

---

## VENTAS INFORMALES Y PRIVATIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMO POLÍTICA ESTATAL

*Hernandez Linares, D.A.*

*Docente investigador de la Corporación Universitaria Iberoamericana, Bogotá-Colombia.*

Contacto: [daahernandezli@unal.edu.co](mailto:daahernandezli@unal.edu.co)

Palabras clave: Ventas informales, Espacio público, exclusión

---

### Resumen:

La dinámica de las ventas informales, es un fenómeno inherente a las formas de subsistencia en la ciudades, como en los escenarios donde se establece normas y regulaciones para las actividades comerciales. Este fenómeno entra en directo debate tanto con el comercio formal, con los conglomerados empresariales, con los entes gubernamentales y el público en general, debido al uso, aprovechamiento o tránsito del espacio público. Esta figura difusa, que se enmarca en las políticas públicas del aprovechamiento de áreas destinadas para todos, pero que en muchos casos se permite solo a algunos, según las determinaciones de gobierno y comerciales. Tanto la disputa entre los vendedores informales, como el relacionamiento con la dinámica del mercado capitalista, permite aproximar una interpretación que de cuenta de los significantes y explicaciones a este fenómeno. En el marco del proyecto “Territorialización de las ventas ambulantes en Bogotá” se busca hacer una caracterización de esta dinámica en el espacio público, que llegue a describir las particularidades del fenómeno actual, así como entender en detalles el fenómeno que da cuenta de las formas de apropiación del espacio, de las disputas por este y los relacionamientos con la economía informal en el marco de la economía de mercado. Para este proyecto se emplea un diseño metodológico cualitativo, orientado a un análisis fenomenológico y etnográfico, empleando métodos de campo como la observación, la encuesta, las historias de vida, las entrevistas a profundidad y los estudios de caso. Adicionalmente, entendiendo la dinámica de pandemia, se busca emplear software QDA para la sistematización, categorización y triangulación de la información, incluyendo información obtenida desde las redes sociales. En esta presentación de resultados, se busca discutir la información obtenida hasta marzo del 2019, así como las dinámicas de transformación, adaptación y subsistencias, generadas en el marco de la pandemia y que involucran un relacionamiento directo con las ventas informales en Bogotá, donde este fenómeno

se explora tanto en el espacio público, como en los escenarios que involucraron espacio privado y comercio formal debido a las restricciones de salud pública en la ciudad.