados por Julios Panero y Martin zelnik en espacios de venta y algunos conceptos según la teoría del escaparatismo que nos permitieron reunir valiosas información para adaptar nuestro módulo de venta a las necesidades funcionales y estéticas que requiere el comerciante informal en interacción con los potenciales oferentes de sus mercancías en el espacio de la “Plaza de Ventas Populares la 22”.

8.1 ESPACIOS DE VENTA:

	cm.
U	91.4
T	121.9
X	213.4

Tabla 5.³⁹
Medidas Exposición / relaciones visuales

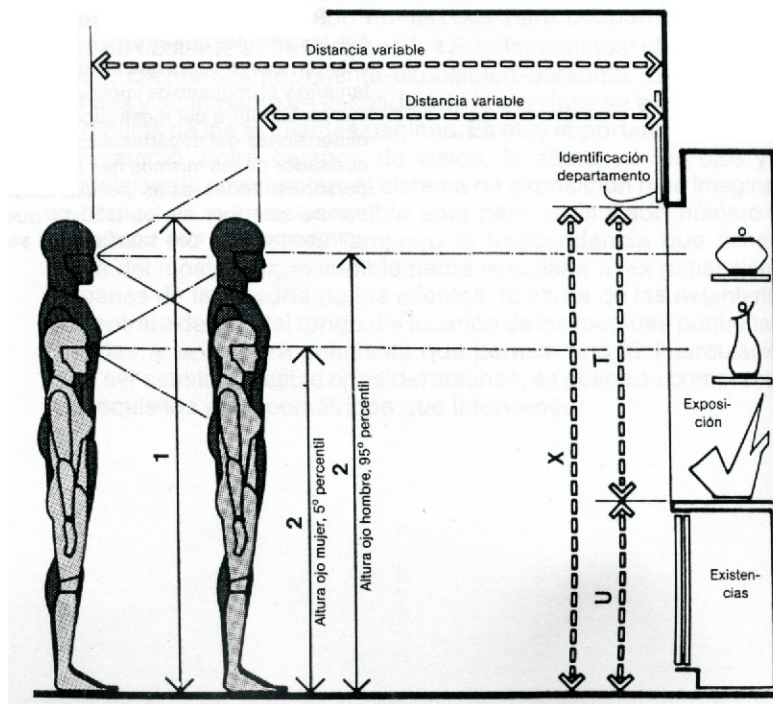
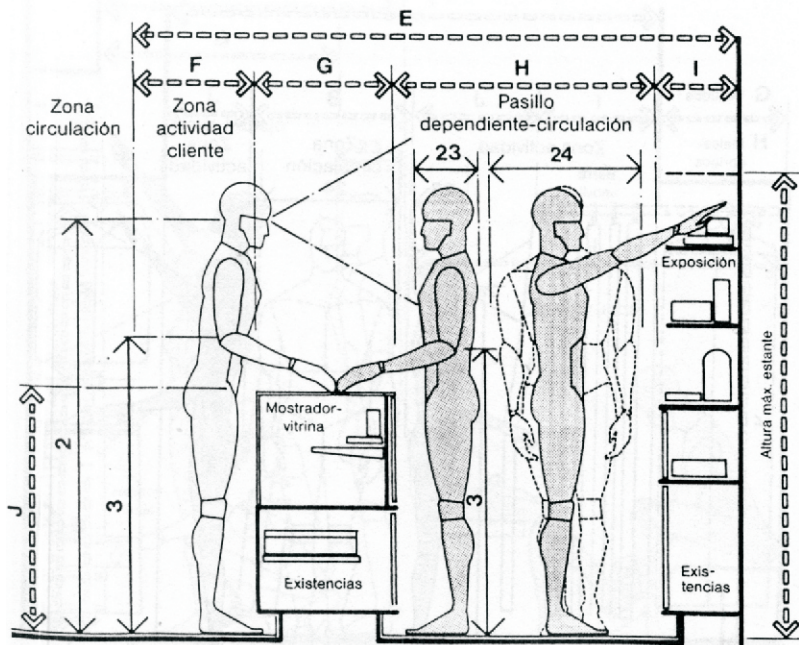


Figura 49.⁴⁰
Exposición / relaciones visuales

³⁹ Panero, Julius y Zenik, Martín. Espacios de venta, Pág. 198

⁴⁰ Ibid





	cm.
E	213.4 -284.5
F	45.7
G	45.7 61.0
H	76.2 121.9
I	45.7 55.9
J	88.9 96.5
K	182.9

Tabla 6.⁴²
Medidas área de venta tradicional/ cliente de pie

Figura 50.⁴¹
Área de venta tradicional/ cliente de pie

	cm.
A	121.9 max
B	76.2 91,4
C	129.5 min
D	167.6
E	182.9

Tabla 7.⁴³
Medidas Estanterías para artículos

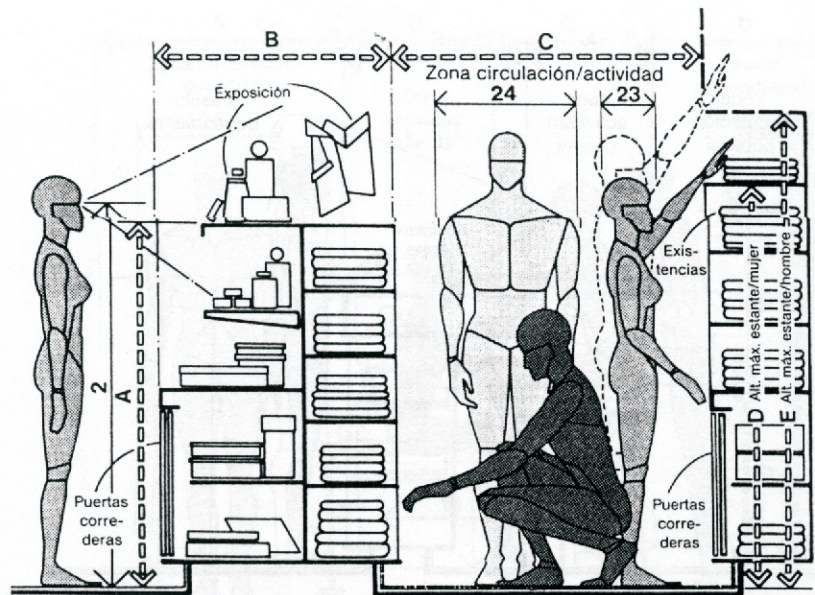


Figura 51.⁴⁴
Estanterías para artículos

⁴¹ Ibid Pg. 201

⁴² Ibid

⁴³ Ibid Pg. 202

⁴⁴ Ibid



8.2 EL CUERPO HUMANO, PROFUNDIDAD Y ANCHURA

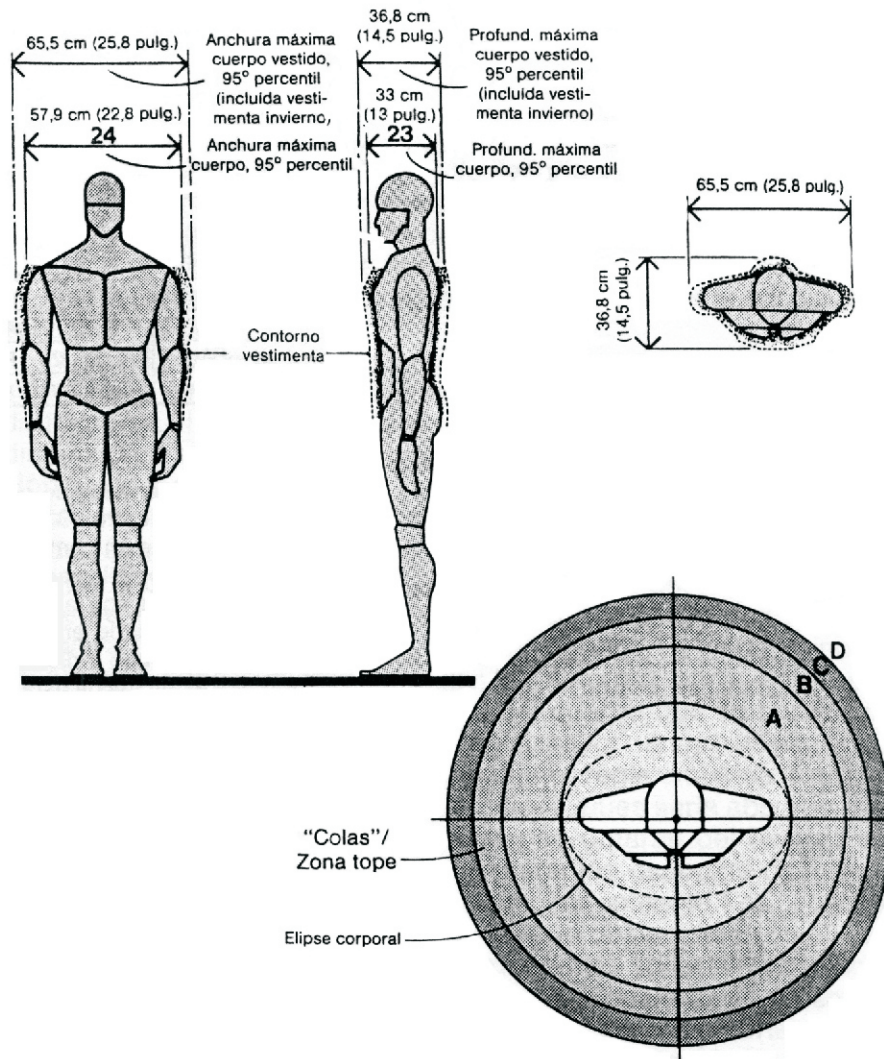


Figura 52.⁴⁵
 El cuerpo humano/ profundidad y anchura

⁴⁵ Ibid Pg. 266



9. PROPUESTA DE DISEÑO FINAL.
MODULO DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS COMERCIANTES
INFORMALES DE LA “PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22”

Con el diseño del módulo formalmente resuelto, ahora nos enfocamos en darle una solución definitiva a los sistemas de exhibición y a los espacios internos de circulación del módulo, teniendo en cuenta además, los estándares antropométricos antes mencionados.

9.1 BODEGA PRINCIPAL



Figura 53.
Bodega Principal

Está dividida en dos secciones principales, con la capacidad de subdividirse internamente con entrepaños. Es la bodega principal del módulo de venta por su mayor capacidad de almacenamiento, es amplia y totalmente segura. Provista de cuatro puertas, dos para cada sección.

Es importante resaltar que es un mueble completamente independiente con una excelente estructura que fortalece la estructura global del módulo.

Su capacidad de almacenamiento es de 0.88 m^3



Los vendedores almacenarán en esta bodega la mercancía de primera mano, es decir, la mercancía que será ubicada en las áreas de exhibición al comienzo de la jornada laboral y retirada al final de la misma.



Figura 54.
Bodega Principal en el módulo

9.2 BODEGAS AUXILIARES

Dos secciones para el almacenamiento de la mercancía totalmente independiente una de la otra. Son áreas de bodega permanente para la mercancía de apoyo o la totalidad de las existencias que posee el comerciante informal.

9.2.1 Bodega auxiliar No. 1

Tiene dos diferentes accesos para mayor facilidad en el alcance de la mercancía cuando sea necesario, un acceso por el interior del módulo de venta y otro externo.

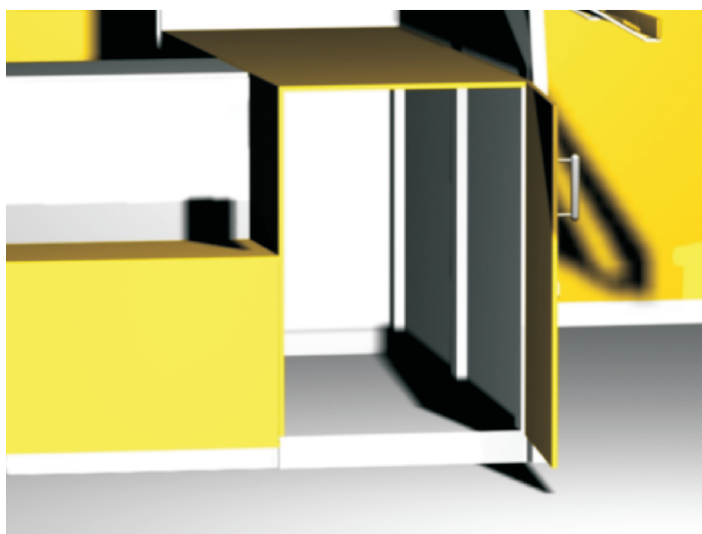


Figura 55.
Bodega Auxiliar No. 1 - acceso externo





Su capacidad de almacenamiento es de 0.42 m³

Figura 56.
Bodega Auxiliar No. 1 - acceso interno

9.2.2 Bodega auxiliar No. 2

Es muy amplia, provista por dos puertas corredizas por cada sección para mejor manejo del espacio en el puesto de trabajo.

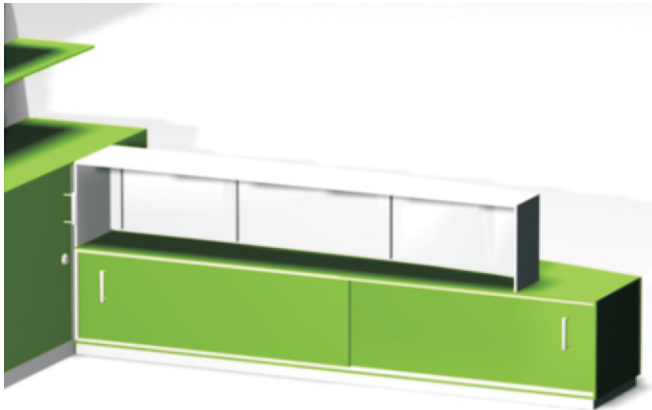


Figura 57.
Bodega Auxiliar No.2 - puertas cerradas

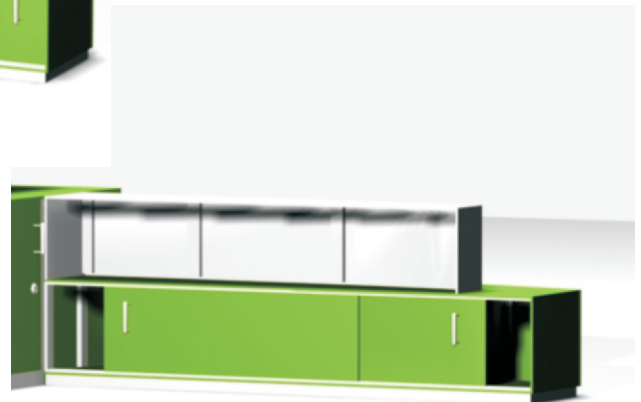
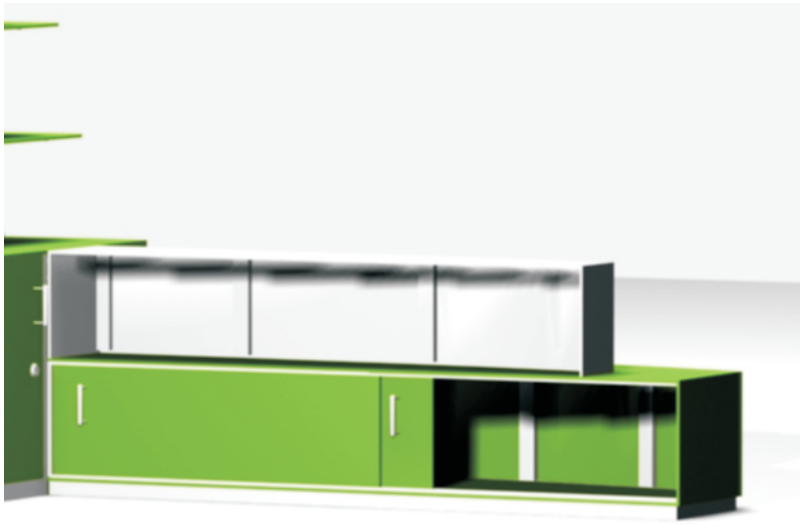


Figura 58.
Bodega Auxiliar No.2 - puertas abiertas



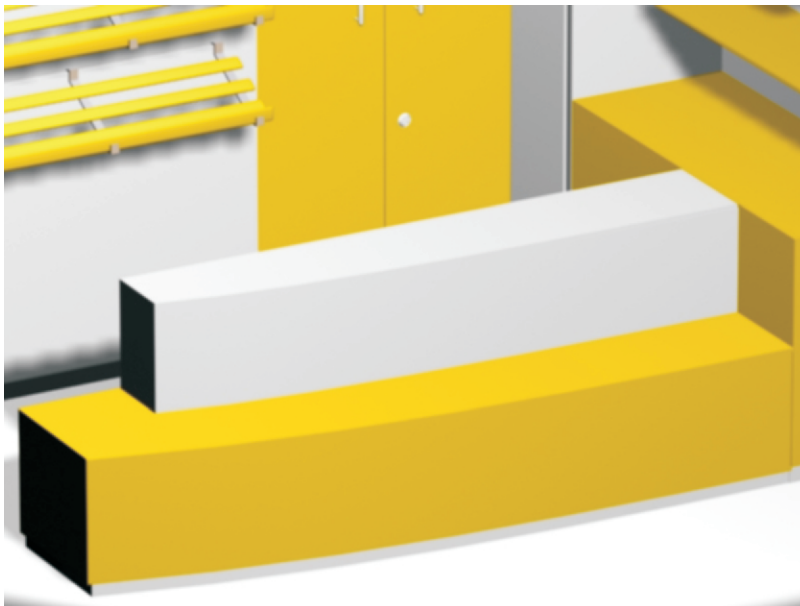


Su capacidad de almacenamiento es de 0.48 m³

Figura 59.
Bodega Auxiliar No. 2 - puertas corredizas

9.3 MESA DE EXHIBICIÓN PRINCIPAL

Es un espacio de exhibición tipo góndola porque tiene un primer nivel con gran superficie para ubicar los productos, y un segundo nivel de menor tamaño pero con suficiente área para exhibir.



Esta mesa deriva su concepto en el actual manejo dado por los comerciantes informales en sus puestos de venta, definido por una mesa donde colocan toda su mercancía.

Figura 60.
Mesa de exhibición Principal 1



La mesa de exhibición de nuestro módulo de venta tiene una forma elegante y coherente que denota estilo y suavidad, logrando integrarse plenamente con la funcionalidad que se requiere. Es el claro resultado entre la estética y la función.

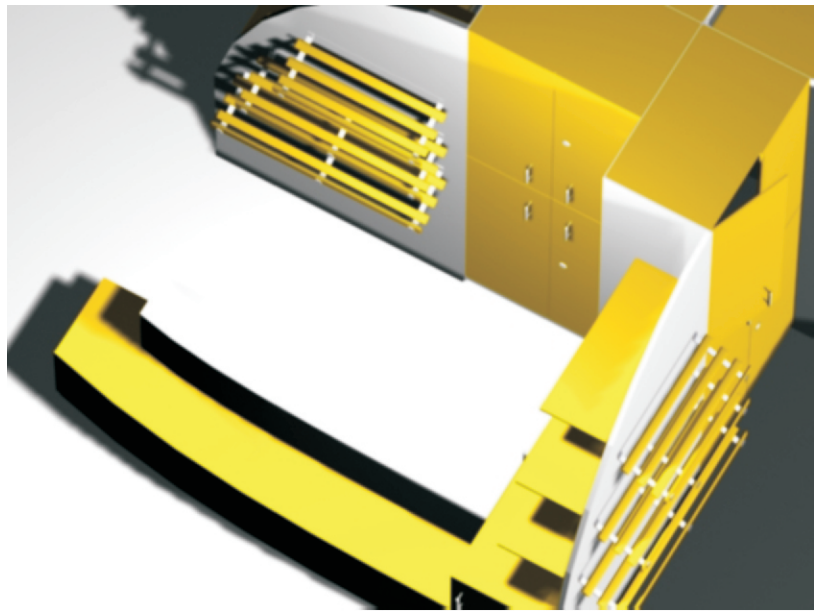


Figura 61.
Mesa de exhibición principal 2

9.4 SUPERFICIE DE EXHIBICIÓN AUXILIAR

Área ubicada abajo de los entrepaños de exhibición # 1. Hace parte de la bodega auxiliar con dos accesos.

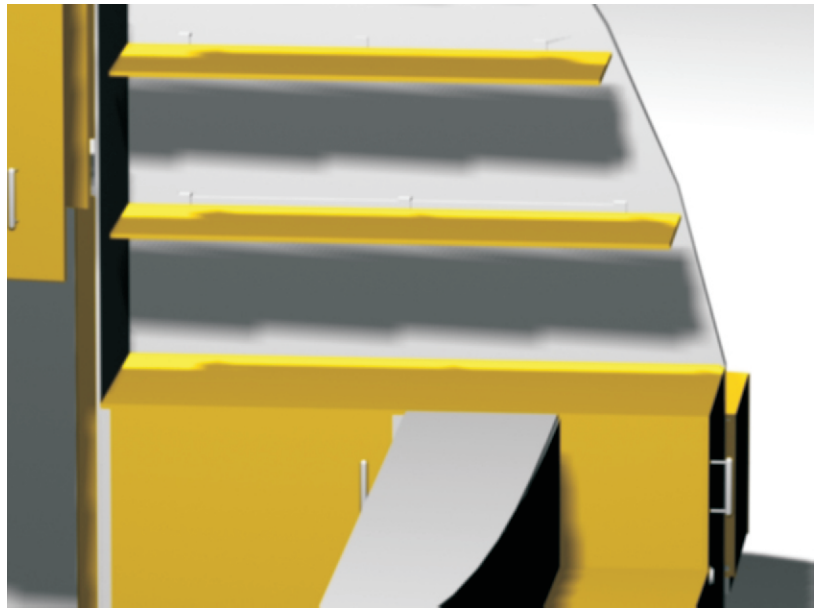


Figura 62.
Mesa de exhibición auxiliar 1



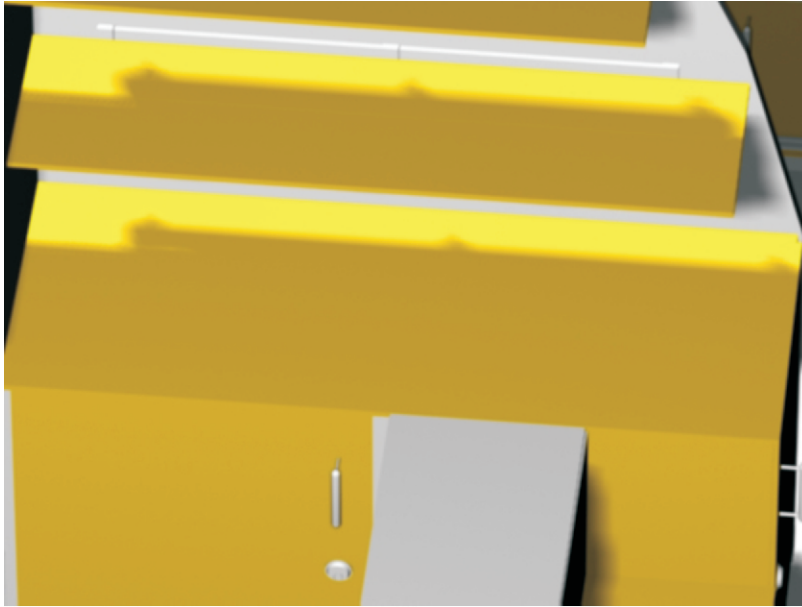


Figura 63.
Mesa de exhibición auxiliar 2

Es de gran importancia porque se acopla perfectamente con la mesa de exhibición para no perder continuidad en la ubicación y presentación de los productos.

9.5 ENTREPAÑOS DE EXHIBICIÓN No. 1

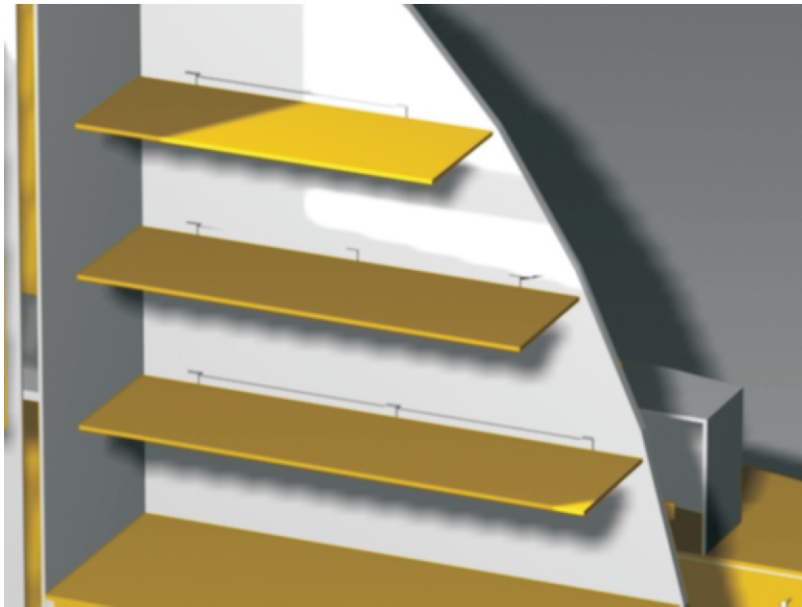


Figura 64.
Entrepaños de exhibición No 1

Son tres entrepaños que se acoplan a la pared con sección redondeada. Son de diferente longitud para adaptarse a la forma de la pared que hemos diseñado.

Tienen espacio suficiente entre ellos para agrupar mercancía por la gran resistencia que ofrecen las platinas que los sostienen.



9.6 ENTREPAÑOS DE EXHIBICIÓN No. 2

Para estos entrepaños desarrollamos unas características que los hacen muy funcionales y versátiles al momento de exhibir variedad de productos.

Están orientados a 30 grados y cada entrepaño tiene tres tendidos de MDF separados entre sí. Sobre estos tendidos es posible colgar todo lo relacionado con prendas de vestir, elementos de limpieza, etc. Así se aprovecha espacio y se presenta los productos originalmente.

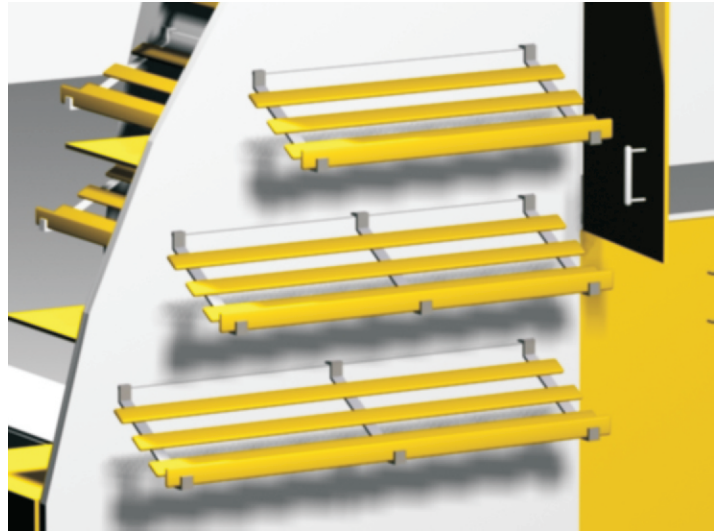


Figura 65.
Entrepaños de exhibición No. 2

Nuestra intención es que en estos entrepaños se exhiba aquellos productos que merecen una especial atención por el cliente, mercancía de mayor valor monetario o con características distintas a las del resto de la mercancía.

9.7 EXHIBICIÓN SUPERIOR Y SEÑALIZACIÓN

Para complementar la exhibición en el módulo se añade un tubo ubicado sobre la bodega principal que sirve para colgar ropa como se lo hace tradicionalmente, además se propone una forma de señalar los módulos como medio de ubicación del cliente dentro de la Plaza de ventas populares la 22.

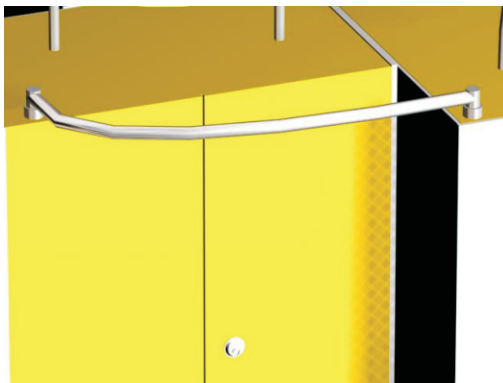


Figura 66.
Exhibición para colgar



Figura 67.
Señalización



9.8 SISTEMA DE PAREDES Y ENTREPAÑOS

La pared es una estructura entamborada compuesta por dos caras exteriores y un marco central de MDF que sigue el contorno de las paredes. esto permite darle mayor rigidez a esta sección del módulo.

Los dos tipos de entrepaños se sujetan a las paredes por medio de un anclaje a las platinas, unidas a la pared por pernos que los mantienen unidos al MDF.

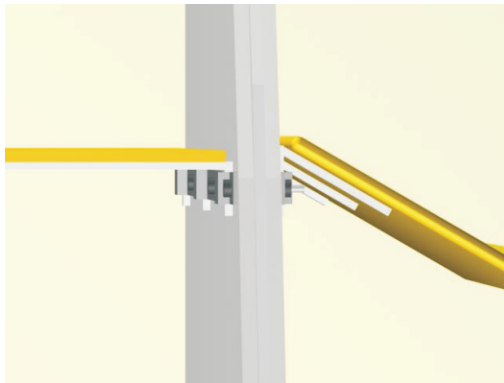


Figura 68.
Sujeción a Pared (Render 1)

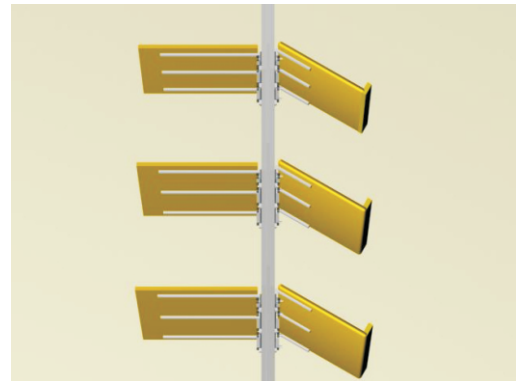


Figura 69.
Sujeción a Pared (Render 2)

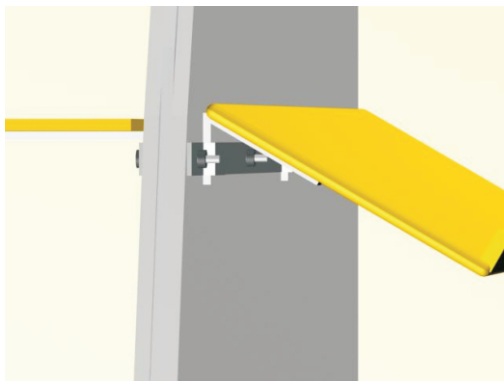


Figura 70.
Sujeción a Pared (Render 3)



10. PLANOS ANTROPOMÉTRICOS

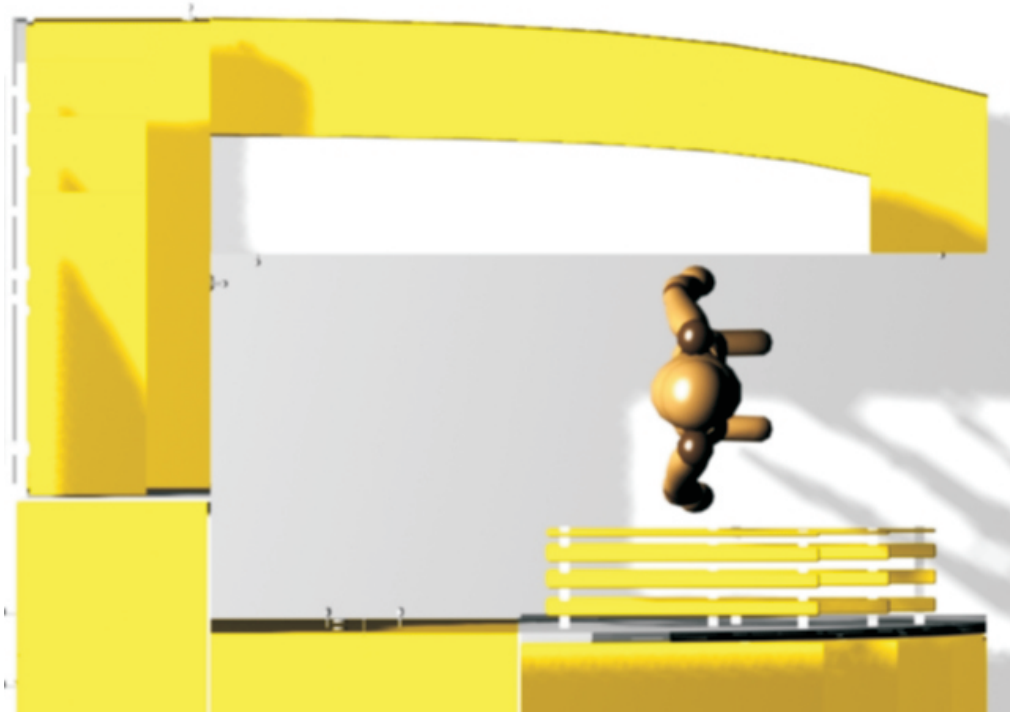


Figura 71.
Espacio Interno con somatotipo. Vista aérea



Figura 73.
Somatotipo con exhibición tipo góndola. Vista frontal

Figura 72.
Somatotipo sin exhibición tipo góndola. Vista frontal

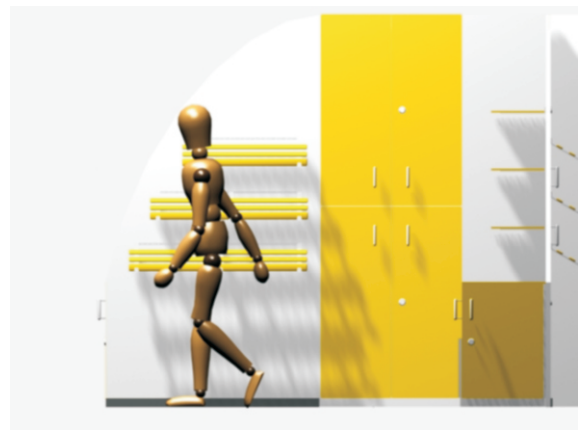




Figura 74.
Bodega Principal, división superior

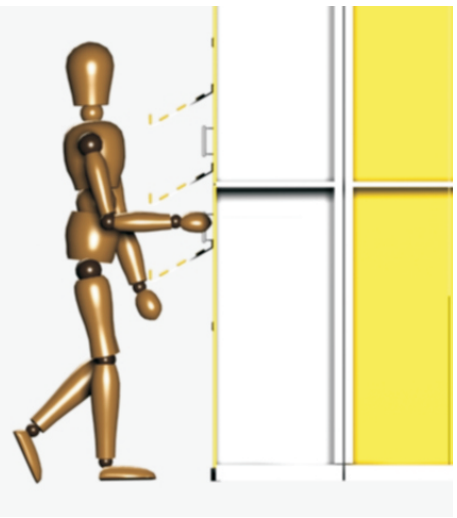
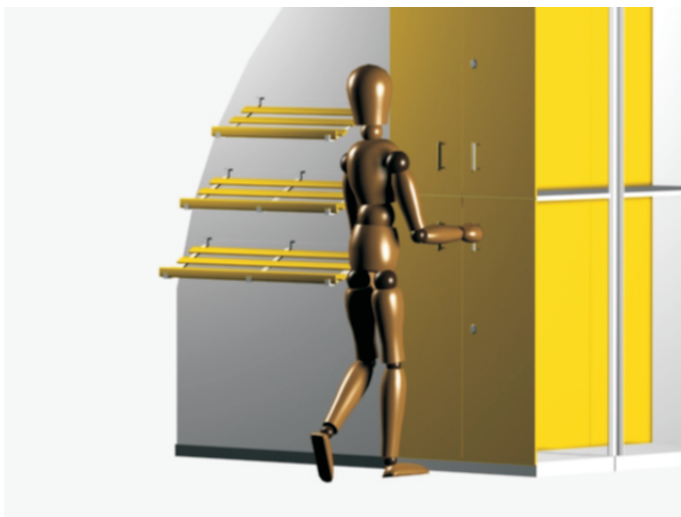


Figura 76.
Perspectiva Bodega Principal

Figura 75.
Bodega Principal, división inferior



10.1 Bodega Principal



Figura 77.
Bodega Principal, altura máxima

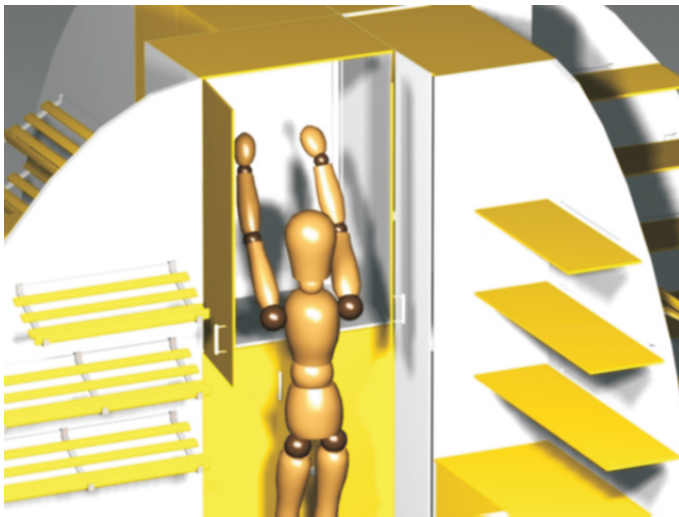


Figura 78.
Perspectiva Bodega Principal, altura máxima



10.2 Bodega Auxiliar. Acceso Interno

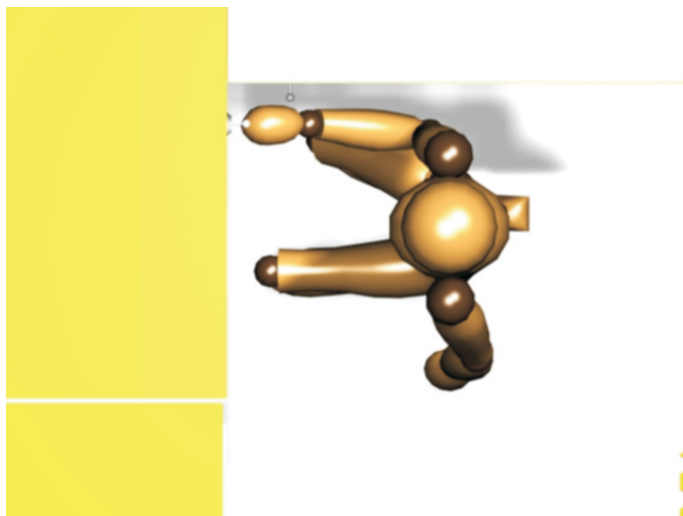


Figura 79.
Bodega auxiliar, acceso interno.
Somatotipo en cuclillas, vista superior

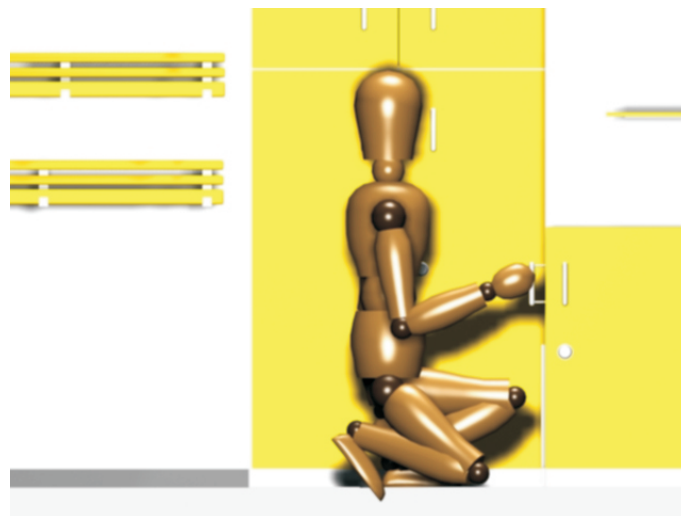


Figura 80.
Bodega auxiliar, acceso interno.
Somatotipo en cuclillas, vista lateral



10.3 Bodega Auxiliar. Acceso Externo

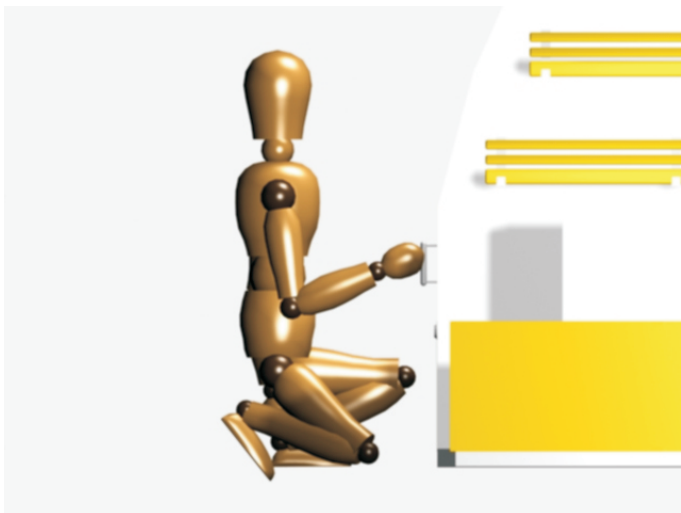


Figura 81.
Bodega auxiliar, acceso externo.
Somatotipo en cuclillas, vista Lateral

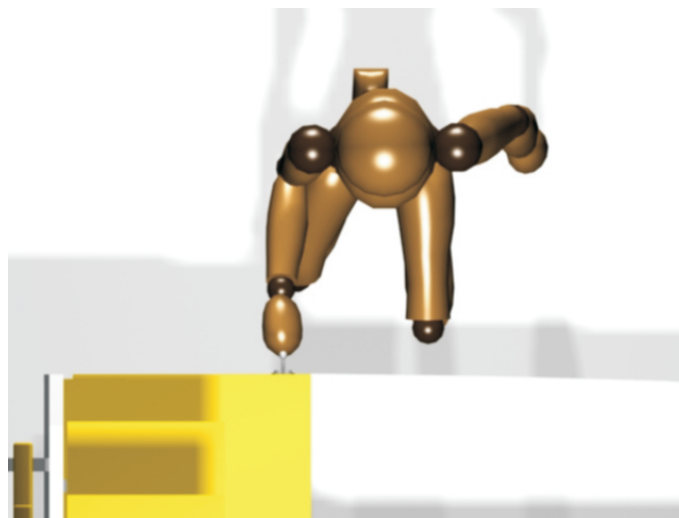


Figura 82.
Bodega auxiliar, acceso externo.
Somatotipo en cuclillas, vista superior



10.4 Mesa de exhibición y almacenamiento Tipo Góndola.

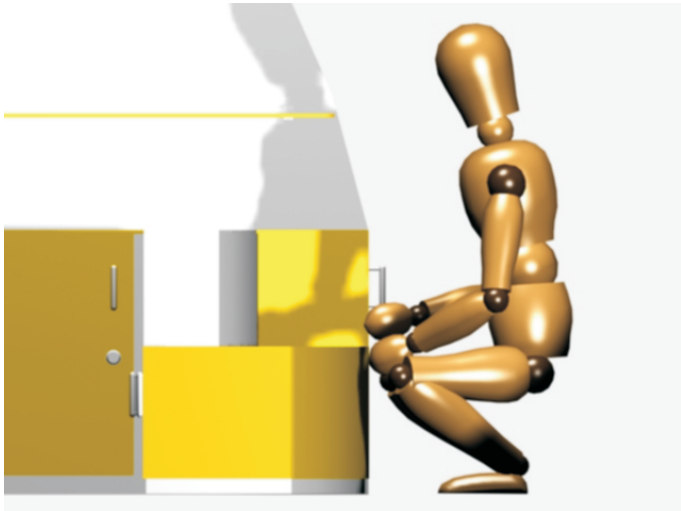


Figura 83.
Exhibición baja tipo Góndola
Somatotipo en cuclillas, vista Lateral



Figura 84.
Exhibición baja tipo Góndola
Somatotipo en cuclillas, perspectiva



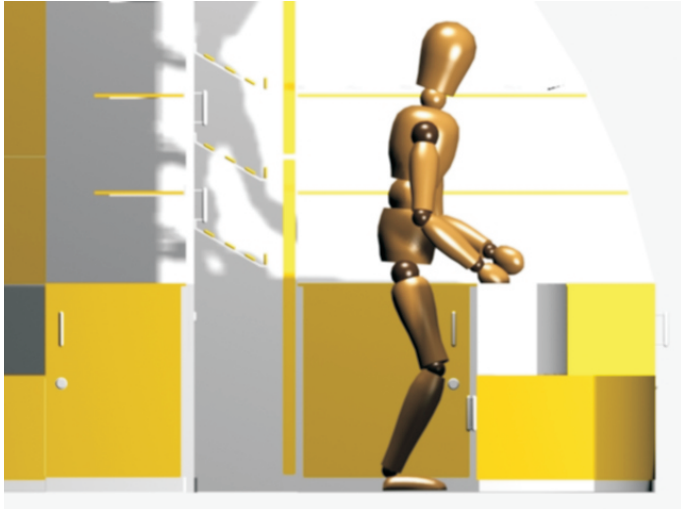


Figura 85.
Exhibición superior tipo Góndola
Somatotipo parado, vista Lateral

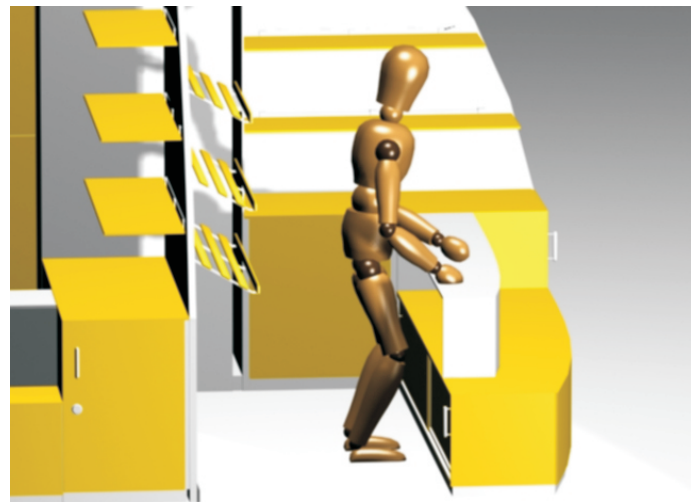


Figura 86.
Exhibición superior tipo Góndola
Somatotipo parado, perspectiva





Figura 87.
Almacenamiento bajo en mesa tipo Góndola
Somatotipo en cuclillas, vista Lateral



Figura 88.
Almacenamiento bajo en mesa tipo Góndola
Somatotipo en cuclillas, perspectiva



10.5 Superficie de Exhibición auxiliar

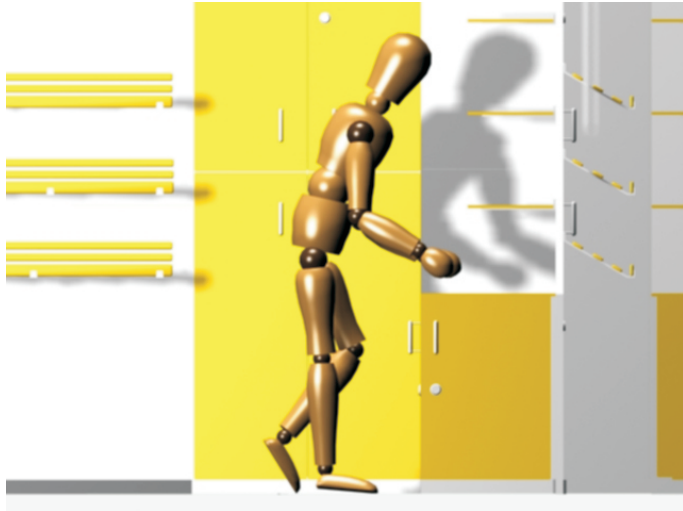


Figura 89.
Exhibición auxiliar
Somatotipo parado, vista Lateral

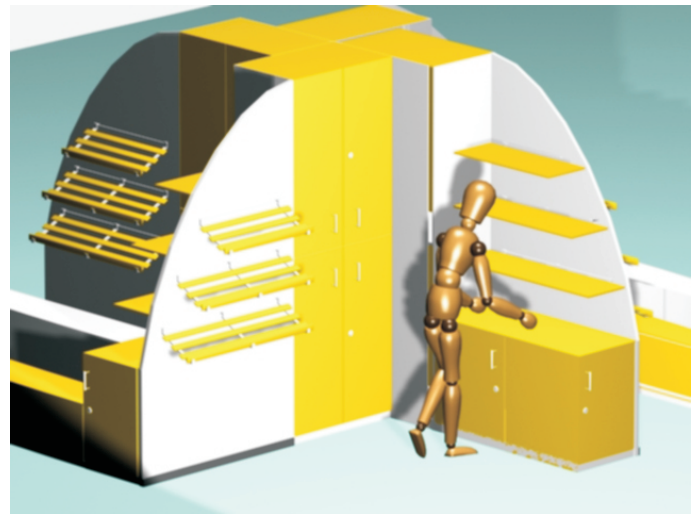


Figura 90.
Exhibición auxiliar
Somatotipo parado, perspectiva



10.6 Entrepuestos de exhibición No. 1

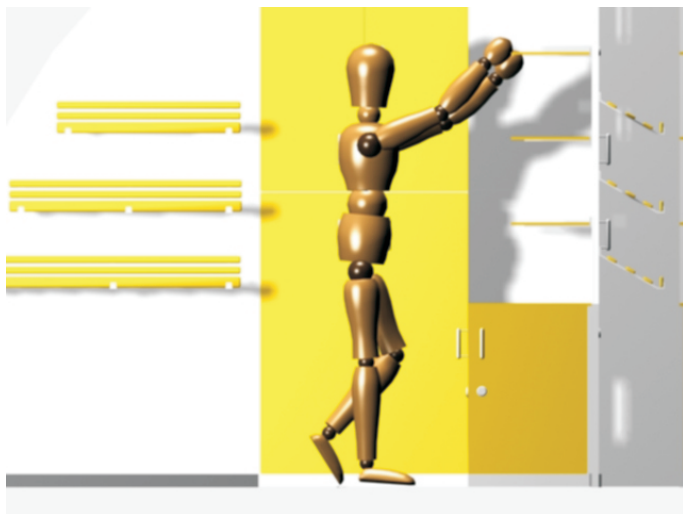


Figura 91.
Entrepuestos de exhibición No. 1. Entrepuesto superior.
Somatotipo parado, vista Lateral

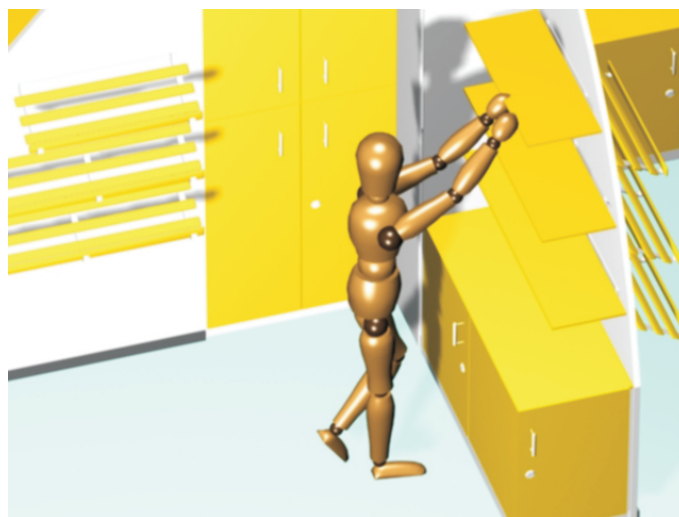


Figura 92.
Entrepuestos de exhibición No. 1. Entrepuesto superior.
Somatotipo parado, vista Perspectiva



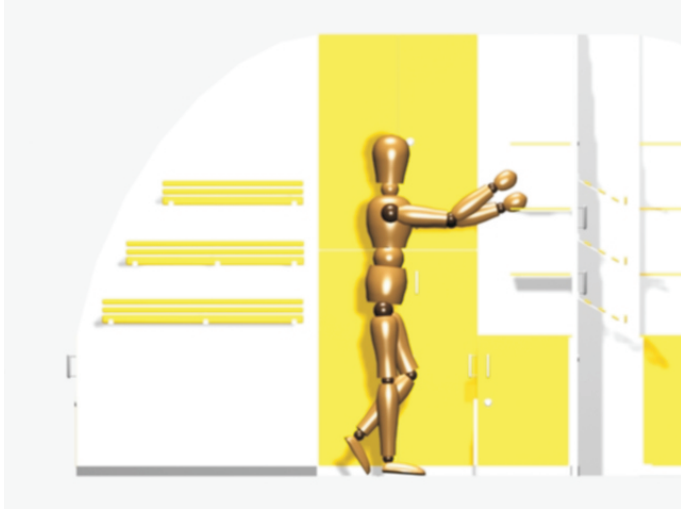


Figura 93.
 Entrepuestos de exhibición No. 1. Entrepuesto medio.
 Somatotipo parado, vista Lateral

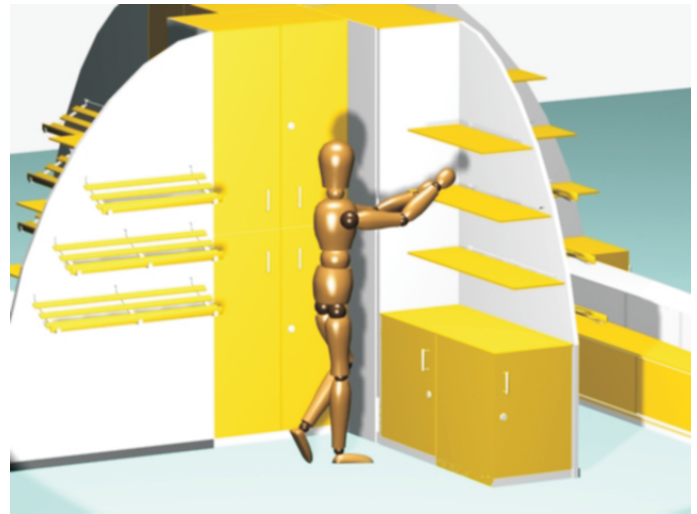


Figura 94.
 Entrepuestos de exhibición No. 1. Entrepuesto Medio
 Somatotipo parado, vista Perspectiva



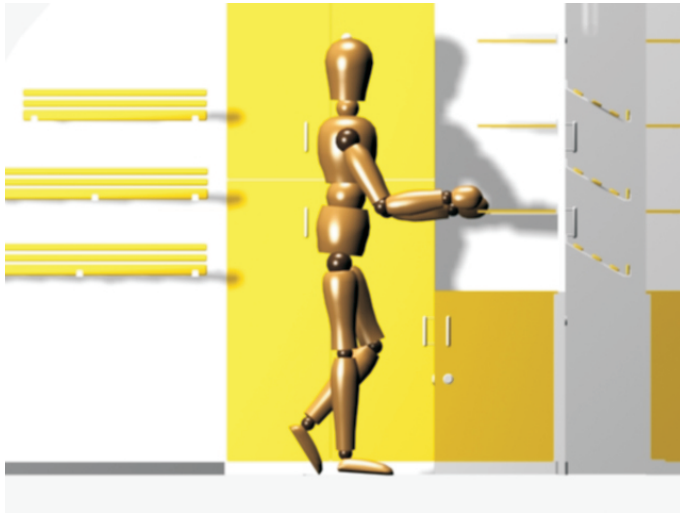


Figura 95.
 Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño bajo.
 Somatotipo parado, vista Lateral



Figura 96.
 Entrepaños de exhibición No. 1. Entrepaño bajo.
 Somatotipo parado, vista Perspectiva



10.7 Entrepuestos de exhibición No. 2

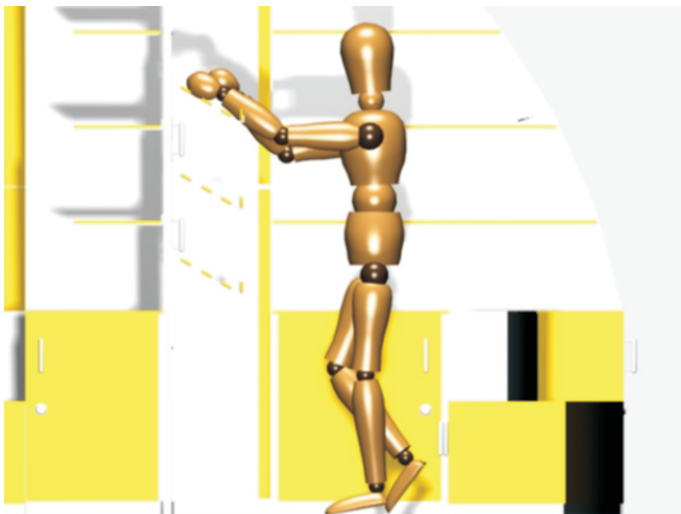


Figura 97.
Entrepuestos de exhibición No. 2. Entrepuesto superior.
Somatotipo parado, vista Lateral

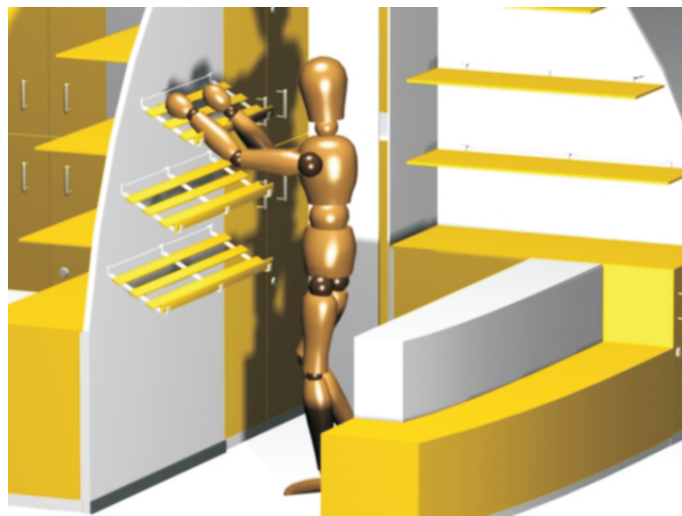


Figura 98.
Entrepuestos de exhibición No. 2. Entrepuesto superior.
Somatotipo parado, vista Perspectiva



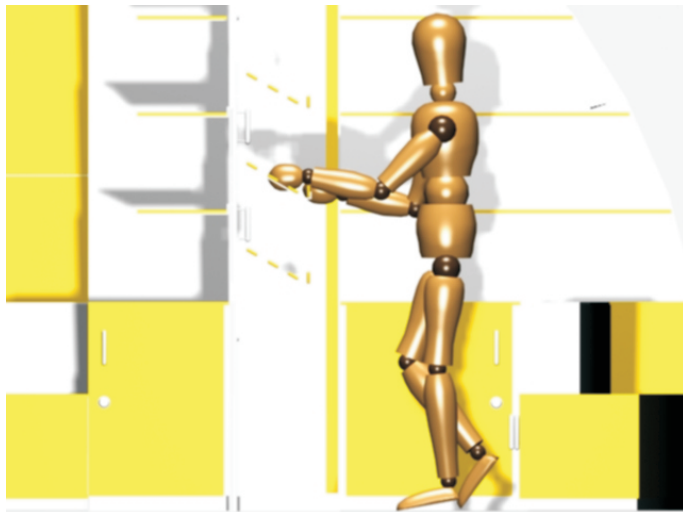


Figura 99.
Entrepuestos de exhibición No. 2. Entrepuesto medio.
Somatotipo parado, vista Lateral

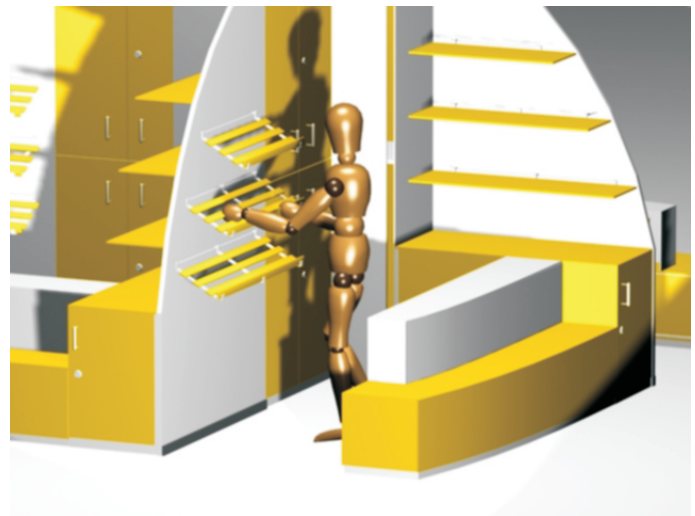


Figura 100.
Entrepuestos de exhibición No. 2. Entrepuesto medio.
Somatotipo parado, vista Perspectiva





Figura 101.
 Entrepuestos de exhibición No. 2. Entrepuesto bajo.
 Somatotipo parado, vista Lateral

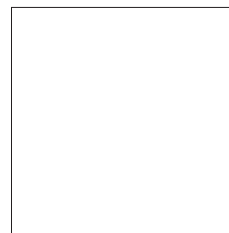


Figura 102.
 Entrepuestos de exhibición No. 2. Entrepuesto bajo.
 Somatotipo parado, vista Perspectiva



11. PROPUESTAS DE COLOR

Básicamente se propone el manejo de colores planos tales como el rojo, azul, amarillo y verde jugando a integrarse con el blanco en la totalidad del módulo.



El color proponemos manejarlo bajo el concepto de ciudad. Se toma este concepto teniendo en cuenta el sitio natural donde se desarrolla la labor del comerciante informal; entonces, los puestos de trabajo serán agrupados con un color definido según el tipo de mercancía para facilitar que el potencial cliente ubique su producto de interés muy fácil y rápidamente, referenciando su ubicación en el interior de la “Plaza de Ventas Populares la 22”.





Figura 103.
Propuestas de color



12. **PROTOTIPO**
MODULO DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS COMERCIANTES
INFORMALES DE LA “PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22”



Figura 104.
Prototipo puesto de trabajo



Figura 105.
Prototipo puesto de trabajo

“PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22”
MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO

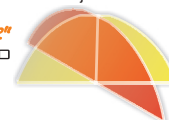




Figura 106.
Prototipo puesto de trabajo

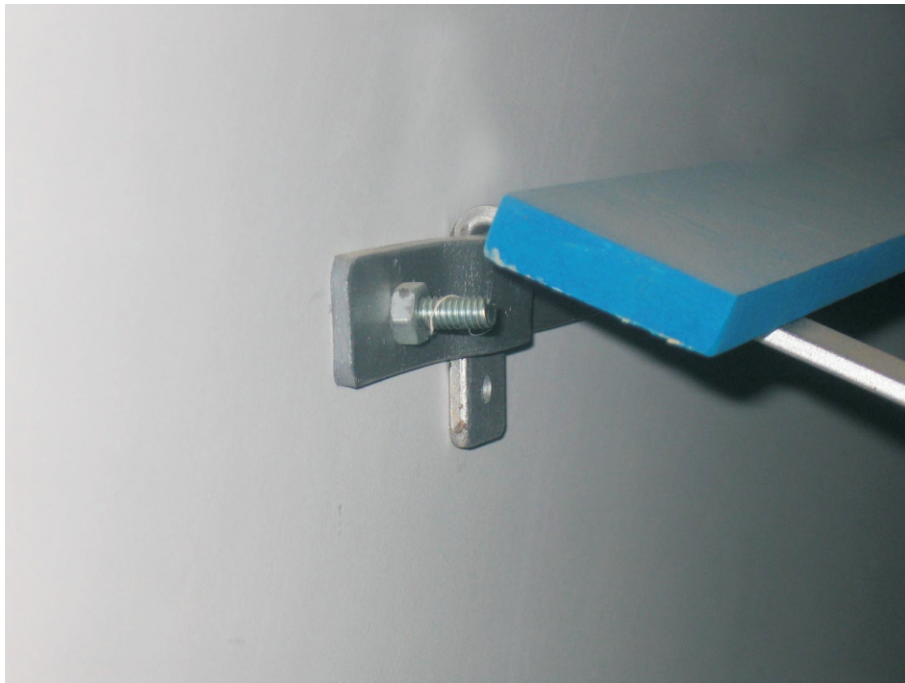


Figura 107.
Prototipo, sistema unión platina entrepaños con pared





Figura 108.
Prototipo puesto de trabajo



Figura 109.
Prototipo, exhibición entrepaños a 30°





Figura 110.
Prototipo, exhibición ropa sobre entrepaños



Figura 111.
Prototipo, exhibición ropa, mesa tipo góndola





Figura 112.
Prototipo, exhibición calzado sobre entrepaños 30°



Figura 113.
Prototipo, exhibición calzado sobre entrepaños





Figura 114.
Prototipo, exhibición calzado mesa tipo góndola



13. MATERIALES, CANTIDAD, COSTOS PROTOTIPO

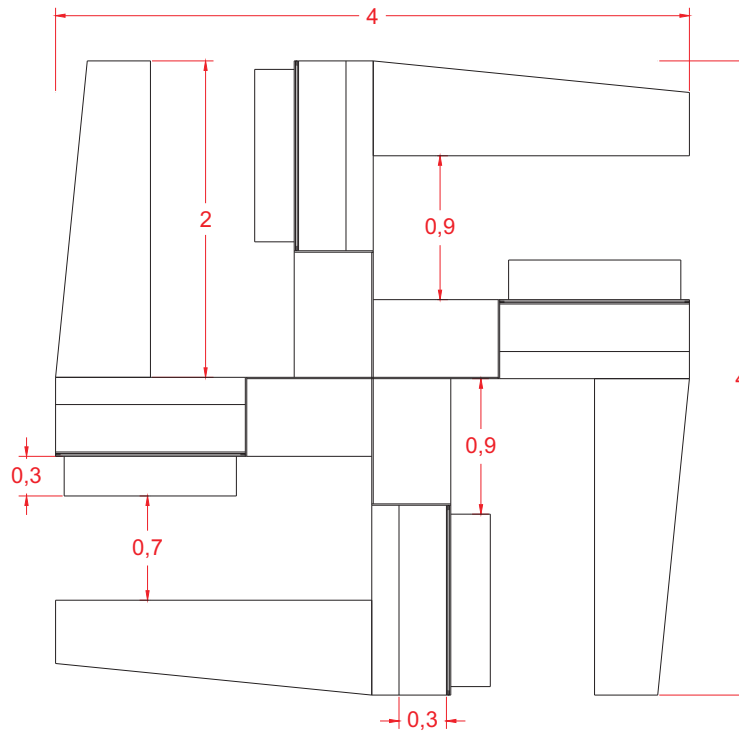
PRESUPUESTO PROYECTO				
DISEÑO DE MODULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS		Mario Daniel De la Rosa		
COMERCIANTES INFORMALES DE LA PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22		Mauricio Hidalgo R.		
	Un	Cant	V. Unitario	V. Parcial
1 MODULO = 4 PUESTOS DE TRABAJO				
Platinas 1" x 1/8" para entrepaños de 2 tipos	ML	30	1.310,00	39.300,00
Lamina MDF de 12mm= 1.83 x 2.44 para paredes y demás partes módulo	Un	24	60.000,00	1.440.000,00
Lamina Triplex de 4mm= 1.20 x 2.40 para frente mesas tipo gondola	Un	3	25.500,00	76.500,00
Tajo Achapo para bases de bodegas y mesa tipo góndola	Un	5	31.000,00	155.000,00
Lija de agua N° 180	Un	10	1.300,00	13.000,00
Lija de agua N° 360	Un	10	1.100,00	11.000,00
Vinilo lavable Pintuco según colores escogidos para acabado	Gln	5,0	40.000,00	200.000,00
Tornillo Drywall No. 6 = 1 1/2"	Un	900	21,00	18.900,00
Tornillo Drywall No. 6 =3/4"	Un	250	14,00	3.500,00
Tornillo placa 004 1 1/4"	Un	80	200,00	16.000,00
Tuerca rosca 03 1/4" doble chaflán	Un	80	21,00	1.680,00
Arandela negra04 1/4"	Un	80	26,00	2.080,00
Tubo aluminio 7/8" para exhibición sobre bodega principal	ML	6	2.635,00	15.810,00
Tornillo Lamp Pr z 017 No. 8 =1/2"	Un	200	19,80	3.960,00
Manijas redondeadas para puertas corredizas y puertas bodegas	Un	40	1.600,00	64.000,00
Visagras para puertas de bodegas Mignom Consum 70 mm	Un	48	1.300,00	62.400,00
Chapa para bodega principal y auxiliares YALE	Un	16	14.000,00	224.000,00
Chapa con cierre hacia los laterales para puertas corredizas	Un	4	2.600,00	10.400,00
Mano de obra armado del modulo	Glv	1	1.200.000,00	1.200.000,00
Mano de obra pintura y acabado final	Glv	1	800.000,00	800.000,00
Transportes varios y fletes	Glv	1	50.000,00	50.000,00
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS CAPITULO				4.407.530,00
A.U.I. 25%				1.101.882,50
TOTAL:				5.509.412,50

Tabla 8.
Materiales, cantidad, costos prototipo



14. PLANOS

Módulo x 4 Vista en Planta



Módulo x 4 Vista Lateral

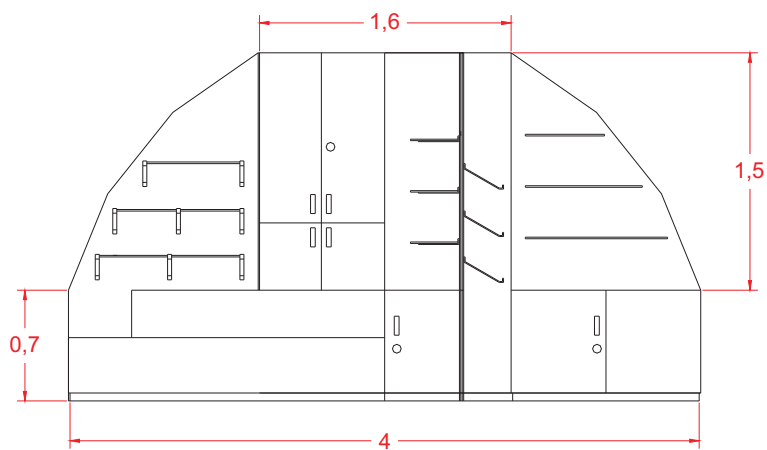


Figura 115.
Planos Generales



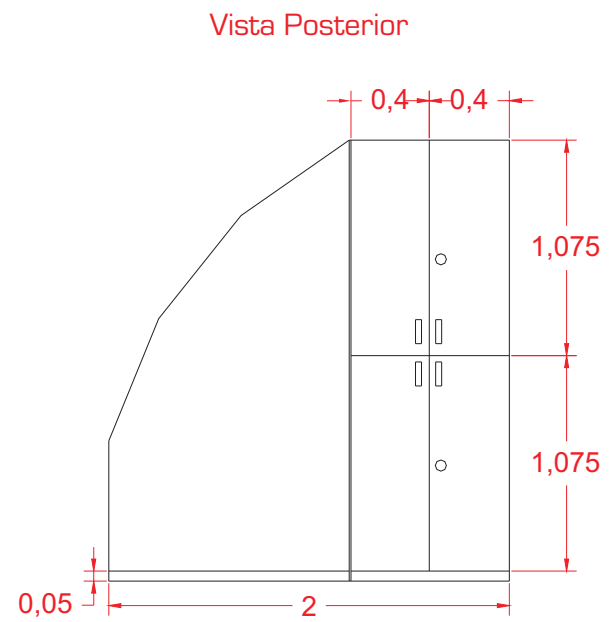
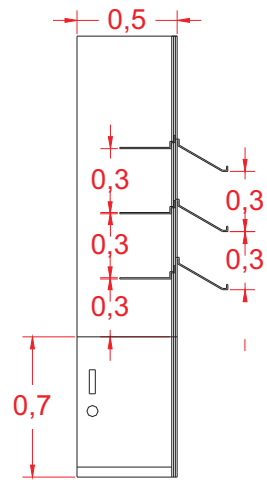
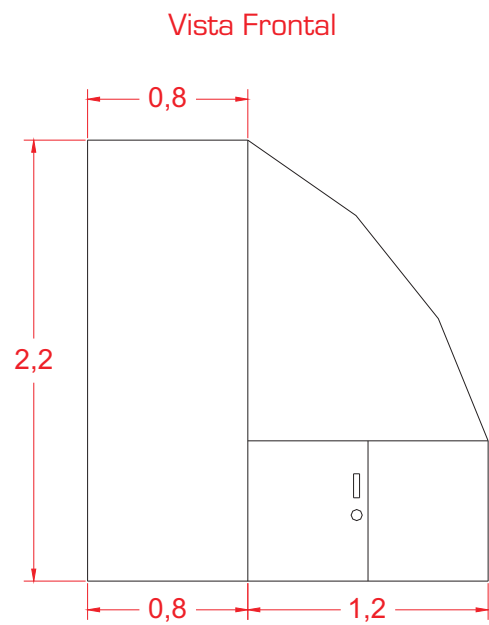
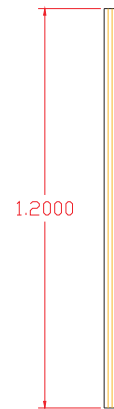


Figura 116.
Módulo de venta x 1 puesto de trabajo

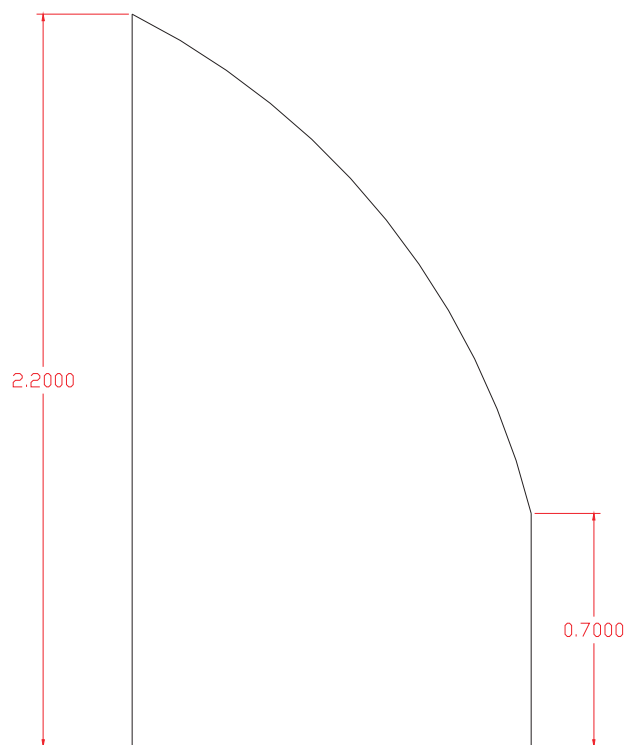


PARED

Vista Superior



Vista Frontal



Vista Lateral

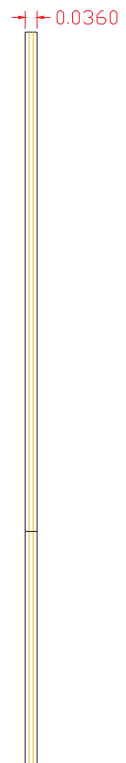


Figura 117.
Pared Principal



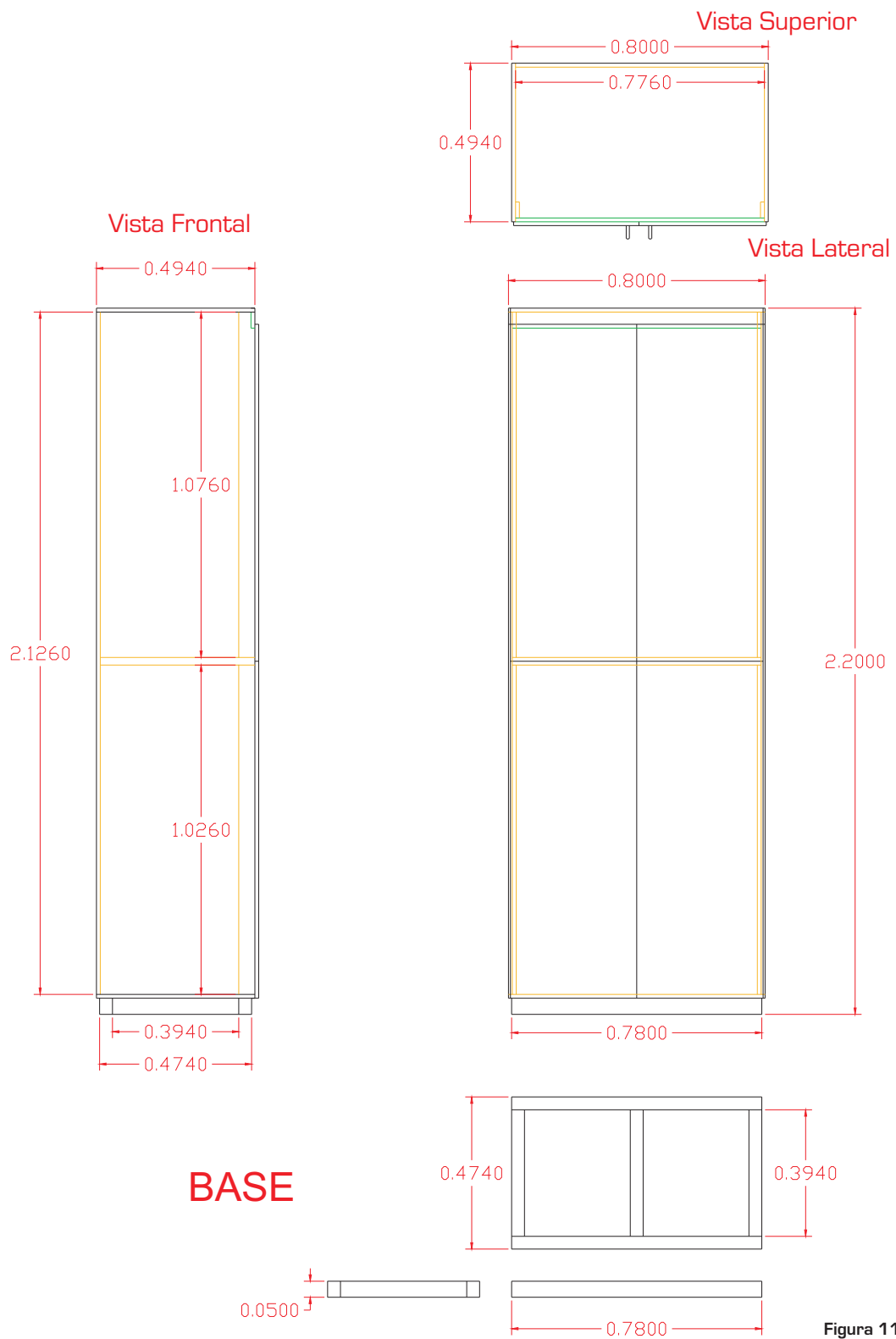


Figura 118.
Bodega Principal

"PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22"
MÓDULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO



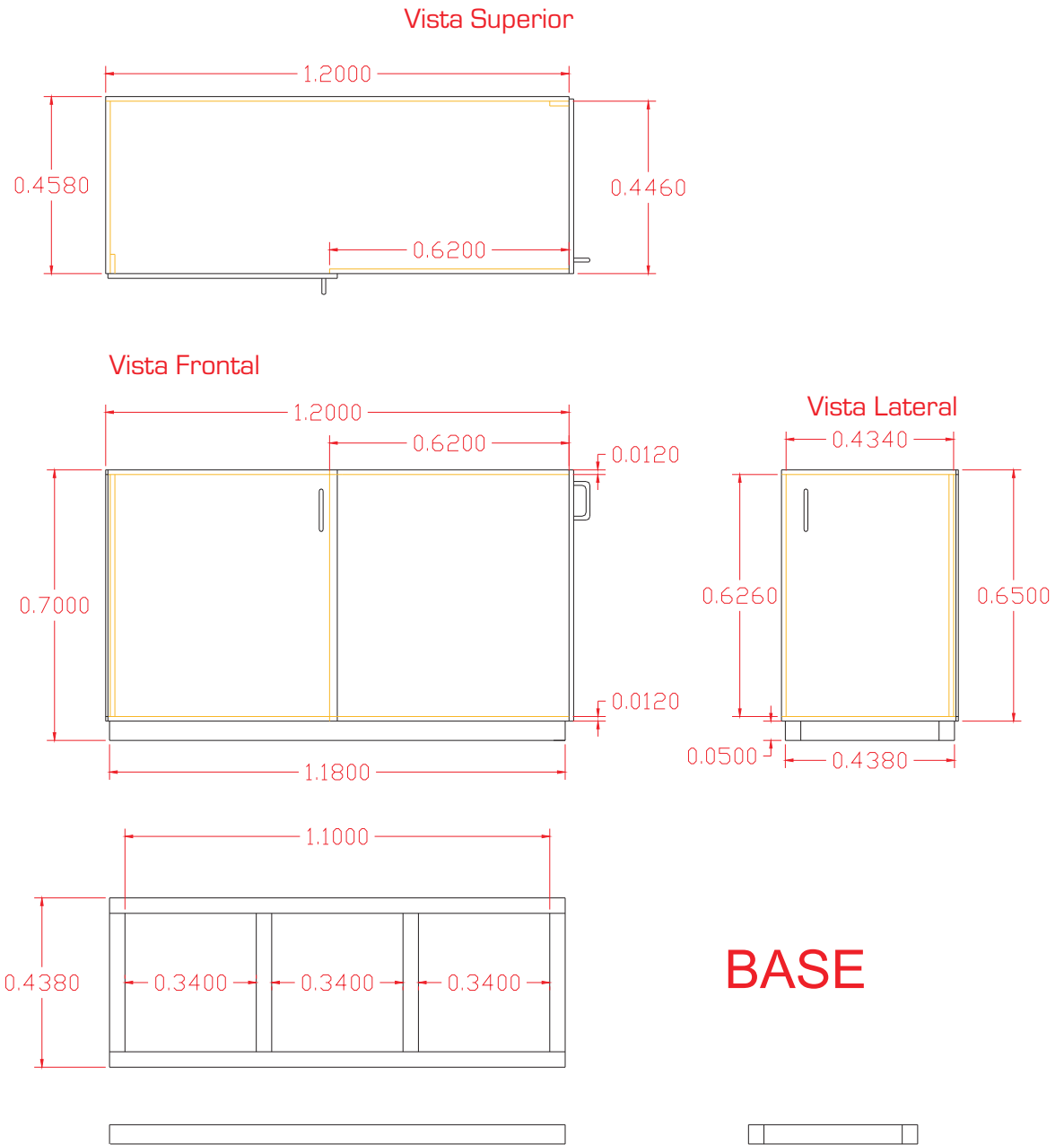


Figura 119.
Bodega auxiliar



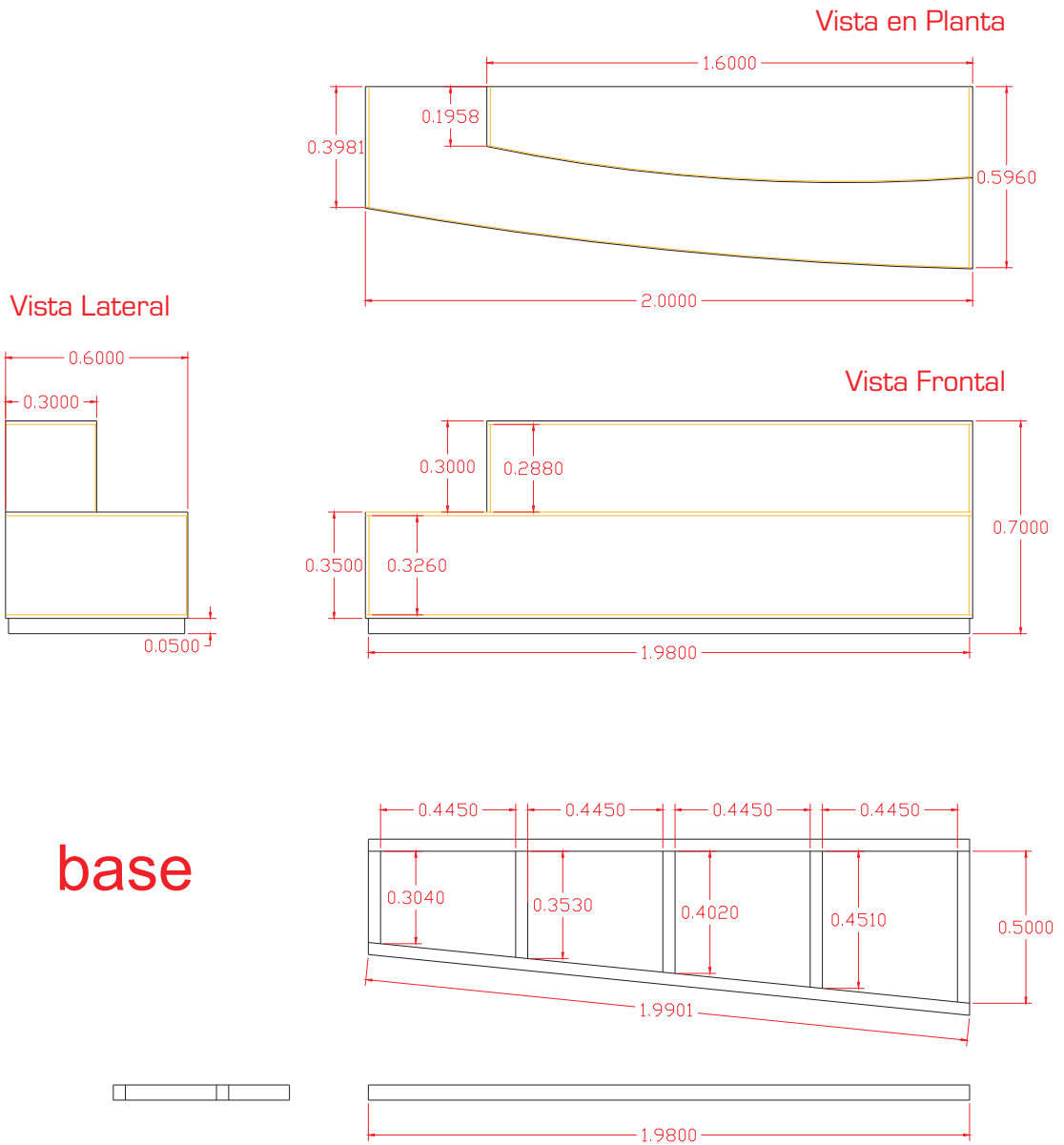


Figura 120.
Mesa de Exhibición



15. DESPIECE

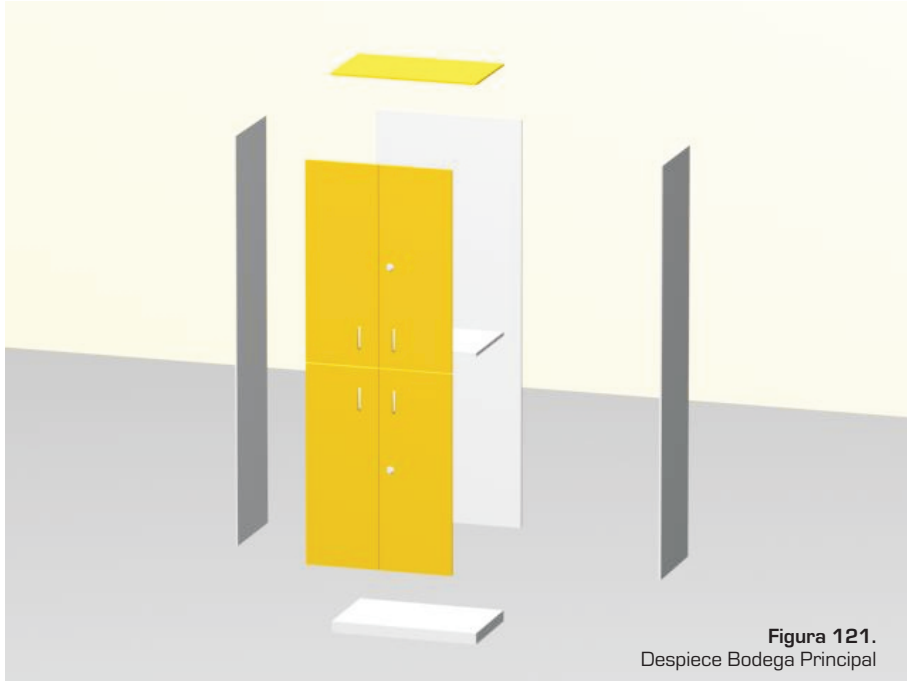


Figura 121.
Despiece Bodega Principal



Figura 122.
Bodega Principal Armada



15.1 BODEGA PRINCIPAL

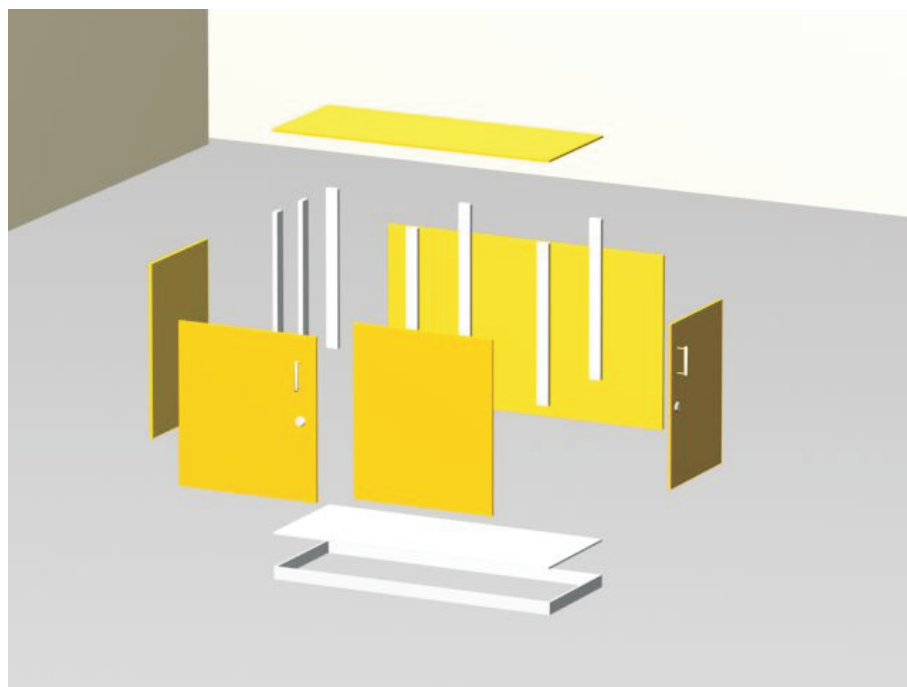


Figura 123.
Despiece Bodega Auxiliar

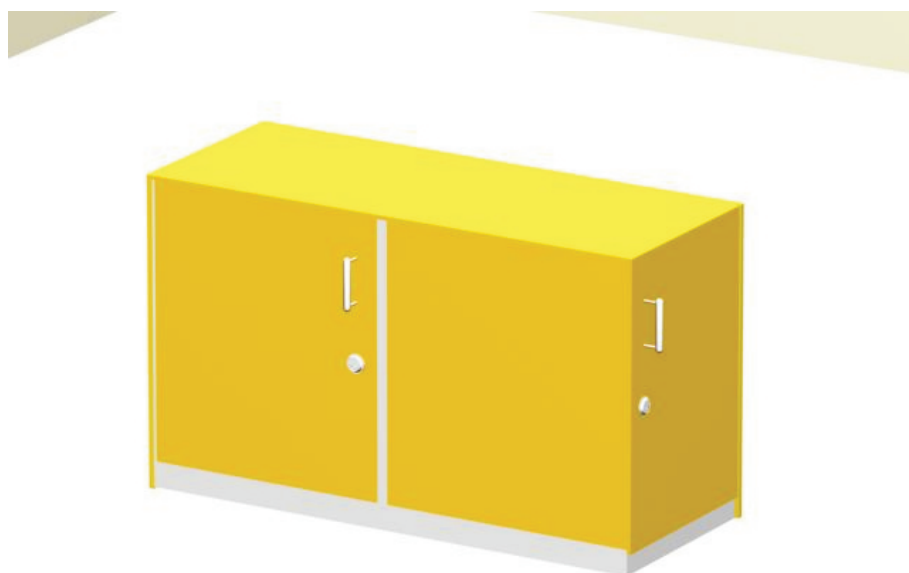


Figura 124.
Bodega Auxiliar Armada



15.2 BODEGA AUXILIAR

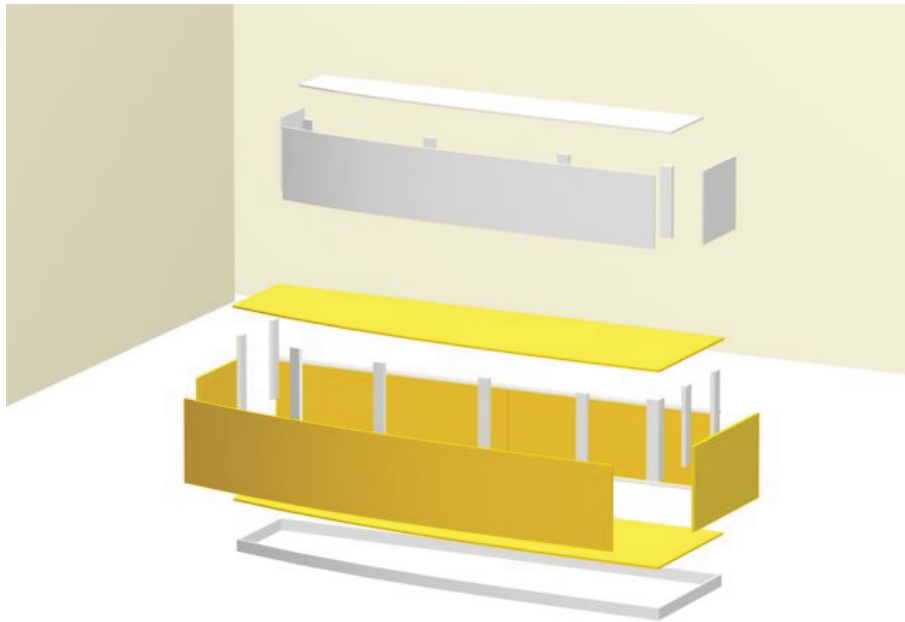


Figura 125.
Despiece Mesa de Exhibición

15.3 MESA DE EXHIBICION

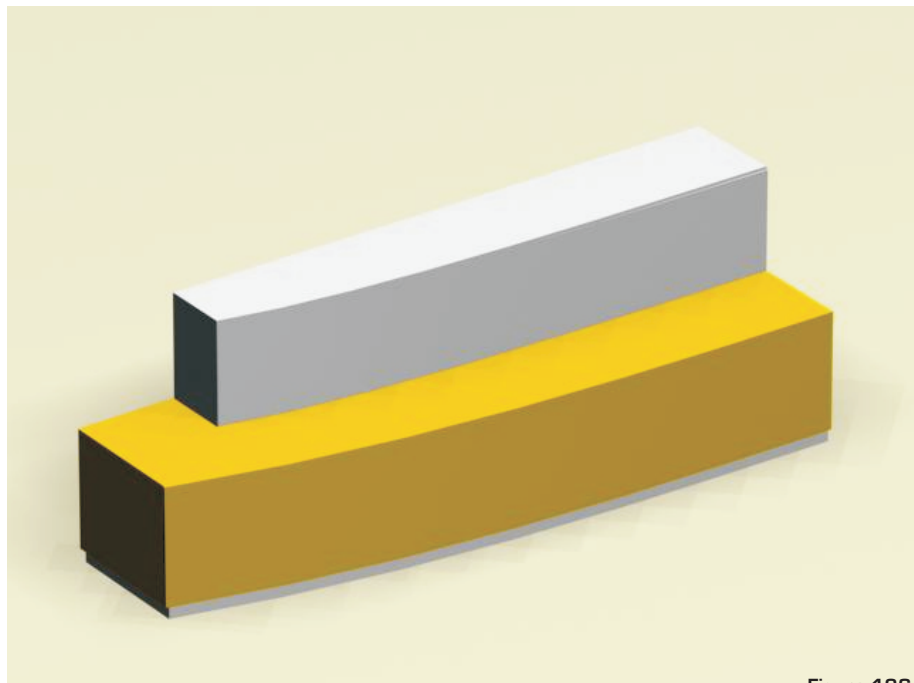


Figura 126.
Mesa de Exhibición Armada



15.4 PARED Y ENTREPAÑOS

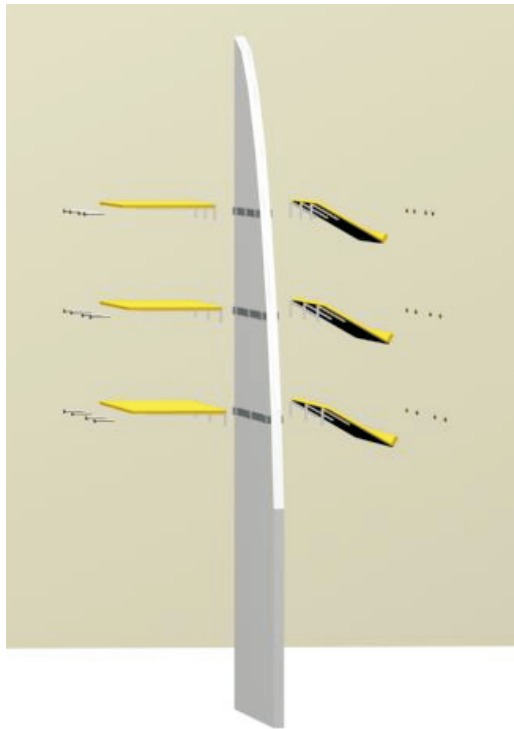
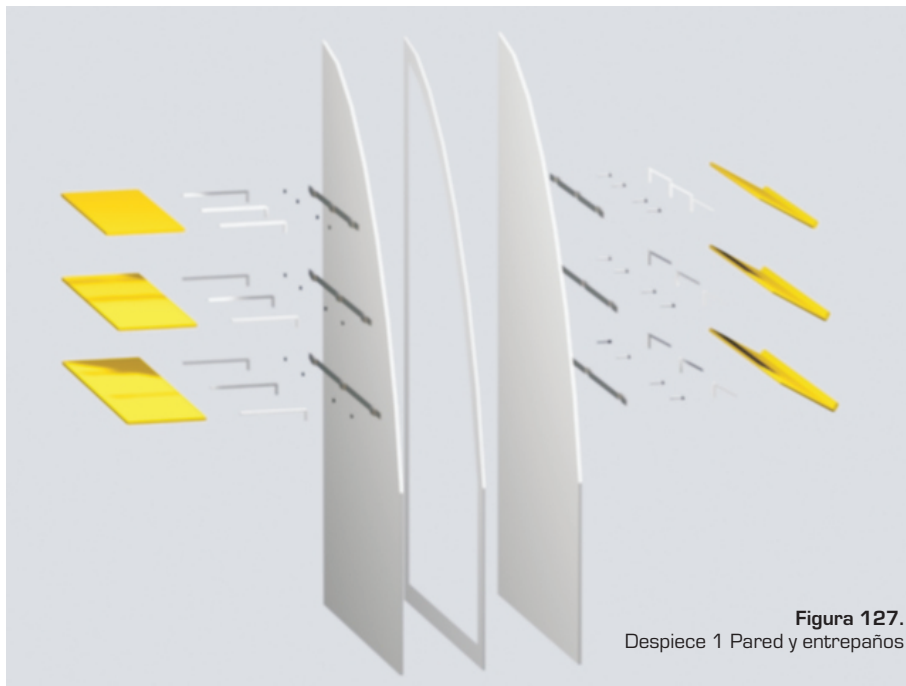


Figura 128.
Despiece1 Pared y entrepaños

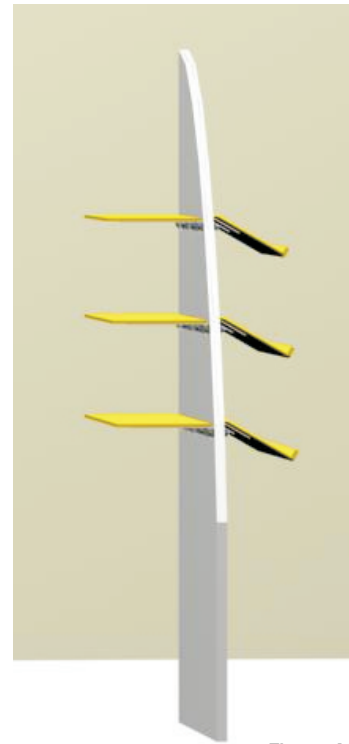


Figura 129.
Pared y entrepaños Armada



16. UNION PIEZAS DEL MODULO

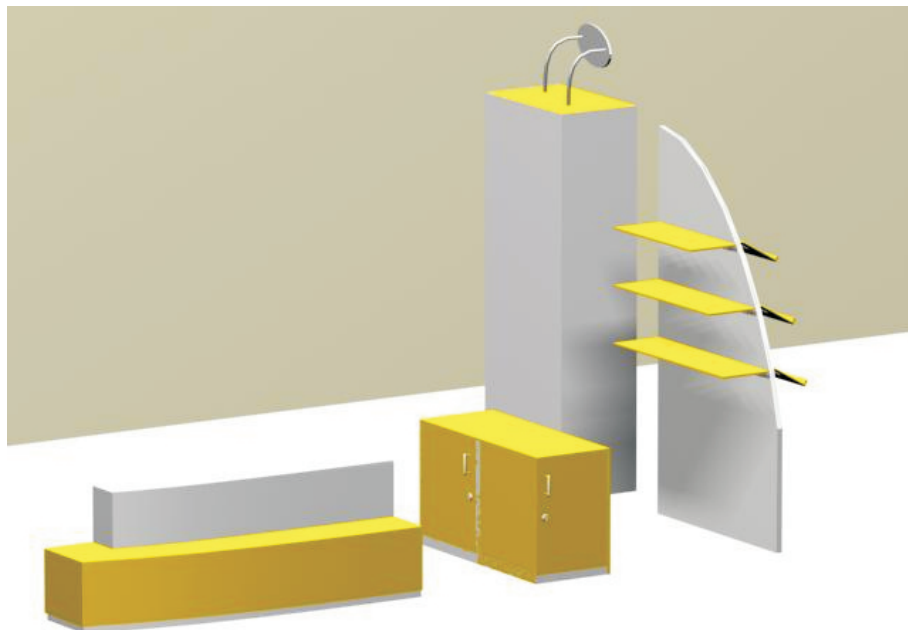


Figura 130.
Piezas del Módulo

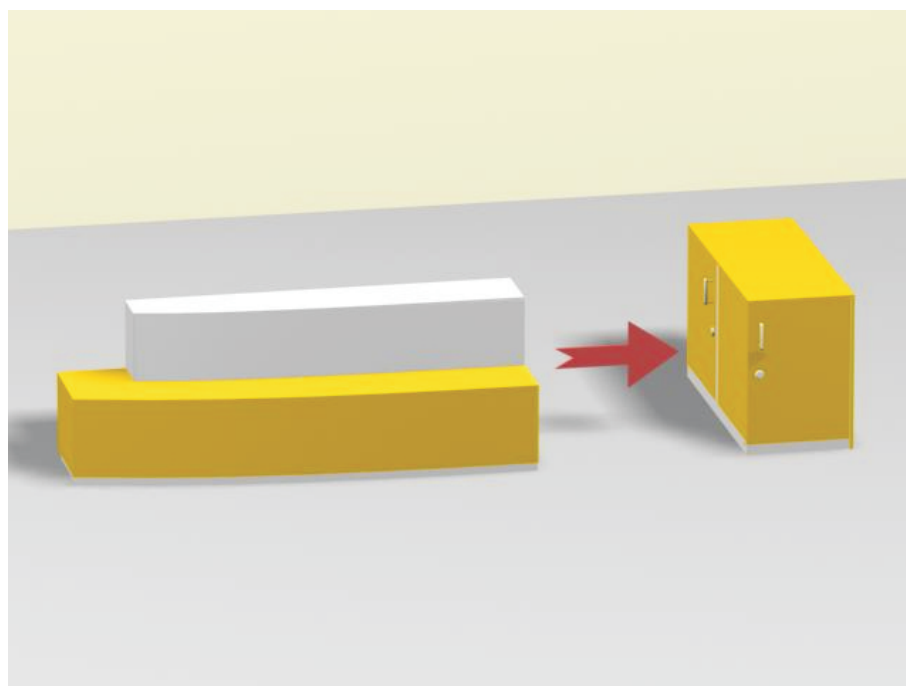


Figura 131.
Unión Mesa de Exhibición - Bodega Principal



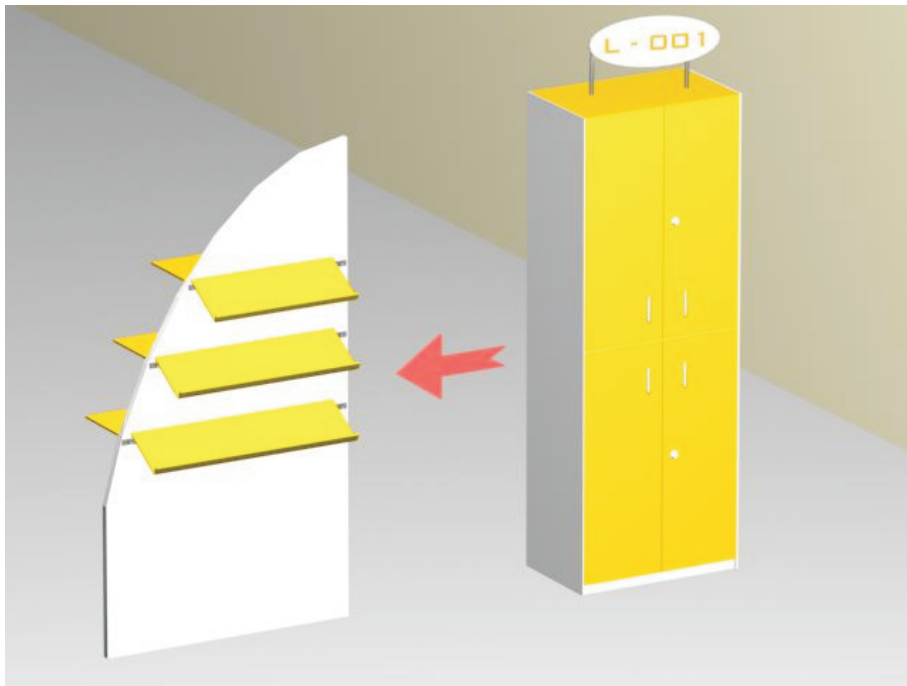


Figura 132.
Unión Pared - Bodega Principal

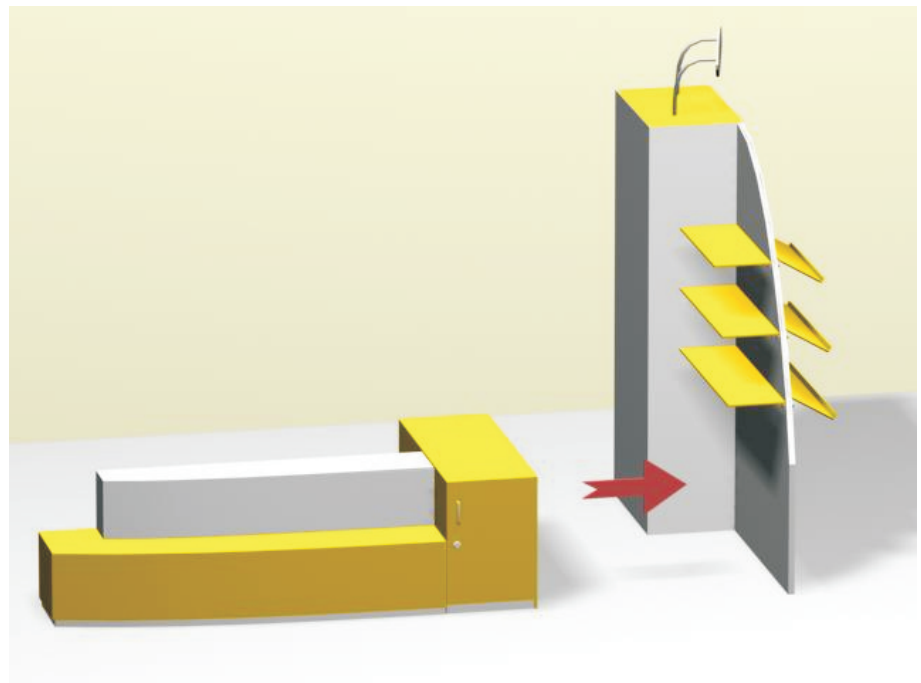


Figura 133.
Ensamble final del Módulo



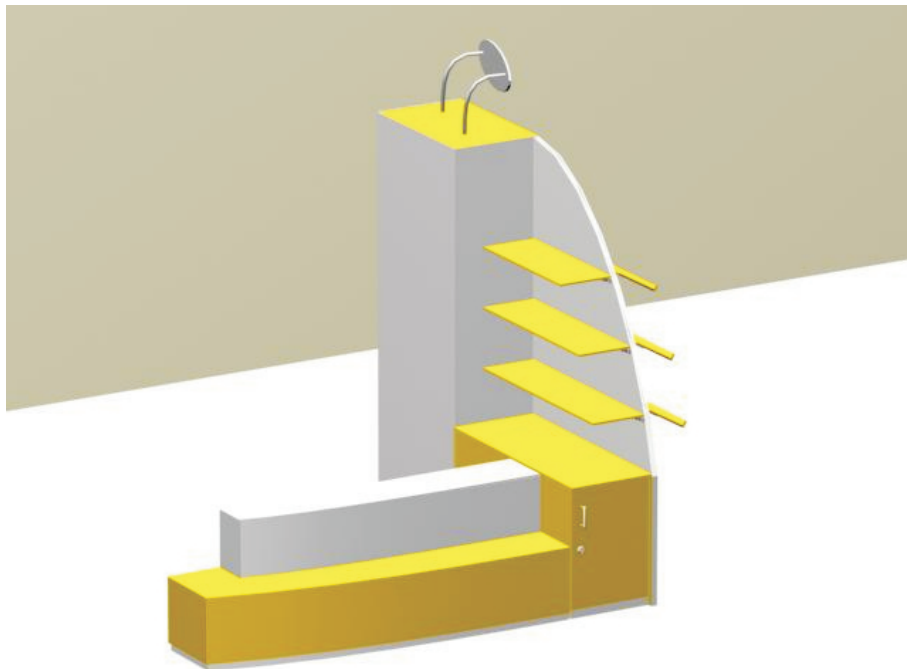


Figura 134.
Módulo final armado

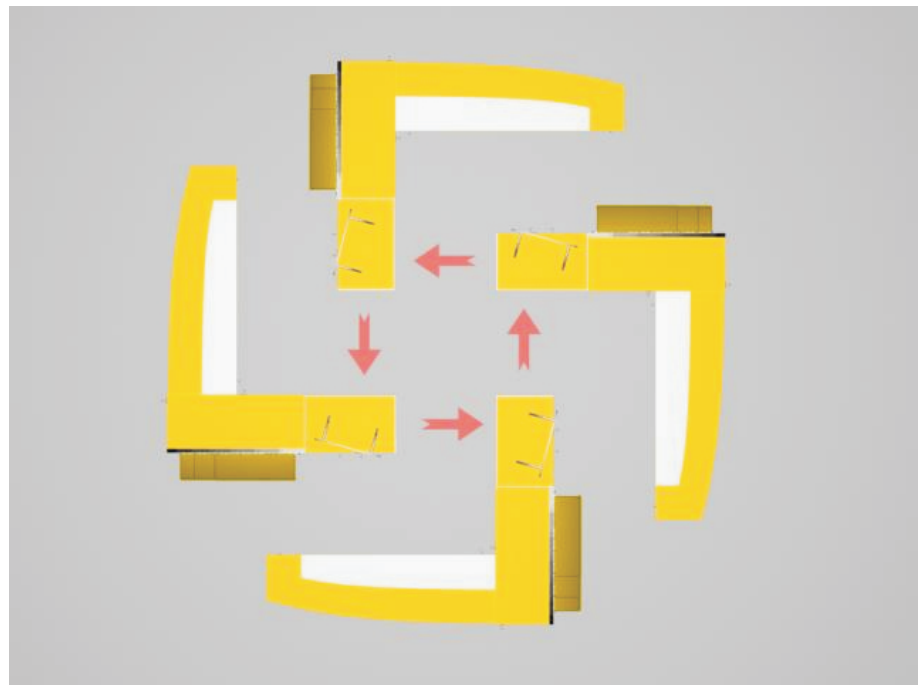


Figura 135.
Unión de Módulos



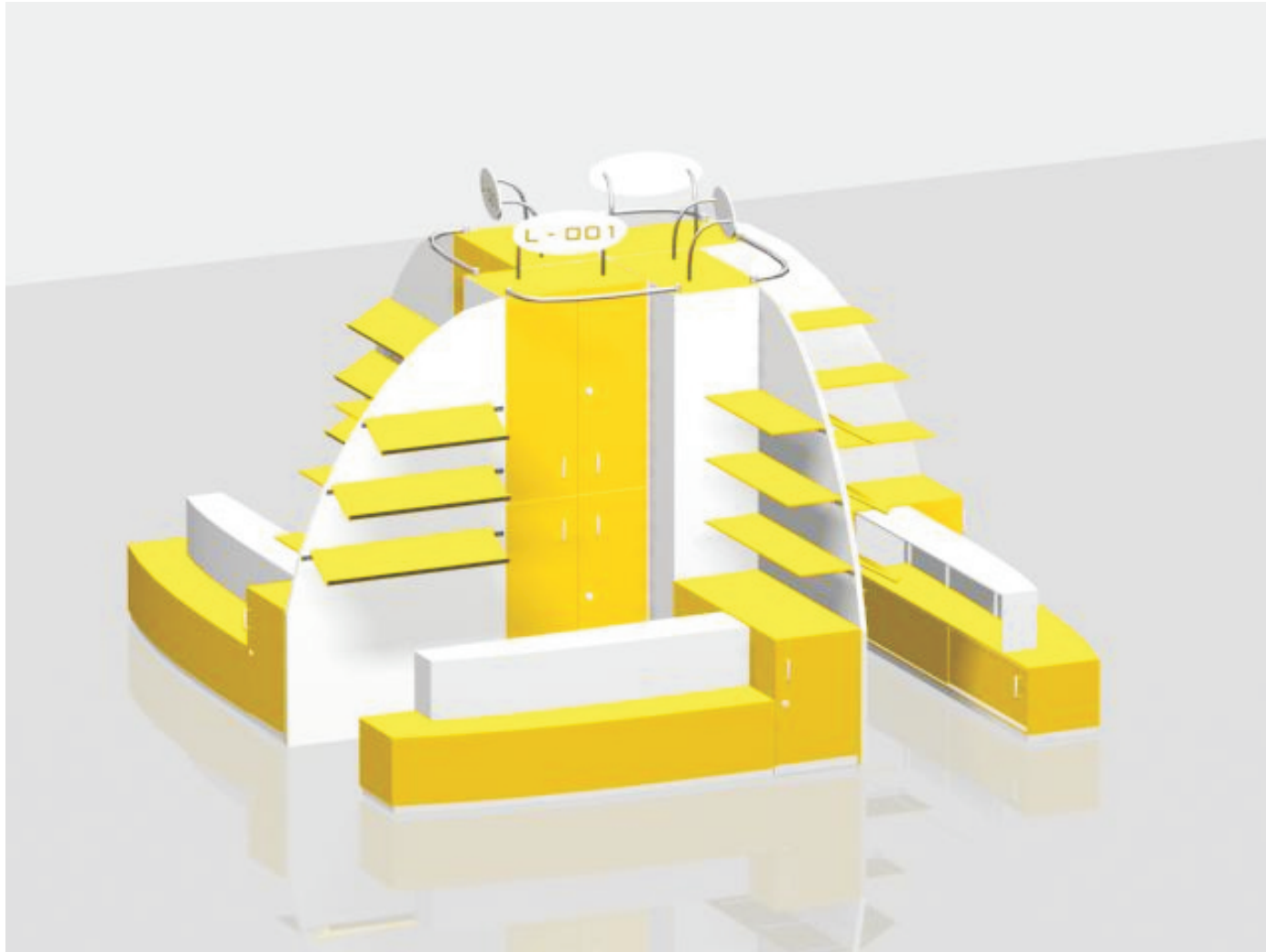


Figura 136.
Supermódulo



17. ADAPTABILIDAD DEL MÓDULO

Algunos módulos de venta serán ubicados junto a las paredes de la plaza de ventas populares la 22. Por esta razón fue necesario adaptar nuestro diseño del módulo de venta como puesto de trabajo, para que puedan ser ubicados sobre las paredes de la plaza respetando el diseño original para que no afecte su identidad y coherencia con el ambiente en el que interactúa.

Esta adaptación tiene básicamente las mismas características del diseño original, variando solamente la ubicación de los entrepaños de exhibición # 2 sobre la pared de la edificación, es decir, en el fondo del módulo. La mesa de exhibición es reducida 50 cm para permitir un cómodo acceso del vendedor al interior del módulo, pero esta reducción es compensada con el aumento longitudinal de los entrepaños de exhibición # 2.

Es importante mencionar que la totalidad de los módulos de venta tienen las mismas ventajas en espacio de bodega y exhibición, para que exista igualdad entre todos los comerciantes informales de la plaza de ventas populares la 22.

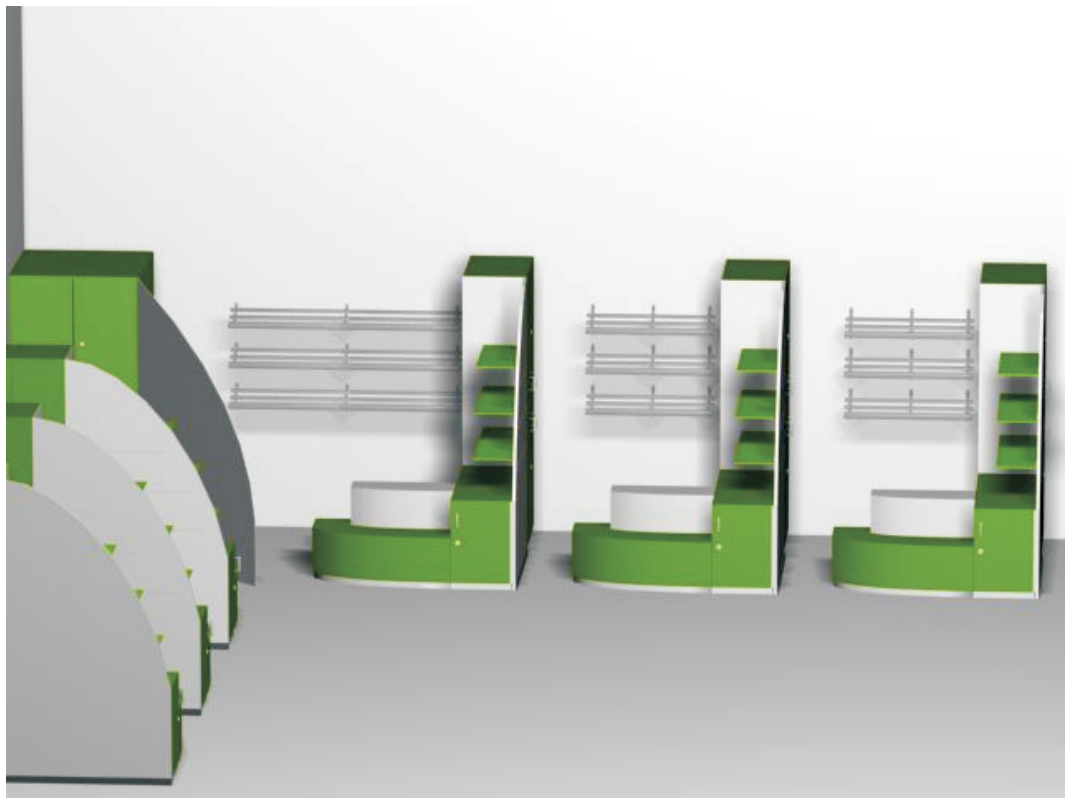


Figura 137.
Adaptabilidad del módulo



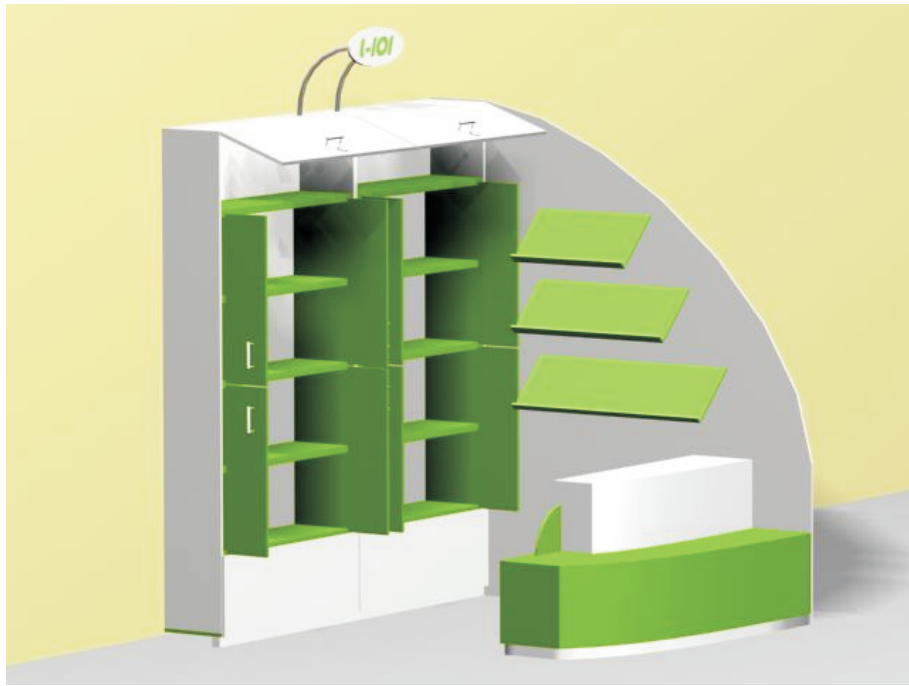


Figura 138.
Adaptabilidad del módulo - Libros



Figura 139.
Adaptabilidad del módulo - Libros



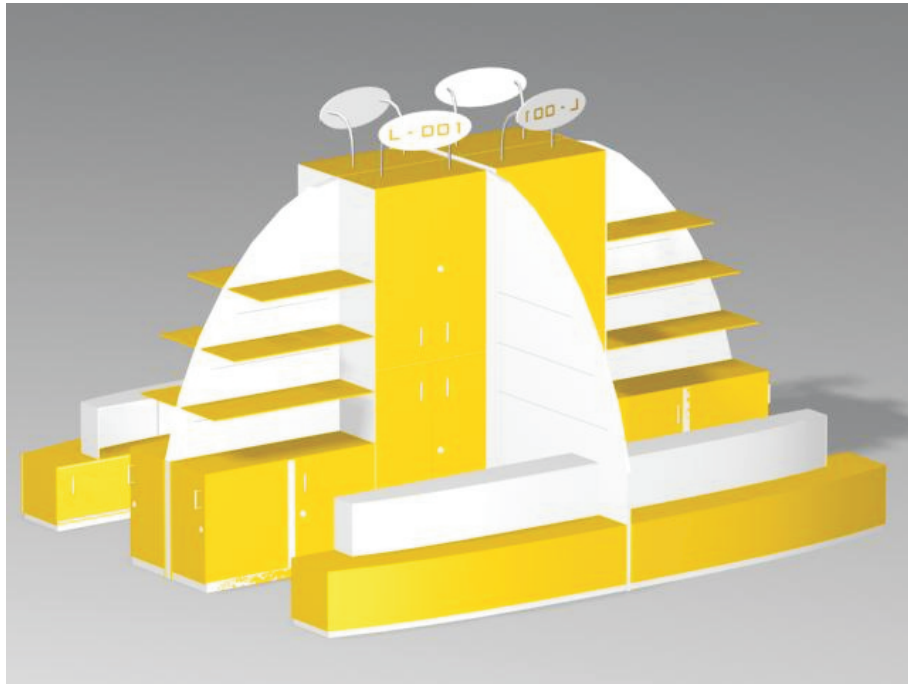


Figura 140.
Adaptabilidad del módulo



18. CONCLUSIONES

- Se logró mediante nuestra participación en el proyecto “ Plaza de Ventas Populares la 22” dar forma a unidades de trabajo que satisfacen las necesidades de los comerciantes informales que han sido beneficiados con el proyecto, obteniendo toda la información posible mediante observación de sus actuales condiciones laborales, de la clase de productos que comercializan y las herramientas con las que cuentan para exhibir sus mercancías, sin desconocer la importancia del factor humano y el aspecto social ligado a este grupo de personas.
- Se ofreció a las personas y entes a cargo del proyecto “ Plaza de Ventas Populares la 22” y a los comerciantes informales ligados al proyecto, una alternativa novedosa, funcional y con mucha estética, caracterizada por múltiples maneras para exhibir y almacenar los productos, otorgándole mayor estatus a su labor cotidiana y aumentando el potencial de su actividad productiva.
- En nuestra propuesta de módulo de venta como puesto de trabajo, se hizo un adecuado manejo del limitado espacio, realizando una apropiada distribución de cada uno de los componentes que integran el módulo, estableciendo un equilibrio entre los distintos parámetros que se debía tener en cuenta.
- Fue una valiosa experiencia el colocar a disposición nuestro potencial como diseñadores industriales en problemas actuales de nuestra región, siendo el comercio informal un tema de gran debate, sector que tiende a aumentar sus filas gracias a factores ligados con el desempleo y el destierro del campesinado.



19. RECOMENDACIONES

- Se recomienda usar siempre un butaco que tenga condiciones ergonómicas mínimas, proponemos para la utilización un butaco tipo rimax.
- Otra alternativa que recomendamos es el butaco que se puede ver en la siguiente imagen.



20. BIBLIOGRAFIA

CAMARA DE COMERCIO DE PASTO. Informe Coyuntura del empleo, Observatorio local del empleo de la ciudad de Pasto, Agosto 2003 - Julio de 2004

PANERO, Julius y ZENIK, Martín. Las dimensiones humanas en los espacios interiores. Ed. Gustavo Gili, S.A. México. 1984.

Biblioteca de Consulta Microsoft® Encarta® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

www.streenet.org.za (9/20/2004)

www.javeriana.edu.co/facultades/comunicacion_lenguaje/directo_bogota/index.html

www.elcato.org/desarrollo.htm

www.cubanet.org/reg.htm (3/12 / 2003)

www.teletica.com/telenoticias (6/ 21/ 2004)

www.moir.org.co/index.htm

www.actualidadcolombia.org.htm. (7/ 30 /2003)



21. ANEXOS

DISEÑO DE MODULOS DE VENTA COMO PUESTO DE TRABAJO PARA LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LA “PLAZA DE VENTAS POPULARES LA 22”

X SEMESTRE

DISEÑO INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

ENCUESTA COMERCIANTES

NOMBRE: _____

1. TIEMPO DE TRABAJO:

2. HORARIO DE TRABAJO:

3. PRODUCTOS QUE VENDE: _____

4. CLASIFICACION:

5. CANTIDAD DE MERCANCIA:

6. OTROS OBJETOS EN EL ACTUAL SITIO DE TRABAJO:



CONVENIO INTERADMINISTRATIVO SUSCRITO ENTRE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE PASTO Y LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO

Entre los suscritos: RAUL DELGADO GUERRERO, mayor de edad, identificado con cedula de ciudadanía No, 12.965.418 expedida en Pasto, en calidad de ALCALDE Y Representante legal del Municipio de Pasto, entidad publica con Nit 891-280-000-3, elegido por voto popular, según credencial expedida por la Comisión Escrutadora Municipal de la Registraduría Nacional del estado civil y acta de posesión No. 02 del 1 de enero de 2004, de la Notaria Cuarta del Circulo de Pasto , en ejercicio de la competencia señalada por el articulo 11 de la ley 80 de 1993 y autorizado para contrata por el Consejo Municipal, mediante acuerdos No. 057 del 10 de diciembre de 1997 y No. 012 del 5 de octubre de 1998, quien para efectos de este convenio se denominara EL MUNICIPIO , por una parte y por otra JAIME HERNAN CABRERA ERASO, mayor de edad, y domiciliado en pasto, identificado con cedula de ciudadanía No. 12.983.446 de Pasto, en calidad de Rector (E) de la Universidad de Nariño, debidamente autorizado mediante resolución No. 4810 de noviembre 28 DE 2005 y quien para efectos del presente Convenio se denominara LA UNIVERSIDAD, hemos acordado celebrar el presente convenio de cooperación previa las siguientes consideraciones: 1- Que la Nación y las Entidades Territoriales según la Constitución Política (Art.67,70,72) , participa en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos y prestara a la comunidad un servicio con claridad haciendo referencia al desarrollo científico, económico, político y ético en el ámbito local y regional 2.- Que el Municipio ha viabilizado la necesidad de realizar un CENTRO DE VENTAS POPULARES LA 22.” 3. Que la UNIVERSIDAD DE NARIÑO, dentro de sus objetivos misionales, asume el acto educativo de formación y capacitación del talento humano, como tarea fundamental de los procesos de integración, desde la perspectiva espiritual, ética, cultural y de nuestras poblaciones, como ente universitario autónomo de carácter estatal, centrado en la producción de saberes y el conocimiento de las ciencias , la filosofía, el arte la tecnología para su formación académica, científica, cultural e integral, cumple con su quehacer investigativo, docente y de proyección social, brindando servicios educativos, para el desarrollo regional y nacional, formando profesionales integrales con espíritu creador y visión futurista comprendidos prioritariamente con los intereses sociales. El convenio se regirá por las siguientes cláusulas: PRIMERA OBJETO_ : El presente convenio tiene por objeto aunar esfuerzos y recursos técnicos financieros y logísticos para elaborar el prototipo de MODULO DE VENTA PARA EL PROYECTO CENTRO DE VENTAS POPULARES LA 22 SEGUNDA: VALOR DEL CONVENIO: El presente convenio tendrá un valor de CINCO MILLONES TRESCIENTOS MIL PESOS (\$5.300.000) que serán destinados a la construcción del prototipo del Modulo de venta para el proyecto centro de ventas populares. TERCERA: APORTES: Las entidades partes del presente convenio realizaran aportes para la ejecución de este convenio de la siguiente manera: 1.- El MUNICIPIO aportara la suma de CINCO MILLONES TRESCIENTOS MIL PESOS (\$5.300.000) los cuales serán destinados a la



construcción del prototipo correspondiente al proyecto DISEÑO DE UN MODULO DE VENTAS COMO PUESTO DE TRABAJO CUARTA: OBLIGACIONES DEL MUNICIPIO: Aportar y transferir los recursos contemplados en la cláusula tercera que precede.. QUINTA: OBLIGACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO: 1. Para EL Cumplimiento del convenio LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO se compromete a entregar a la ALCALDÍA MUNICIPAL DE PASTO SECRETARIA DE PLANEACION MUNICIPAL el prototipo del módulo de ventas para el proyecto de centro de ventas populares la 22. PARÁGRAFO: Se deja expresa constancia que la Universidad de Nariño se reserva la propiedad intelectual del proyecto DISEÑO DE UN MODULO DE VENTAS COMO PUESTO DE TRABAJO por el valor de DOS MILLONES SETECIENTOS MIL PESOS M/CTE, para lo cual en el evento de que se de dicha cesión se deberá proceder a la suscripción de un nuevo convenio entre las partes. SEXTA: VIGENCIA Y PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO: El proyecto compuesto por el sustento teórico y el prototipo será entregado en la segunda semana del mes de marzo del año 2006. SEPTIMA: SUPERVISIÓN Y CONTROL : La entrega del proyecto será supervisada por parte del Docente Guillermo Escandón Díaz del Castillo del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño OCTAVA APROPIACIÓN PRESUPUESTAL EI MUNICIPIO de Pasto asumirá su aporte al presente convenio, con cargo a la cuenta No.----- del presupuesto de gastos para la vigencia fiscal del 2005, según certificado de disponibilidad presupuestal No. -----, expedido el ----- de ----- de 2005 por la Oficina asesora de presupuesto NOVENA: DOMICILIO: Para todos los efectos legales derivados del presente convenio las partes acuerdan como domicilio la ciudad de Pasto. DECIMA: GARANTIA: Para el cumplimiento del presente convenio LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO deberá presentar una póliza de cumplimiento por un valor del 100% del valor total del convenio REGIMEN LEGAL El presente convenio Inter. administrativo se regirá por las normas de la ley 80 de 1993 y demás normas que la desarrollen y complementen.

Para constancia se firma en San Juan de Pasto, a los

Por el Municipio

RAUL DELGADO GUERRERO
Alcalde

Por la Universidad de Nariño

JAIME HERNAN CABRERA ERASO
Rector (E)

