

Estudio Comercio Ambulante

Informe Final

Contenido

I.	Sección 1: Objetivos del Estudio	3
	I.1 Objetivo General	3
	I.2 Objetivos Específicos.....	3
II.	Sección 2: Metodología	3
	2.1 Pre test	3
	2.2 Supervisión.....	4
	2.3 Procesamiento de Datos	4
	2.4 Digitación	4
	2.5 Malla de Validación.....	4
III.	Sección 3: Presentación de Resultados.....	5
	3.1 Caracterización encuestado o encuestada	5
	3.2 Caracterización actividad ambulante.....	14
	3.3 Ingresos y subsidios.....	24
	3.4 Formalización de la actividad.....	30
	3.5 Percepción de seguridad	35
	3.6 Pauta de Observación	38
IV.	Sección 4: Conclusiones.....	40

I. Sección 1: Objetivos del Estudio

I.1 Objetivo General

Caracterizar el comercio informal en la zona de Barrio Meiggs, de manera de conocer las características de los vendedores ambulantes del sector y el negocio que desempeñan, contando de esta forma con insumos necesarios para la elaboración de políticas públicas que apunten a erradicar esta problemática.

I.2 Objetivos Específicos

1. Describir y caracterizar las dinámicas, procesos y actores que integran el comercio ambulante no autorizado en la zona de levantamiento.
2. Identificar incentivos a la formalización a partir de un mayor conocimiento de las percepciones de los vendedores y del conocimiento del negocio.
3. Identificar la percepción de riesgo y la ocurrencia de delitos a partir del reporte de los encuestados.

II. Sección 2: Metodología

La metodología del estudio se desarrolló a partir de dos instrumentos: el primero, un cuestionario con 34 preguntas que se levantó entre los días 4 y 9 de abril, a 80 vendedores ambulantes de la zona comprendida entre el Eje Alameda-Exposición-Sazie-San Alfonso. El segundo instrumento corresponde a una pauta de observación, con la cual se levantaron 240 observaciones en el mismo sector antes señalado.

Para el correcto desarrollo de este estudio se realizaron una serie de actividades, las cuales se describen a continuación:

2.1 Pre test

Previo al proceso de levantamiento, se realizó un pre-test de modo de detectar problemas de contenido, formato y procedimiento. A partir de esta actividad no se identificaron aspectos a cambiar, pues el formulario se entendió bien por parte del encuestador y los encuestados. Sí se observó cierto temor producto de la falta de confianza en el objetivo del estudio, por lo que este aspecto se reforzó en el proceso de capacitación posterior.

2.2 Supervisión

Para la supervisión del trabajo de campo se utilizó una observación in situ por parte del equipo de supervisores, que consistió en chequear a través de una pauta de supervisión que los encuestadores estuviesen en el lugar correcto y aplicando íntegramente el cuestionario a los vendedores ambulantes no autorizados. El proceso de supervisión en general fue bastante satisfactorio no detectándose anomalías en el proceso de levantamiento. Para el presente estudio, se contó con dos supervisoras que realizaron su trabajo en la misma fecha de levantamiento.

2.3 Procesamiento de Datos

El procesamiento de datos comenzó cuando los cuestionarios y pautas de observación ya aplicadas y revisadas por el jefe de campo, se recibieron en las oficinas centrales de Datavoz/Statcom. A partir de ese momento, el jefe de campo efectuó el ingreso de los instrumentos, digitando el folio asociado a cada uno en un sistema computacional.

Posterior al ingreso, las encuestas pasaron a proceso de revisión, donde cada una fue revisada minuciosamente por un equipo de revisores que verificaron la correcta aplicación del instrumento, poniendo atención en: saltos de preguntas, módulos de aplicación de acuerdo a características del encuestado, remarcar alternativas poco legibles, etc. Luego de la revisión, los instrumentos pasaron al proceso de digitación y validación.

2.4 Digitación

El proceso de digitación se llevó a cabo en un sistema diseñado especialmente para el estudio. La digitación se ejecutó dos veces, procedimiento que permitió corregir en un 100% los errores.

2.5 Malla de Validación

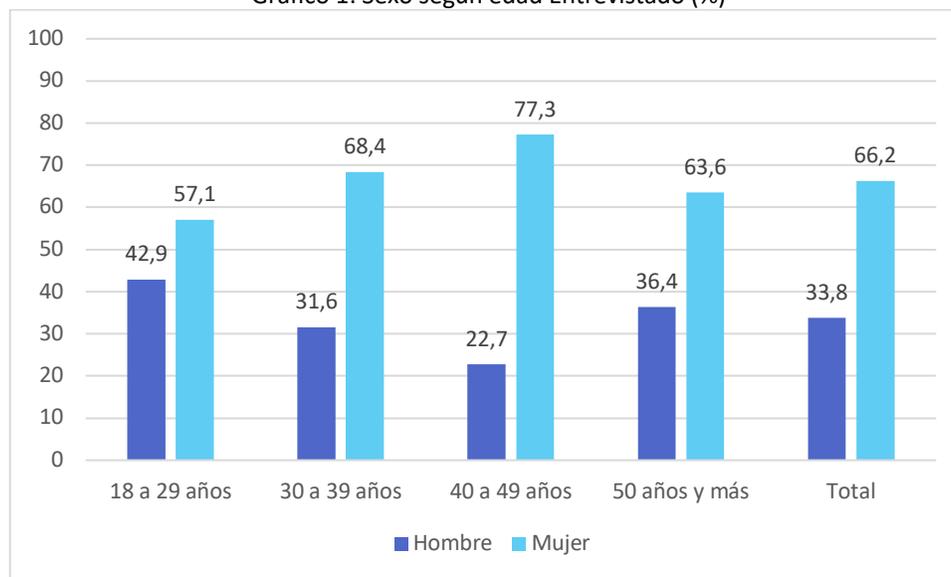
Con el fin de validar los datos digitados se elaboró una malla de validación por cada tipo de cuestionario aplicado, que contempló validaciones de rango, es decir, que los rangos de las respuestas fueran adecuados y pertinentes, así como validaciones de consistencia: que los saltos de preguntas sean correctos caso a caso y que exista una consistencia interna en la información a entregar. Esto permite obtener datos lo suficientemente consistentes para la elaboración del informe final.

III. Sección 3: Presentación de Resultados

3.1 Caracterización del encuestado

Se realizaron un total de 80 encuestas a vendedores ambulantes, de los cuales 33,8% son hombres y 66,2% mujeres. La participación femenina es predominante en todos los tramos etarios.

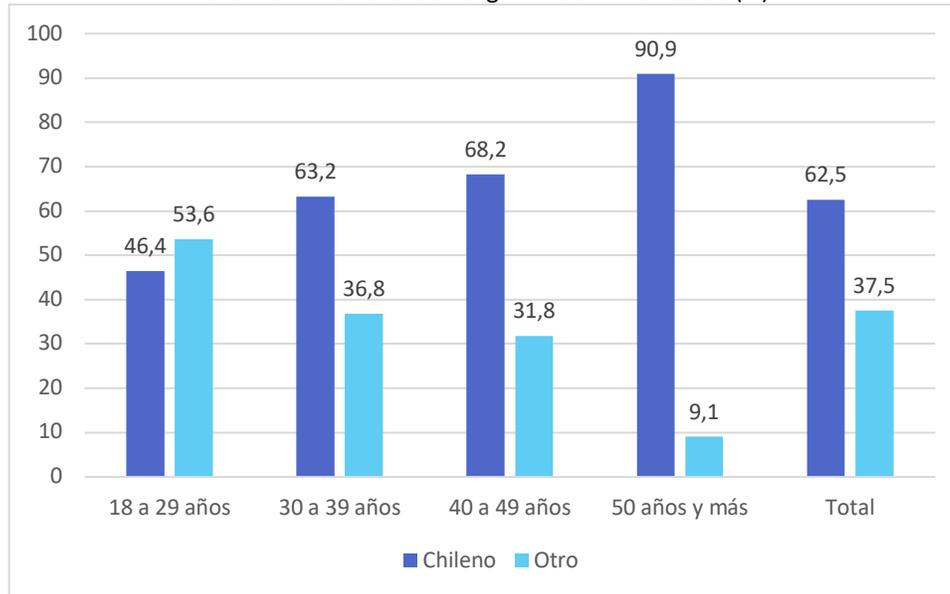
Gráfico 1: Sexo según edad Entrevistado (%)



P18. Sexo entrevistado; P19 Edad del entrevistado N=80

Del total de entrevistados, el 62,5% declara ser de nacionalidad chilena, en tanto que el 37,5% de nacionalidad extranjera. Destaca que, en el tramo etario de 18 a 29 años, la proporción de encuestados extranjeros supera a la de entrevistados chilenos.

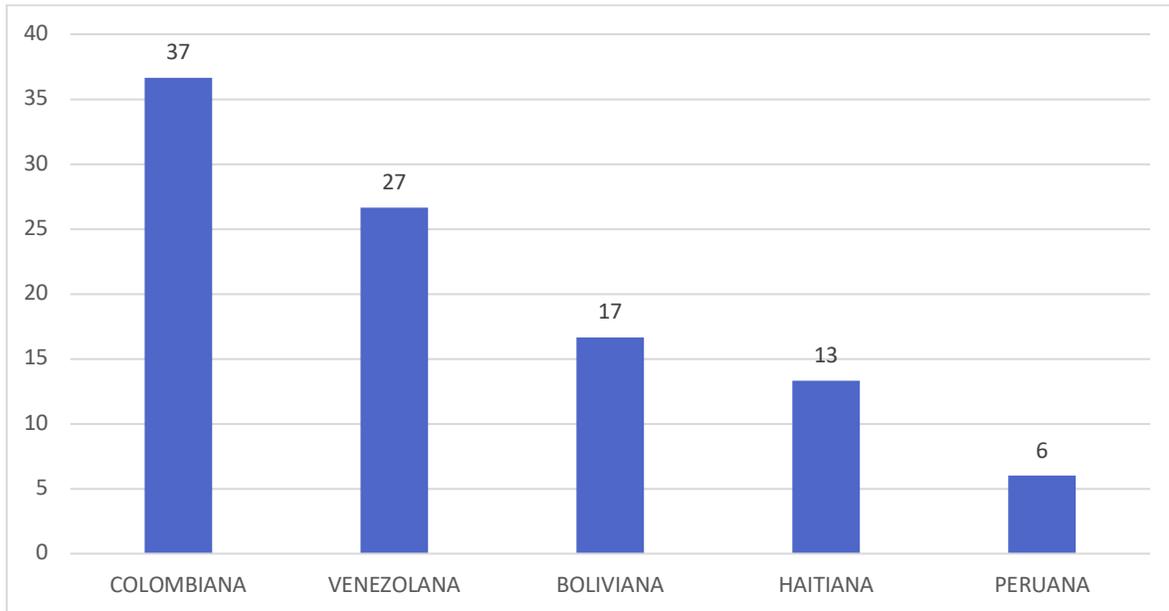
Gráfico 2: Nacionalidad según Edad Entrevistado (%)



P20. Nacionalidad; P19 Edad del entrevistado. N=80

Respecto a la nacionalidad, como se observa en la siguiente figura, un 37% corresponde a encuestados de nacionalidad colombiana, seguido por un 27% de nacionalidad venezolana y un 17% boliviana. La muestra termina con un 13% de nacionalidad haitiana y un 6% de nacionalidad peruana.

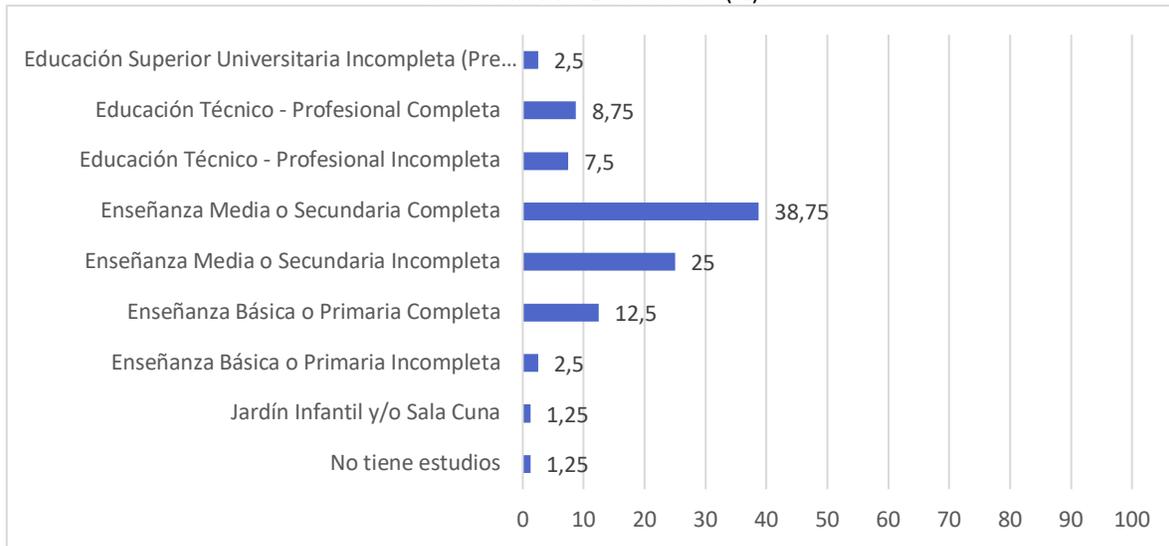
Gráfico 3: Nacionalidad de extranjeros (%)



P20. Nacionalidad. N=30

En cuanto al nivel educacional de los vendedores ambulantes entrevistados destaca que el 39% de ellos ha completado la enseñanza media, un 25% no ha completado la enseñanza media, un 12,5% señala tener enseñanza básica o primaria completa y un 2,5% enseñanza básica o primaria incompleta.

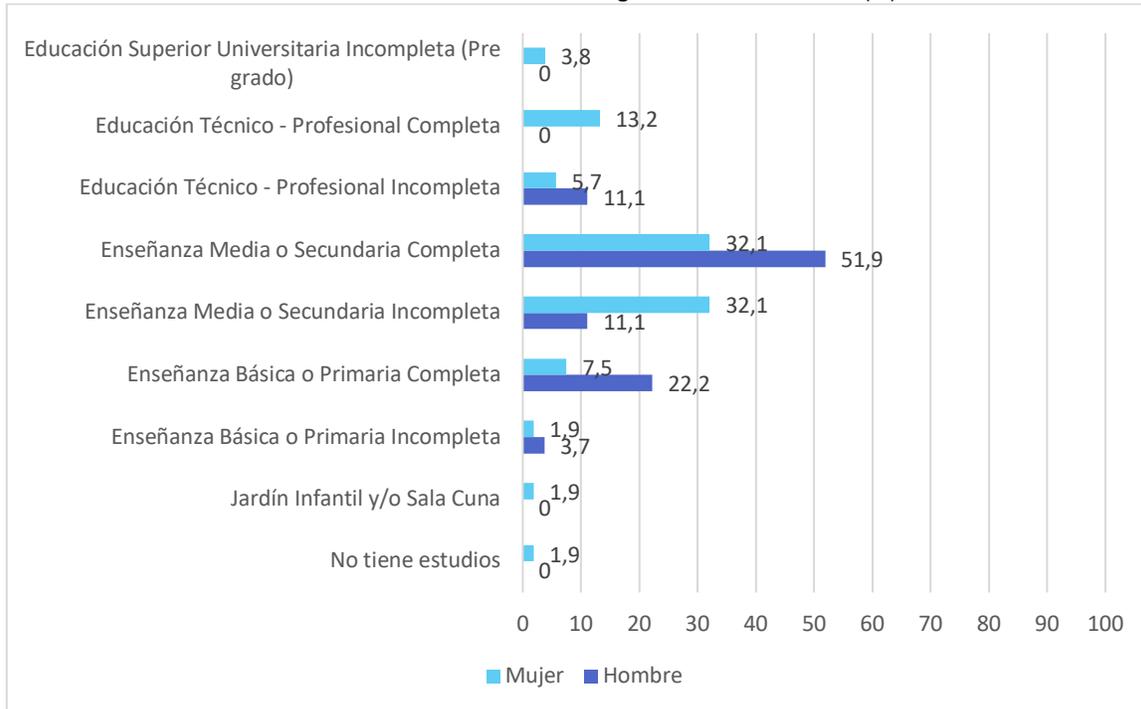
Gráfico 4. Nivel Educativo (%).



P21. Nivel Educativo N=80

Al relacionar la variable de nivel educativo con el sexo del entrevistado se observan diferencias importantes. En el caso de los hombres, un 51,9% señala tener educación media o secundaria completa, en tanto que, en el caso de las mujeres, ese porcentaje llega solo al 32,1%, mismo porcentaje que presentan las mujeres en el caso de la educación media o secundaria incompleta, en tanto que para los hombres solo un 11,1% no terminó la enseñanza media o secundaria. Otro aspecto relevante es que, en el caso de las mujeres, un 3,8% señala tener educación superior universitaria incompleta y un 13,2% cuenta con educación técnico-profesional completa, en ambos casos, en los hombres se tiene un 0% de menciones.

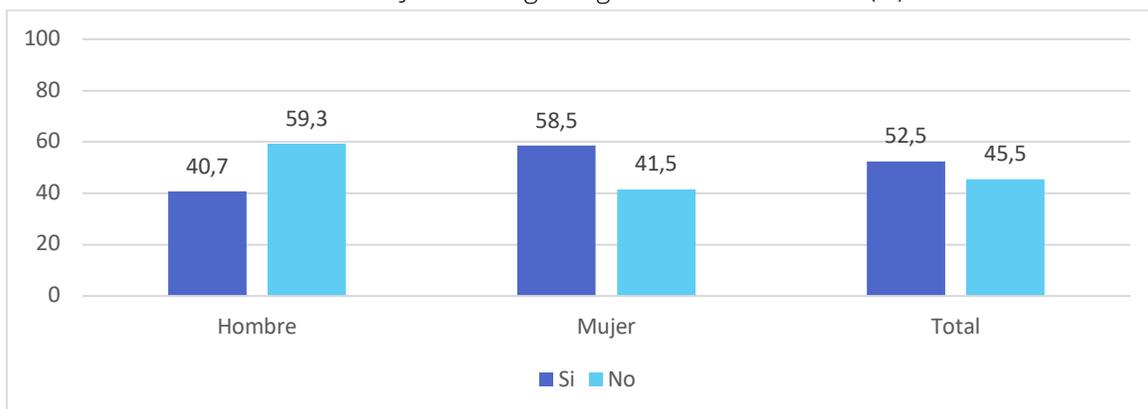
Gráfico 5. Nivel educacional según Sexo Entrevistado (%)



P21. Nivel Educativo; P18 Sexo entrevistado. N=80

Del total de vendedores ambulantes encuestados el 52,5% declaró ser jefe de hogar. Al relacionar esta variable con el sexo de los entrevistados, en el caso de los hombres un 40,7% señala ser jefe de hogar, en tanto que en el caso de las mujeres este porcentaje llega a un 58,5%.

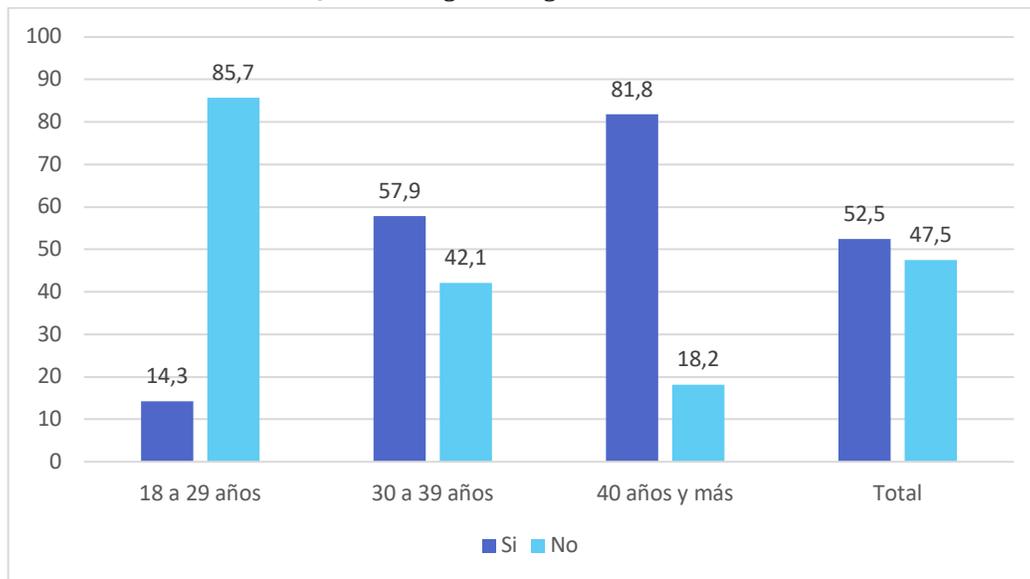
Gráfico 6. Jefe de Hogar según Sexo Entrevistado (%)



P24. ¿Es usted jefe de Hogar?; P18 Sexo entrevistado. N=80

Al cruzar la variable jefatura de hogar con edad, se observa que para el caso de entrevistados de entre 18 y 29 años, un 85,7% señala no ser jefe de hogar.

Gráfico 7. Jefe de Hogar SI según Edad Entrevistado (%)

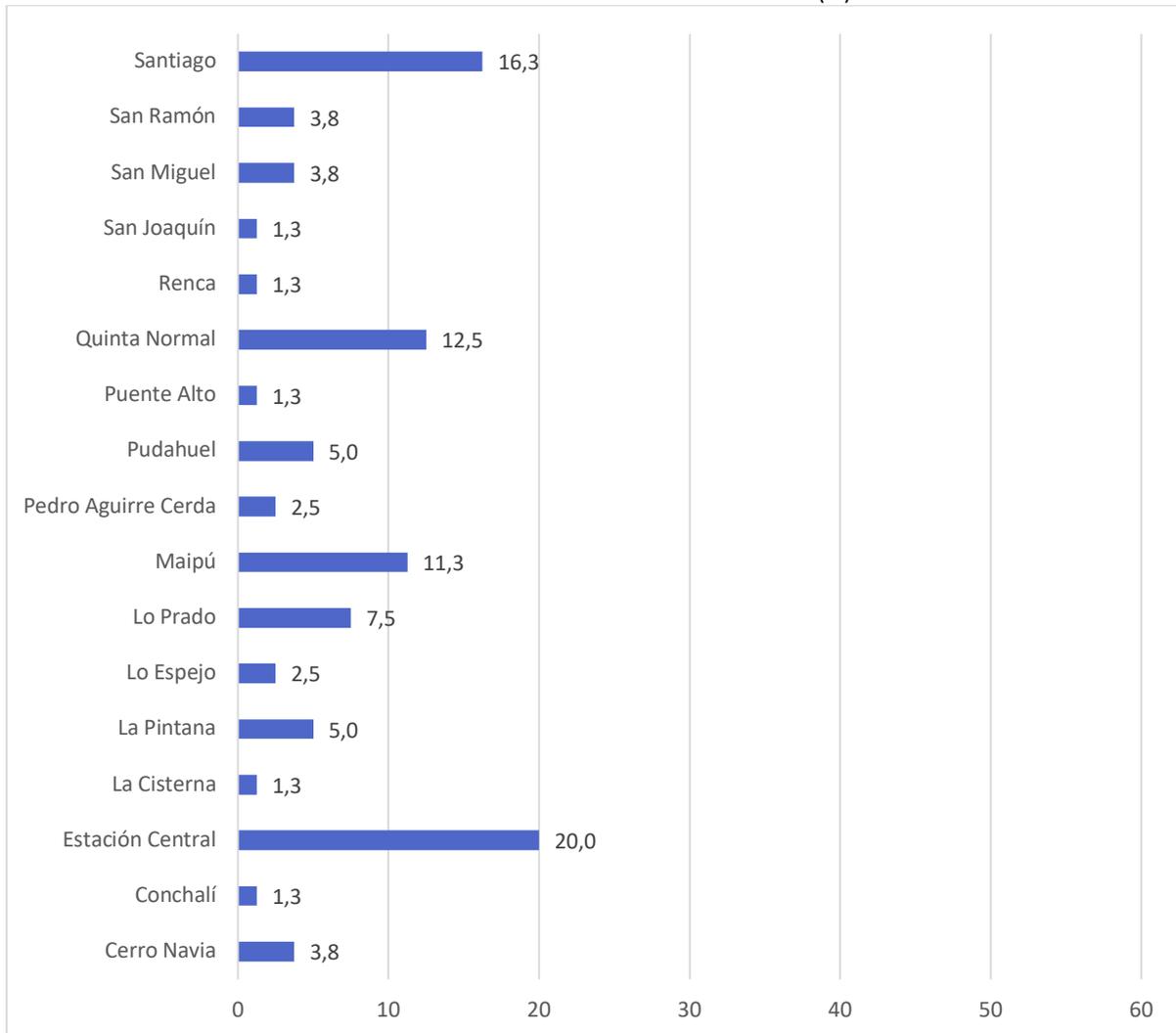


P26. ¿Es usted jefe de Hogar? Si; P17 Edad del entrevistado. N=42

En relación con la situación conyugal, un 50% reporta no estar conviviendo con una pareja, un 18,75% conviviendo con esposo y un 31,25% conviviendo con una pareja con la cual no está casado.

En lo que respecta a la comuna de residencia, se observa que el mayor porcentaje de encuestados vive en comunas aledañas al punto de levantamiento. Un 20% señala vivir en la comuna de Estación Central, un 16,3% en la comuna de Santiago, un 12,5% en la comuna de Quinta Normal y un 11,3% en la comuna de Maipú. Estas cuatro comunas suman un 60,1%.

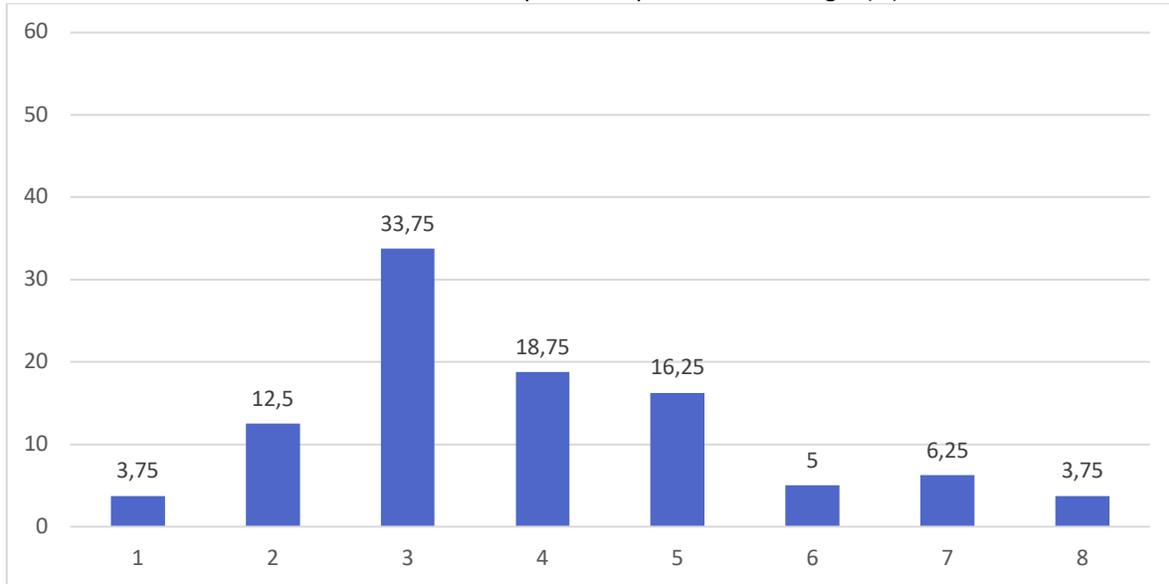
Gráfico 8: Comuna de residencia de encuestado (%)



P22. ¿Cuál es su comuna de residencia? N=80

En relación al tamaño del hogar es interesante observar que cerca del 84% de los encuestados viven en hogares con tres o más personas, lo cual muestra una diferencia significativa con otras fuentes de información, como por ejemplo el Registro Social de Hogares, donde el tamaño promedio de cada hogar es cercano a 2 personas.

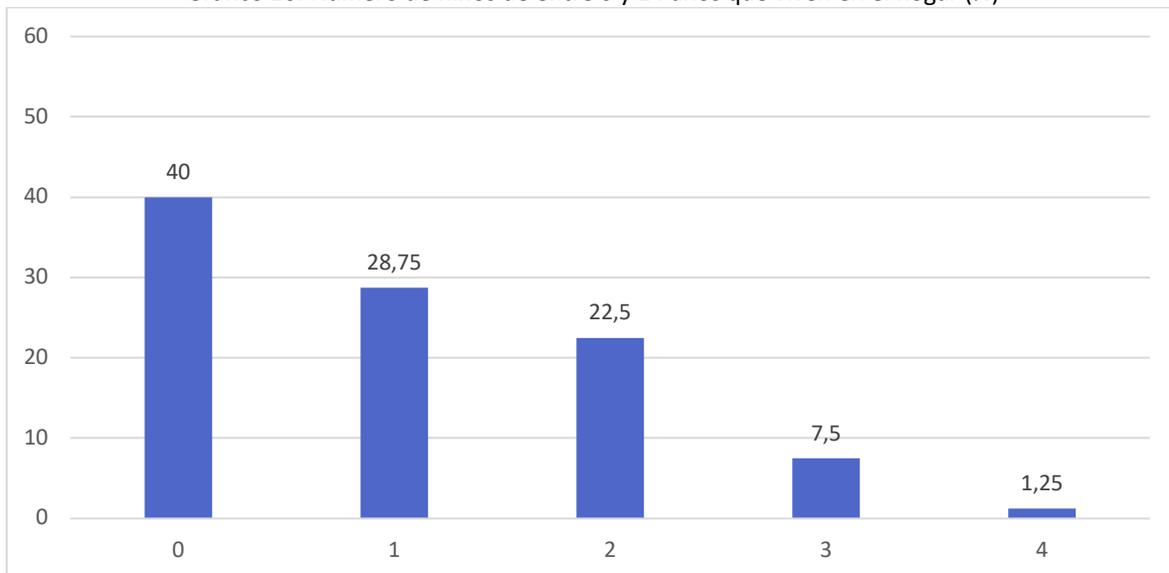
Gráfico 9: Número de personas que viven en el hogar (%)



P25. ¿Cuántas personas viven en su hogar? N=80

Sobre el número de niños que vive en el hogar, un 40% de los encuestados señalan vivir en hogares donde no hay niños entre 0 y 14 años. En un 28,75% de los casos se señala vivir en un hogar con un niño de dicha edad, con dos niños en un 22,5%, con tres niños en un 7,5% y con 4 en un 1,25%.

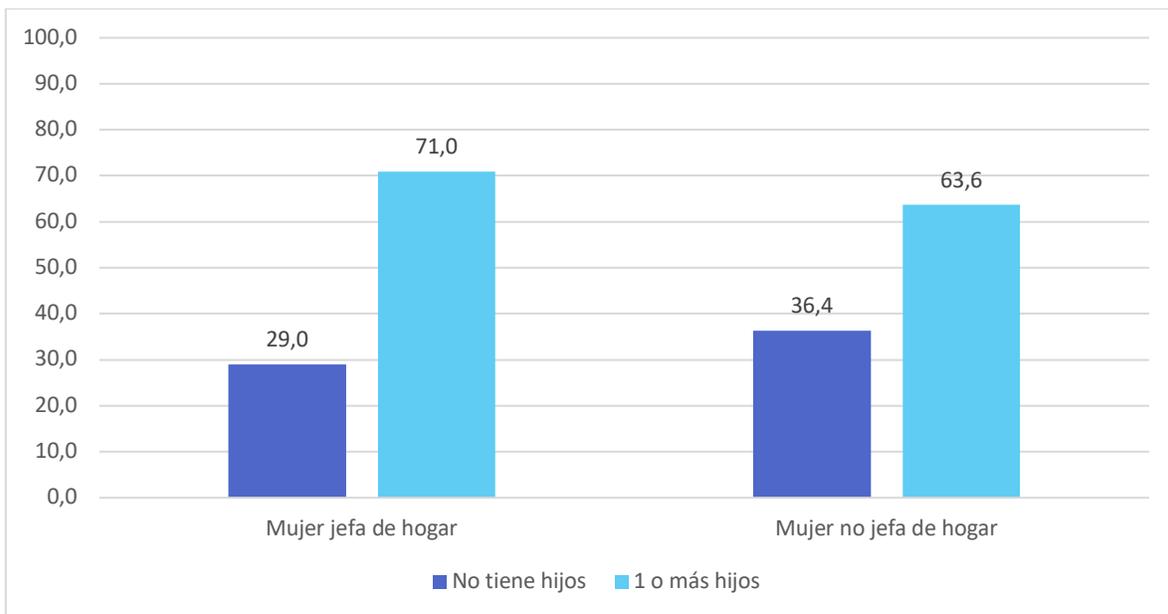
Gráfico 10: Número de niños de entre 0 y 14 años que viven en el hogar (%)



P27. ¿Cuántos niños viven en su hogar? N=80

Finalmente se observa que, para el caso de madres jefas de hogar, un mayor porcentaje señala vivir con 1 o más hijos en su hogar, llegando a un 71% en estos casos.

Gráfico 11: Tener hijos o no por hogares con jefatura femenina (%)

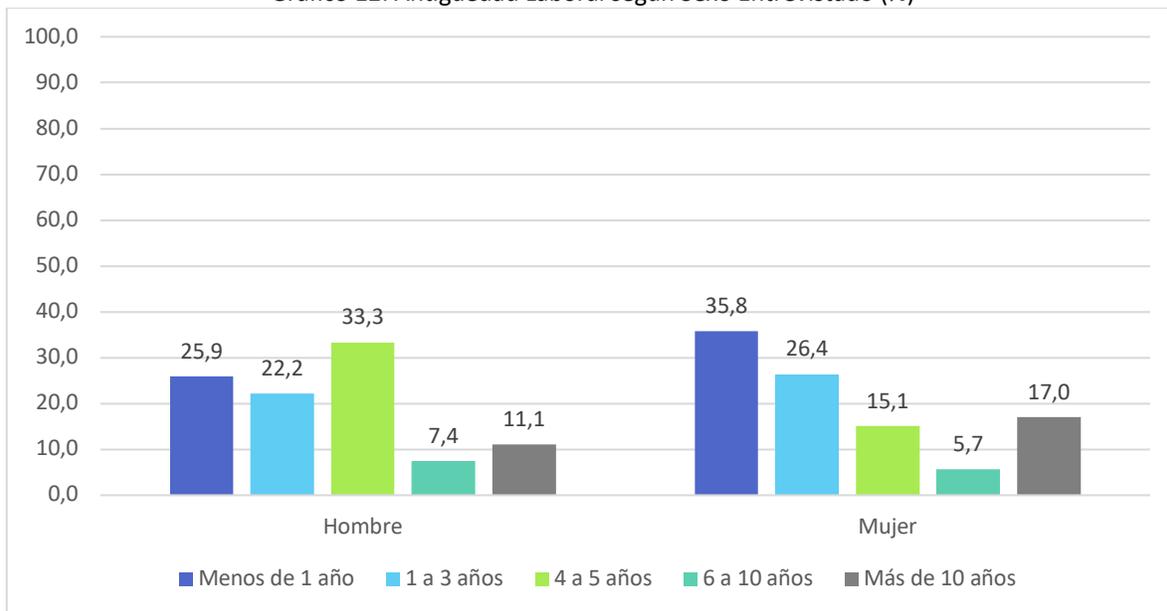


P26. ¿Es usted jefe de Hogar?; P27 ¿Cuántos niños viven en su hogar? N=56

3.2 Caracterización actividad ambulante

En la siguiente figura se distingue que, en el caso de las mujeres, hay una mayor proporción que lleva menos tiempo en el comercio ambulante. Al reunir a quienes llevan menos de un año y entre un año y tres, se distingue que un 62,2% de las mujeres señala estas opciones, mientras que en el caso de los hombres este porcentaje alcanza solo al 48,1%. Al analizar el total de la muestra, un 32,5% señala llevar menos de un año, un 25% entre 1 y 3 años, un 21,3% entre 4 y 5 años, un 6,3% entre 6 y 10 años, y un 15% más de 10 años. Un aspecto relevante a observar es que, más de la mitad de la muestra lleva tres años o menos, lo cual coincide con el estallido social y la pandemia. En futuros estudios se recomienda indagar si dichos eventos han generado una mayor informalidad, lo cual puede estar relacionado dada la mayor incertidumbre económica que estas situaciones generaron.

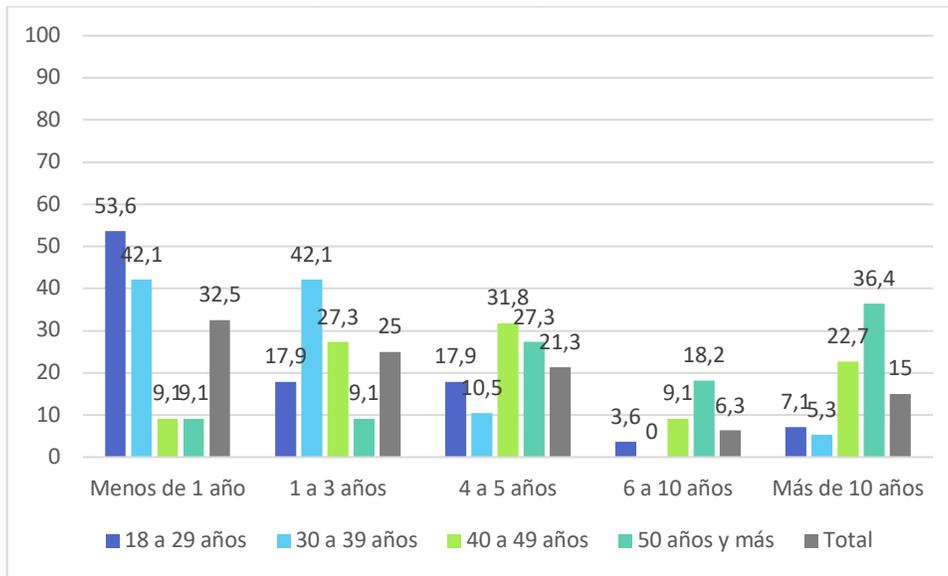
Gráfico 12: Antigüedad Laboral según Sexo Entrevistado (%)



P1. ¿Hace cuánto tiempo que usted es vendedor ambulante?; P18 Sexo del Entrevistado. N=80

En cuanto a la antigüedad laboral según edad, se observa que, para los tramos etarios de menor edad, un mayor porcentaje de encuestados lleva menos tiempo desarrollando la actividad. Para quienes señalan tener entre 18 y 29 años, un 53,6% señala llevar menos de 1 año siendo vendedor ambulante. El que aumente considerablemente la antigüedad respecto a la edad puede ser indicio de que ésta no sea una actividad provisoria, sino que se mantenga en los años.

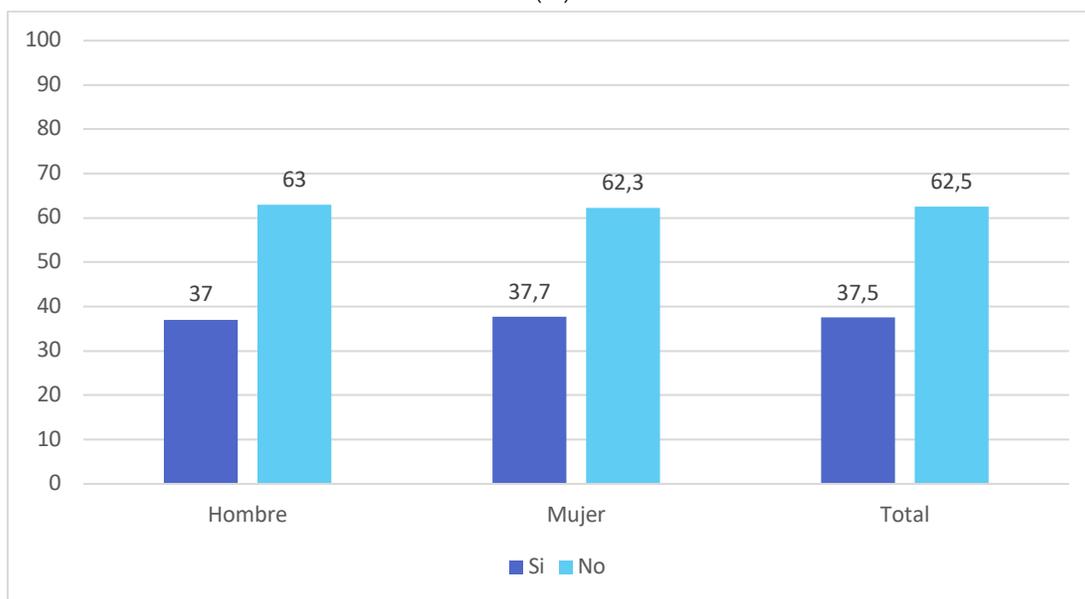
Gráfico 13: Antigüedad Laboral según Edad Entrevistado (%)



P1. ¿Hace cuánto tiempo que usted es vendedor ambulante? ; P18 Sexo del Entrevistado N=80

Respecto a si existe en su hogar otra persona que trabaje como vendedor ambulante, el 62,5% de los entrevistados señala que no y un 37,5% responde que sí. De acuerdo al sexo del entrevistado no se observan diferencias significativas entre hombres y mujeres.

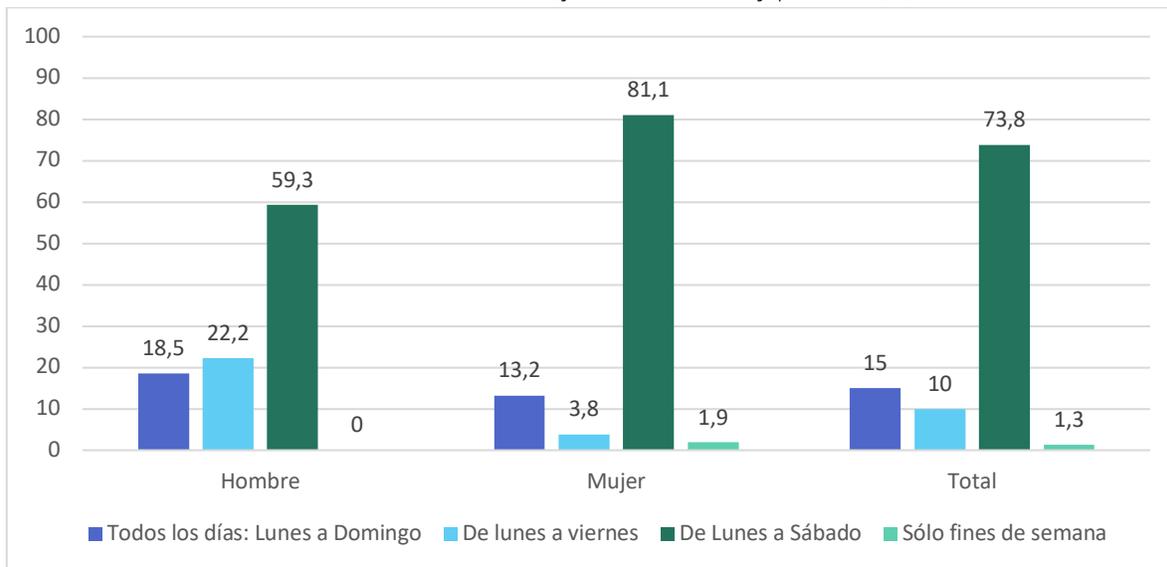
Gráfico 14: Otra persona del hogar trabaja como vendedor ambulante, según Sexo Entrevistado (%)



P3. ¿Otra persona de su hogar trabaja también como vendedor ambulante? ; P18 Sexo del Entrevistado.
N=80

En cuanto a los días que trabajan los comerciantes ambulantes de la zona, se observa que el 73,8% de los entrevistados trabaja de lunes a sábado, un 15% todos los días de la semana, un 10% de lunes a viernes y solo un 1,3% los fines de semana. Al revisar las respuestas por sexo, se observa que las mujeres en una mayor proporción trabajan de lunes a sábado (81,1%), en tanto que en el caso de los hombres esta opción llega a un 59,3%.

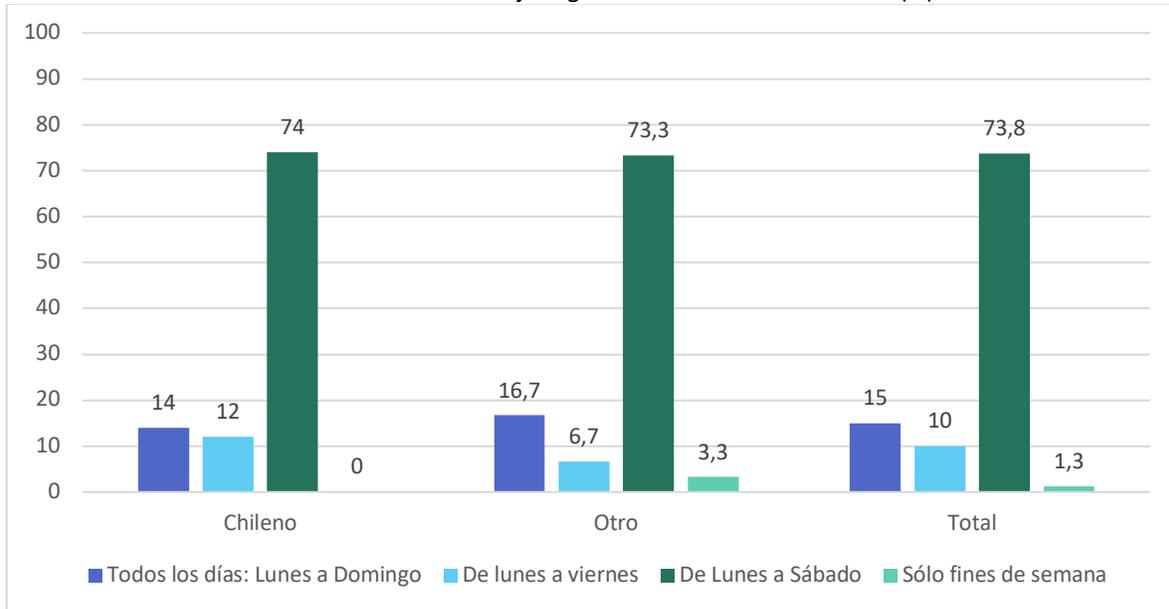
Gráfico 15: Días de trabajo muestra total y por sexo(%)



P4 ¿Qué días trabaja usted?; P18 Sexo del Entrevistado. N=80

Al analizar la variable de días de trabajo, por nacionalidad, no se observan diferencias importantes entre entrevistados chilenos y extranjeros, tal como se distingue en la siguiente figura.

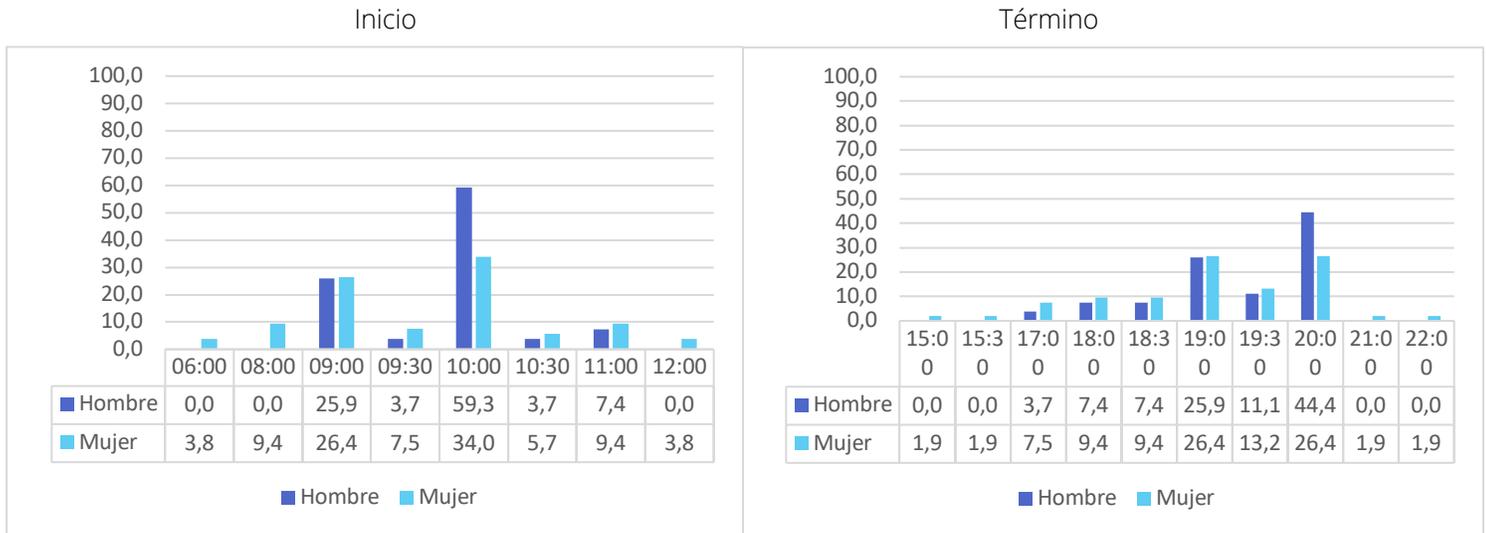
Gráfico 16: Días de trabajo según nacionalidad Entrevistado (%)



P4 ¿Qué días trabaja usted?; P20 Nacionalidad del entrevistado. N=80

En relación a los horarios de inicio y término de la jornada de ambos sexos se observa que por lo general el inicio de la jornada se concentra entre las 9:00 hrs. y 10:00 hrs., y el horario de término se concentra entre las 19:00 hrs. y 20:00 hrs. Es destacable que el 59,3% de los hombres entrevistados comienza su jornada a las 10:00 hrs. de la mañana, mientras que solo el 34,0% de las mujeres lo hace en ese horario. Los hombres son también en mayor medida quienes terminan más tarde, con un 44,4% que lo hace a las 20:00 hrs., mientras que solo un 26,4% de las mujeres lo hace en ese mismo horario.

Gráfico 17: Hora inicio/término jornada según Sexo Entrevistado (%)



P5. Por lo general ¿a qué hora comienza a trabajar y a qué hora termina?; P18 Sexo del entrevistado N=80

Los productos más comercializados por los vendedores entrevistados son ropa/producto textil (14,8%), juguetes (11,6%) y accesorios de mujer (10,3%), sin embargo, estos varían de acuerdo al sexo del vendedor. De este modo se observa que en el caso de las mujeres los productos más ofrecidos son la ropa (14,0%), los accesorios de mujer (13,1%), los juguetes, cosméticos y perfumes (9,3% cada uno), mientras que en el caso de los hombres son la ropa/producto textil y los juguetes (16,7% cada uno), la música, juegos computacionales y películas (10,4%).

Tabla 1: Productos ofertados según Sexo Entrevistado (%)

Producto	Hombre	Mujer	Total
ARTESANÍAS	2,1	3,7	3,2
MÚSICA, JUEGOS COMPUTACIONALES, PELÍCULAS	10,4	1,9	4,5
ARTÍCULOS Y ACCESORIOS ELECTRÓNICOS	8,3	3,7	5,2
LIBROS	8,3	1,9	3,9
CIGARROS	8,3	3,7	5,2
ROPA/TODO TIPO DE PRODUCTO TEXTIL	16,7	14,0	14,8
JUGUETES	16,7	9,3	11,6
COSMÉTICOS Y PERFUMES	6,3	9,3	8,4
ARTÍCULOS IMPORTADOS DE MARCA (LENTES, RELOJES U OTROS)	0,0	8,4	5,8
ACCESORIOS MUJER	4,2	13,1	10,3
ACCESORIOS O ARTÍCULOS HOGAR	0,0	4,7	3,2
COMIDA PREPARADA	8,3	6,5	7,1
COMIDA ENVASADA	6,3	2,8	3,9
MEDICAMENTOS	0,0	4,7	3,2
MERCADERÍA DE ABARROTÉS	0,0	0,9	0,6
ARTÍCULOS DE FERRETERÍA	0,0	1,9	1,3
ESTACIONALES U OTROS	4,2	9,3	7,7
Total	100	100	100

P6. Encuestador: Encierre en un círculo todos los productos que comercializa el vendedor ambulante (resp. múltiple); P18 Sexo entrevistado. N=80

En el tramo de edad de los 18 a 29 años los productos más comercializados corresponden a ropa/producto textil y juguetes con 20,8% cada ítem; en el caso del tramo de 30 a 39 años los productos más comercializados son los estacionales y otros con 18,5%; en el tramo de los 40 a 49 años el producto comercializado más importante es el de accesorios mujer con 12,5%; por último, en el tramo de 50 años y más los productos más comercializados son ropa/producto textil y accesorios mujer.

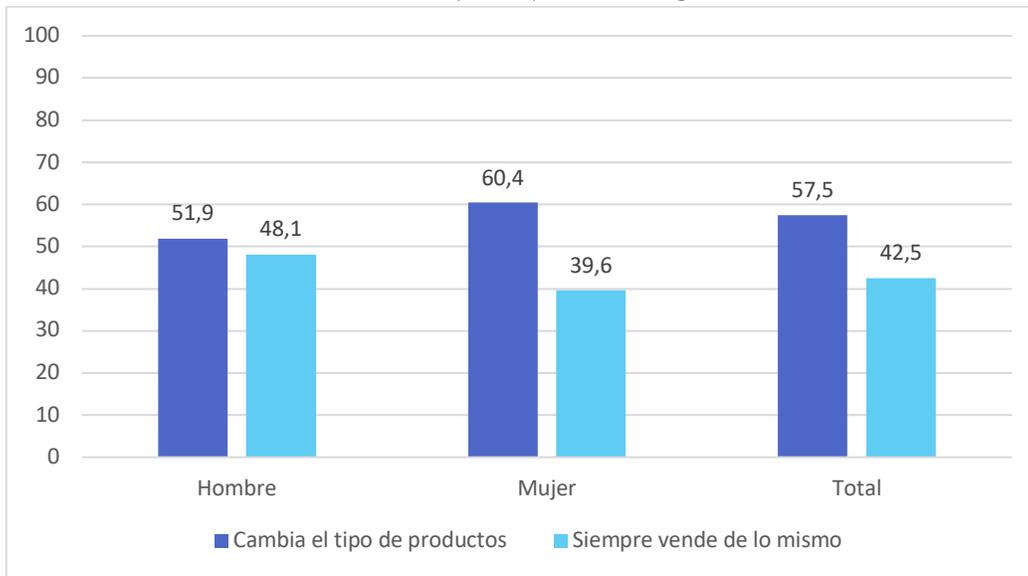
Tabla 2: Productos ofertados según edad entrevistado (%)
Vendedor ambulante no autorizado

Producto	18 a 29 años	30 a 39 años	40 a 49 años	50 años y más	Total
ARTESANÍAS	3,8	0,0	3,6	5,3	3,2
MÚSICA, JUEGOS COMPUTACIONALES, PELÍCULAS	5,7	3,7	5,4	0,0	4,5
ARTÍCULOS Y ACCESORIOS ELECTRÓNICOS	1,9	3,7	7,1	10,5	5,2
LIBROS	1,9	7,4	5,4	0,0	3,9
CIGARROS	5,7	7,4	5,4	0,0	5,2
ROPA/TODO TIPO DE PRODUCTO TEXTIL	20,8	11,1	8,9	21,1	14,8
JUGUETES	20,8	3,7	7,1	10,5	11,6
COSMÉTICOS Y PERFUMES	5,7	7,4	10,7	10,5	8,4
ARTÍCULOS IMPORTADOS DE MARCA (LENTESES, RELOJES U OTROS)	3,8	0,0	8,9	10,5	5,8
ACCESORIOS MUJER	7,5	3,7	12,5	21,1	10,3
ACCESORIOS O ARTÍCULOS HOGAR	7,5	0,0	1,8	0,0	3,2
COMIDA PREPARADA	3,8	11,1	7,1	10,5	7,1
COMIDA ENVASADA	1,9	11,1	3,6	0,0	3,9
MEDICAMENTOS	3,8	7,4	1,8	0,0	3,2
MERCADERÍA DE ABARROTES	0,0	0,0	1,8	0,0	0,6
ARTÍCULOS DE FERRETERÍA	0,0	3,7	1,8	0,0	1,3
ESTACIONALES U OTROS	5,7	18,5	7,1	0,0	7,7
Total	100	100	100	100	100

P.6. Encuestador: Encierre en un círculo todos los productos que comercializa el vendedor ambulante (resp. múltiple). N=80

El 57,5% de los vendedores ambulantes encuestados señala que siempre vende los mismos productos y el 42,5% de ellos declara cambiar los productos que vende. Las mujeres son quienes recambian los productos en mayor proporción (60,4%), mientras que los hombres señalan cambiar el tipo de productos en el 51,9% de los casos.

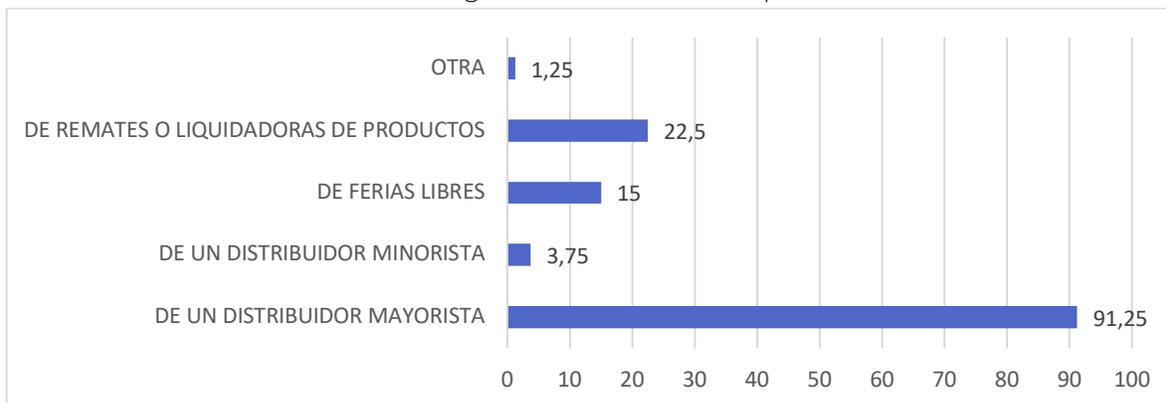
Gráfico 18: Cambia o mantiene tipo de producto según Sexo Entrevistado (%)



P7: ¿Ud. cambia el tipo de productos que vende o siempre vende de lo mismo?; P18 Sexo entrevistado. N=80

Respecto al origen de los productos comercializados el 91,3% de los encuestados señala obtenerlos de una distribuidora mayorista, el 22,5% de remates y liquidadoras de productos y el 15,0% de ferias libres.

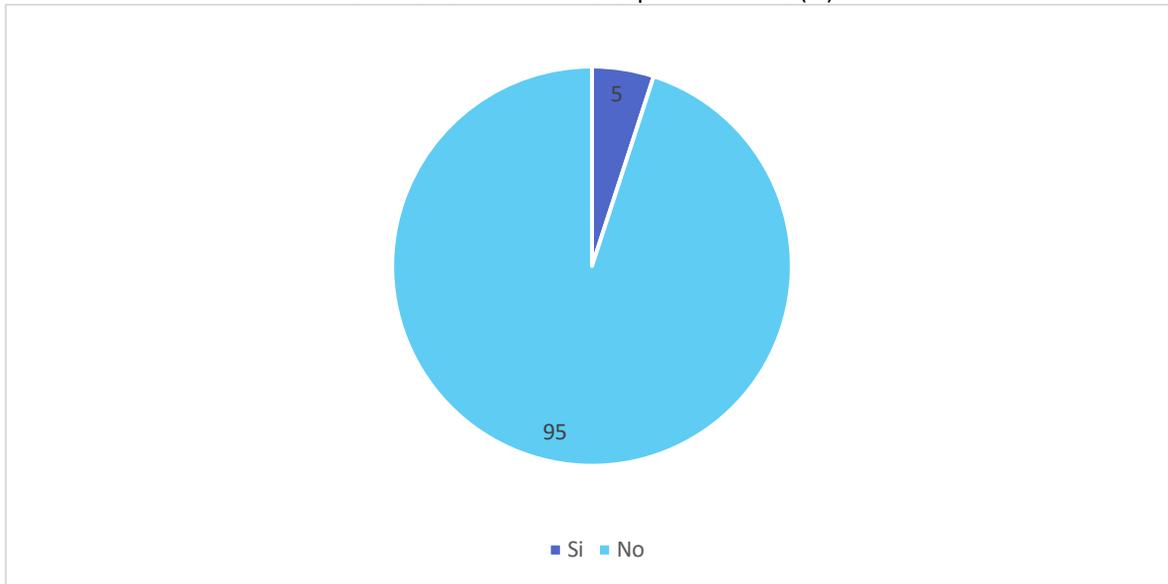
Gráfico 19: Lugares de abastecimiento productos



P8. ¿Dónde compra o adquiere los productos? (resp. múltiple). N=80

Respecto a si se arrienda el espacio y/o todo utilizado por el encuestado, un 95% señala que no lo arrienda. De las cuatro observaciones que se tienen para quienes señalaron pagar, el promedio a pagar es de \$297.500, con un mínimo de \$140.000 y un máximo de \$600.000.

Gráfico 20: Arriendo del espacio utilizado (%)

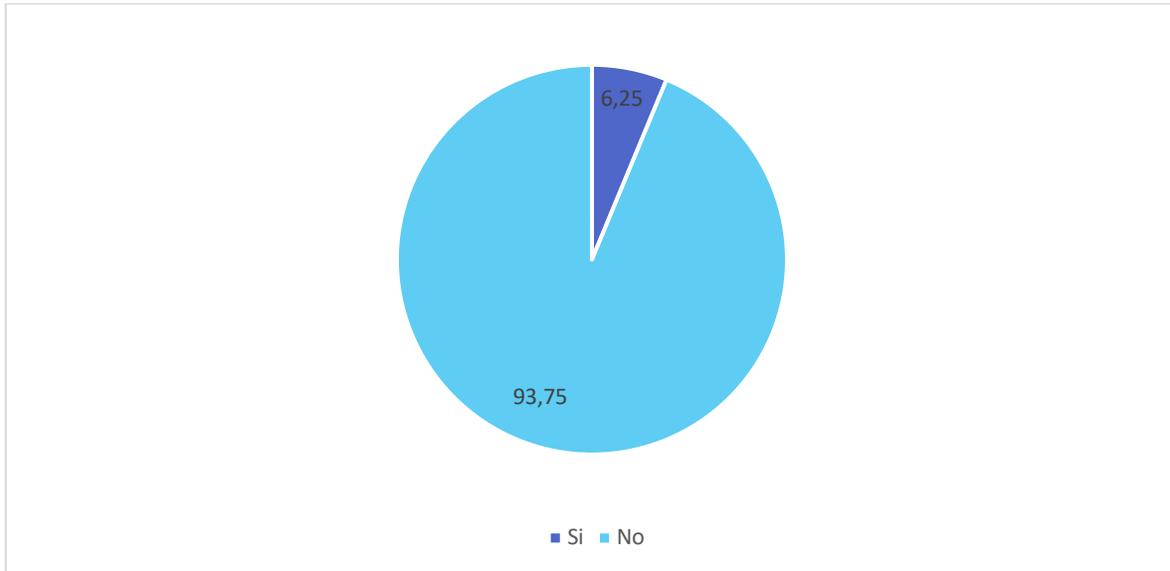


P10: ¿Arrienda el espacio y/o todo que utiliza actualmente? N=80

Respecto a la pregunta acerca de si se desarrolla la misma actividad en otro lugar, un 96% señala que no y solo un 4% reporta desarrollar la actividad en otro lugar. Quienes optaron por la opción de si desarrollan la actividad en otro lugar, señalan realizarlo en ferias libres.

Respecto a la pregunta si debe compartir las ganancias reportadas por la actividad, un 93,75% de los encuestados señala que no, y solo un 6,25% señala que sí. Quienes señalan repartir las ganancias, lo realizan principalmente con miembros de la familia.

Gráfico 21: Compartir o no ganancias de la actividad (%)

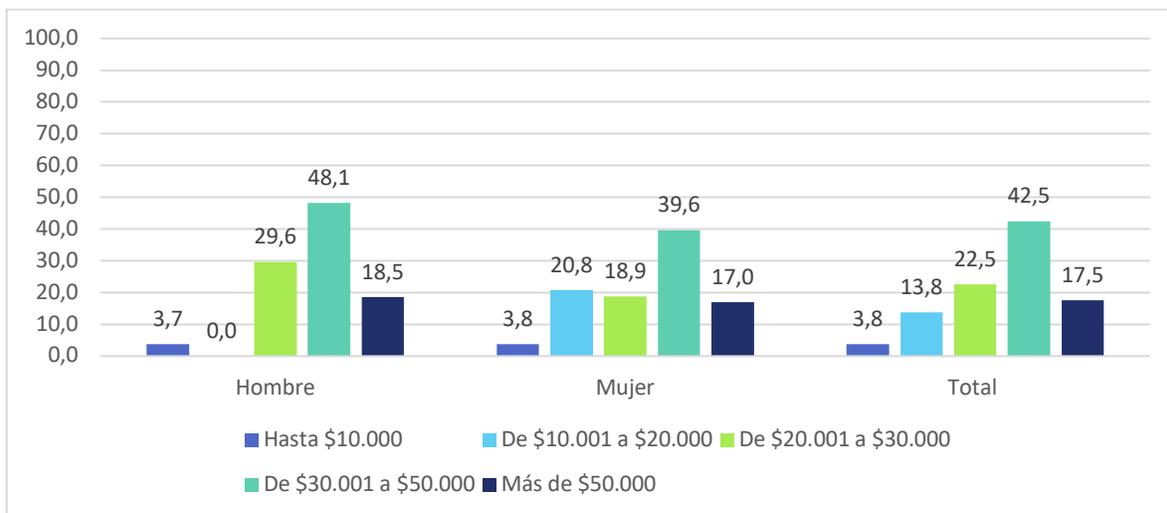


P13. En relación a las ganancias que le reporta la actividad desarrollada, ¿Estas son solo para usted o deben ser compartidas con otras personas? N=80

3.3 Ingresos y subsidios

El ingreso promedio diario del 42,5% de los encuestados es de entre \$30.001 a \$50.000, mientras que el 22,5% logra un ingreso promedio diario de entre \$20.001 a \$30.000. Estos dos tramos de ingresos son los que concentran al 65% de los encuestados. Esta tendencia se mantiene en el caso del sexo masculino, observándose que el 48,1% de los hombres genera un ingreso diario de entre \$30.001 a \$50.000 y un 29,6% en el tramo de \$20.001 a \$30.000. En el caso del sexo femenino, se tiene, en cambio, un 39,6% en el tramo de \$30.001 a \$50.000 y un 20,8% en el tramo de \$10.001 a \$20.000. El ingreso diario mínimo de hombres y mujeres es de \$10.000, y el máximo reportado es de \$100.000 y \$200.000, respectivamente.

Gráfico 22: Ingreso diario según Sexo Entrevistado (%)

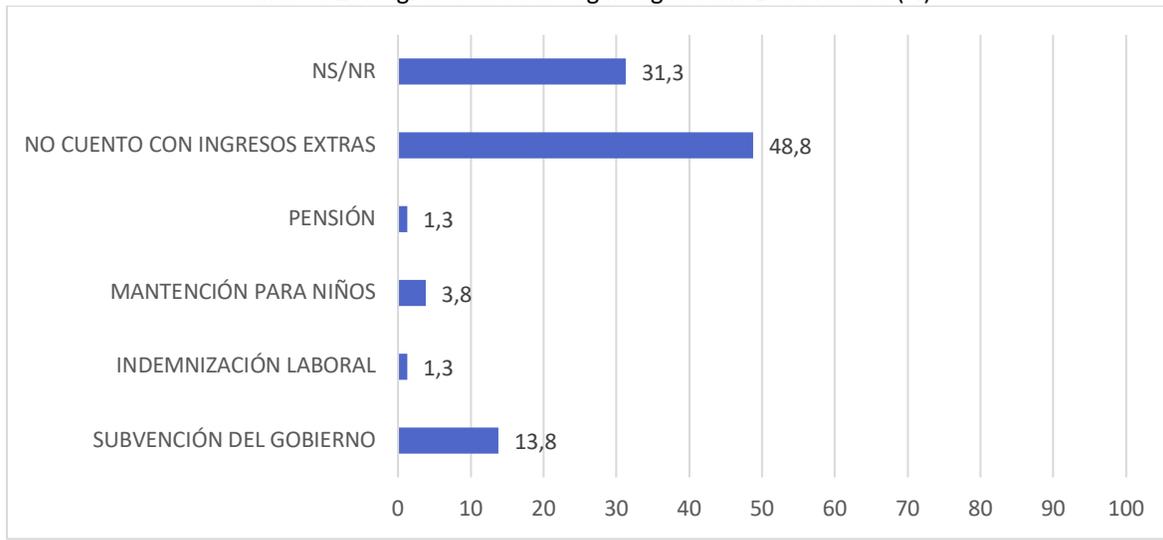


P9: ¿Cuál es su ingreso promedio por día?; P18 Sexo entrevistado. N=80

En cuanto a si pertenece a alguna asociación de vendedores, el 95% de los vendedores declara que no pertenece a una y el 5% restante no respondió la pregunta.

Frente a la pregunta acerca de contar con algún tipo de ingreso extra en su hogar, las personas señalan en un 48,8% no contar con ingresos extras, un 31,3% no sabe o no responde y un 13,8% cuenta con subvención del gobierno.

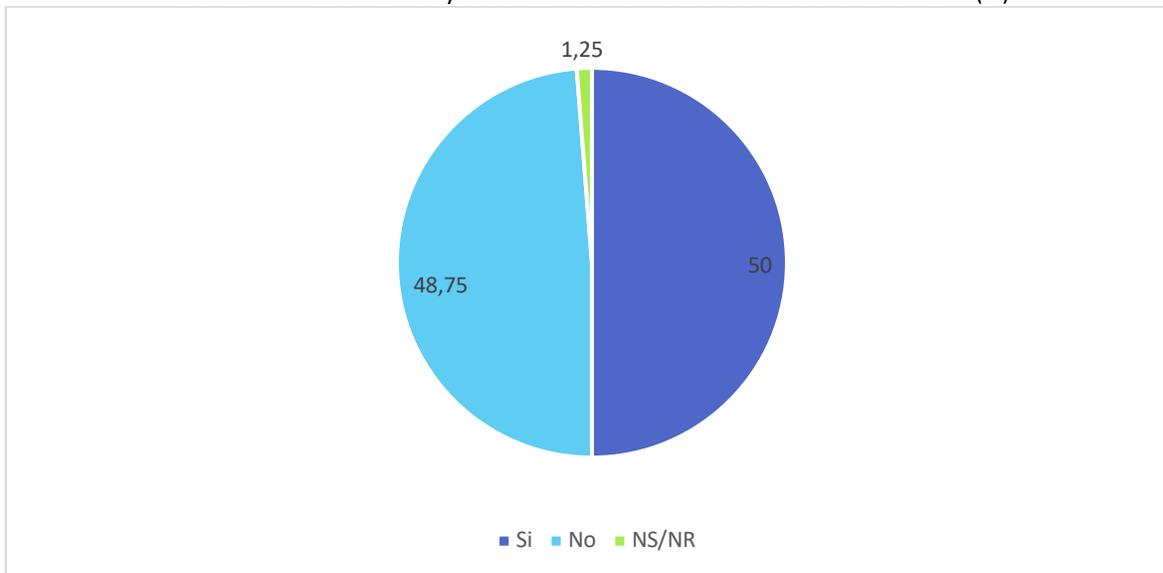
Gráfico 23: Ingresos extra al hogar según Sexo Entrevistado (%)



P28. ¿Cuenta con algún tipo de ingreso extra en su hogar? N=80

Respecto a si el entrevistado o alguien de su familia recibió algún tipo de ayuda en dinero o bienes durante el año 2021, un 50% señala haber recibido ayuda, en tanto que un 48,75% no lo hizo.

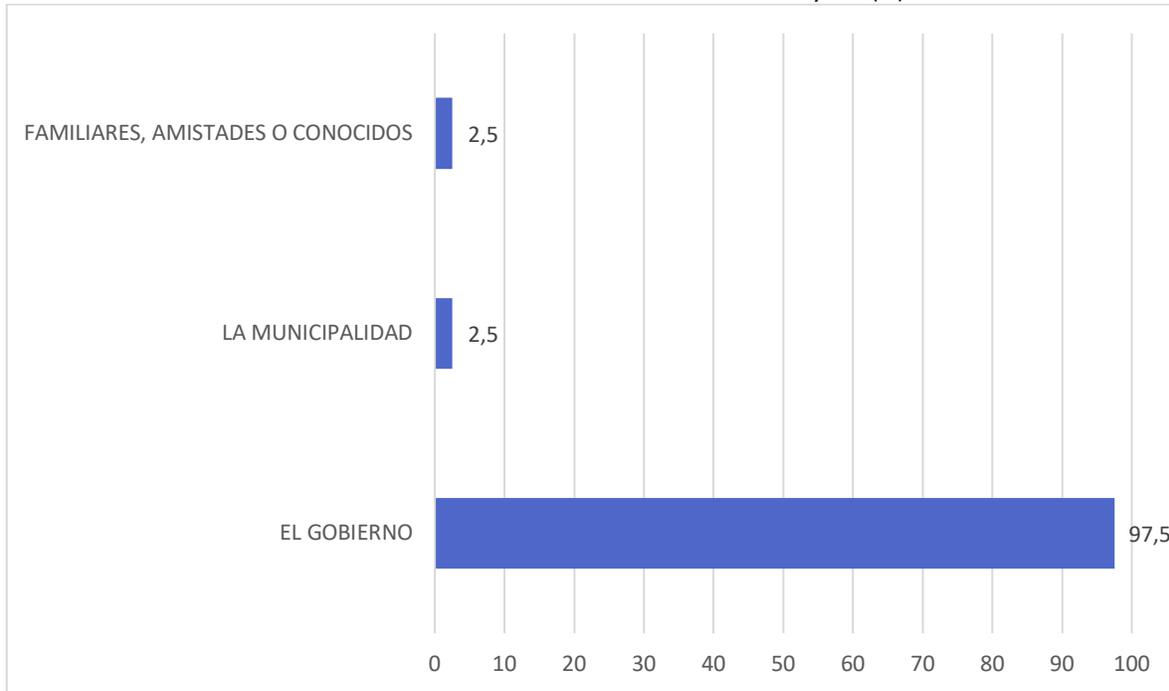
Gráfico 24: Recibir o no ayuda externa en dinero o bienes durante el 2021 (%)



P29. Durante el año 2021, ¿usted o alguien de su hogar recibió ayuda en dinero o bienes de parte de alguna organización, institución o persona fuera de su hogar? N=80

Entre quienes recibieron algún tipo de ayuda, principalmente ésta fue recibida de parte del gobierno, con un 97,5% de las menciones.

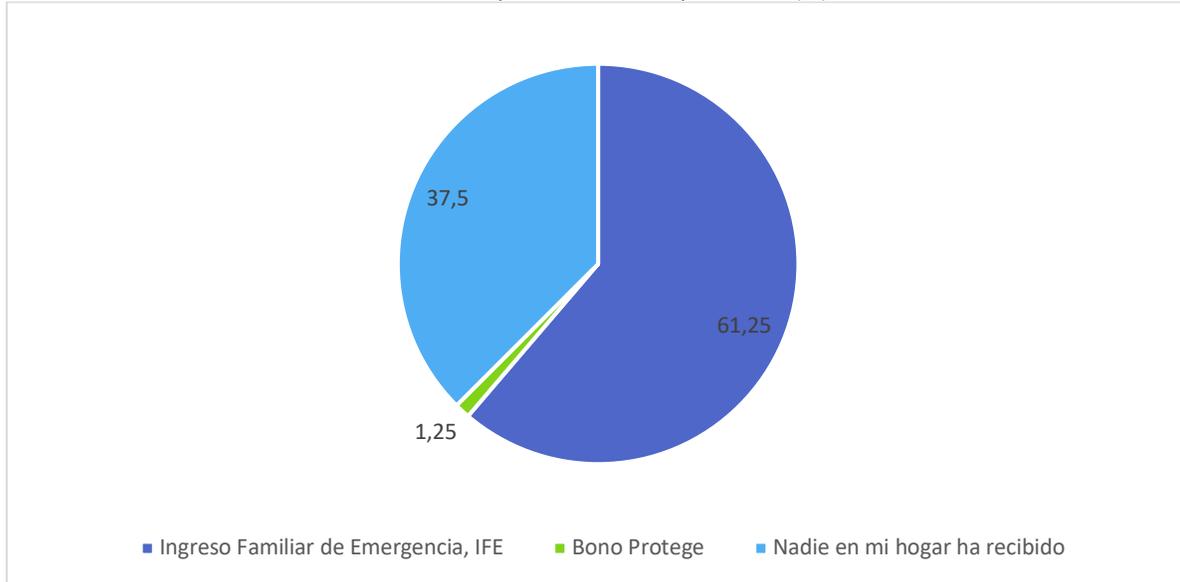
Gráfico 25: Instituciones de las cuales se recibió ayuda (%)



P25. ¿De qué organizaciones, instituciones o personas fuera de su hogar ha recibido esta ayuda?
N=80

Respecto a las ayudas entregadas en pandemia, en la siguiente figura se distingue que un 61,25% de los encuestados señalan haber recibido desde el inicio de la pandemia el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), un 1,25% el Bono Protege y un 37,5% señala no haber recibido ninguno de estos beneficios.

Gráfico 26: Ayuda recibida en pandemia (%)

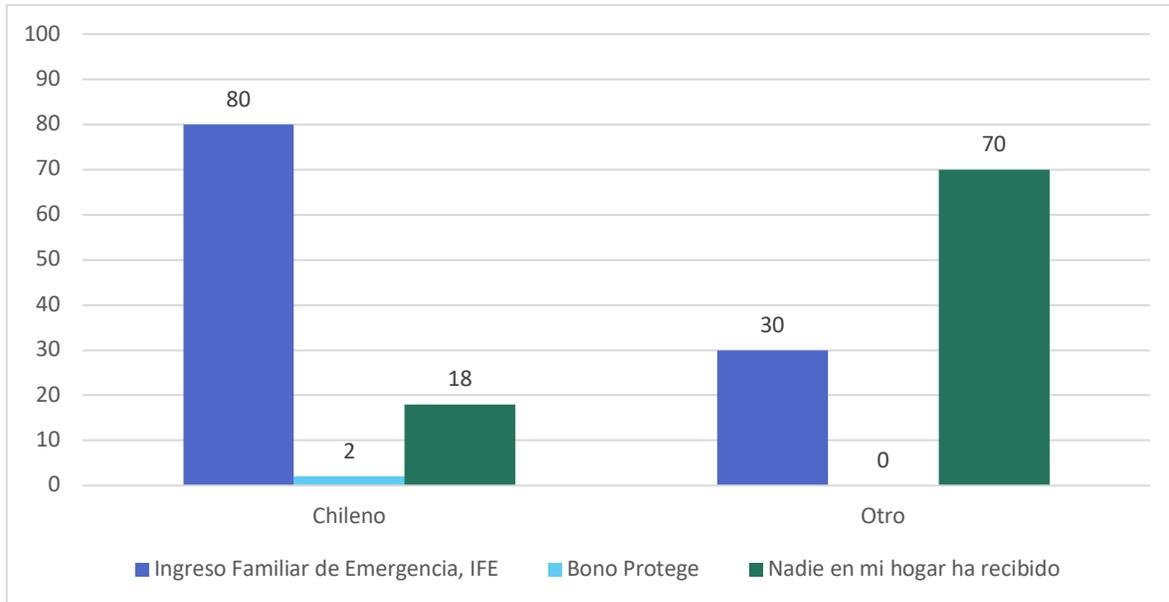


P31. Desde el inicio de la pandemia, ¿alguien en su hogar ha recibido alguno de los siguientes beneficios? N=80

En relación con la recepción de las ayudas mencionadas y la nacionalidad del encuestado, se observa una diferencia significativa entre encuestados chilenos y extranjeros.

En el caso de los chilenos, solo un 18% reporta no haber recibido ayuda, en tanto que en el caso de extranjeros este porcentaje llega a un 70%. Si bien es preciso continuar indagando, esto puede mostrar que la situación migratoria de los extranjeros es principalmente no regularizada, pues en algunos pagos del Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), solo se requería contar con el RUT para poder optar al beneficio.

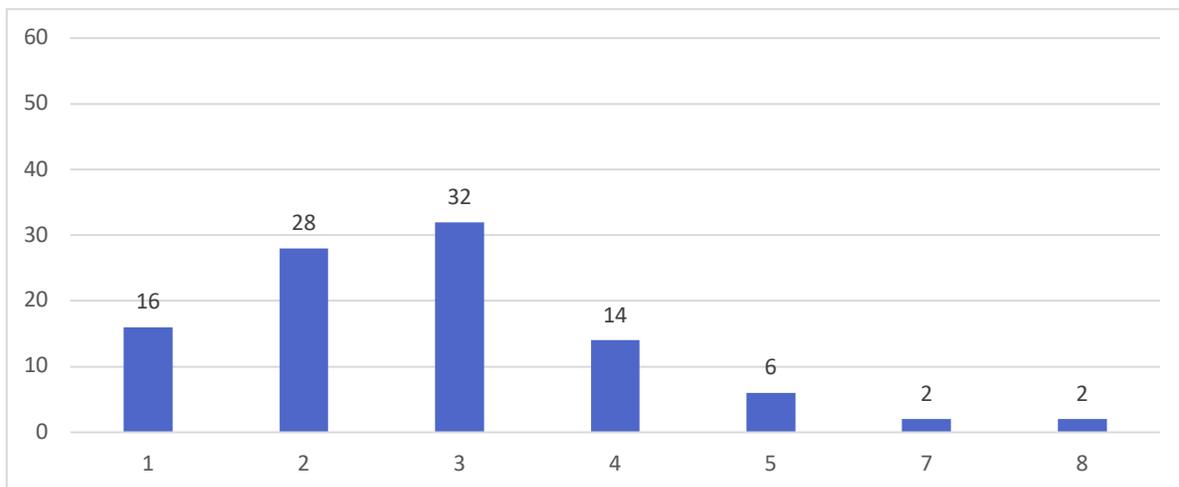
Gráfico 27: Ayuda en pandemia por nacionalidad (%)



P31. Desde el inicio de la pandemia, ¿alguien en su hogar ha recibido alguno de los siguientes beneficios?; P20 Nacionalidad entrevistado. N=80

Respecto a cuántas personas del hogar recibieron este beneficio, se distingue que en más de un 80% lo recibió más de una persona. Esto es relevante por cuanto el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) se entregaba en función del tamaño del hogar.

Gráfico 28: Número de personas del hogar por las cuales se recibió ayuda (%)



P32. Incluyéndolo a Ud., ¿por cuántas personas su hogar recibió este beneficio? N=80

Sobre los retiros de las AFPs, solo un 20% reporta haber realizado algún retiro del 10%, un 61,25% señala no haberlo hecho y un 17,5% no haber cotizado nunca en una AFP.

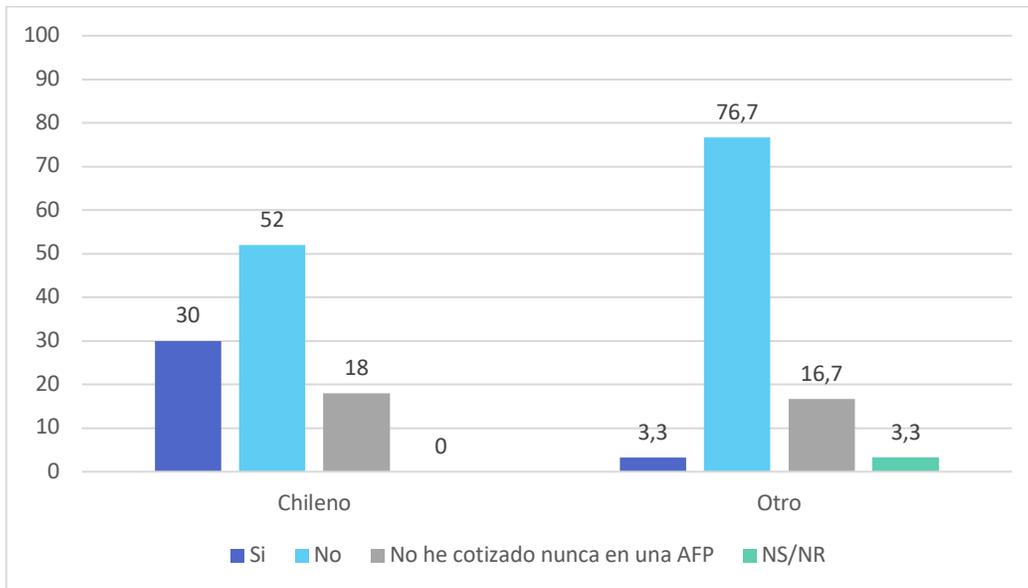
Gráfico 29: Retiros del 10% de las AFPs (%)



P33 ¿Realizó algún retiro del 10% en la AFP? N=80

Al indagar en los retiros de las AFPs, según la nacionalidad del encuestado, de quienes realizaron retiros, un 93% corresponden a chilenos. Al indagar tanto en chilenos como extranjeros, en el caso de los entrevistados chilenos, un 30% señala haber realizado algún retiro, en tanto que en el caso de extranjeros solo un 3,3% lo señala.

Gráfico 30: Retiros del 10% de las AFPs por nacionalidad (%)

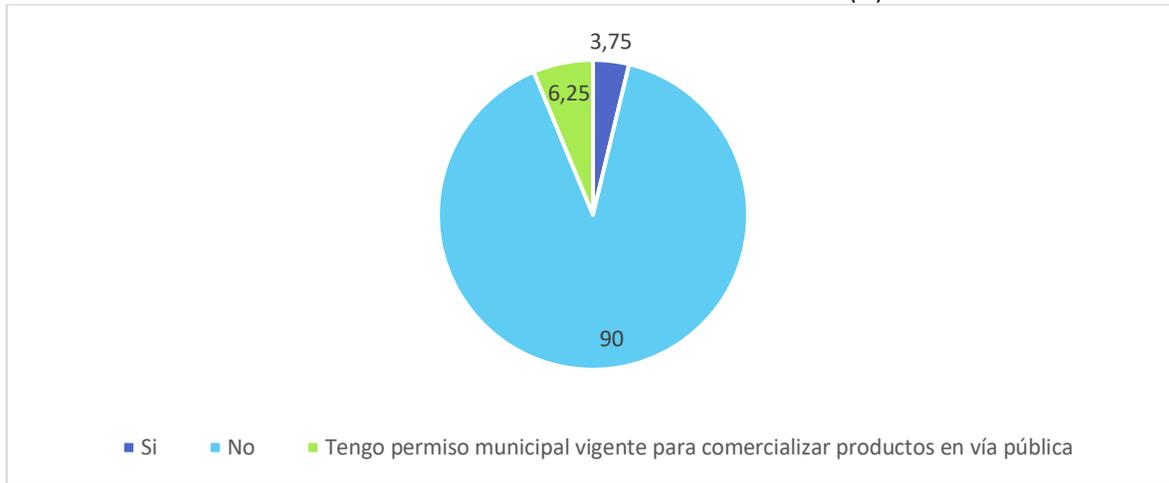


P33. ¿Realizó algún retiro del 10% en la AFP?; P20 Nacionalidad entrevistado. N=80

3.4 Formalización de la actividad

Respecto a la formalización y si le han ofrecido en alguna oportunidad hacerlo, un 90% de los entrevistados señala no haber tenido este tipo de ofrecimiento, un 3,75% si haber recibido la oferta y un 6,25% contar con algún tipo de permiso municipal.

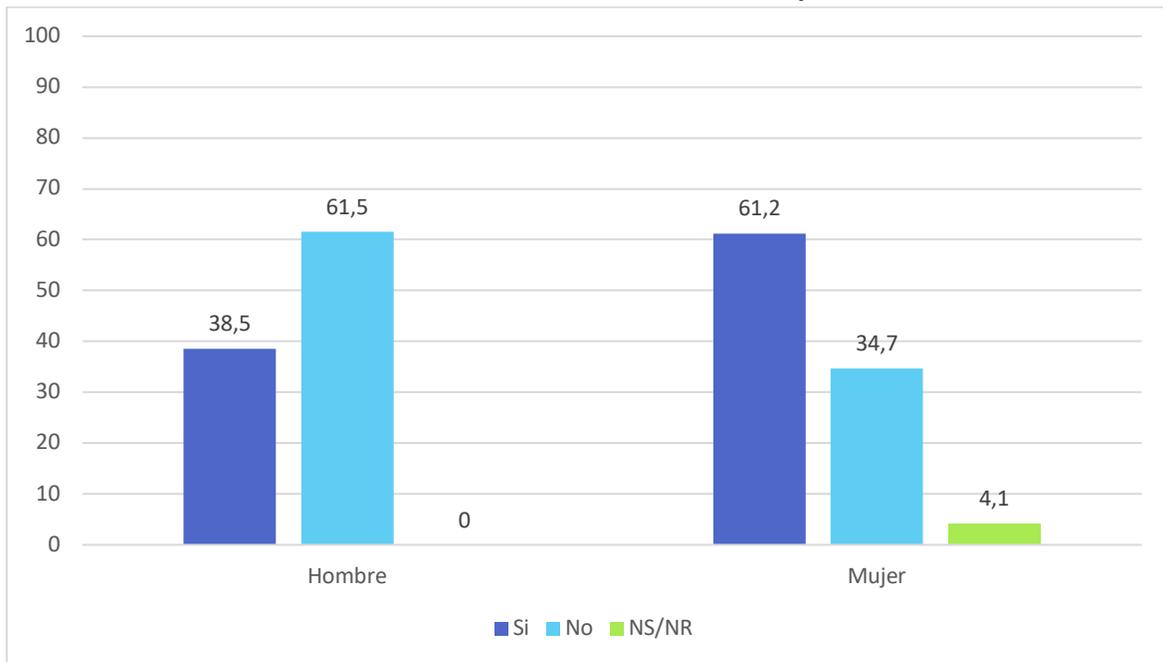
Gráfico 31: Oferta de formalización de la actividad (%)



P14. ¿Le han ofrecido o ha tenido la oportunidad de formalizar su trabajo? N=80

Respecto al interés en formalizar la actividad, y relacionando esta variable con el sexo del encuestado, se observa que en el caso de los hombres, solo un 38,5% señala tener interés en formalizar el trabajo, siendo que en el caso de las mujeres, el interés en formalizar se da en un 61,2% de los casos.

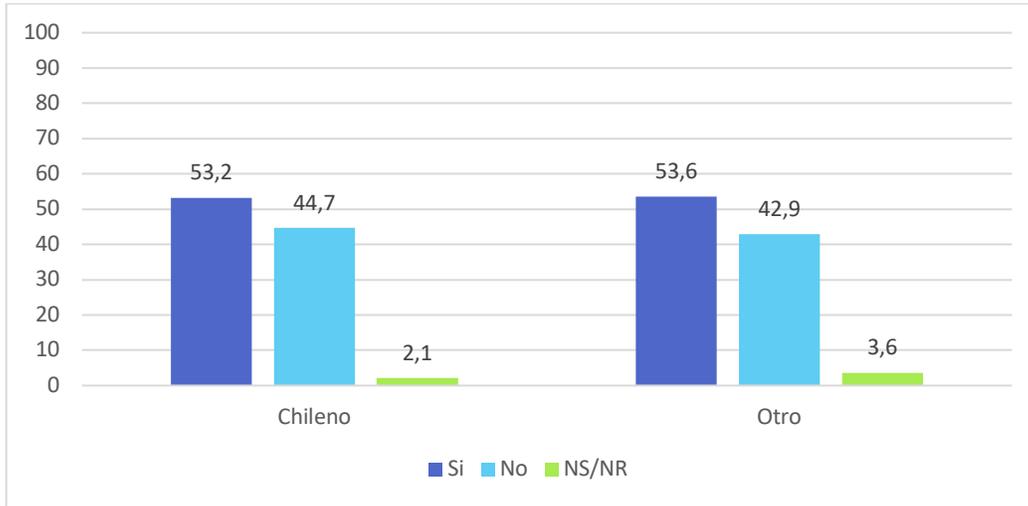
Gráfico 32: Interés en formalizar el trabajo (%)



P15 ¿Le gustaría formalizar su trabajo?(Regularizar la actividad laboral). N=80

Respecto al interés en la formalización y la nacionalidad del encuestado, en la siguiente imagen se observa que no existen diferencias relevantes. En el caso de entrevistados de nacionalidad chilena, un 53,2% señala estar interesado en hacerlo, en tanto que en el caso de los entrevistados extranjeros, un 53,6% estaría interesado.

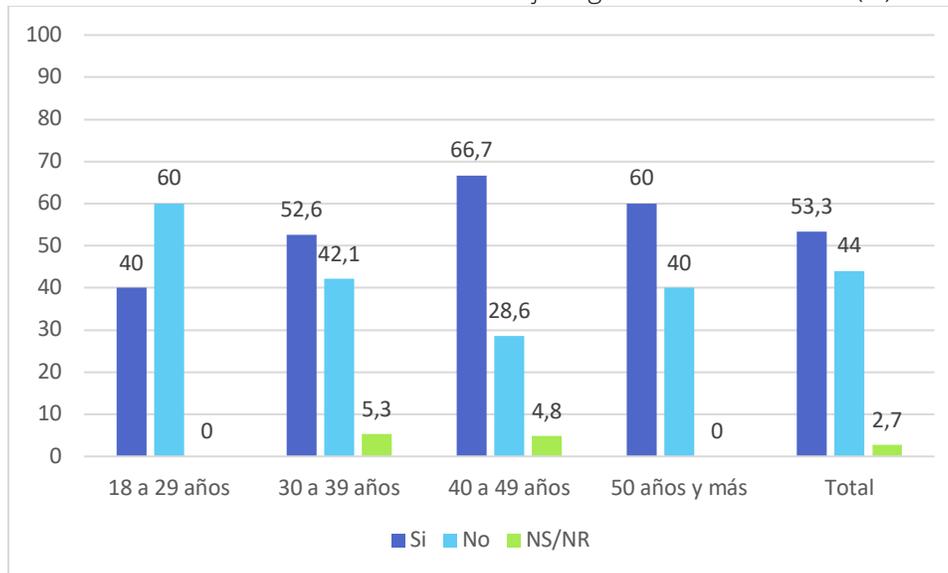
Gráfico 33: Interés en formalizar trabajo según nacionalidad del Entrevistado (%)



P15. ¿Le gustaría formalizar su trabajo?(Regularizar la actividad laboral), P18: Sexo entrevistado. N=80

En cuanto a la edad de los entrevistados se observa que en buena parte de los tramos es mayor el interés en formalizar, salvo en el tramo de 18 a 29 años donde el 60% de los encuestados señala no estar interesado.

Gráfico 34: Interés en formalizar trabajo según Edad Entrevistado(%)

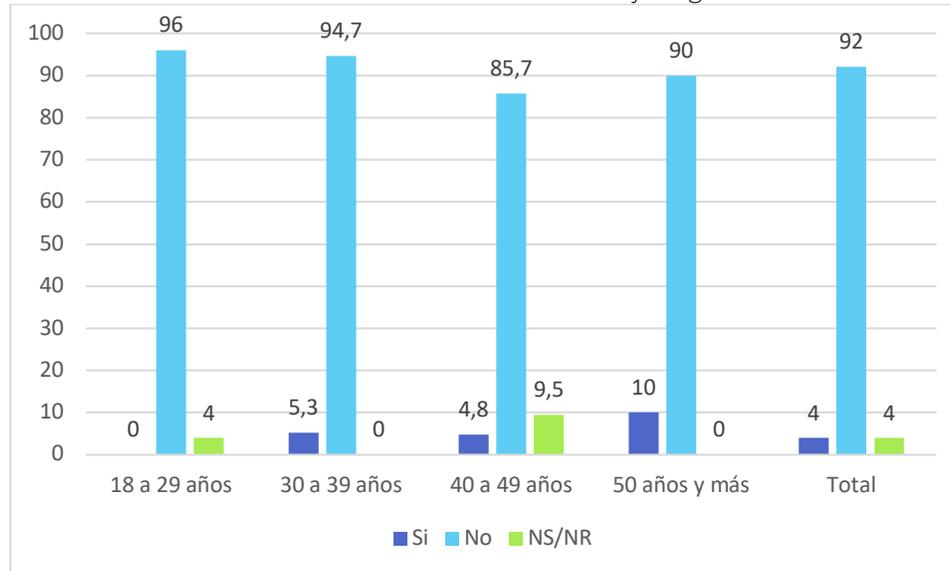


P15. ¿Le gustaría formalizar su trabajo?(Regularizar la actividad laboral), P17: Edad entrevistado. N=80

En relación al conocimiento de las acciones necesarias para formalizar la actividad, tan sólo el 4% de los encuestados declara conocer los procedimientos para formalizar y el 92% no los conocería.

Al cruzar la variable por la edad de los entrevistados se constata que, a pesar de que en todas las edades predomina el desconocimiento de los procedimientos para formalizar, a medida que aumenta la edad de los entrevistados el desconocimiento también iría en aumento.

Gráfico 35: Conocimiento sobre formalización del trabajo según Edad Entrevistado (%)



P16. ¿Sabe que tendría que hacer si quisiera formalizar su trabajo?, P17: Edad entrevistado. N=80

En relación con el sueldo líquido por el cual se estaría dispuesto aceptar un empleo o actividad estable como trabajador dependiente, un 32,5% señala no estar dispuesto a dejar la actividad como vendedor ambulante. Un 2,5% estaría dispuesto por un sueldo de entre \$350.001 y \$500.000, un 21,25% por un sueldo en el rango \$700.001-\$850.000 y un 20% por más de \$850.000. Esto pareciera ser consistente con lo obtenido en relación al ingreso diario que obtendrían por la actividad informal que realizan.

Gráfico 36: Monto mínimo por el cual se estaría dispuesto a formalizar el trabajo (%)

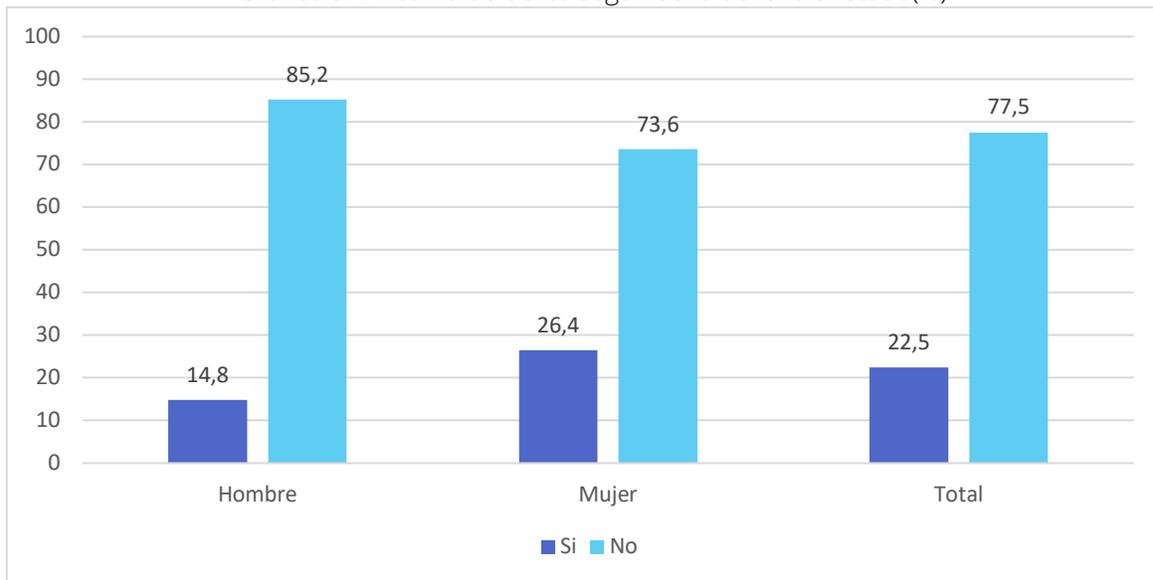


P34. Si Ud. tuviera la posibilidad de desarrollar otra actividad o tener un empleo estable como dependiente, Y DEJAR DE SER VENDEDOR AMBULANTE, ¿por cuánto dinero líquido mensual estaría dispuesto a aceptar este trabajo/actividad? N=80

3.5 Percepción de seguridad

Al averiguar si los vendedores ambulantes han sido víctimas de delitos en el último año en el sector en el que trabajan, el 22,5% de los encuestados señala que ha sido víctima de algún delito. Al analizar por sexo se observa que, en el caso de las mujeres, un 26,4% señala haber sido víctima de un delito, en tanto que, en el caso de los hombres, este porcentaje llega solo a un 14,8%.

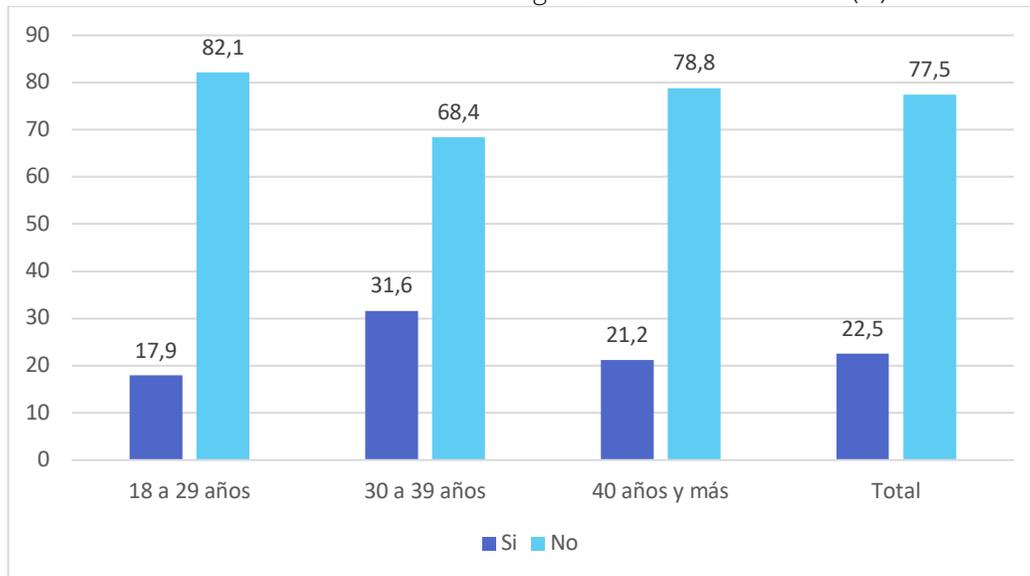
Gráfico 37: Víctima de delito según sexo del entrevistado(%)



P17 ¿Ha sido víctima de algún delito los últimos 12 meses en este sector? N=80

Al abordar las diferencias por edad se evidencia que en los tramos de 30 a 39 años y 40 a 49 años se observa una mayor proporción de víctimas de delitos.

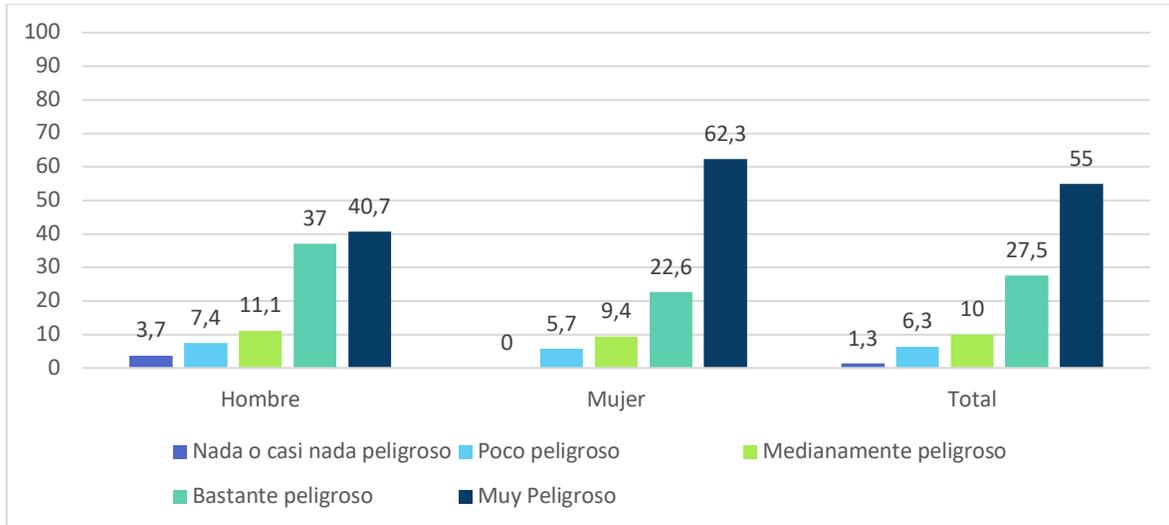
Gráfico 38: Víctima de delito según Edad del entrevistado (%)



P17. ¿Ha sido víctima de algún delito los últimos 12 meses en este sector? N=80

Al abordar la percepción de los encuestados respecto de la peligrosidad del sector en el que trabaja, el 27,5% señala que el sector es bastante peligroso y el 55% indica que es muy peligroso. Al observar el comportamiento de la variable según el sexo de los entrevistados se tiene que las mujeres perciben mayor peligrosidad en el sector en el que se desempeñan ya que el 84,9% de ellas piensa que es bastante o muy peligroso, mientras que el 77,7% de los hombres considera que el sector es bastante o muy peligroso.

Gráfico 39: Percepción de peligrosidad en el sector según Sexo Entrevistado (%)



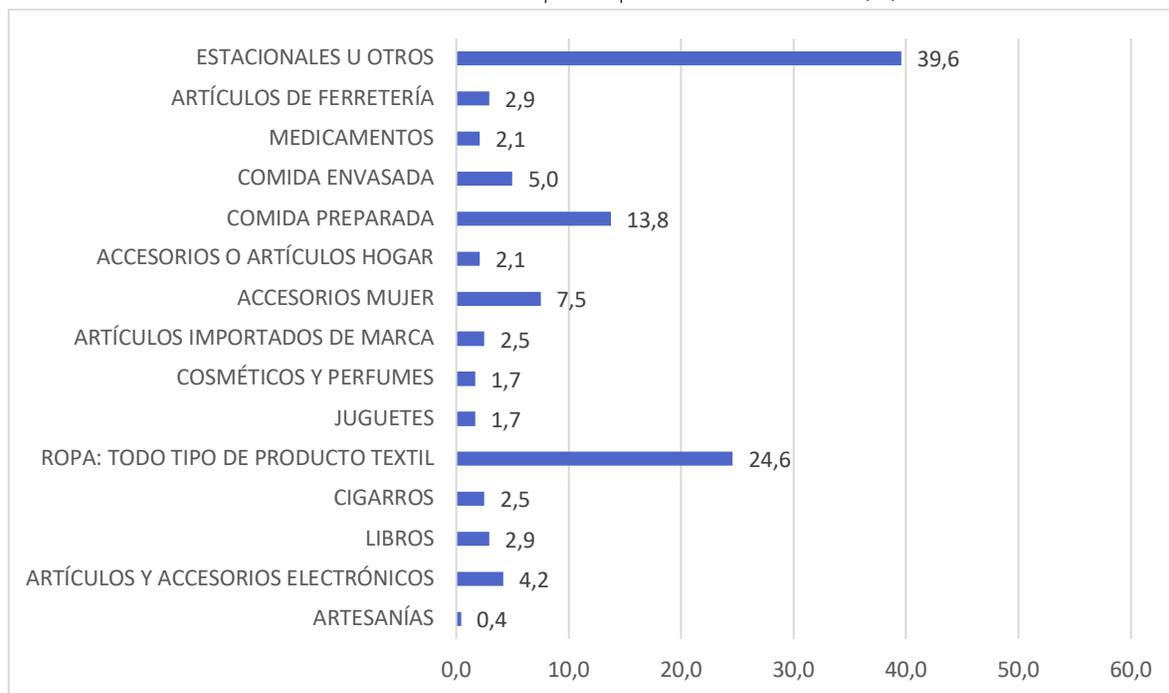
P17a. ¿Qué tan peligroso diría usted que es este sector? N=80

3.6 Pauta de Observación

Como se señaló con anterioridad, la otra actividad desarrollada fue el levantamiento de 240 observaciones a partir de un instrumento elaborado para dicha tarea. Las observaciones fueron levantadas en la misma semana que la encuesta, por dos observadores independientes quienes levantaron los cuestionarios cuyos resultados ya se analizaron.

Respecto a la observación, en el siguiente gráfico se distingue que, de los productos más comercializados, en un 39,6% corresponde a productos estacionales (mascarillas, huevos de chocolate y bebidas), en un 24,6% corresponde a ropa o productos textiles y un 13,8% a comida preparada. El resto de las alternativas posee menos de un 10% de los casos.

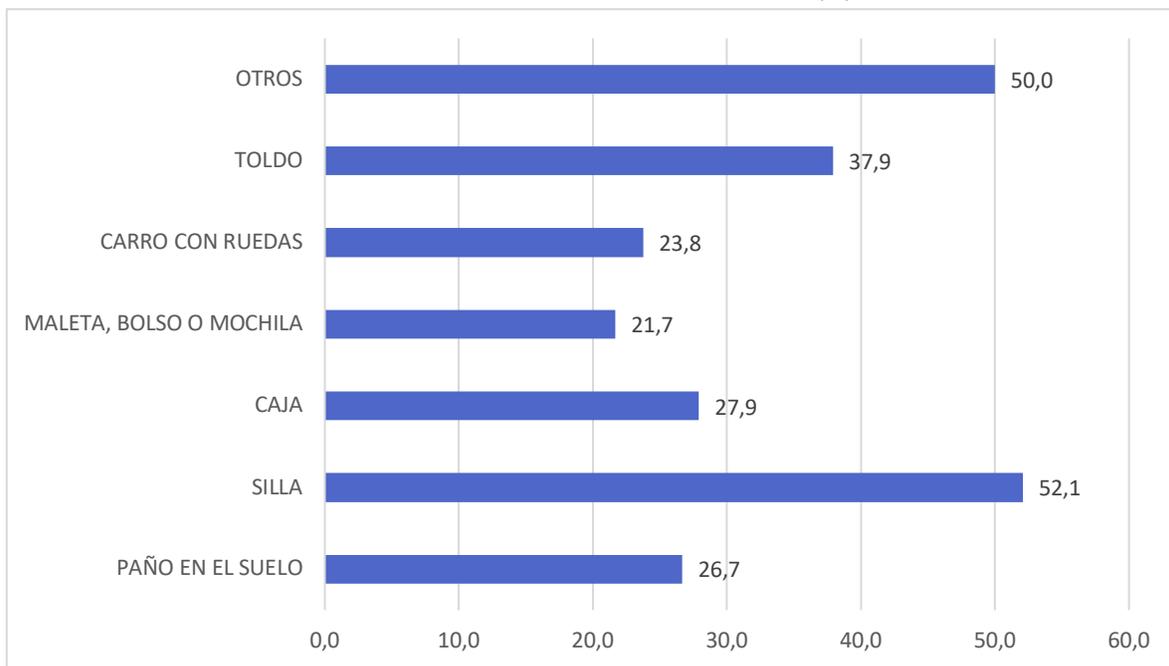
Gráfico 40: Tipo de productos vendidos (%)



Tipo de producto(s) que vende y cantidad que presenta (resp. múltiple). N=240

Acerca de los elementos utilizados en la venta, en el siguiente gráfico se observa que un 52,1% utiliza silla, un 37,9% utiliza toldos, un 27,9% utiliza una caja, un 26,7% utiliza un paño, un 23,8% un carro con ruedas, un 21,7% una maleta, bolso o mochila, y un 50% otros elementos.

Gráfico 41: Elementos utilizados (%)



Elementos utilizados por el vendedor (resp. múltiple). N=240

IV. Sección 4: Conclusiones

El presente estudio corresponde a un piloto que busca caracterizar a los vendedores ambulantes de un sector del Barrio Meiggs y de esta forma ser un primer estudio actualizado que busca contribuir como insumo al desarrollo de políticas públicas que apunten a la formalización de esta actividad, disminuyendo así la vulnerabilidad y precariedad en el trabajo informal y los impactos negativos que éste puede generar en otros sectores como es el comercio formal.

En lo que respecta a la caracterización de los encuestados, se observa un mayor porcentaje de mujeres que hombres, siendo un 66,25% mujeres versus un 33,75% de hombres. Para cada tramo etario hay una mayor proporción de mujeres que de hombres.

En relación a la nacionalidad hay un mayor porcentaje de entrevistados chilenos que extranjeros, salvo para el tramo etario de 18 a 29 años, donde hay más extranjeros que chilenos. En relación a los extranjeros, las dos principales nacionalidades son colombiana y venezolana.

En relación al nivel educacional, la mayor proporción de entrevistados corresponde a personas con enseñanza media o secundaria completa llegando dicho porcentaje a un 38,75%, observándose además diferencias relevantes entre hombres y mujeres, donde los primeros señalan tener educación media o secundaria completa en un 51,9% de los casos, en tanto que este porcentaje llega solo a un 31,1% en el caso de las mujeres.

Más de la mitad de los encuestados corresponde a jefes de hogar, resaltando que, en el caso de las mujeres entrevistadas, un 58,5% señala ser jefa de hogar. En lo que respecta a tramos etarios, solo en encuestados de entre 18 y 29 años es mayor el porcentaje que declara no ser jefe de hogar, siendo este un 85,7%.

Otro aspecto relevante es que cerca del 60% de personas entrevistadas, reside en Santiago, Quinta Normal, Maipú o Estación Central. El tamaño de los hogares a los cuales pertenecen los entrevistados es grande en comparación con otras fuentes de información, pues más del 80% vive en hogares con 3 o más personas. Un 40% de los entrevistados señala vivir en hogares sin niños de 0 a 14 años.

Respecto a la actividad desarrollada, un mayor porcentaje tanto de hombres como de mujeres señala trabajar como vendedor ambulante hace 5 años o menos, sin embargo, se distingue que, en

el caso de las mujeres, llevarían menos tiempo en la actividad, al igual que en el caso de los jóvenes. Cerca de un 60% de los entrevistados señala que otra persona del hogar trabaja como vendedor ambulante y el mayor porcentaje de encuestados, tanto hombres como mujeres, desarrolla la actividad de lunes a sábado.

Los productos que principalmente comercializan son textiles, juguetes y accesorios de mujer. El porcentaje de personas que cambia de producto comercializado supera el 50% y el principal lugar de abastecimiento es en los distribuidores mayoristas. Por otra parte, cerca del 95% señala no pagar por el uso del espacio o toldos.

En relación a los ingresos, el ingreso promedio diario del 42,5% de los encuestados es de entre \$30.001 a \$50.000. Cerca de un 50% de los encuestados señala no contar con ingresos extras para el hogar. En relación a los subsidios, un 50% de los encuestados señala haber recibido ayuda de alguna organización o persona fuera del hogar durante el 2021. Casi la totalidad de quienes recibieron ayuda, señalan que fue por parte del gobierno y siendo el principal beneficio el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), en un 61,25% de los casos. Importante resaltar que, al revisar las ayudas por nacionalidad, solo un 18% de encuestados chilenos señala no haber recibido ayuda, en tanto que este porcentaje llega a un 70% en el caso de encuestados extranjeros. Por otra parte, solo un 20% reporta haber realizado algunos de los retiros del 10% de las AFP.

En lo que respecta a la formalización, en el caso de las mujeres se observa que un 61,2% estaría interesada en formalizar, en tanto que en el caso de los hombres solo un 38,5%. La mayoría señala no haber recibido alguna oferta para formalizar la actividad (90%) y cerca de un 92% señala no tener conocimiento sobre los pasos a seguir para formalizar el trabajo.

Con relación al sueldo líquido por el cual se estaría dispuesto a aceptar un empleo o actividad estable como trabajador dependiente, un 32,5% señala no estar dispuesto a dejar la actividad como vendedor ambulante. Un 21,3% estaría dispuesto a hacerlo por un sueldo de entre \$350.001 y \$500.000, un 23,8% estaría dispuesto a dejar la calle por un sueldo en el rango \$700.001-\$850.000, y un 20% por más de \$850.000. Esto pareciera ser consistente con lo obtenido en relación con el ingreso diario que obtendrían por la actividad informal que realizan.

En lo que respecta a seguridad, un 77,5% de los entrevistados señala no haber sido víctima de algún delito en los últimos meses en el sector y un 55% señala que el sector es muy peligroso. En el caso de las mujeres, este porcentaje llega a un 62,3%. Finalmente, en lo que respecta a las observaciones, los resultados son consistentes en cuanto a los productos comercializados.

Estudio Comercio Ambulante

Informe Final