



# Estudio de Caracterización del Comercio Ambulante en la Región Metropolitana

Presentación de Resultados

Septiembre 2023



**Centro UC**  
Políticas Públicas

Seleccionamos 20 puntos, distribuidos en 13 comunas, con alta concentración de comercio ambulante. Allí se realizaron:

- 5.254 observaciones en terreno.
- 1.606 encuestas a vendedores ambulantes.
- 1.607 encuestas a compradores de comercio ambulante.
- 18 entrevistas a vendedores ambulantes.
- 22 entrevistas a instituciones claves en la temática.

## AUMENTO DEL FENÓMENO

Percepción generalizada sobre el aumento del comercio ambulante en la Región Metropolitana.

Entre las posibles causas se alude a las recientes crisis:

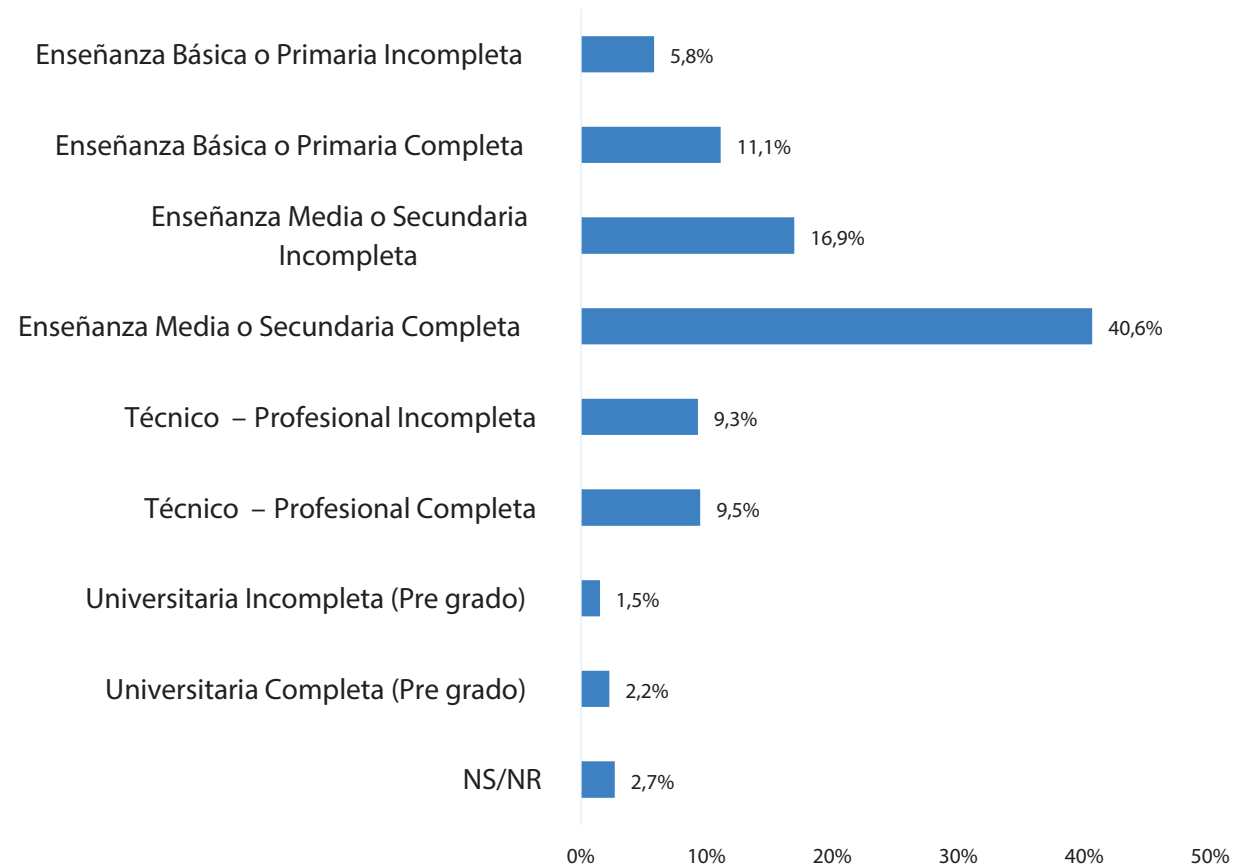
- I. Abandono situacional post-estallido social.
- II. Desplazamiento de ventas informales online a la vía pública, post pandemia.
- III. Situación económica (mayor desempleo e inflación).
- IV. Aumento de la migración.

*“(...) cada día es más difícil conseguir un lugar donde ponerse, cada día hay caras nuevas (...) Entonces me imagino que (en) unos meses va a estar terrible, mientras no buscan soluciones (...) mientras no se haga eso, la gente va a seguir saliendo a la calle” (Vendedor).*

## PERFIL DEL VENDEDOR: ADULTOS, ENTRE 30 A 49 AÑOS, JEFES DE HOGAR CON ENSEÑANZA MEDIA

- Distribución similar entre mujeres y hombres.
- Mayoritariamente jefes de hogar (64,3%), que conviven con uno (28,7%) o dos niños (25,0%).
- Entre 30 a 39 años (38,9%), seguido por 40 a 49 años (24,8%).

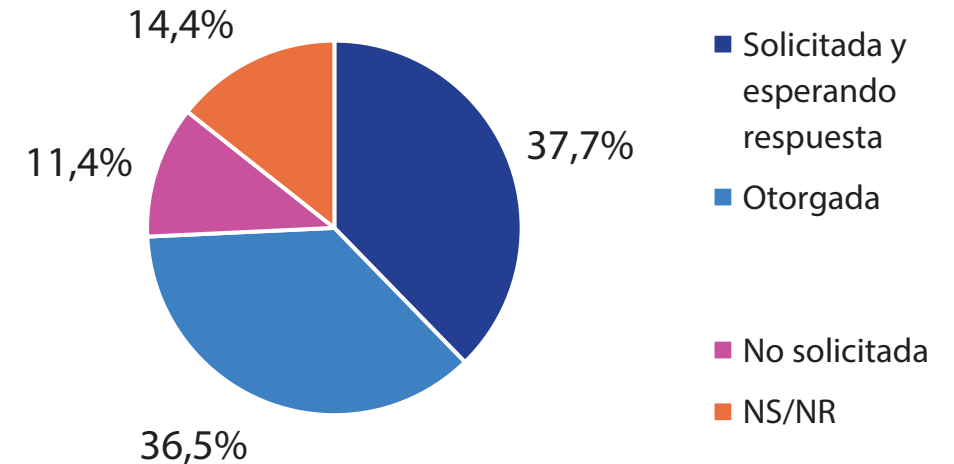
Distribución de vendedores según nivel educativo



## UNA PERSPECTIVA MIGRATORIA ES FUNDAMENTAL

- 42% de los vendedores ambulantes son personas migrantes y de ellos, 36,5% cuenta con visa o residencia en Chile.
- Tienen mayor disposición a obtener un permiso municipal, formalizarse o reconvertirse.
- Quienes se encuentran en Chile en condición migratoria irregular se encuentran imposibilitados de acceder a empleos formales o formalizarse.

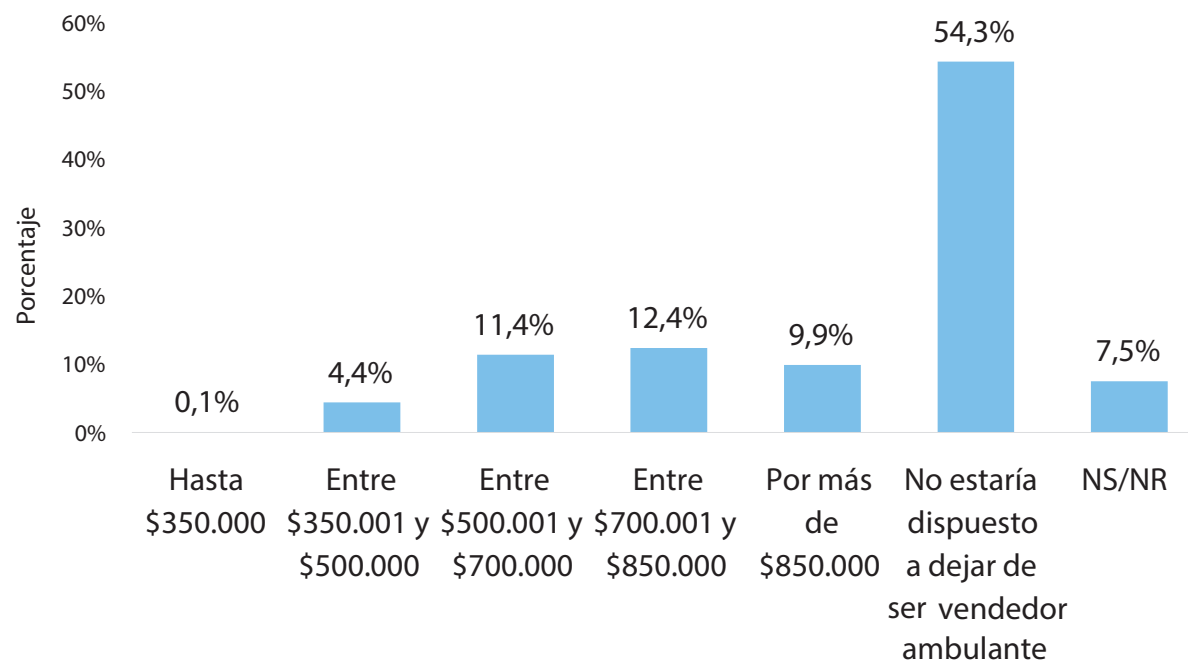
Situación de visa o residencia de la población migrante que ejerce el comercio ambulante



## ACTIVIDAD ATRACTIVA PARA VENDEDORES

- 82,9% están satisfechos con su actividad.
- Jornada laboral: 6 días a la semana, 8,3 horas diarias en promedio.
- Promedio de ingreso líquido diario: \$40.000.
- Motivaciones: flexibilidad horaria, autonomía, ingresos diarios.
- 54,3% no estaría dispuesto a dejar esta actividad.
- Entre aquellos dispuestos, la mayoría lo haría por ingresos superiores a \$700.000.

Disposición a dejar de ejercer el comercio ambulante (para desarrollar otra actividad o empleo estable)



## MUY BAJO INTERÉS POR LA RECONVERSIÓN LABORAL Y DESAFÍOS PARA LA FORMALIZACIÓN

56,5% de los vendedores declaran estar dispuesto/as a formalizar o regularizar su situación. En este grupo:

- 39,3% estaría dispuesto a formalizar su emprendimiento y dejar de vender en la calle.
- 21,9% aceptaría un trabajo que requiera aprender nuevas habilidades
- 8,2% aceptaría un empleo temporal.

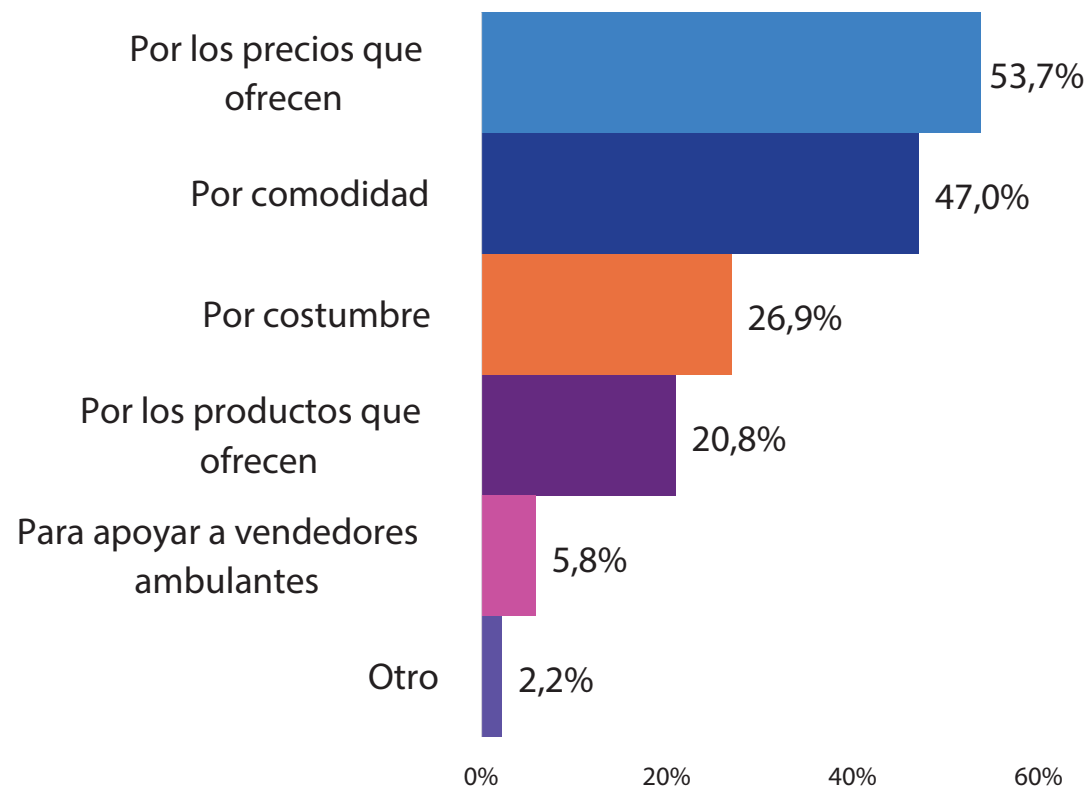
*“De cinco mil puestos, cien personas accedieron a la formalización, treinta continuaron el proceso y doce cumplieron el objetivo” (Municipalidad de Santiago).*

*“El trabajo pagaba muy poco, porque no me explico otra cosa, yo mismo no voy a ir a trabajar donde me paguen trescientas lucas todo un mes y de repente descargando camiones. No, mejor trabajo una semana y me gano esa misma plata” (Vendedor).*

## MERCADO ATRACTIVO PARA COMPRADORES

- Sobre el 90% de los compradores se encuentra satisfecho o muy satisfecho con su compra.
- Predomina la compra ocasional (61,7%).
- Motivaciones: menores precios y comodidad de acceso.
- 81,7% de las personas consultadas no cree que los productos vendidos puedan ser inseguros o dañinos.

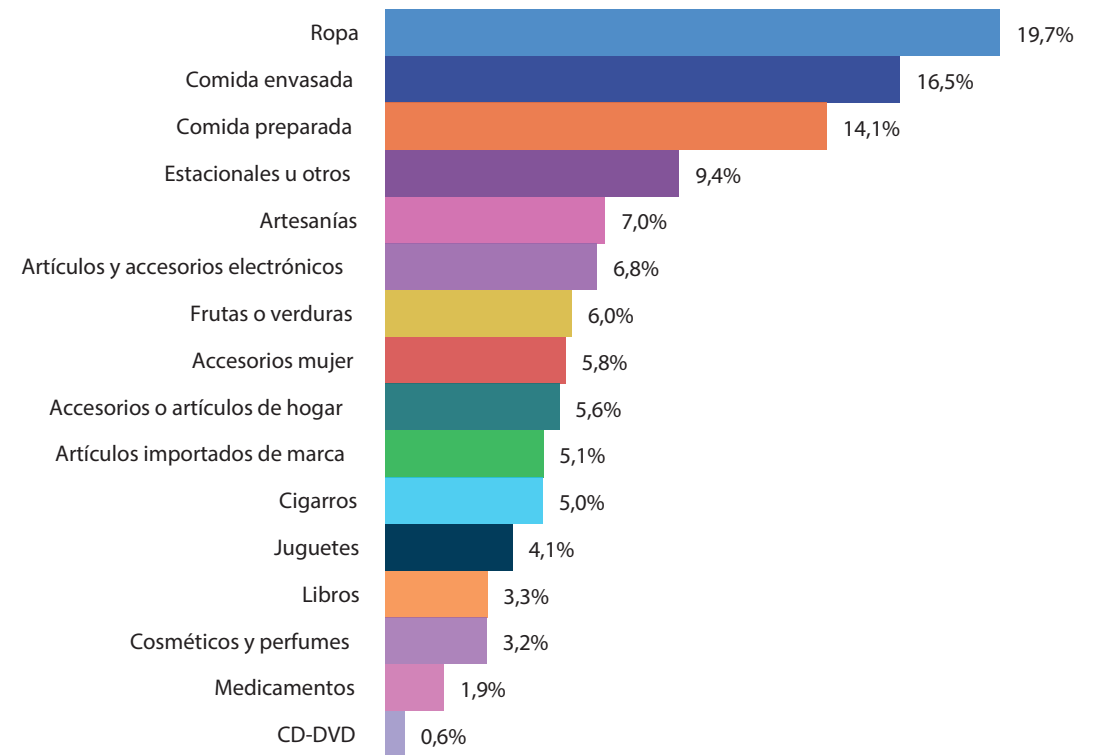
### Motivaciones para comprar en el comercio ambulante



## HETEROGENEIDAD DE PRODUCTOS

- Más vendidos: Ropa y comida.
- Existe múltiples categorías, con una representación que varía entre un 2% a 5% del tipo de productos cuya venta es ilegal (cigarros, medicamentos).
- O donde es poco posible verificar la legitimidad de su origen (artículos de marca, libros, perfumes, entre otros).
- 22,9% de los compradores reconoce comprar cigarros y 6,0% medicamentos.

**Tipos de productos a la venta en el comercio ambulante**



# OPORTUNIDADES PARA LA REGULARIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

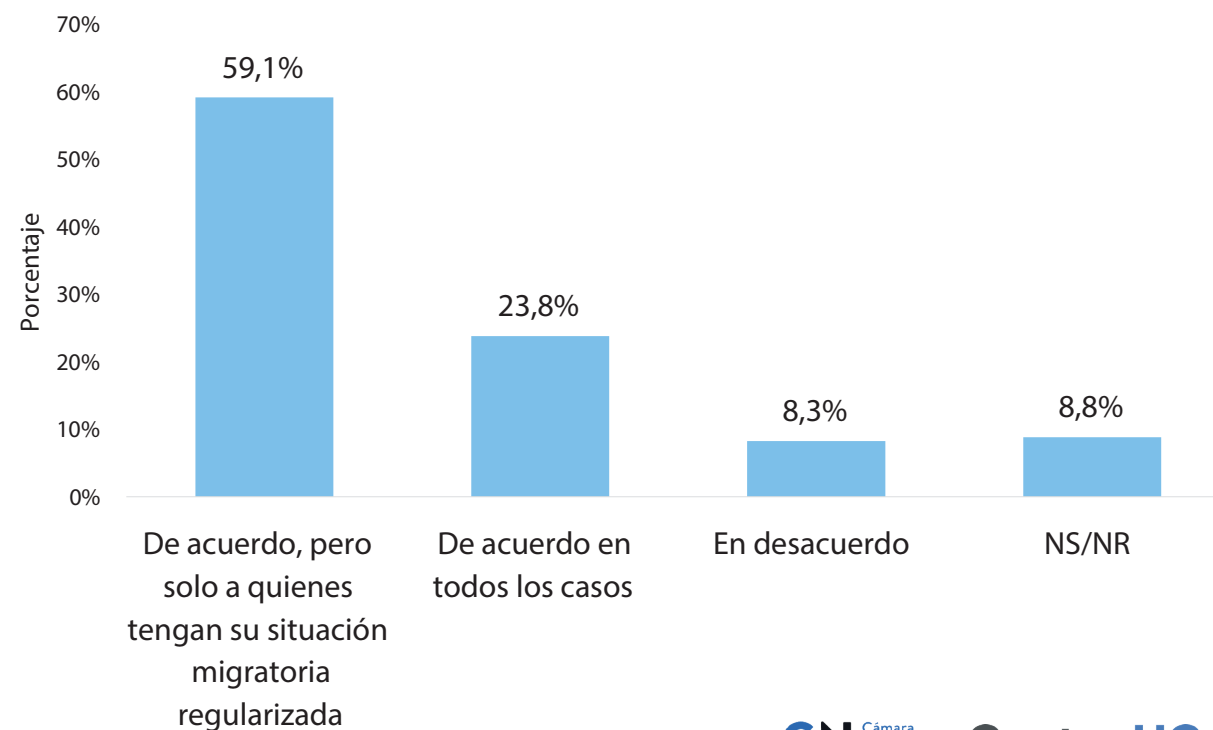
## Vendedores

- 72,2% de los vendedores no cuenta con un permiso municipal, 90,6% en el caso de los vendedores extranjeros.
- 85% de los chilenos obtuvo el permiso desde la municipalidad (57% extranjeros).
- Entre quienes están dispuestos a formalizar o regularizar, 57,7% gestionaría permiso municipal, pero se percibe como complejo.

## Compradores

- Opiniones divididas: 43,5% de acuerdo con erradicar el comercio ambulante sin permiso, 28,5% en desacuerdo.

## Postura respecto al otorgamiento de permiso municipal y lugar para todos quienes ejercen el comercio ambulante (compradores)



## LA REGULACIÓN Y FISCALIZACIÓN REQUIERE UNA PERSPECTIVA MACRO-TERRITORIAL

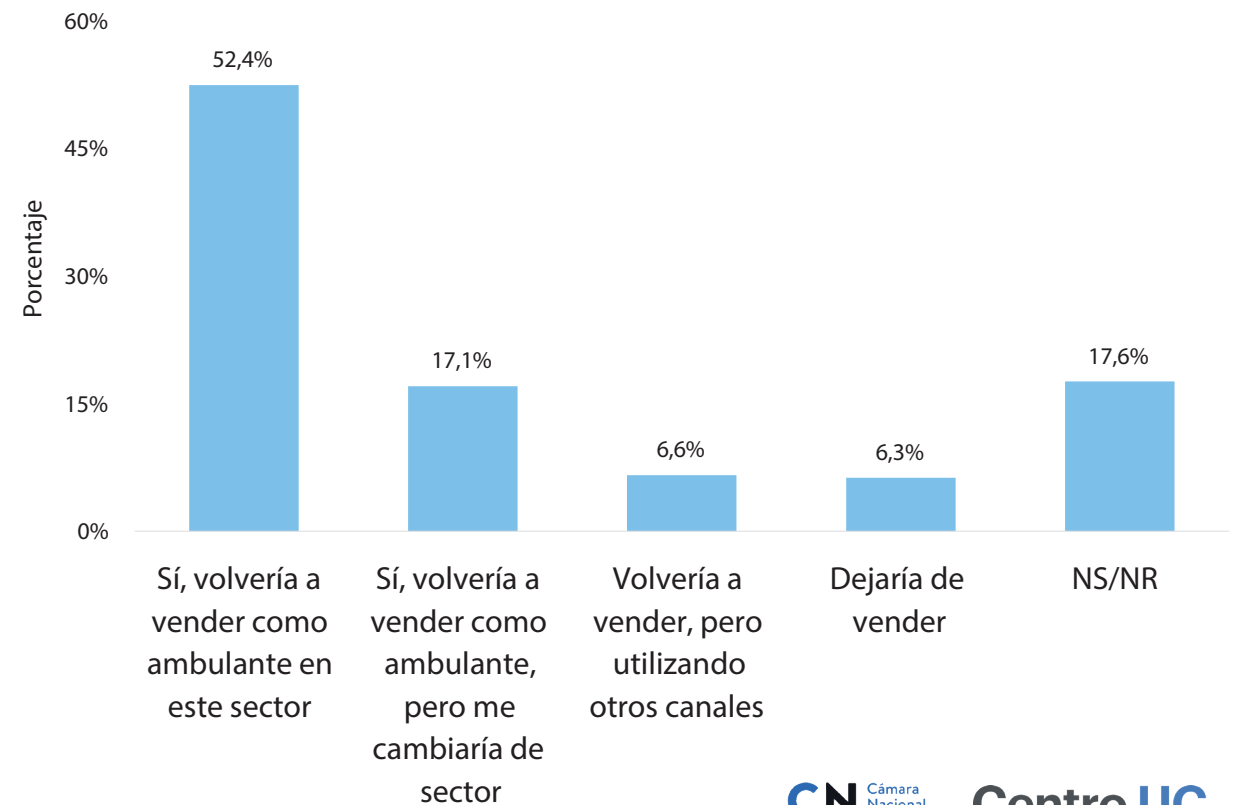
- El comercio ambulante se moviliza considerando: fiscalización en la zona, demanda de compradores y facilidad de acceso para vendedores.
- La normativa de permisos municipales varía entre municipios.
- No existe un sistema unificado de registro de comercio ambulante con datos sobre vendedoras/es, características de los permisos o fiscalizaciones y sanciones recibidas.
- Los operativos de fiscalización solo pueden actuar en la comuna específica para la cual se planifican. El desplazamiento del comercio ambulante demanda abordaje macro-territorial.

*“Muchas veces el comercio ilegal está en el límite de una comuna y como coordinamos con una comuna, con un municipio y con Carabineros de ese mismo municipio, lo que simplemente hacen los comerciantes cruzan la calle y ya no podemos hacer nada” (SEREMI de Salud).*

## FISCALIZACIÓN Y SANCIÓN EN BASE A MULTAS: BAJO EFECTO DISUASIVO

- 70% de los vendedores continuaría con la actividad aunque lo sancionaran.
- Cerca del 67% de compradores volvería a comprar si fuese sancionado por ello.
- 30% de los vendedores indica poco o nada de preocupación sobre recibir una multa y no pagarla. 34% en el caso de los compradores.
- Desde el Juzgado de Policía Local se reconoce que la sanción judicial por si sola no es efectiva y que la multa se paga muy poco (personas sin domicilio o identidad conocida).

Disposición a la venta luego de una sanción



## LIMITACIONES PARA LA FISCALIZACIÓN Y CONFISCACIÓN

- 29,8% de los vendedores considera nada probable que sus productos sean requisados por Carabineros.
- 40,2% cree que es poco o algo probable.
- Desde las entrevistas, la mayor preocupación entre vendedores es la confiscación de los productos.
- Los recursos humanos para la fiscalización, así como para el transporte, almacenamiento y destrucción de productos confiscados son insuficientes y varían por territorio.

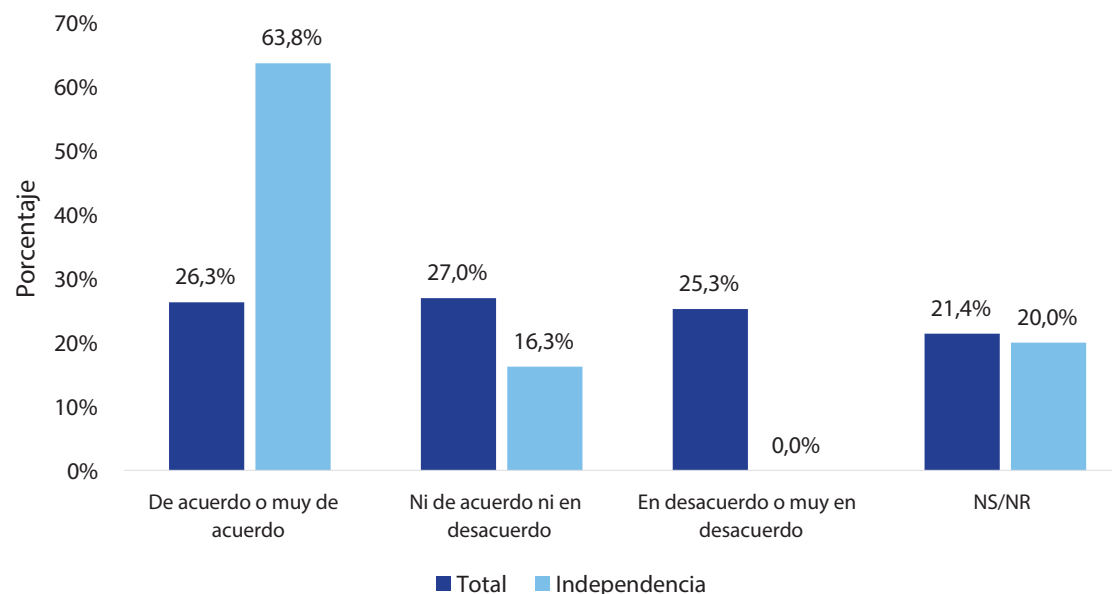
*“Si, todos los días, pero pasan nomas, no, si pasan te arrancay, pasaron no se van a devolver y te colocay de nuevo” (Vendedor).*

*“Contamos con la misma cantidad de funcionarios para hacer el doble de pega. Eso no tiene que ver con administración, tiene que ver efectivamente como Santiago creció demográficamente” (Municipalidad de Santiago).*

## EL CRIMEN ORGANIZADO SE ASOCIA A UNA PARTE DEL COMERCIO AMBULANTE

- La percepción sobre la presencia de bandas organizadas es dividida. Se acentúa en ciertas zonas de la ciudad.
- Indicios de crimen organizado que usa el comercio ambulante como fachada o canal para distribuir bienes de naturaleza u obtención ilegal.
- Pago irregular por uso de espacio o toldos.

Nivel de acuerdo con la aseveración “En este sector operan bandas criminales organizadas”



*“Roban camiones y cuestiones llegan a la villa o tení contacto y te dicen tenemos cajas plataneras con desodorante, y ahí tu pagai no sé, 200 por cada uno, comprai un montón, después los vendí a luca y le hací plata igual” (Vendedor).*

## DESAFÍOS EN EL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN Y PERSECUCIÓN PENAL

- La participación de privados en denuncias por vulneración a derechos de propiedad industrial o intelectual: clave para amenazar la distribución en las calles.
- Necesidad de fortalecer las labores de peritaje en flagrancia para favorecer la investigación penal considerando a quienes importan, almacenan y provean al comercio ambulante ilegal.
- Planificación de acciones institucionales colectivas y coordinadas para la investigación y la persecución penal del comercio ambulante ilegal.

*“Tú tienes que seguir al que provee, no el que está con el paño en la calle, con ese en realidad el efecto es neutro, tú le puedes quitar la mercadería y al otro día te va a llegar con mercadería nueva, pero claro, es un mono porfiado, ustedes mismos lo han visto” (Servicio de Impuestos Internos).*

## CONCLUSIONES

Un problema complejo, que no es blanco o negro, que requiere una mirada integral:

- Necesidades sociales de jefes de hogares y migrantes por recientes crisis.
- Un mercado atractivo tanto para vendedores como compradores.
- Regularizar la actividad en casos donde esto resulte factible.
- Focalizar la acción de la fiscalización, sanción, investigación y persecución.

Para generar un mayor bienestar, y no profundizar el problema, es necesario diseñar soluciones diferenciadas según las características del comercio ambulante.



# Estudio de Caracterización del Comercio Ambulante en la Región Metropolitana

Presentación de Resultados

Septiembre 2023



**Centro UC**  
Políticas Públicas