

Urbanismo táctico: mejoramiento socioeconómico del comercio informal en la Galería Central de Palmira

Reynaldo Aparicio-Rengifo*
Lina Marcela Materón-Chacón**
Sergio Hernández Vásquez***

Recibido: 03 de abril de 2022 • Aprobado: 04 de julio de 2022

<https://doi.org/10.22395/seec.v25n59a1>

RESUMEN

Este artículo aborda el caso de estudio de la Galería Central de Palmira, Valle del Cauca. Plantea como objetivo principal develar una ruta para mejorar las condiciones socioeconómicas del comercio informal de esta plaza de mercado desde la interdisciplinariedad, la participación efectiva de la comunidad (enfoque *bottom-up*) y una estructura metodológica que se encuentra en construcción: el urbanismo táctico. El trabajo abarca dos categorías de análisis: dinámicas económicas y dinámicas sociales, para identificar las problemáticas de un colectivo de vendedores, y con ellos mismos intentar resolverlas. La metodología se distribuye en tres etapas: 1. la construcción de una guía práctica de participación comunitaria; 2. su implementación para diseñar una propuesta de solución; 3. una prueba piloto para comprobar la efectividad de la propuesta. De los resultados se destacan dos nociones principales: la importancia del trabajo en equipo para lograr los cambios deseados y la necesidad de eliminar las fronteras del individualismo como una *conditio sine qua non* para ello.

PALABRAS CLAVE

Educación económica; economía informal; sociología de la economía; Urbanismo táctico

CLASIFICACIÓN JEL

A14, A20, E26

CONTENIDO

Introducción; Elementos teóricos: urbanismo táctico y comercio informal; Metodología; Resultados; Discusión; Conclusiones; Referencias

* Arquitecto de la Universidad San Buenaventura, Santiago de Cali (Colombia). Máster en Diseño y Arquitectura de Interiores Universidad Politécnica de Madrid (España). Magister en Arquitectura y Urbanismo Universidad del Valle, Santiago de Cali (Colombia). Doctor en Ciencias Ambientales Universidad del Valle, Santiago de Cali (Colombia) con estancia posdoctoral en Arquitectura y Urbanismo Universidad Veracruzana (México). Docente e investigador de la Universidad del Tolima, Facultad de Ciencias del Hábitat, Diseño e Infraestructura, Ibagué (Colombia). E-mail: raparicior@ut.edu.co <http://orcid.org/0000-0002-8380-9280>

** Administradora de empresas de la Universidad Santiago de Cali, Colombia. Especialista en Calidad de la Gestión y Productividad de la Universidad del Valle, Santiago de Cali (Colombia). Analista de talento humano en empresa privada y consultora e investigadora independiente. E-mail: linam.materon@outlook.com <http://orcid.org/0000-0002-4143-5938>

*** Sociólogo de la Universidad del Valle, Santiago de Cali (Colombia). Máster en Sociología y Filosofía Política de la Université Paris Diderot, París (Francia). Director de Investigaciones de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social (CUDES), Santiago de Cali (Colombia). E-mail: sergio.hernandez.vas@gmail.com <http://orcid.org/0000-0001-8187-628X>

Tactical urbanism: socio-economic improvement of informal commerce in the Galeria Central de Palmira

ABSTRACT

This article deals with the case study of the Galeria Central de Palmira, Valle del Cauca. Its objective is to unveil a route to improve the socioeconomic conditions of informal commerce in this marketplace, based on interdisciplinarity, effective participation of the community (bottom-up approach) and a methodological structure that is under construction: tactical urbanism. The work covers two categories of analysis: Economic Dynamics and Social Dynamics, to identify the problems of a collective of vendors and try to solve them with them. The methodology is distributed in three stages in the following way: i) The construction of a practical guide for community participation; ii) Its implementation to design a solution proposal; iii) A pilot test to check the effectiveness of the proposal. Two main notions stand out from the results: the importance of teamwork to achieve the desired changes and the need to eliminate the boundaries of individualism as a *conditio sine qua non* for this.

KEYWORDS

Economic education; informal economy; sociology of economy; Tactical urbanism

JEL CLASSIFICATION

A14, A20, E26

CONTENT

Introduction; Theoretical elements: tactical urbanism and informal commerce; Methodology; Results; Discussion; Conclusions; References.

Urbanismo tático: melhoria socioeconômica do comércio informal na galeria Central de Palmira

RESUMO

Este artigo trata do estudo de caso da Galeria Central de Palmira, Valle del Cauca. Pretende desvendar uma via para melhorar as condições socioeconômicas do comércio informal neste mercado, baseada na interdisciplinaridade, na participação efectiva da comunidade (abordagem ascendente) e numa estrutura metodológica que está em construção: urbanismo tático. O trabalho abrange duas categorias de análise: Dinâmica Económica e Dinâmica Social, a fim de identificar os problemas de um colectivo de vendedores e de tentar resolvê-los com eles. A metodologia está dividida em três fases: i) A construção de um guia prático para a participação da comunidade; ii) A sua implementação para conceber uma solução proposta; iii) Um teste piloto para verificar a eficácia da proposta. Duas noções principais destacam-se dos resultados: a importância do trabalho de equipa para alcançar as mudanças desejadas e a necessidade de eliminar os limites do individualismo como condição *sine qua non* para tal.

PALAVRAS-CHAVE

educação económica; economia informal; sociologia da economia; Urbanismo tático.

CLASSIFICAÇÃO JEL

A14, A20, E26

CONTEÚDO

Introdução; Elementos teóricos: urbanismo tático e comércio informal; Metodologia; Resultados; Discussão; Conclusões; Referências

INTRODUCCIÓN

En Colombia la economía informal ha sido uno de los aspectos más problemáticos a tratar para los últimos gobiernos nacionales, departamentales y municipales. De acuerdo con los datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares –GEIH– (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2022), para el trimestre diciembre 2021-febrero 2022, el 43,3 % de los ocupados estaban en una situación de informalidad para las trece ciudades y sus áreas metropolitanas; mientras que, si se toman las principales veintitrés ciudades y sus áreas metropolitanas, este indicador asciende a 44,6 %. En este orden de ideas, Sincelejo se sitúa en la primera ciudad con mayor informalidad con un 65,5 %, mientras que Cúcuta (65 %) y Riohacha (63,7 %) completan el pódium de las ciudades con mayor informalidad laboral¹.

Al contrario, Bogotá es la ciudad que presenta menor tasa informalidad: 33,1 % en total. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2021), la importancia de la economía informal también se vio reflejada en el mejoramiento del contexto latinoamericano en época de la crisis sanitaria por la Covid-19, pues, para mediados del 2020, el empleo informal contribuyó con el 77 % de la recuperación del empleo en Argentina, el 55 % en Brasil, el 69 % en Costa Rica y el 75 % en México, por nombrar solo algunos casos.

Las plazas de mercado o “galerías”, como se les conoce en algunas regiones del país, históricamente han estado relacionadas con esta economía sumergida, siendo su mayor exponente el comercio informal, que no es otra cosa más que el comercio tradicional, el “rebusque”. Esta forma de comercio se ha convertido en un tema inherente en estos contextos de ciudad, generando intercambio cultural y una identidad en la memoria colectiva que se mueve entre lo típico, la calidad de los productos, los bajos precios y las problemáticas de distinta índole dependiendo del contexto (Ángel-Bravo, 2020; Ángel-Bravo, 2016).

En el territorio nacional, estos equipamientos y espacios públicos se fueron consolidando a partir del intercambio comercial entre el campo y la ciudad, donde el campesino, como actor clave para el abastecimiento de la población, poco a poco fue adquiriendo la connotación de vendedor informal por las regulaciones impuestas producto de las dinámicas urbanas. De acuerdo a lo anterior, se podría afirmar que estos actores entran en el ámbito de la informalidad, “por lo menos desde

¹ El término “informalidad laboral” se refiere a aquellas actividades productivas que no cumplen las regulaciones establecidas por el Estado, y se refleja en nuevos emprendimientos, negocios personales y empresas que no garantizan a sus empleados las condiciones mínimas exigidas, en el contexto colombiano, en el Código Sustantivo del Trabajo o en el ámbito internacional, en los instrumentos jurídicos creados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Conviene enfatizar que el comercio informal es su cara más visible porque se manifiesta en el espacio público.

la aparición de los primeros códigos laborales, fiscales y de comercio, entre otros, que buscan establecer orden, regulación y control sobre la actividad económica” (Sandoval, 2014, p. 2). Ahora bien, no solo son los campesinos quienes venden sus productos en las plazas de mercado, también lo hacen comunidades indígenas, inmigrantes, principalmente de países vecinos, entre otros grupos poblacionales.

El comercio informal históricamente se ha abordado desde los ámbitos de la economía y la sociología, donde se ha puesto el acento a las problemáticas que este suscita. Sin embargo, pensar el fenómeno desde la mirada distinta del urbanismo táctico, entendido como las “actividades propias de colectivos que vinculan acciones y procesos participativos con intervenciones urbanas para lograr transformaciones espaciales en la búsqueda de su propio beneficio” (Aparicio-Rengifo y Flórez-González, 2022, p. 9), podría dar luces acerca de cómo este hecho socioeconómico y espacial, desarrolla, condiciona y dinamiza las formas cómo se habita el espacio público en el que tienen lugar sus actividades mercantiles.

Así pues, este trabajo se fundamenta en los resultados obtenidos de la tesis doctoral de Aparicio (2021), *Urbanismo Táctico para la Mitigación de los Impactos Ambientales del Comercio Informal en el espacio público*. En esta investigación, el autor se propuso implementar un ejercicio de urbanismo táctico con el objetivo de mejorar las condiciones socioeconómicas del comercio informal de frutas y verduras de la Galería Central de Palmira. Para ello, se lleva a cabo la construcción de una guía práctica de participación como hoja de ruta para el desarrollo del trabajo con la comunidad. Acto seguido, se implementa la guía para diseñar una propuesta participativa de solución con la misma comunidad y, *a posteriori*, se realiza una prueba piloto para comprobar su efectividad. También, parte de la hipótesis de que en la medida que las comunidades son conscientes de sus problemáticas, se involucran en las propuestas y forman parte del centro decisor, aumentan las posibilidades de éxito de las mismas. En consecuencia, la pregunta que formula la investigación es la siguiente: ¿es posible generar una propuesta distinta al urbanismo convencional que mejore las condiciones socioeconómicas del comercio informal en la Galería Central de Palmira²?

² Palmira se encuentra ubicada al sur del Departamento del Valle del Cauca, Colombia, a 1.001 m. s. n. m., con una temperatura que fluctúa entre 23°C a 37°C. El municipio cuenta con cuatro ríos y tiene una división política-administrativa de siete comunas en el área urbana y nueve en el área rural; estas últimas se les conoce como corregimientos. La ciudad tiene topografía plana y su perímetro está rodeado por un cultivo predominante: la caña de azúcar. El área rural comprende una zona plana y otra montañosa, de mayor extensión, que llega al nivel del páramo. En este territorio la población campesina cultiva diversidad de frutas y verduras para venderlas tanto en almacenes de cadena como en sus plazas de mercado, donde el fenómeno del comercio informal tiene más fuerza.

ELEMENTOS TEÓRICOS: URBANISMO TÁCTICO Y COMERCIO INFORMAL

Antes de hablar de urbanismo táctico, conviene abordar el concepto de urbanismo propiamente dicho, que, para efectos de este trabajo, se denominará urbanismo convencional o enfoque *top-down* (de arriba abajo); una perspectiva instrumental de ciudad ordenada que históricamente se ha caracterizado porque:

Los urbanistas, principalmente arquitectos e ingenieros, determinan las formas futuras de la ciudad, y casi siempre los usos. Son los hacedores de planes y proyectos. Las otras profesiones (juristas, economistas, sociólogos o geógrafos) pueden hacer contribuciones complementarias, que se suponen sirven para viabilizar las propuestas. (Borja, 2015, párr. 1)

En términos generales, el urbanismo convencional es un campo del conocimiento con una orientación multidisciplinar, donde la dimensión estética, físico-espacial, económica, sociológica, ecológica, política y tecnológica propenden por generar lineamientos para la planificación de ciudades existentes o nuevas (Ducci, 2009). Es una disciplina que deja la construcción de ciudad solo en manos de la "experticia" de profesionales, pero que, por antonomasia, debería permitir que sus habitantes naturales, por su experiencia, participaran de ella, desde la misma formulación hasta la implementación de propuestas (Jacobs, 2013).

La visión del urbanismo convencional no es contraria³ en *strictu sensu* a la del urbanismo táctico que se define como un "conjunto de acciones o micro-acciones que los propios ciudadanos ponen en marcha de forma espontánea y basados en la autoorganización con el objetivo de modificar o mejorar su hábitat" (Di Siena, 2012, párr. 7). Es una epistemología y metodología experimental *bottom-up* (de abajo a arriba) que se caracteriza por "tres grandes ventajas sobre modelos convencionales de planeación y ejecución de proyectos: es de bajo costo, es de ágil implementación y pone en el centro a las comunidades a las que pretende servir" (Razu-Aznar, 2019, p. 1). Así pues, el urbanismo táctico es un camino fáctico para el diseño y la construcción de ciudad *inteli-gente*: con y para la gente, donde la sociología de la economía, en el caso de estudio, provee las herramientas de trabajo y la educación posibilita el mejoramiento de sus condiciones socioeconómicas.

³ A pesar de que el urbanismo convencional tiene un enfoque de arriba abajo y el urbanismo táctico de abajo a arriba, las dos posturas trabajan en pro de mejorar las condiciones urbanas. El primero tiene la experiencia, la técnica y conoce el camino para conseguir los recursos económicos para ejecutar las propuestas (conocimiento científico) El segundo tiene las necesidades reales y sentidas, la mano de obra disponible, la autogestión y los saberes comunitarios (conocimiento empírico), la apuesta es encontrar el punto de ensamblaje entre ambas formas de hacer ciudad; en otras palabras, el deber ser es su complementariedad.

En lo concerniente a la informalidad, una aproximación plausible sería aquello que no posee forma o no hace parte del sistema denominado "formal" (Galeano-Rojas y Beltrán-Camacho, 2013, p. 286); pero no necesariamente implica el marco de la ilegalidad, considerando que no es lo mismo vender minutos de telefonía o frutas y verduras, que mercancía de contrabando, sustancias psicotrópicas o armamento. Relativo a este punto, Adler (2011) propone el concepto de la economía ilegal, que hace alusión a "intercambios libres de mercancías formalmente producidas pero que no siguen los principios del mercado sino que se basan en la cercanía social" (p. 82), debido a la incapacidad del sistema formal para satisfacer las necesidades sociales. Por lo anterior, el "orden genera desorden y la economía formal crea su propia informalidad" (p. 87), lo que, a su vez, desata conflictos e impactos en el espacio urbano.

Hay que mencionar, además, que el vender en el marco de la economía informal, como medio de subsistencia, significa vivir en la incertidumbre. En otras palabras, no es posible determinar si al final del día se podrán obtener los recursos económicos necesarios para cubrir los gastos personales o familiares (Menni, 2007). También implica laborar en condiciones deficientes, expuestos a factores ambientales por la imposibilidad de desarrollar la actividad laboral en infraestructuras adecuadas, vivir perseguidos por la fuerza pública, entre otras.

En este orden de ideas, este trabajo considera dos categorías construidas a partir de la revisión de literatura: las dinámicas sociales con impactos como la desigualdad que representa el fenómeno en sí mismo (Castañeda y García, 2007); las riñas y desacuerdos constantes por la rivalidad con el comercio formal (Rocha et al., 2009); entre otras. Y las dinámicas económicas con impactos como la inestabilidad económica (Gómez, 2007, p. 60); el decrecimiento económico por la no tributación (Quispe-Fernández et al, 2018), por nombrar solo algunas.

Hasta el momento, el urbanismo táctico no ha sido el gran protagonista de soluciones para mitigar los impactos del fenómeno ya mencionados, y mucho menos en contextos de las plazas de mercado, esto se evidencia en la literatura científica y "gris" que expone, en su mayoría, propuestas sobre la exploración y generación de mobiliario urbano (Lydon y García, 2016); la transformación de espacios públicos para la recreación, el esparcimiento y diversos usos en escenarios prospectivos (Torres, 2017); la activación de lugares en desuso o sumidos en franco deterioro (Bazzu y Talu, 2016); acciones verdes que incluyen siembra de individuos arbóreos o reciclaje de residuos sólidos (Steffens, 2013); renovación de parques en entornos suburbanos (Paisaje Transversal, 2019); y el mejoramiento de la movilidad vehicular y peatonal a través de intervención en vías y aceras (Bicistema de Arquitectura y Urbanismo, 2021).

Lo anterior no quiere decir que nadie haya trabajado sobre el tema, en la literatura se encontraron cuatro referentes que abordan el fenómeno desde distintas líneas de trabajo: *Mobile vendors, New York*⁴ (Lydon et al., 2011); cinco propuestas para reducir el contagio de la Covid-19 en mercados de abasto (Buezo, 2020); la reactivación económica de la plaza La Perseverancia en Bogotá (Cuevas, 2020); y la transformación de las dinámicas ecológicas en la Galería Central de Palmira (Aparicio et al., 2021), que es el único que se enfoca en plazas de mercado como objeto de estudio. Empero, hay que reconocer que el urbanismo táctico siempre ha estado presente de manera natural en el *modus operandi* de los vendedores informales porque estos tienen:

Un sinnúmero de tácticas que les permiten aprovechar los espacios vacíos, la energía eléctrica, los materiales de desecho, los elementos domésticos, entre otros, de manera espontánea y creativa, generando propuestas novedosas de reutilización de materiales y de mutación de los objetos, así como las soluciones más básicas a sus necesidades. (Velásquez, 2013, p. 1)

En el contexto colombiano, la experiencia de las intervenciones al comercio informal ha sido tradicionalmente desde el urbanismo convencional. Los Gobiernos, desde su naturaleza técnico-burocrática, solo han pensado en "recuperar" el espacio público a través de estrategias como la reubicación, la agrupación y especialización, la regulación de la movilidad o simplemente desalojo; todas carentes de procesos con participación efectiva espontánea o inducida de los actores del fenómeno, porque se entiende "organización" como el ejercicio de excluir a los vendedores del espacio público sin considerar las dinámicas socioeconómicas que se desarrollan en virtud de sus prácticas comerciales y la lógica del mercado (Instituto para la Economía Social [IPES], 2020).

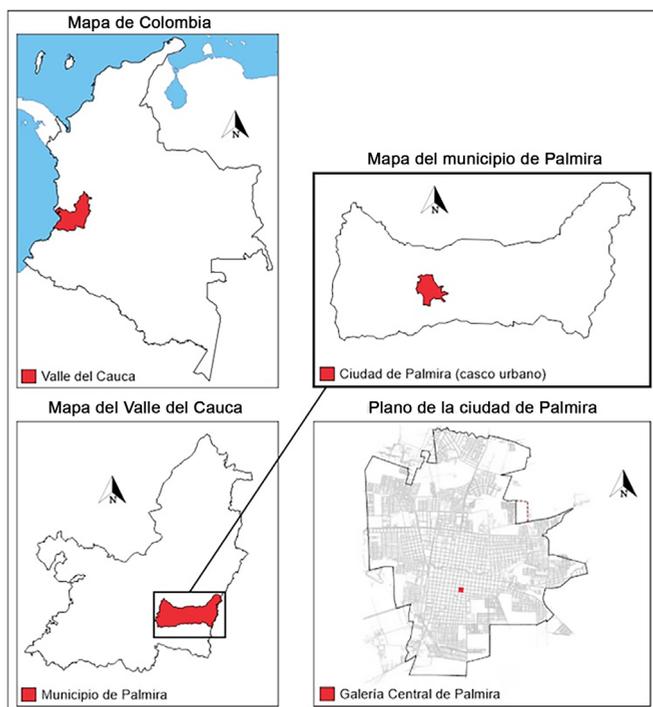
Por último, y considerando que las "ciudades son un inmenso laboratorio de ensayo y error" (Jacobs, 2013, p. 32), es posible inferir que el urbanismo táctico, como metodología *ad hoc*, podría ser una alternativa para mitigar los impactos de la informalidad laboral en el espacio público, siempre y cuando se reconozca al ciudadano como "el principal activista en la gestión de su territorio" (Hernández-Araque, 2016, p. 8), pues, si bien es cierto que el hecho participativo no es garantía de éxito, este sí aumenta las posibilidades de que se cumplan los objetivos trazados (Cámara, 2012).

⁴ Esta propuesta fue diseñada para la escala de la calle y la manzana, con el objetivo de apoyar micro-emprendedores a fin de ofertar servicios comerciales y activar temporalmente los espacios públicos.

METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló en el casco urbano del Municipio de Palmira, Valle del Cauca (Colombia), en la plaza de mercado principal⁵ y que lleva por nombre la Galería Central de Palmira⁶, tal y como se muestra en la figura 1.

Figura 1. Localización de la zona de estudio



Fuente: elaboración propia.

Este trabajo es el resultado de una investigación que contó con el apoyo de un equipo interdisciplinario donde participaron distintos campos del saber:

⁵ En Palmira existen otras dos plazas de mercado de menor tamaño y reconocimiento, estas se denominan Plaza de Mercado Auxiliar y Mercado Campesino; ambas se encuentran en el barrio Las Delicias, mismo sector de localización de la Galería central de Palmira.

⁶ La Galería Central de Palmira se encuentra en un edificio cubierto, de triple altura e influencia art déco, armado en el año 1953 con estructura metálica y remaches. Cuenta con un área aproximada de 6.400 m². Su interior se resuelve en función de una planta libre que localiza en su centro el comercio informal de alimentos perecederos (que es el objeto de estudio), el cual presenta las condiciones socioeconómicas más deficientes del lugar; sus puestos de trabajo se reducen a un pequeño módulo metálico en mal estado de 1.5m x 1.5m, y estos, de alguna manera, son un reflejo de precaria situación. También tiene dos mezzanines: uno ubicado en el lado norte, donde se venden riegos esotéricos y plantas curativas, y el otro en el sur, donde se encuentra la zona de restaurantes; ambos con infraestructuras grandes y en buen estado en cada uno de sus locales.

el urbanismo, la arquitectura, la sociología y la administración de empresas. Esta se llevó a cabo desde un enfoque interpretativo que implementó herramientas de orden cualitativo y cuantitativo sobre la base de los tres ejes principales del urbanismo táctico ya mencionados.

Para el levantamiento de la información, la sistematización, el análisis de datos, la formulación de la propuesta participativa y su implementación, se definieron tres etapas: la primera consistió en el co-diseño del instrumento para la inmersión en el terreno. Aquí se generó como producto una guía práctica de participación comunitaria en la que se plasmaron las actividades, las técnicas y las herramientas necesarias, a fin de garantizar la participación efectiva del comercio informal de frutas y verduras en la construcción de soluciones para mejorar sus condiciones socioeconómicas. La guía se estructuró con el método de las 5W1H⁷, planteado por Rudyard Kipling (1994) en su texto *Just so Stories*, y retomado por IDEO ORG⁸ (2020), para entender y potencializar el conocimiento empírico (saberes) de los participantes.

En la segunda etapa se ejecutaron las actividades diseñadas. En este punto la guía se adaptó a la emergencia sanitaria por la Covid-19. Para disminuir el riesgo de contagio en el terreno se creó un protocolo de bioseguridad a partir de la poca literatura que había en el momento. Se incluyó el uso de elementos de protección y el desarrollo de actividades se planeó en pequeños grupos, procurando el distanciamiento entre individuos.

En la categoría Dinámicas Económicas se realizaron ocho actividades participativas en tres jornadas: en la primera jornada se implementó un cuestionario sobre el *statu quo* de las ventas y el *modus operandi* de los vendedores informales en materia comercial.

La segunda y la tercera jornada fueron los momentos donde se implementaron actividades apelando a la educación económica así: en la segunda jornada se realizó una capacitación en administración financiera y una reunión en grupos focales con la técnica del árbol de problemas. En la tercera jornada se realizó otra capacitación, pero esta vez sobre parámetros para la proyección de un negocio; se desarrolló un ejercicio de planeación a través del *design thinking*⁹ o pensamiento creativo a través de la técnica de dibujo a mano alzada para darle forma a las ideas planteadas;

⁷ Las siglas provienen de las preguntas: ¿qué?, ¿quiénes?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿cómo? formuladas en inglés. El método consiste en su implementación para cada actividad a desarrollar.

⁸ Innovation, Design, Engineering and Organization.

⁹ *Design thinking* es un método centrado en las personas que tiene como objetivo develar necesidades y buscar posibles soluciones a través del acto creativo.

se explicaron los resultados obtenidos; y, finalmente, se construyó un *brief*¹⁰ entre el equipo interdisciplinario y los vendedores informales.

En la categoría Dinámicas Sociales se ejecutaron tres actividades participativas en tres jornadas: en la primera jornada se efectuó un diálogo de saberes populares titulado "La Plaza Común" y se aplicó un cuestionario sobre la posibilidad de replicar una experiencia exitosa de asociación entre vendedores y la disposición para ello a fin de lograr un beneficio común. En la segunda jornada se puso en marcha un ejercicio de transferencia de conocimiento denominado "Asociémonos". En la tercera jornada se llevó a cabo un foro comunitario a fin de reconocer públicamente las problemáticas detectadas y establecer compromisos para solucionarlas.

En la tercera etapa se ejecutó la prueba piloto: un laboratorio urbano con el comercio informal de la Galería Central de Palmira que posibilitó establecer un contraste entre las condiciones socioeconómicas del colectivo participante, antes y después de la implementación de la propuesta participativa, a través de indicadores y una encuesta de satisfacción.

Por último, se realizaron dos encuestas a través de la plataforma digital *Google Form*: la primera se dirigió a la ciudadanía para saber si estaba de acuerdo con los cambios implementados en los puestos de trabajo de los vendedores informales y la segunda la contestaron los seis vendedores que llegaron hasta el final del ejercicio para conocer su opinión al respecto.

RESULTADOS

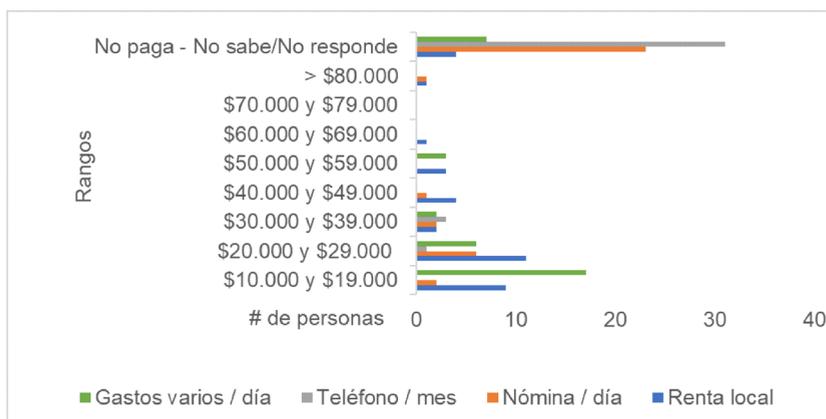
Dinámicas económicas

El cuestionario sobre el *statu quo* de las ventas y el *modus operandi* de los vendedores informales en materia comercial, se aplicó a treinta y cinco vendedores de frutas y verduras que decidieron participar voluntariamente de una población total de setenta y siete. El instrumento arrojó algunos elementos de caracterización socioeconómica: en términos de renta, treinta y un vendedores pagaban un alquiler mensual de local entre los \$ 20.000 y \$ 29.000, y cuatro no lo hacían como una suerte de resistencia; la tercera parte de los negocios tenían al menos un empleado, pero uno de los negocios contaba con cinco, cada uno atendía un local independiente, con nóminas diarias, en su mayoría, entre los \$ 20.000 y \$ 29.000. Todos tenían telefonía móvil, pero solo cuatro pagaban plan de minutos. También, veintiocho vendedores estaban

¹⁰ El *brief* es una síntesis de la información suministrada para mejorar aspectos comerciales y estimular las ventas. En este se consigna información relevante como los requerimientos técnicos, los propósitos a perseguir, las estrategias comerciales y los conceptos de diseño.

conscientes de sus gastos diarios, de estos diecisiete los tenían en un rango entre los \$ 10.000 y \$ 19.000 por concepto de alimentación, transporte y deudas a agiotistas modalidad gota a gota¹¹ (ver gráfica 1).

Gráfica 1. Gastos fijos del comercio informal en la Galería Central de Palmira



Fuente: Aparicio (2021).

Asimismo, el instrumento permitió identificar necesidades como la implementación de publicidad, la reubicación de los vendedores informales de la calle y el mejorar la exhibición de los productos. También posibilitó develar que prácticamente todos los vendedores estaban en la informalidad por subsistencia, por la falta de oportunidades, pero también porque era una tradición familiar y por decisión propia, porque podían manejar su tiempo y porque era el único oficio que conocían.

Entre las ventajas competitivas se encontraron estrategias de servicio al cliente como la amabilidad, el buen humor, la degustación, la calidad de los productos y la exclusividad de los mismos; y comerciales como los bajos precios, el descuento y dar más cantidad de producto sin costo adicional¹².

Con respecto a la capacitación en administración financiera, se puede afirmar que la actividad permitió a los vendedores percatarse de que intuitivamente separaban sus gastos y utilidades, y que empleaban parte del dinero recaudado para surtir nuevamente su puesto de trabajo. Igualmente, se dieron cuenta de que su dinámica operativa era cíclica porque no contemplaba correctamente la reinversión para hacer

¹¹ "Gota a gota" se denomina a un prestamista ilegal que obtiene ganancias a partir de los altos intereses (entre un 10 % y un 20 % diario aproximadamente) por el dinero prestado.

¹² En el argot popular de algunas regiones de Colombia se le conoce como "ñapa" cuando un vendedor obsequia una ración adicional de producto en compensación a una buena compra.

crecer sus negocios. En otras palabras, siempre invertían la misma cantidad de dinero para abastecer su negocio y, por ello, sus utilidades eran prácticamente iguales.

Por lo que se refiere a la actividad de grupos focales, los árboles de problemas arrojaron tres factores clave: en primer lugar, la poca unión entre vendedores que dificultaba apalancar procesos para mejorar sus condiciones laborales, por razones como el individualismo, la competencia desleal y la envidia. En segundo lugar, la inestabilidad económica, donde influía la atención al cliente, el aseo, la calidad de los productos y la imagen desordenada del punto de venta por la forma de exhibir los mismos. En tercer lugar, uno de los problemas ya detectados en el cuestionario inicial: la falta de publicidad para promocionar la plaza.

La capacitación sobre parámetros para la proyección de un negocio procuró generar conocimientos, habilidades y competencias comerciales en los vendedores. La actividad de *design thinking* con los dibujos grupales y su explicación produjo un enfoque puntual para mejorar sus condiciones socioeconómicas: la transformación de sus puestos de trabajo. En este sentido, el ejercicio se orientó hacia la necesidad de cambiar la imagen de los negocios a través de la exhibición de productos emulando las grandes superficies comerciales. Como resultado, los cinco grupos de vendedores propusieron estanterías escalonadas e inclinadas tipo góndola, la inclusión de una franja para informar los precios del día (habladores) y la utilización de la madera como material principal.

Por último, se construyó un *brief*¹³ abordando cuatro aspectos: primero, la exploración de alternativas de exhibición para frutas, verduras y líquidos envasados, tomando como punto de partida las propuestas de co-diseño de los vendedores informales. Segundo, la valoración de las estrategias comerciales empíricas existentes y la incorporación de habladores con precios intercambiables o borrables semejante a un supermercado. Tercero, la implementación de un concepto de diseño con formas alusivas a lo fresco, lo campesino y lo étnico. Y cuarto, la precisión de requerimientos técnicos (materialidad y resistencia) teniendo en cuenta, además, un espacio para bodegaje y soluciones formales que pudieran limitar el acceso de insectos y roedores al mobiliario.

Con la información suministrada en el *brief* se diseñaron los nuevos puestos de trabajo, pero solo seis vendedores pudieron construirlos, pues se acordó desde un inicio que se materializarían a condición de que sus dueños estuvieran presentes en todas las actividades participativas. Habría que decir, además, que estos hicieron

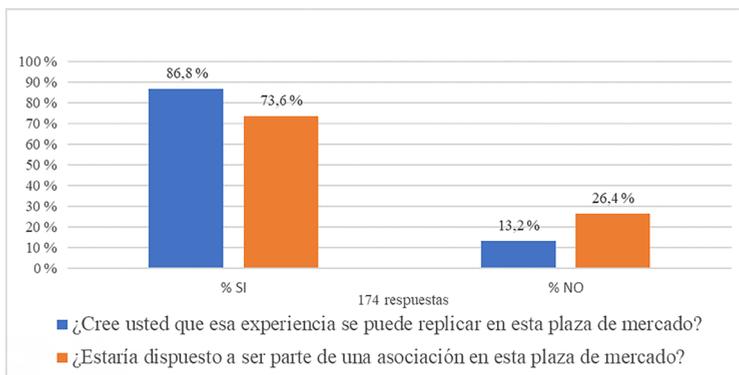
¹³ El *brief* es una síntesis de la información suministrada para mejorar aspectos comerciales y estimular las ventas. En este se consigna información relevante como los requerimientos técnicos, los propósitos a perseguir, las estrategias comerciales y los conceptos de diseño.

esfuerzos adicionales, porque la actividad se desarrolló en horas nocturnas ante la imposibilidad de hacerlo dentro de su jornada laboral.

Dinámicas sociales

El diálogo de saberes fue un canal de participación activa entre el Instituto Municipal para el Desarrollo Social y Económico de Palmira (Imdesepal), los vendedores del interior de la plaza de mercado¹⁴ y uno de los cofundadores de Asoalameda¹⁵. Las respuestas del cuestionario revelaron que la experiencia de asociación en la Galería Alameda de Santiago de Cali era replicable en la Galería Central de Palmira, pero, contradictoriamente, la mayoría de los participantes contestaron que no estarían dispuestos a hacer lo mismo para mejorar sus condiciones laborales (ver gráfica 2); esta respuesta confirmó la presencia del individualismo detectado en el ejercicio de grupos focales.

Gráfica 2. Respuestas del cuestionario de percepción diálogo de saberes “La Plaza Común”



Fuente: Aparicio (2021).

La actividad “Asociémonos” permitió que tres vendedores previamente capacitados expusieran a sus colegas vecinos sobre las ventajas de asociarse, y estos, a su vez, replicaran los conocimientos adquiridos con los vendedores contiguos y

¹⁴ En el momento que se realizó esta actividad y de acuerdo con un censo realizado para la investigación, la plaza contaba con una población total de doscientos setenta y tres vendedores informales de cárnicos, lácteos, zapatos, granos, plantas medicinales, productos esotéricos, variedades y, por supuesto, de frutas y verduras, pero activos solo estaban el 89,4 % (doscientos cincuenta y tres vendedores) a causa del virus Covid-19. En el recinto interior central del establecimiento (espacio de séxtuple altura) ciento noventa y seis vendedores, de los cuales ciento setenta y cuatro decidieron participar voluntariamente.

¹⁵ Asoalameda es una asociación legalmente constituida por vendedores informales de la Galería Alameda en Santiago de Cali. Es un referente de autoorganización del comercio informal que cuenta con una junta directiva, un fondo de solidaridad que cubre gastos hospitalarios, funerarios y recreativos, pero además tiene una visión estratégica para obtener beneficios con el trabajo y los aportes de las personas vinculadas.

que así sucesivamente continuara el ejercicio para motivar el colectivo en pro de la agremiación. La actividad siempre estuvo monitoreada, lo que permitió establecer la buena disposición de los participantes para escuchar, aprender y posteriormente enseñar a otros. Como fruto de esta actividad, habría que resaltar la unión de cinco vendedores informales que entendieron la importancia de asociarse y decidieron, por iniciativa propia, sumar esfuerzos para seguir comprando sus productos por volumen (más baratos) en la Central de Abastos de Cavasa, un número reducido considerando la población total de vendedores de frutas y verduras.

El foro comunitario se llevó a cabo con algunos líderes naturales en representación de los vendedores e Imdesepal. Los vendedores se quejaron respecto al aseo de los puestos de trabajo, la falta de publicidad, la necesidad de un parqueadero, la apertura de todas puertas de acceso al establecimiento (dos permanecían cerradas a causa de la Covid-19); la habilitación de un baño solo para vendedores y sin cobro; la presencia de goteras en varios sectores del edificio; y el rebosamiento de aguas residuales en algunos sifones. Posteriormente, se plantearon algunas propuestas de solución a las que Imdesepal dio respuesta sobre la viabilidad y su gestión. Por último, se generaron algunos compromisos entre las partes, como jornadas de aseo, suministro de elementos de aseo, la apertura de una página de Facebook para publicitar la plaza de mercado, el mantenimiento de cubiertas y desagües, entre otros.

La asistencia al evento reveló, de cierto modo, el interés que tenían los vendedores informales en generar un canal de diálogo con la administración municipal, para manifestar sus inconformidades y buscar alternativas de solución. Es importante señalar que hasta ese momento no habían tenido contacto alguno y ya habían pasado siete meses desde la posesión.

Prueba piloto para la medición de indicadores

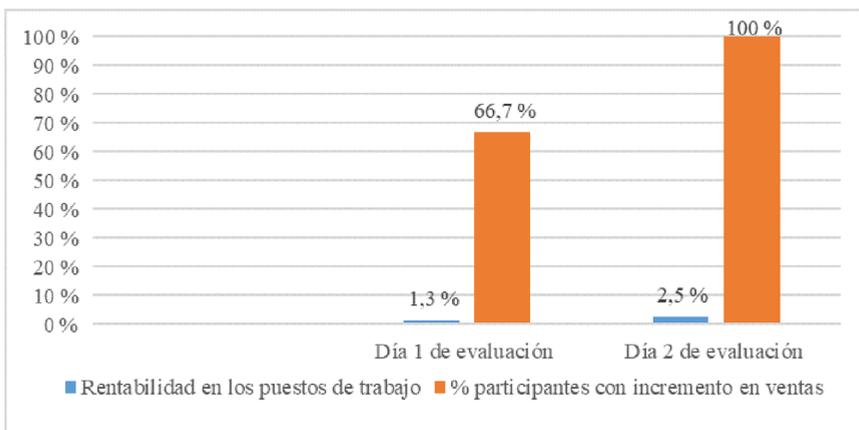
A partir del indicador de Rentabilidad del Puesto de Trabajo, que tomó como base la propuesta de Cornejo-Saavedra y Díaz (2006), se hizo seguimiento a los ingresos adquiridos por venta antes y durante la prueba piloto para evaluar el margen porcentual de ganancia o pérdida que produjo cada puesto de trabajo con las propuestas de diseño implementadas¹⁶. La fórmula utilizada para la medición del indicador fue:

¹⁶ La medición se realizó durante los días quince y treinta (en dos quincenas tener mayor movimiento en el mercado). El indicador tuvo una meta proyectada de que se aumentaran las ventas, al menos, al 50 % de los participantes. Se evaluó con la siguiente pregunta: ¿qué porcentaje de ganancia tuvo en la prueba piloto respecto a lo que vendía antes? Para ello, se consideró que la información en cifras exactas era de tipo sensible, lo que podía dificultar su recolección. Para facilitar la entrega de datos se les enseñó a los participantes a calcular los porcentajes teniendo como punto de partida el valor promedio de venta que ellos determinaron.

$$\text{Rentabilidad puesto de trabajo} = \frac{\text{Total aumento en porcentaje de ventas}}{\text{No. participantes con incremento en ventas}} \times 100 \quad [1]$$

En la primera medición, el 66,7 % de los participantes del ejercicio manifestaron que hubo un cambio leve, dado que sus ventas aumentaron aproximadamente el 5 %, lo que significó un incremento del 1,3 % de rentabilidad. En la segunda medición el 100 % de los participantes tuvieron un aumento aproximado del 15 % en sus ventas, cifra que correspondió a un incremento del 2,5 % de rentabilidad (ver gráfica 3).

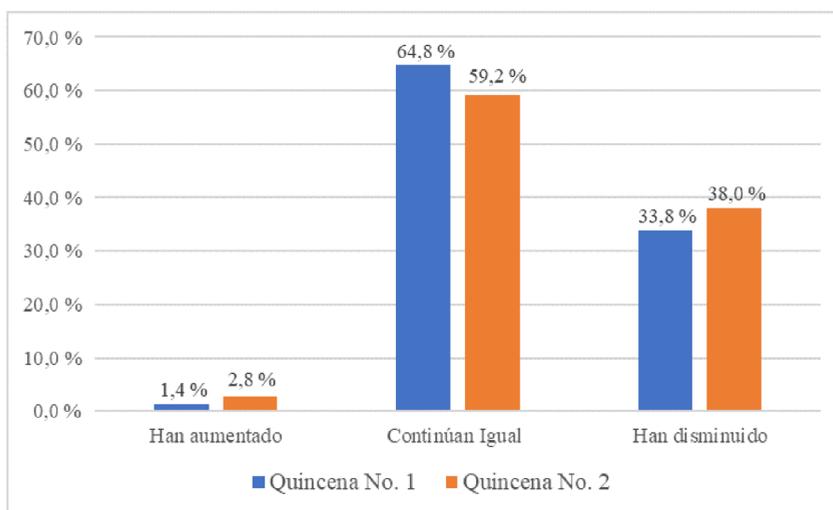
Gráfica 3. Resultados Indicador de Rentabilidad en los Puestos de Trabajo



Fuente: Aparicio (2021).

Paralelamente, en ambas mediciones se les preguntó a los setenta y un vendedores que no participaron en la prueba piloto, cómo se habían comportado sus ventas. En la primera quincena, el 1,4 % (un vendedor) contestó que habían aumentado, el 64,8 % (cuarenta y seis vendedores) que continuaban igual y el 33,8 % (veinticuatro vendedores) que habían disminuido. En la segunda quincena, el 2,8 % (dos vendedores) contestó que habían aumentado, el 59,2 % (cuarenta y dos vendedores) que continuaban igual y el 38 % (veintisiete vendedores) que habían disminuido (ver gráfica 4).

Gráfica 4. Comportamiento de las ventas de los vendedores informales de frutas y verduras en la Galería Central de Palmira que no participaron en la prueba piloto



Fuente: Aparicio (2021).

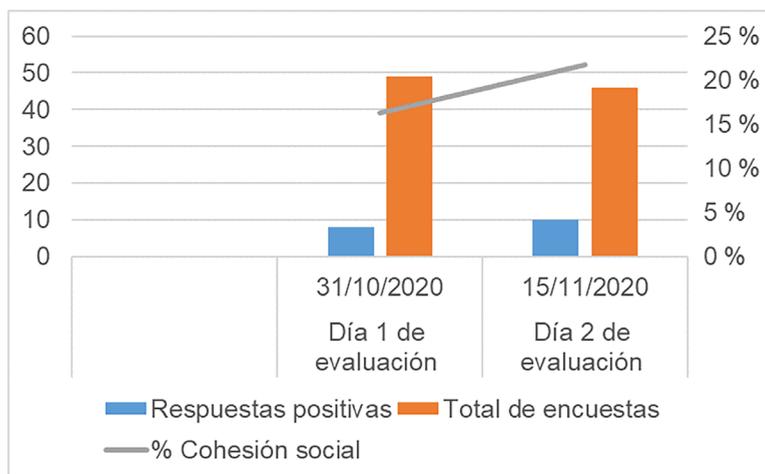
En la categoría Dinámicas Sociales, se construyó el indicador de Cohesión Social tomando como referencia la propuesta de Páramo et al. (2016) y Pascua et al. (2012) para posibilitar la "medición" del fortalecimiento de vínculos comunitarios entre los vendedores informales. En otras palabras, este indicador permitió identificar qué tipo de impacto, en términos asociativos, tuvo la prueba piloto sobre los participantes¹⁷. La fórmula utilizada para la medición del indicador fue:

$$\text{Cohesión social} = \frac{\text{No.Respuestas positivas}}{\text{Total de encuestados}} \times 100 \quad [2]$$

La primera medición no cumplió con la meta proyectada de al menos el 20 % en percepción de cohesión social, pues solo llegó hasta el 16 %. En la segunda medición el resultado fue el 22 % (ver gráfica 5). Es plausible que en el incremento de estos porcentajes haya influido la construcción de los nuevos puestos de trabajo, porque este ejercicio propició varios espacios para dialogar y compartir experiencias entre vendedores.

¹⁷ El indicador tuvo una meta proyectada del 20 % y se evaluó con la siguiente pregunta: De acuerdo a las relaciones de amistad y colaboración con los compañeros de trabajo a través del tiempo, ¿considera usted que estas se fortalecieron durante el desarrollo de las actividades participativas? La pregunta se realizó igualmente los días quince y treinta de la prueba piloto. Para el cálculo fueron tenidas en cuenta las respuestas que afirman percibir impactos positivos, frente al total de respuestas.

Gráfica 5. Resultados Indicador de Porcentaje de Cohesión Social



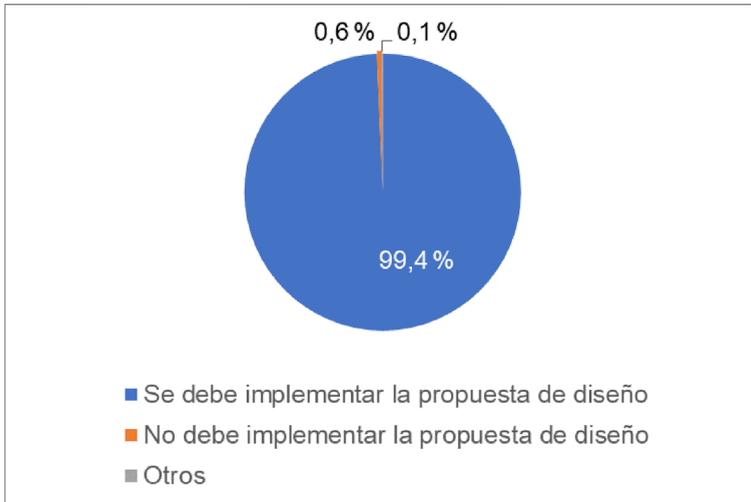
Fuente: Aparicio (2021).

Respecto a los compromisos realizados, a la fecha solo se han cumplido dos: un vendedor informal abrió la página en Facebook donde participan activamente vendedores y clientes, y se llevaron a cabo dos jornadas de limpieza donde Imdesepal suministró los productos de aseo y los vendedores pusieron la mano de obra. En el corto plazo solo se han cumplido los acuerdos que no implican grandes recursos económicos. Empero, se tiene conocimiento del proyecto "Mejoramiento arquitectónico y urbano para la rehabilitación de la Galería Central del municipio de Palmira", en el marco del convenio 492 FIP-2021, que fue adjudicado a través de licitación pública el siete de abril de 2022 para ser ejecutado en un plazo de cinco meses.

Finalmente, de las encuestas realizadas a la ciudadanía y a los vendedores que participaron en la prueba piloto, se obtuvieron los siguientes datos:

De acuerdo con la encuesta realizada (ver gráfica 6), en los resultados mil doscientas once personas (99,4 %) coincidieron en que era conveniente implementar la propuesta de diseño de puestos de trabajo en los demás negocios informales de la Galería Central de Palmira; siete personas (0,6 %) respondieron que no lo era; y una persona (0,1 %) contestó que ese presupuesto podría invertirse en otra situación más urgente y emergente, pensando posiblemente en la coyuntura de la pandemia. Esto permite concluir que, por la cifra representativa, sí fue válida la propuesta de diseño para ser implementada de forma definitiva.

Gráfica 6. Validación de la propuesta participativa de puestos de trabajo por parte de la ciudadanía



Fuente: Aparicio (2021).

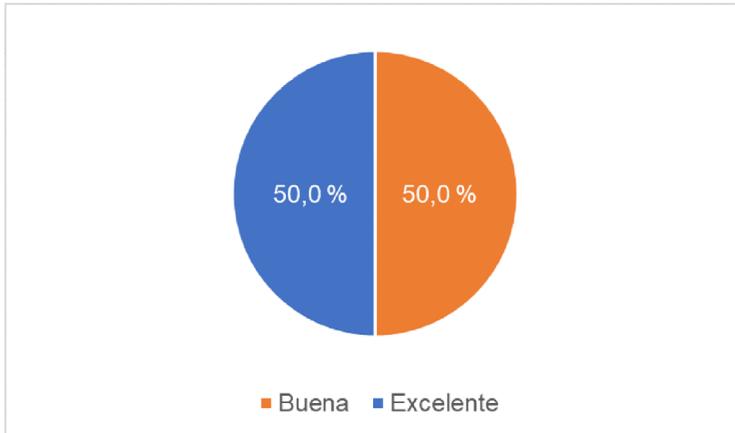
El 100 % de los participantes consideró que la prueba piloto fue exitosa pues, gracias a la transformación de sus puestos de trabajo y a los anuncios publicitarios promocionados en la red social Facebook, generaron más recursos económicos para cubrir sus gastos personales. En concreto, una vez se puso en marcha la propuesta participativa, sus ingresos se incrementaron favorablemente en términos porcentuales.

En cuanto a la experiencia del trabajo en equipo, el 50 % de los encuestados respondió que fue excelente y el otro 50 % que estuvo buena. No hubo respuestas negativas, por lo que, en términos generales, se puede concluir que esta contribuyó al acercamiento y al diálogo entre vendedores para disminuir los niveles de individualismo en la plaza de mercado (ver gráfica 7).

El 83,3 % de los vendedores estuvo de acuerdo en que las actividades mejoraron las relaciones interpersonales con los compañeros de trabajo. Solo el 16,7 % consideró que estas no lograron tal objetivo (ver gráfica 8).

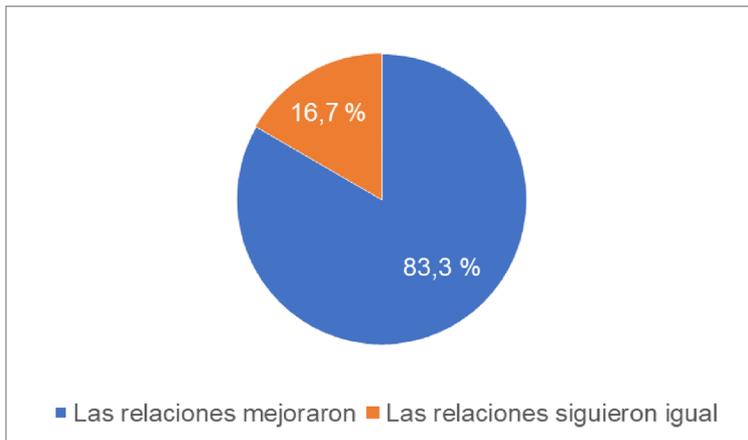
El 66,7 % de los vendedores informales respondió que se sintió muy satisfecho con la propuesta participativa y el 33,3 % contestó que se sintió satisfecho (ver gráfica 9). No hubo respuestas neutras ni de insatisfacción, por lo que es posible inferir que la propuesta tuvo plena aceptación por parte del colectivo de vendedores informales.

Gráfica 7. Percepción de los vendedores informales sobre su experiencia de trabajo en equipo para llevar a cabo la propuesta participativa.



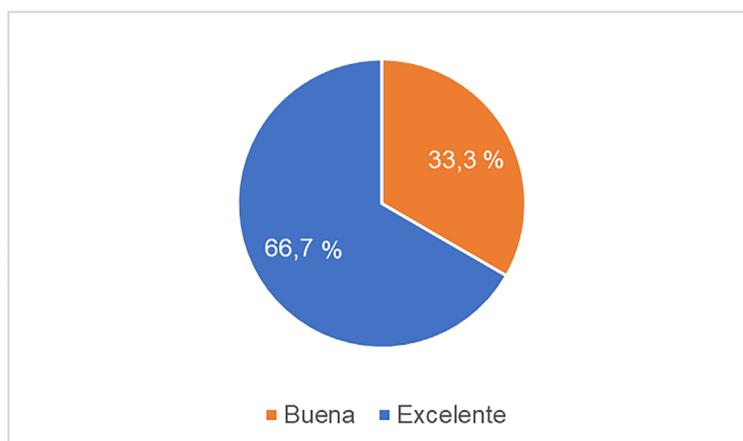
Fuente: Aparicio (2021).

Gráfica 8. Percepción de los vendedores informales sobre las relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo en la propuesta participativa.



Fuente: Aparicio (2021).

Gráfica 9. Percepción de los vendedores informales sobre el proceso y los resultados de la propuesta participativa



Fuente: Aparicio (2021).

Para finalizar, y a modo de discusión, partiendo de los resultados de los indicadores y las encuestas, queda el planteamiento de que el urbanismo táctico es, en efecto, un camino fáctico y plausible para solucionar problemáticas asociadas a las dinámicas socioeconómicas del comercio informal, al menos en contextos de plazas de mercado. No cabe duda de que los tiempos en que trabaja la metodología (el corto plazo) pueden ser una gran limitación para superar las barreras del individualismo, la envidia y la competencia desleal, considerando que los vendedores “toda la vida” han tenido estos sentimientos y conductas; generalmente es su *modus operandi*, por lo que habrá que extenderlos, proyectarse al mediano y largo plazo y seguir comprobado.

La gran apuesta es que esta fuerza laboral entienda su lugar de trabajo como una empresa “comunitaria”, bajo la lógica de encontrar objetivos en común que permitan generar desarrollo económico y social para sus miembros; premisa que se pudo comprobar temporal y parcialmente con el incremento en ventas de las personas que decidieron participar en la propuesta de cambio que se abordó en la presente investigación.

CONCLUSIONES

A modo de conclusión, es posible afirmar que el urbanismo táctico fue una metodología válida y efectiva para el mejoramiento socioeconómico del colectivo de vendedores informales de la Galería Central de Palmira que participó activamente en la propuesta de solución. Conviene subrayar, entonces, que la visión *top-down*

debe complementarse necesariamente con la *bottom-up*, la cual ha demostrado una efectividad directamente proporcional al nivel de compromiso, participación y empoderamiento que pueda tener una comunidad cuando entiende la importancia de los puentes de cooperación y el diálogo de saberes para resolver sus problemas.

En la categoría de análisis dinámicas Económicas, se encontró que los vendedores incurren en gastos de arrendamiento, nóminas pagadas a diario y pagos asociados a préstamos informales denominados "gota a gota". Asimismo, las necesidades comerciales se vieron determinadas por la implementación de la publicidad, la reubicación de los vendedores informales que tienen su negocio en la calle y la mejora en la exhibición de los productos. Ante esto, el análisis por parte de los investigadores y los vendedores, la capacitación en administración financiera y el diseño, construcción e implementación de los nuevos puestos de trabajo mostraron resultados favorables en el indicador de Rentabilidad del Puesto de Trabajo y en la encuesta de satisfacción a los vendedores.

En torno a las categorías dinámicas sociales, se encontró que persiste el individualismo como *modus operandi*, dificultando pensar en soluciones grupales ante los desafíos en la plaza de mercado. Por otro lado, se establecieron problemas asociados a las condiciones de acceso a baños públicos, las zonas de parqueo inexistentes y algunos elementos del orden de la infraestructura: goteras y rebosamiento de aguas residuales, lo que implica impactos en la vida social que se vive en el lugar.

Después de realizar distintas actividades y exponer los beneficios del trabajo conjunto y generar compromisos que sirvieran de crisol para fortalecer sus relaciones sociales, no fue posible lograr que los comerciantes aunaran esfuerzos más allá de la creación de una página de Facebook para promocionar la plaza y sus productos, las jornadas de aseo y la unión entre cinco vendedores que, por iniciativa propia, decidieron comprar en adelante por volumen en la central de abastos Cavasa. Por ello, se concluye que para mejorar el tejido social se necesitan estrategias y tiempos adicionales a los que plantea el urbanismo táctico, porque el corto plazo apenas permite visibilizar las problemáticas sociales y estimular sutilmente a los comerciantes para mejorar sus lazos comunitarios. El indicador de Cohesión Social confirmó lo anterior expuesto.

Por último, cambiar la mirada hacia el comercio informal, desde el punto de vista del urbanismo táctico, permitiría entenderlo como una forma de dinamizar el espacio público y no como un problema en el que hay que sumar esfuerzos para erradicarlo. Se podría dejar de verlo únicamente desde una perspectiva económica para establecer las maneras en las que las prácticas del comercio informal

podrían ser utilizadas a favor de un bien común, por supuesto, bajo condiciones que mitiguen las problemáticas, los impactos y los conflictos que se derivan de su quehacer mercantil.

REFERENCIAS

- Adler, L. (2011). Lo formal y lo informal en las sociedades contemporáneas. En J. Flórez y G. Martínez (eds.), *Encuentros con la complejidad. Cuadernos del seminario de problemas científicos y filosóficos de la UNAM* (pp. 73-89). Siglo XXI Editores.
- Ángel-Bravo, R. (2016). Galerías y plazas de mercado como espacio de conservación cultural y producción audiovisual. *Nexus*, (20), 246-267. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i20.1843>
- Ángel-Bravo, R. (2020). La plaza de mercado como escenario para la identificación de diversos fenómenos socioculturales e interculturales en el continente americano. *Apuntes: Revista de estudios sobre patrimonio cultural*, 33, 3-34. <https://doi.org/10.11144/javeriana.apu33.pmei>
- Aparicio, R. (2021). *Urbanismo táctico para la mitigación de los impactos ambientales del comercio informal en el espacio público* [tesis de doctorado en Ciencias Ambientales, Universidad del Valle]. Repositorio Universidad del Valle.
- Aparicio, R., Flórez, F., Fúquene, L., Arango, V., González, L y Muñoz, D. (2020). Transformación de las dinámicas ecológicas en la galería central de Palmira: una experiencia desde el diseño participativo y el urbanismo táctico. *Revista Gestión Ambiental*, 39, 19-32.
- Aparicio-Rengifo, R. y Flórez-González, F. (2022). Urbanismo táctico: alternativa para mitigar impactos en la movilidad de la Galería Central de Palmira. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 15. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cvu15.utam>
- Bazzu, P. y Talu, V. (2016). *Tactical urbanism Italy 5. Tutta mia la citta*. La Malaca & Street Plans. https://issuu.com/streetplanscollaborative/docs/tu_italy_eng
- Bicistema de Arquitectura y Urbanismo. (2021). *Manual de replicabilidad. Piloto de urbanismo táctico: Me muevo segura*. <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1680>
- Borja, J. (2016). El urbanismo frente a la ciudad actual: sus desafíos, sus mediaciones y sus responsabilidades. *City Manager*. <https://revistacitymanager.com/city-manager/urbanismo-frente-la-ciudad-actual-desafios-mediaciones-responsabilidades/>
- Buezo, L. (2020). 5 propuestas de urbanismo táctico: para reducir contagios en mercados de abasto - Covid 19. *Luis Buezo de Manzanedo: Mentoría para profesionales de la gestión y planificación urbana*. <https://luisbuezo.com/es/5put/>
- Cámara, C. (2012). Las iniciativas de participación ciudadana en el urbanismo. El urbanismo participativo, una nueva forma de entender la ciudad y la ciudadanía en la configuración de espacios públicos. *URBS: Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 2(1), 19-32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5685575>
- Castañeda, A. y García, J. (2007). *Hábitat y Espacio Público: el caso de los vendedores informales en el espacio público físico de Bogotá*. Fundación Cultural Javeriana de Artes Gráficas JAVEGRAF. https://observatorio.dadep.gov.co/sites/default/files/documentos/li04_habitat_y_espacio_public.pdf

- Cornejo-Saavedra, E. y Díaz, D. (2006). Medidas de Ganancia: EBITDA, EBIT, Utilidad Neta y Flujo de Efectivo. *Revista Economía y Administración*, 153, 26-40. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/127394>
- Cuevas, A. (2020). Plaza de mercado La Perseverancia se reactiva con urbanismo táctico. *Bogotá te escucha*. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/plazas-de-mercado-se-reactiva-economicamente>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2022, 24 de mayo). Empleo informal y seguridad social. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>
- Di Siena, D. (2012, 27 de septiembre). Urbanismo Emergente [taller]. *Hacking the city*. <https://urbanohumano.org/es/urbanismo-emergente-ciudadania-y-esfera-digital/>
- Ducci, M. (2009). *Conceptos básicos de urbanismo: forma y estructura de la ciudad, la admiración de la ciudad, geografía urbana*. Editorial Trillas.
- Galeano-Rojas, S. y Beltrán-Camacho, A. (2013). Ciudad, Informalidad y Políticas Públicas: una reflexión desde la sociología de lo cotidiano. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 1(2), 280-297. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cvyu/article/view/5493>
- Gómez, L. (2007). La informalidad en la economía, algo incuestionable. *Revista Semestre Económico*, 10(19), 47-67. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462007000100004&lng=en&tlng=es
- Hernández-Araque, M. (2016). Urbanismo Participativo: Construcción Social del Espacio Urbano. *Revista Cultura y Espacio Urbano*, 18(1), 6-17. <https://doi.org/10.14718/RevArq.2016.18.1.2>
- IDEO ORG. (2020, 4 de marzo). Design Kit. <https://www.designkit.org/methods>
- Instituto para la Economía Social (IPES). (2020). Una estrategia integral sobre las ventas informales en la Carrera 7 de Bogotá. https://www.ipes.gov.co/Libro_Digital_Ventas_informales_en_la_Carrera_7/Ventas-informales-en-la-Carrera-7.pdf
- Jacobs, J. (2013). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Capitán Swing.
- Kipling, R. (1994). *Just so stories*. Penguin
- Lydon, M., Bartman, D., García, T., Khawarзад, A., Preston, R. y Woudstra, R. (2011). *Urbanismo táctico 2: acción a corto plazo, cambio a largo plazo*. Street Plans. https://issuu.com/streetplanscollaborative/docs/urbanismo_tactico_2_digital_edition
- Lydon, M. y García, T. (2016). *Tactical urbanist's guide to materials and design Version 1.0*. Street Plans & Knight Foundation. https://issuu.com/streetplanscollaborative/docs/tu-guide_to_materials_and_design_v1
- Menni, A. (2007). La informalidad económica de subsistencia. *Revista de la Facultad*, 13, 75-87.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2021). Panorama laboral 2021. *América Latina y el Caribe*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_836196.pdf
- Paisaje Transversal. (2019). *Escuchar y transformar la ciudad: urbanismo colaborativo y participación ciudadana*. Los libros de la Catarata.

- Páramo, P., Burbano, A. y Fernández-Londoño, D. (2016). Estructura de indicadores de habitabilidad del espacio público en ciudades latinoamericanas. *Revista de Arquitectura*, 18(2), 6-26. <https://revistadearquitectura.ucatolica.edu.co/article/view/391>
- Pascua, A., Lozano, D., Muñoz, J., Parra, L., Rodríguez, J., Gómez, M., Cortés, V. y Copete, S. (2012). *Indicadores para la medición de la cohesión social en Europa: Aplicación al caso Andalucía*. Centro de Estudios Andaluces. <http://www.centrodeestudiosandaluces.info/PDFS/P201204.pdf>
- Quispe-Fernández, G., Tapia-Muñoz, M., Ayaviri, D., Villa, M., Borja, M. y Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Revista Espacios*, 39(41), 4-21. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>
- Razu-Aznar, D. (2019, 4 de febrero). Urbanismo táctico: 3 ventajas en la ejecución de proyectos en las ciudades. *Ciudades Sostenibles BID*. <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/urbanismo-tactico-3-ventajas-en-la-ejecucion-de-proyectos-en-las-ciudades/>
- Rocha, R., Sánchez, F. y García, L. (2009). Ventas callejeras y espacio público: efectos sobre el comercio de Bogotá. *Revista Desarrollo y Sociedad*, 63(1), 245-268. <http://www.scielo.org.co/pdf/dys/n63/n63a07.pdf>
- Sandoval, G. (2014). La informalidad laboral: causas generales. *Revista Equidad y desarrollo*, (22), 9-45. <https://doi.org/10.19052/ed.3247>
- Steffens, K. (2013). *Urbanismo Táctico 3: Casos Latinoamericanos*. Ciudad Emergente y Street Plans. https://issuu.com/ciudademergente_cem/docs/ut_vol3_2013_0528_10/55
- Torres, L. (2017). *Se essa rua, se essa rua: design e cenários prospectivos para inovação: um estudo sobre o urbanismo tático*. Novas Edições Acadêmicas.
- Velásquez, C. (2013). *Arquitectura temporal: práctica cotidiana en el espacio público de Manizales*. Universidad Católica de Pereira y Consejo Profesional Nacional de Arquitectura y sus Profesiones Auxiliares.