

**LA ORGANIZACION DE LOS VENDEDORES
AMBULANTES: EL CASO DE LIMA
METROPOLITANA (1)**

Jorge P. Osterling

Dennis Chávez de Paz

El propósito de este estudio es el de analizar la estructura organizativa de los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana en tanto constituyen un importante sector de la economía urbana. Los vendedores ambulantes son comerciantes minoristas que expenden sus productos precariamente en la vía pública, sujetos a una sobre-explotación de su fuerza de trabajo individual o familiar. Se estima que en la ciudad de Lima, de un total de 4'062,439 habitantes (1980), el 100/o depende directamente de esta actividad comercial (2).

185

La información que se presenta en este trabajo se basa en una investigación acerca de los vendedores ambulantes de El Cercado de la ciudad de Lima llevada a cabo entre los meses de Julio 1978 y Julio de 1979. El material fue recolectado y analizado preliminarmente por alumnos de la especialidad de Antropología Social de la Pontificia Universidad Católica del Perú (3). Nuestro análisis cubre los diversos niveles de organización que incluyen tanto la estructura comercial y productiva, como su desarrollo organizativo en un movimiento sociopolítico.

I

Una característica del proceso económico de la sociedad peruana es la diversidad de formas con que la fuerza de trabajo participa en los procesos de industrialización y comercialización de los bienes producidos.

La industria nacional, para lograr la reproducción del capital y obtener una mayor acumulación de excedentes, se sirve de diferentes maneras de la fuerza de trabajo, tanto en la producción como en la ampliación del mercado nacional (4). Entre ellas tenemos la clásica tendencia del desarrollo industrial, donde parte de la fuerza de trabajo está organizada en fábricas productoras de bienes orientados hacia el mercado nacional. Igualmente, hallamos el caso de los establecimientos industriales que, además de poseer una fábrica orientada hacia la producción de bienes acabados de consumo, abastece de materia prima a empresas comerciales articuladas con pequeños talleres artesanales que producen mercancías a un menor costo que la empresa fabril. Una tercera modalidad, la más relevante para los efectos de este estudio, es aquella donde los establecimientos industriales abastecen de materia prima a talleres semi-industriales y artesanales independientes, los que la transforman en su totalidad al elaborar una mercancía orientada fundamentalmente hacia el mercado ambulatorio.

186

La primera modalidad —la organización de la fuerza de trabajo en fábricas— es predominante en los países altamente industrializados, presentándose las otras dos modalidades en países subdesarrollados, como es el caso del Perú. Asimismo, en los países industrializados la producción se canaliza a través de empresas comerciales estables. En cambio, en los países pobres, parte de la producción industrial llega al mercado de consumo a través de la venta ambulatoria.

En el caso de la producción de origen semi-industrial y artesanal, ésta se liga con el mercado fundamentalmente a través de la venta ambulatoria. En estos términos, un gran volumen de la población económicamente activa está envuelta en un aparato productivo y de comercialización que entra en el mercado ambulatorio.

Las condiciones que favorecen el crecimiento de la fuerza de trabajo que no está organizada en base a fábricas y empresas comerciales estables serían, de un lado, el capital

industrial, que al establecer un límite mínimo a la rentabilidad de su producción y el comercio establecido, deja al margen un amplio sector del mercado, que debe ser cubierto con modalidades de comercialización y producción en base a una sobre-explotación de la fuerza de trabajo, que lógicamente, por ser tal, no es remunerada. Estos son los casos de la producción artesanal y de la venta en las calles donde las ganancias que pudiera tener el artesano comerciante ambulatorio, después de largas jornadas de trabajo, no compensa la inversión que hace de su fuerza de trabajo.

De otro lado, la industria abastece de bienes a la población creando necesidades complementarias que no son cubiertas por ésta. Ello permite la existencia de los talleres artesanales y semi-industriales que, al cubrir estas nuevas necesidades, se articulan con un gran volumen de población que se dedica a la venta ambulatoria.

La venta ambulatoria aparece pues, como una forma de comercialización que la industria nacional ha desarrollado y que, a su vez, ha sido robustecida sustancialmente por la producción artesanal (5). Sin embargo, la fase de comercialización de la venta ambulatoria constituye tan solo una instancia de un muy complejo proceso con bases estructurales que incluyen aspectos productivos, laborales, legales, tributarios, salubridad y ornato, que tienen su base en la organización económico-industrial del país. En efecto, tanto el productor industrial como el artesano necesitan de un vasto personal —los vendedores ambulantes— que comercialice sus bienes utilizando el máximo de su fuerza de trabajo y recibiendo un bajo salario. Ellos suelen ser reclutados en los amplios sectores de subempleados y/o desocupados que caracterizan a una economía subdesarrollada.

Los sectores sociales que comercializan ambulatoriamente han desarrollado formas de organización que incluyen aquellas que van desde un nivel puramente económico, donde lo más relevante es lograr una mayor captación de ganancias, hasta aquellas modalidades organizativas sociales

y políticas encaminadas a la protección de sus intereses económicos que en la actualidad se vienen orientando hacia un movimiento “popular” que cuestionaría la vigencia de los sectores económicos tradicionales. Pasemos a analizar cada una de estas formas organizativas.

II

La primera forma de organización que aparece entre los vendedores ambulantes está estrechamente vinculada con el movimiento de capital y con el uso de la fuerza de trabajo. Los vendedores ambulantes son reclutados principalmente de dos estratos sociales: el de los pequeños capitalistas que negocian a través de la venta ambulatoria, y el de los subempleados y desocupados que encuentran en este tipo de trabajo un medio de subsistencia. En relación al origen y control del capital, es posible distinguir por lo menos tres tipos no necesariamente excluyentes de vendedores ambulantes:

188

a) Los vendedores ambulantes que disponen de capital-dinero que, para los fines de este trabajo denominaremos “capitalistas”. Ellos se relacionan con sectores industriales, comerciales y principalmente artesanales a fin de abastecerse de bienes que han de comercializar en el mercado de consumo. Lo más característico de esta categoría es que, siendo propietarios del capital, usan su propia fuerza de trabajo para ampliar y reproducir su riqueza. Se estima que el capital invertido fluctuaba a principios del año 1979 entre los S/ 500.00 (e.g., un vendedor de limones) y S/ 500,000.00 (e.g., un vendedor de textiles).

b) Los vendedores ambulantes “habilitados”. Se trata de aquellos comerciantes que careciendo de capital propio, se dedican al comercio ambulatorio utilizando dinero o bienes proporcionados por propietarios de capital que pueden ser industriales, comerciantes o familiares. El ingreso que logran está en relación con un porcentaje contractualmente aceptado por el propietario del capital.

c) Los vendedores ambulantes “asalariados”, conocidos

por los mismos vendedores ambulantes como “chacales”. Este sub-sector, en pleno desarrollo, ha ido logrando cada vez una mayor complejidad en tanto que existen sub-tipos tales como asalariados de establecimientos industriales o comerciales, y también asalariados de vendedores ambulantes “capitalistas” o “habilitados”. El salario que estos vendedores perciben depende de su ubicación en el eslabonamiento económico (i.e., de la producción y distribución de bienes). Así, el asalariado que depende de un vendedor “habilitado”, es probable que perciba un salario diferente del que percibe aquel que depende de un establecimiento industrial. A ello se debe agregar que este sub-sector laboral no logra alcanzar el nivel de salarios equivalentes al del proletariado urbano, dado que sufren de una sobre-explotación de su fuerza de trabajo, que carecen de los beneficios sociales de un trabajador fabril, y que su situación laboral es muy precaria.

La fuerza de trabajo que interviene en la dinámica del capital y que da origen a las tres categorías de vendedores ambulantes ya citadas, puede ser analizada con mayor profundidad haciendo uso de la variable temporal. Así, podemos distinguir los siguientes tipos de vendedores ambulantes:

189

a) Los vendedores ambulantes a “dedicación exclusiva”. A este tipo pertenece un vasto sector de comerciantes que tienen como única fuente de ingresos económicos la venta ambulatoria basada en una sobre-explotación de la fuerza de trabajo, en términos tales, que las jornadas de labor son de 10 a 14 horas diarias durante los siete días de la semana, a fin de captar el máximo de excedentes económicos y de plusvalía de la población.

En este tipo hallamos a vendedores ambulantes “capitalistas”, “habilitados” y “asalariados” que participan en forma diferente de los excedentes que permite captar la venta ambulatoria. Sin embargo, por un lado los vendedores “capitalistas” logran una mayor acumulación de excedente, mientras que por otro lado, los “asalariados” deterioran sus condiciones de existencia por el excesivo

desgaste de su fuerza de trabajo tan precariamente remunerada.

Las largas jornadas de trabajo de estos vendedores ambulantes a "dedicación exclusiva" comprenden también la participación activa de todos los miembros de sus familias extendidas (incluyendo a menores de diez años de edad), en términos tales, que hay una relación proporcional entre la intensidad del comercio ambulatorio (i.e., afluencia de compradores) y el mayor o menor número de componentes de la familia que intervienen en esta actividad. Igualmente existe una relación entre la intensidad del comercio ambulatorio y la participación de los miembros de la familia en términos de edad y sexo. Así, los adultos, principalmente varones en el caso de productos textiles, y mujeres en el de alimentos preparados, suelen reservar su intervención a las horas y días de mayor movimiento comercial. Esta forma de organización económica permite a todos los integrantes de la familia participar activamente, tanto en el comercio ambulatorio como en otras actividades tanto domésticas como sociales. La adecuada percepción de este hecho nos permite comprender la información proporcionada por el primer censo de vendedores ambulantes de Lima Metropolitana (1976) en el sentido de que de un total de 61,343 ambulantes censados, el 49% trabajaba más de 40 horas semanales (INE 1977:44).

190

b) Los vendedores ambulantes a "tiempo parcial". En este tipo incluimos a todas aquellas personas que para asegurar una adecuada reproducción de su fuerza de trabajo y, de esta manera preservar su subsistencia, se ven obligados a complementar sus actividades domésticas o económicas con el comercio ambulatorio. Aquí incluimos a las amas de casa que dedican algunas horas del día al comercio ambulatorio (cf. Mercado, 1978), y también a empleados y obreros que salen a vender a las calles al término de sus jornadas laborales.

c) Los vendedores ambulantes "eventuales". En este tipo están todas aquellas personas que se convierten en vendedores ambulantes en momentos de crisis ocupacional de los

centros o sectores a que pertenecen (e.g., paralizaciones de centros de trabajo, desempleos temporales) y en momentos de gran movimiento comercial (e.g., Navidad, Fiestas Patrias).

d) Existe otra modalidad de venta ambulatoria en que participa un sector de la población rural que migra temporalmente a la ciudad en tiempos de menor actividad agrícola. En este sector participan dos tipos de pobladores rurales. Por un lado, aquellos que cuentan con un capital por ser productores agrícolas, ganaderos, comerciantes intermediarios o trabajadores rurales, y que invierten su capital en bienes que tienen como destino el comercio ambulatorio urbano (e.g., comerciantes de tejidos de alpaca). Combinan así el comercio ambulatorio urbano con sus actividades rurales. Por otro lado, campesinos que migran a la ciudad durante los períodos de menor actividad agrícola (e.g., meses intermedios entre la siembra y la cosecha), para laborar como asalariados del comercio ambulatorio.

III

La estructura organizativa de los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana incluye una modalidad orientada a facilitar la interacción con la población consumidora. En tal sentido los vendedores ambulantes han seleccionado áreas estratégicas de la ciudad caracterizadas por la gran afluencias de compradores potenciales, en las que han establecido dos formas organizativas: los "sectores", integrados por un promedio de 200 vendedores ambulantes que reproducen su fuerza de trabajo en una extensión de unos 100 metros; y las "zonas", que están integradas por un grupo de "sectores" vecinos situados sólo en áreas de gran densidad del comercio ambulatorio. Estas formas de organización cumplen dos finalidades: por un lado, garantizar el control físico del área por cuanto en ella existe la posibilidad de captar los mayores excedentes económicos a través de las ventas; y, por otro, permitir una mayor eficiencia en la captación de dichos excedentes económicos. A ello debemos agregar el hecho de que los vendedores

ambulantes son plenamente conscientes de los riesgos inherentes a su modalidad de trabajo, como campañas de reubicación y desalojo, denuncias por competencia desleal en agravio de los negocios establecidos, denuncias por atentado contra el ornato e higiene pública y, denuncias por ofrecer mercancías de baja calidad a precios exorbitantes, entre otros. Es precisamente para salvaguardar sus intereses que los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana se han organizado en "sectores" y "zonas" (las "zonas" serán analizadas en la quinta parte de este artículo).

192

Los "sectores" constituyen la célula básica de la estructura organizativa de los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana. Tal como hemos señalado anteriormente, (cf. Osterling et al. 1979), el comercio ambulatorio participa de un sistema económico-social que favorece la reproducción de la fuerza de trabajo individual y colectiva, norma la interacción entre los mismos vendedores (e.g., colaboración, competencia, protección en general), así como con la población consumidora (e.g., modalidades de ventas), y que incluye patrones de comportamiento para resolver cualquier tipo de conflicto que pudiera surgir con las autoridades municipales y policiales. Es así como anualmente los integrantes de cada "sector" eligen a un Delegado, también conocido como Coordinador de Cuadra, a un Secretario de Organización y a un Secretario de Economía.

Internamente las actividades ordinarias de cada "sector" están íntimamente relacionadas con el esfuerzo de garantizar un área de expendio de las mercancías y hacer más eficiente y fluída la actividad comercial. Ello ha obligado a los ambulantes en cierto sentido, a considerar seriamente las críticas que las autoridades municipales, policiales y la opinión pública hacen del comercio ambulatorio, y a elaborar estrategias para afrontarlas. Así, por ejemplo, ante la crítica de que el comercio ambulatorio atenta contra la salud pública al agravar los problemas de limpieza, los "sectores" han organizado un sistema de limpieza pública diaria de sus sitios de trabajo, contratando para el efecto barredores —paralela e independientemente de los trabaja-

dores municipales— para asegurar la higiene de sus respectivos “sectores”. Igualmente, cada dos o tres meses, los mismos vendedores ambulantes organizan una limpieza mayor de sus “sectores” (i.e., un “baldeo” general) en estrecha coordinación con los “sectores” vecinos.

Contrariamente a lo que se pudiera pensar, la venta ambulatoria constituye una actividad fundamentalmente sedentaria, en que los comerciantes suelen expender sus mercancías cotidianamente en un mismo lugar, sobre el cual tienen derechos de acceso, posesión y transferencia (cf. Osterling et al. 1979). Ello nos induce a analizar muy brevemente otra de las principales preocupaciones cotidianas de cada sector: la de normar las relaciones entre los mismos vendedores ambulantes en cuanto al “sitio de trabajo”. Como todo comerciante, los vendedores ambulantes son plenamente conscientes de que para salvaguardar sus intereses económicos, deben hacer más fluido y eficiente el movimiento de capital, y ello estará estrechamente relacionado con el acceso que tengan a la población consumidora. No es lo mismo tener derechos tradicionales de posesión sobre dos metros de vereda de un área céntrica bien iluminada, que ofrecer mercadería en la tercera o cuarta fila de una concurrida arteria. Con tal motivo los integrantes de cada “sector” periódicamente están midiendo y marcando los “sitios de trabajo” de cada uno de sus miembros y protegiendo el “sector” de las posibles intromisiones de nuevos ambulantes. Cabe anotar que en tal sistema normativo existe una regla que permite que cualquier ambulante ofrezca temporalmente mercadería en un “sitio de trabajo” de un vendedor ambulante “titular” siempre y cuando éste haya dejado de ir a laborar. Es preciso indicar que la gran mayoría de situaciones de conflicto interno que se registran en el interior de cada “sector” están estrechamente vinculadas con los enfrentamientos periódicos entre vendedores “titulares” y aquellos que carecen de un lugar fijo para el expendio de sus mercancías.

Analizando la organización interna de cada “sector” también hallamos un nivel diferencial de interés y partici-

pación entre los vendedores ambulantes que hemos denominado “capitalistas”, “habilitados”, y “asalariados”, ya sea que laboren a “tiempo completo”, a “tiempo parcial” o como “eventuales”. Obviamente, los más interesados en garantizar el éxito de la organización interna del “sector” son los comerciantes propietarios de capital que laboran a “tiempo completo” en el “sector”, y los menos interesados los vendedores “asalariados” y/o “eventuales”. En tal sentido nos comentaba un alto dirigente de los vendedores ambulantes de Lima que a pesar de que el comercio ambulatorio constituye una actividad económica honesta con fines de supervivencia en un período de desempleo, existe un grupo de vendedores ambulantes —los asalariados— que son “utilizados” por personas que disponen de capital pero que se hallan desvinculadas, o no se interesan en la problemática actual ni en la situación futura del comercio ambulatorio.

194

En el proceso de comercio ambulatorio, en la medida en que los integrantes de cada “sector” se capitalizan, se tiende a pasar por dos etapas claramente diferenciadas. En la primera de ellas o bien se continúa indefinidamente en la condición o status de comerciante ambulatorio, en virtud de la reinversión del capital acumulado en bienes cada vez más rentables; o bien, en virtud de la acumulación de capital a través de la inversión en bienes cada vez más rentables, se pasa de la situación de vendedor ambulante “habilitado” en vendedor ambulante “capitalista”. La segunda etapa, a la que necesariamente conduce un mayor grado de capitalización, será la salida de la condición de vendedor ambulante. En tal situación, el vendedor ambulante “capitalista” que ha logrado alcanzar un elevado nivel de acumulación económica, puede optar entre estas opciones:

- a) Convertirse en un inversionista que genera lo que hemos denominado anteriormente vendedores ambulantes “habilitados” y/o “asalariados”.
- b) Abrir un taller de producción artesanal orientado hacia el comercio ambulatorio, pudiendo así también generar

vendedores ambulantes “habilitados” y/o “asalariados”.

c) Abrir un establecimiento comercial independiente formalmente establecido.

d) Asociarse en una cooperativa.

Cualquiera que sea el camino escogido, el resultado será que el sector económico productivo de tipo artesanal crecerá al dinamizarse en mayor grado, debido a que ha surgido un nuevo sector de comerciantes establecidos de origen ambulatorio que continúan articulados a ese sector económico. Asimismo, este nuevo sector comercial determina una mayor articulación entre la producción artesanal y la producción industrial en términos que tenderá a abastecerse en ambos sectores. Por ejemplo, un antiguo vendedor ambulante “capitalista” especializado en la venta de ropa, al abrir un establecimiento comercial, no necesariamente deja de abastecerse de productos de origen artesanal, los mismo que complementa con artículos de origen industrial. Asimismo, el desarrollo del sector de los ex-ambulantes —ahora comerciantes establecidos—, en la medida que éstos puedan convertirse en nuevos productores artesanales, ampliará el comercio ambulatorio, a la vez que beneficiará a la gran industria en términos tanto de consumo de materia prima, como de mayor demanda de equipos para transformación industrial.

195

IV

Una de las nuevas modalidades organizativas derivadas de la organización de vendedores ambulantes por “sectores” es su incorporación al movimiento cooperativo. El cooperativismo, al ofrecer a los vendedores ambulantes la oportunidad de organizarse y transformarse en comerciantes establecidos a través de su participación en entidades de servicio, recientemente ha atraído su atención. Así por ejemplo, el censo de vendedores ambulantes de Lima Metropolitana reportó que sólo el 20/o de los vendedores censados participaban en una cooperativa (INE 1977: 36). Fundamentalmente, el cooperativismo aparece entre los

vendedores ambulantes como una forma de capitalización y organización de un mercado de consumo estable. En estos términos, sus acciones están orientadas hacia la adquisición de un terreno sobre el cual construiría un establecimiento comercial. A manera de ilustración presentaremos la experiencia de dos cooperativas de servicios integradas por ambulantes de las inmediaciones de la Plaza Castilla (ex-Unión) del distrito de El Cercado.

196

La primera de ellas, la "Cooperativa de Servicios de Construcción y Mantenimiento del Mercado 'Unión' Ltda. N° 312", fue fundada por vendedores ambulantes el 19 de Noviembre de 1969, luego de una fuerte campaña de desalojo propiciada por el entonces Alcalde de la ciudad a raíz del remodelamiento de la Plaza Castilla. Recién a los tres años de su fundación, lograron su reconocimiento oficial, el 18 de Enero de 1973. En sus 10 años de existencia, los 150 socios han levantado un mercado callejero en la tercera cuadra del Jr. Guillermo Dansey (arteria de poco flujo peatonal clausurada para el tránsito vehicular) y han adquirido un amplio terreno con frentes tanto a la tercera cuadra del Jr. Guillermo Dansey, como a la primera cuadra del Jr. Miguel Zamora, a menos de cien metros de la Plaza "2 de Mayo" y doscientos de la Plaza Castilla. Los socios de la cooperativa piensan construir en dicho terreno y en un futuro próximo, un mercado más amplio (un "Super Coop", como lo han denominado), esto es, un mercado cooperativo donde todos los asociados trabajarían. Un fenómeno interesante que se ha presentado, es que algunos de los socios de esta cooperativa han reinvertido su capital comercial abriendo nuevos "sitios de venta" ambulatoria fuera del área controlada por su cooperativa.

La segunda cooperativa existente en las inmediaciones de la Plaza Castilla es la "Cooperativa de Servicios Ramón Castilla, Ltda N° 167", fundada a principios del año 1978 y rápidamente reconocida el 31 de Agosto del mismo año. La organización y el rápido reconocimiento de esta nueva cooperativa se debió, entre otros motivos, al apoyo municipal que recibieron sus dirigentes en tanto que, en

sus planes y programas se incluía la adquisición de un terreno y la construcción de un mercado donde pudiesen expender sus mercancías los 130 asociados. Sin embargo, este justo anhelo no podrá cristalizarse debido a la crítica falta de liquidez de sus asociados, quienes se han visto obligados a reducir sus aportaciones mensuales de S/. 1,000.00 a S/. 500.00.

V

Un importante esfuerzo en la estructura organizativa de los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana ha sido encusado hacia la transformación de las organizaciones de vendedores ambulantes de carácter puramente reivindicativo en organizaciones de tipo político-ideológico, que se articulen con las diversas bases del movimiento popular urbano y de esa manera participar activamente como un frente adicional de lucha en el sistema político nacional. Así a partir de organizaciones de tipo "zonal", integradas por vendedores ambulantes de "sectores" pertenecientes a una misma área geográfica, que se asociaban para proteger sus capitales de trabajo, aparece en 1975 la "Asociación Nacional de Vendedores Ambulantes del Perú" (ANVAP) y el "Comité para la Unificación y Organización de los Vendedores Ambulantes del Perú" (CUNOVAP), en que se encarnan dos grandes tendencias programáticas y organizativas de auto protección que supuestamente agremiaban a todos los vendedores ambulantes del Perú. Años más tarde, concretamente el 20 de Mayo de 1979, se constituye la "Federación Departamental de Trabajadores Vendedores Ambulantes de Lima" (FEDEVAL) integrada por todos los dirigentes de las bases del CUNOVAP, disolviéndose este. Esta nueva organización expresa nuevas líneas político-ideológicas asociadas a la organización de vendedores ambulantes. Analicemos brevemente cada una de estas organizaciones.

197

Las "zonas" constituyen un importante nivel organizativo desde un punto de vista estrictamente socio-político, en tanto que los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana han dividido la ciudad en áreas de mayor densidad de

comercio ambulatorio —las “zonas” —, en cada una de las cuales se han constituido entes de coordinación potencial para analizar y resolver graves problemas generalmente vinculados con las autoridades municipales o policiales (6). Estas organizaciones “zonales”, dirigidas fundamentalmente por los Delegados de todos los “sectores” que las integran, suelen permanecer latentes por períodos relativamente largos (e.g., seis meses), reactivándose rápidamente cuando se presenta una campaña de desalojo o de reubicación. En tales circunstancias, se reúnen los Delegados de los “sectores” que la integran, y se convoca una Asamblea General para analizar el problema surgido, discutir posibles alternativas de solución y adoptar acuerdos. Sin embargo, estas Asambleas se caracterizan por la poca participación de los vendedores que laboran en la “zona” afectada (i.e., fluctúa entre el 10% y el 20%). Superada la crisis, la organización zonal prácticamente se desactiva de nuevo, en espera de otra oportunidad.

198

En el año 1975 se organizan las dos principales organizaciones políticas de los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana: el ANVAP y el CUNOVAP. Ambas organizaciones se crearon como mecanismo de defensa ante la creciente preocupación del Estado (e.g., Ministerio de Comercio) y del Concejo Provincial de Lima por la expansión de la venta ambulatoria en la ciudad, que se comenzó a traducir en la constitución de diversas comisiones multisectoriales encargadas de analizar la problemática del comercio ambulatorio y de sugerir alternativas para resolverla.

La “Asociación Nacional de Vendedores Ambulantes del Perú” (ANVAP), fundada por el Señor Víctor Alcántara, postula que el problema de los vendedores ambulantes es un problema fundamentalmente de tipo coyuntural, que puede ser solucionado rápidamente a través de la reubicación de los vendedores en mercados cooperativos o en galerías comerciales. Sus dirigentes, con tal motivo, sostienen continuas reuniones de coordinación y trabajo con las autoridades municipales y policiales a fin de atenuar cualquier tipo de enfrentamiento que pudiera presentarse

entre los vendedores ambulantes y las autoridades. Internamente, el ANVAP organiza actividades de tipo social (e.g., bailes, campeonatos deportivos) a fin de recabar fondos que se destinarán a la adquisición de los terrenos donde se construirán las galerías comerciales o los mercados cooperativos. En cuanto a sus bases, el ANVAP suele reclutar a sus miembros entre los vendedores ambulantes "capitalistas", principalmente aquéllos de edad ya madura, que anhelan abrir un comercio establecido que no conlleve los riesgos del comercio ambulatorio (e.g., desalojos, pérdidas de mercaderías), siendo su principal "zona" la del Mercado Central. Aunque el movimiento cooperativo nacional no tienen ninguna vinculación institucional con el ANVAP, se puede afirmar que existe una notable similitud entre ambos en lo que respecta a las soluciones propuestas al problema de los vendedores ambulantes.

El "Comité para la Unificación y Organización de los Vendedores Ambulantes del Perú" (CUNOVAP), nace en Octubre de 1975 como fruto de una escisión en el seno del ANVAP. Para los directivos del CUNOVAP, el problema de los vendedores ambulantes constituye un problema estructural de la sociedad peruana que sólo podrá ser resuelto a través de un cambio más o menos radical de sus estructuras socio-económicas. Con tal motivo, su orientación estuvo encaminada a defender el sitio de trabajo, luchar contra la reubicación, contra los impuestos directos, multas, decomisos, cobros indebidos, contra los "falsos dirigentes nacionales" (i.e., ANVAP), y para constituir una auténtica organización representativa de los vendedores ambulantes. El CUNOVAP suele reclutar sus miembros de "zonas" donde laboran ambulantes con escasos recursos económicos y que son en general gente relativamente joven. Así mismo, en estas áreas ocurren los mayores enfrentamientos entre los vendedores ambulantes y las fuerzas policiales.

La "Federación Departamental de Trabajadores Vendedores Ambulantes de Lima" (FEDEVAl), fundada en Mayo de 1979, aparece como una nueva etapa en el proceso de desarrollo organizativo de este sector económico, y su rasgo característico es presentarse como un movimiento

social en condiciones de articularse con movimientos populares más amplios. En estos términos, los vendedores ambulantes asumen una organización socio-política que presiona sobre el sistema nacional. Una expresión de esta nueva tendencia en el lema que adoptó el congreso de instalación del FEDEVAL: "por una línea sindical clasista en los vendedores ambulantes de Lima y del Perú". Igualmente, dicho evento tomó el nombre del Señor Daniel Alarcón Pedraza, dirigente de los comerciantes ambulantes que falleció en circunstancias no bien esclarecidas hace algunos años. La FEDEVAL se asemeja a su antecesora, el CUNOVAP, en cuanto a la dinámica impuesta en el campo de las comunicaciones a través de una profícua campaña de volantes y pequeños periódicos políticos; sin embargo se distingue por el contenido de sus mensajes expresados en los estatutos de la nueva federación, en su programa, en su plan de lucha, y en los diversos comunicados a la opinión pública (7).

VI

200

Los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, en tanto que participan activamente en la economía urbana al comercializar mercancías en segmentos poblacionales no cubiertos, o cubiertos parcialmente por los sectores comerciales establecidos, desempeñan un importante rol en el ciclo económico de nuestra incipiente economía urbana. Ello se debe, entre otros factores, a que el comercio ambulatorio se desarrolla durante períodos de crisis económica, caracterizados por crecientes tasas de subempleo y desempleo.

Como cualquier otro sector comercial, el comercio ambulatorio ha desarrollado una serie de estrategias y fórmulas organizativas para facilitar y garantizar el éxito de su actividad. Entre ellas hallamos en primer término, aquellas que están estrechamente vinculadas con el movimiento de capital y con el uso de la fuerza de trabajo. Luego encontramos las organizaciones orientadas a garantizar el control físico del área donde expenden su mercadería y a facilitar la interacción con la población consumidora. El

cooperativismo aparece también entre los vendedores ambulantes como una nueva forma de organización orientada hacia un mercado de consumo más estable. Finalmente, ha surgido un esfuerzo organizativo encauzado hacia la transformación de las organizaciones anteriores en movimientos con matices de tipo político-ideológico.

NOTAS

(1) Deseamos expresar nuestro más profundo agradecimiento al Señor Aldo Fuentes, alumno de la Especialidad de Antropología de la Universidad Católica, por su valiosa colaboración en el estudio de la organización de los vendedores ambulantes. El Señor Fuentes nos presentó a los diversos dirigentes de las organizaciones ambulatorias e incluso preparó un valioso documento de trabajo que facilitó la redacción de este artículo.

(2) La población estimada de Lima fue proporcionada por el Demógrafo Jorge Bardales, de la Oficina Nacional de Estadística, en base a estimaciones oficiales de dicha entidad.

(3) El material utilizado para la elaboración del presente artículo, corresponde a una investigación sobre vendedores ambulantes dirigida por uno de los autores (J. Osterling), que contó con la valiosa participación de los Profesores Jaime de Althaus y Jorge Morelli, y de los alumnos Sonia Agüero, Raúl Araki y Aymé Butrón. A todos ellos nuestro más profundo reconocimiento.

(4) La discusión en profundidad de las modalidades de la fuerza de trabajo que se desarrollan en el proceso productivo peruano no constituyen el propósito de

este artículo. Aquí sólo presentamos a manera de **ilustración** un esquema bastante genérico de las principales tendencias de las diversas formas de desarrollo de la fuerza de trabajo, a fin de facilitar la identificación del lugar que le corresponde en el proceso productivo y comercial.

(5) La venta ambulatoria se constituye en un sector de servicios que además permite canalizar la producción de bienes de origen industrial y no-industrial. Un gran rubro de los servicios ambulatorios de origen no-industrial es la canalización al mercado de consumo de la producción agropecuaria y pesquera.

(6) Entre las principales organizaciones zonales hallamos la Asociación de Vendedores Ambulantes Revolucionarios de la Plaza Unión, Plaza Dos de Mayo y Anexos; el Comité de Defensa del Parque Universitario; el Frente Unido de Vendedores Ambulantes de la Plaza de Acho; y la Asociación de Vendedores Ambulantes del Valle Sagrado (Pueblo Joven Huáscar, Canto Grande).

(7) En un volante distribuido a fines de la segunda semana del mes de Julio de 1979, los directivos del FEDEVAL dicen: "Actualmente en nuestro país los trabajadores, obreros, campesinos

nos, empleados, etc., igual que nosotros los ambulantes vienen siendo agredidos duramente por las clases explotadoras... precisamente contra estos atropellos la Coordinación de Bases de la Federación de Ambulantes (FEDEVAL), realizada el 13/7/79, ha considerado dar nuestro apoyo y respaldo al paro nacional convocado por la CGTP... y demás Federaciones independientes, para este Jueves 19 de Julio."

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE)

1977 *I Censo de Vendedores Ambulantes de Lima Metropolitana 1976*
Lima: Instituto Nacional de Estadística

MERCADO, Hilda

1978 *La Madre Trabajadora, El Caso de las Comerciantes Ambulantes*
Lima: Centro de Estudios de Población y Desarrollo (Serie C. N° 2)

OSTERLING, Jorge, Jaime de Althaus y Jorge Morelli

1979 "Los Vendedores Ambulantes de Ropa en el Cercado: Un Ejemplo del Sector Económico Informal en Lima Metropolitana", en la revista *Debates en Antropología* 4: 23-41 (Departamento de CC.SS. de la Universidad Católica del Perú).