

IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS DE LA VENTA AMBULANTE: UNA REVISIÓN DESDE INVESTIGACIONES EMPÍRICAS EN EL SUR GLOBAL*

Johanna Peláez Higuera**
Gregorio Calderón Hernández***
Héctor Mauricio Serna Gómez****

Recibido 20 de febrero de 2023 Aprobado 18 de abril de 2023

<https://doi.org/10.22395/seec.v26n60a4444>

RESUMEN

La presente revisión de literatura tiene por finalidad comprender el impacto social y económico de la venta ambulante desde la perspectiva de género; las características económico-financieras de los vendedores ambulantes; y las condiciones educativas y de formación de la población dedicada a esta actividad, a partir de investigaciones empíricas disponibles en Scopus. Metodológicamente se consideraron tres fases: Scoping review sobre venta ambulante, revisión sistemática a partir de la fase anterior y análisis a profundidad donde se identificaron los artículos con mayor relevancia en torno a las tres categorías de análisis seleccionadas. Los hallazgos evidencian el papel de la mujer en la venta ambulante y la existencia de factores que afectan su actividad tales como: movilidad social, discriminación, acoso y trabajo remunerado frente a trabajo reproductivo. Asimismo, se evidencian limitaciones para el desarrollo de la actividad ambulante como: acceso al sistema financiero, persecución y control por parte de las autoridades locales y restricciones en los ingresos periódicos, además de limitaciones en la formación y capacitación.

PALABRAS CLAVE

Venta ambulante, economía informal, género, ingresos, educación.

* Artículo de revisión: resultado de trabajo de grado de maestría en desarrollo sostenible y medio ambiente en la Universidad de Manizales.

** Administradora de empresas, Universidad de Manizales, Manizales, Colombia. Magíster en desarrollo sostenible y medio ambiente, Universidad de Manizales, Manizales, Colombia. Docente tiempo completo, Universidad de Manizales, Manizales, Colombia. Grupo Gestión Organizacional Sostenible, Innovadora y Responsable (GOSIR). Cra. 9a # 19-03, (606) 8879680 E-mail: jpelaez@umanizales.edu.co. Orcid: [0000-0003-0112-0656](https://orcid.org/0000-0003-0112-0656).

*** Administrador de empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, Manizales, Colombia. Magíster en administración, Universidad EAFIT, Medellín, Colombia. Magíster en desarrollo educativo y social, CINDE UPN, Manizales, Colombia. Doctor en administración y dirección de empresas, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España. Director de doctorado en Administración, Universidad de Manizales, Manizales, Colombia. Grupo de investigación en Administración y Gerencia del Talento Humano. Cra. 9a # 19-03, (606) 8879680. E-mail: gcalderonh@umanizales.edu.co. Orcid: [0000-0002-4249-0613](https://orcid.org/0000-0002-4249-0613).

**** Administrador de empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, Manizales, Colombia. Magíster en Economía, Universidad de Manizales, Manizales, Colombia. Director de Investigaciones y Posgrados, Universidad de Manizales, Manizales, Colombia. Grupo de investigación en Economía Internacional. Cra. 9a # 19-03, (606) 8879680 E-mail: hserna@umanizales.edu.co. Orcid: [0000-0002-3945-2843](https://orcid.org/0000-0002-3945-2843).

CLASIFICACIÓN JEL

E26, O17, O18, J16.

CONTENIDO

Introducción; 1. Antecedentes teóricos; 2. Metodología; 3. Hallazgos; 4. Discusión y conclusiones; Referencias bibliográficas.

INTRODUCCIÓN

La venta ambulante es aquella actividad que se caracteriza por llevarse a cabo en espacios públicos y que normalmente evade el pago de impuestos y otras condiciones propias de un negocio formalmente consolidado (Lata, Walters y Roitman, 2020). Esta actividad se reconoce como un trabajo informal, que no garantiza ingresos equivalentes al salario mínimo, con condiciones de trabajo precarias, en muchas ocasiones realizadas al sol y al agua sin ningún tipo de protección. Además, las jornadas laborales semanales suelen ser mayores a las de empresas de la economía formal, y frecuentemente carecen de seguro de salud, pensión, o ARL (administradora de riesgos laborales) (OIT, 2013), convirtiéndolo en uno de los empleos con mayor precarización laboral.

Pese a lo anterior, la venta ambulante suele ser fuente de ingresos para muchas familias, especialmente en países del Sur Global, la mayoría de las veces en condiciones sociales y económicas deficientes (Guesné y Ménascé, 2014; Kinyanjui, 2013). Como casi toda la población que se encuentra en la informalidad, son trabajadores en condiciones de vulnerabilidad e inseguridad alimentaria (Pretorius y Blaaw, 2014; Bell y Loukaitou-Sideris, 2014), con ingresos irregulares que algunas veces apenas alcanzan para lograr la subsistencia básica y que adicionalmente a estas poblaciones en incertidumbre por un permanente conflicto con las instituciones encargadas de regular el uso del espacio público, toda vez que esta actividad es considerada una forma de empleo que va en contravía del trabajo formal, desconociendo la importancia para el desarrollo social y el sostenimiento de grupos familiares que no encuentran otra forma de generar ingresos más que a partir del trabajo no registrado (Agostino, 2016).

Algunos de los factores que contribuyen al ingreso bajo dicha modalidad de empleo, son: pobreza, migración, bajos niveles educativos, carencia de empleo formal, búsqueda de oportunidad de negocio, emprendimiento por necesidad y conflictos sociales, entre otros (Wilson, 2014; Williams y Gurtoo, 2013; Achua y Lussier, 2014).

Las condiciones limitantes de los vendedores ambulantes suelen estar determinadas por: composición familiar, edad, lugar de procedencia, género, ingresos, nivel económico, nivel educativo, tipo de producto que ofrecen, entre otros (Truong 2018; Brown y Mackie, 2017). Muchos de los vendedores ambulantes son: inmigrantes, ancianos y mujeres, quienes a la vez tienen bajos niveles educativos y en ocasiones no superan la del umbral de pobreza (Bell y Loukaitou-Sideris, 2014). Las condiciones socioeconómicas de los vendedores ambulantes desempeñan un papel importante a la hora de decidirse por esta actividad por encima de un trabajo formal,

pues la falta de buenos niveles de escolarización y de habilidades pueden interferir al momento de aspirar a empleos formales (McHardy, Fram y Guotai, 2010).

El presente estudio tiene como finalidad conocer los principales impactos sociales y económicos de un aspecto de la economía informal, la venta ambulante, a partir de lo evidenciado en investigaciones empíricas realizadas en países del Sur Global. Para ello se realizó una revisión sistemática de artículos investigativos procedentes de países emergentes, en vías de desarrollo, y no industrializados de América Latina, Asia y África caracterizados, focalizada en tres categorías socioeconómicas: cuestiones de género, cuestiones económico-financieras y cuestiones educativas y formativas. No se pretendió ni un mapeo ni un estudio bibliométrico propiamente dicho.

1. ANTECEDENTES TEÓRICOS

La economía informal según la OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2015, p. 2) incluye todas "las actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que, en la legislación o en la práctica, están insuficientemente cubiertas por sistemas formales o no lo están en absoluto". Una de las principales representaciones del trabajo informal es la venta ambulante (Bernal-Torres, Peralta-Gómez y Thoene, 2020).

La venta ambulante como actividad de la economía informal tiene una connotación marginal por cuanto es una actividad a la que se recurre en muchas ocasiones por limitaciones para ingresar al mercado laboral formal. La literatura la ha considerado al menos desde tres perspectivas diferentes; como actividad informal puede ser vista como una ocupación indeseable que afea las ciudades y crea el desorden y el caos –mirada frecuente en los formuladores de planeación urbano y políticas de desarrollo–; como alternativa ante la situación de desempleo y pobreza –mirada desde los países en desarrollo– o como un importante servicio social –mirada de quienes ejercitan la actividad– (Bernal-Torres et al., 2020).

La venta ambulante en los países en desarrollo es llevada a cabo, en general, por personas con bajo nivel educativo, pocas competencias específicas o con bajos recursos de capital para invertir (Roever y Skinner, 2016), es decir, es propia de personas pobres y marginadas, muchas de ellas provenientes de desplazamientos internos aunque puede ser realizada a menudo por tradición familiar, mientras que en los países desarrollados lo realizan migrantes casi siempre como una ocupación temporal (Recchi, 2020), que no cuenta con las condiciones necesarias para ingresar al mercado formal, por lo que optan por el autoempleo (Biney, 2019; Suryanto y Adianto, 2020)

La venta ambulante ha sido estudiada más en países del Sur Global debido a que en aquellos este suele ser uno de los principales medios para ocupar a la población en edad de emplearse, mientras que en países desarrollados esta actividad se convierte en la principal opción para inmigrantes que no pueden acceder a empleos formales; los tópicos más abordados son las características y perfiles de los vendedores ambulantes, las condiciones y estrategias de trabajo, las causas y los motivos de la venta ambulante (Recchi, 2020). Otros temas de amplio interés investigativo son las regulaciones, el control y la relación con el espacio público (Gillespie, 2017; Onodugo et al., 2016); la asociación con las migraciones (Kafafy 2017; Bell y Lokaitou-Sideris, 2014) y últimamente, el análisis de factores de salud que afectan a los vendedores ambulantes (Sepadi y Nkosi, 2022).

En la revisión inicial se identificaron tres aspectos, que si bien han sido estudiados de manera aislada, se carece de un análisis que dé cuenta de la integralidad del fenómeno: las cuestiones de género en la venta ambulante, las cuestiones económico-financieras en la venta ambulante y la formación o capacitación de los vendedores ambulantes. El papel de la mujer ha sido subvalorado por la economía en la concepción tradicional del trabajo (Guha, Neti, y Lobo, 2022; Mezzadri, 2019), esto no es diferente en la economía informal en la cual los riesgos y vulnerabilidades afectan de manera desproporcionada a las mujeres en todos los países del mundo (OECD/ILO, 2019), por ello su análisis es fundamental y novedoso.

En cuanto a los aspectos económico-financieros, es de considerar que para una amplia población la venta ambulante es la única alternativa a la situación de pobreza y para muchas familias de escasos recursos la fuente principal de ingresos, siendo para la mayoría de ellos la única opción como medio de supervivencia (Lyons, Brown y Msoka, 2012), de esta manera se constituye en "una malla de seguridad, ya que en esta se encuentran cientos de miles de personas que carecen de empleo formal y que requieren de trabajo y de ingresos para subsanar sus necesidades básicas y las de sus familias" (Rodríguez y Díaz, 2015, p. 42).

Por otro lado, es de anotar que la educación formal es importante en cuanto le suministra a la personas habilidades y destrezas especializadas, apropiadas para el mercado laboral formal (Di Nunzio, 2012; Barrios y Blocker, 2015; Kafafy, 2017), pero es pertinente comprender que en estas poblaciones se generan círculos viciosos pues no estudian por falta de interés sino por ausencia de oportunidades pues sus condiciones de marginalidad los obligan a que todos sus ingresos se tengan que dedicar a la adquisición de techo y comida quedando sin recursos para asistir a la escuela (Boels, 2014) o bien por las condiciones discriminantes hacia las mujeres y niños

los obliga a trabajar más horas y esforzarse mucho más para lograr algún ingreso aceptable imposibilitando dedicar tiempo al estudio (Kinyanjui, 2013).

2. METODOLOGÍA

Este trabajo se realizó mediante la técnica de revisión de la literatura, llevado a cabo en tres diferentes fases. La primera se correspondió con un Scoping review de las investigaciones disponibles en revistas indexadas en Scopus, para identificar las principales tendencias acerca de la venta ambulante utilizando la ecuación de búsqueda TITLE-ABS-KEY ("INFORMAL ECONOMY") AND TITLE-ABS-KEY ("STREET VENDOR") que arrojó 108 artículos (se filtraron otros tipos de documentos). Esta primera búsqueda abarcó todos los artículos disponibles hasta el 2017. A partir de este ejercicio inicial se identificaron tres aspectos para focalizar el presente estudio: género, ingresos y formación.

Para la segunda fase se llevó a cabo una búsqueda sistemática de literatura, tomando cada aspecto como tema separado y restringiendo la búsqueda al período 2018 – 2022 para concentrar el estudio en las publicaciones más recientes. Se emplearon las siguientes ecuaciones de búsqueda, para género TITLE-ABS-KEY (("street vendor" OR "street vending" OR hawker OR peddler) AND (woman OR female)) AND PUBYEAR > 2017 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE, "re")), después de hechos los respectivos filtros se identificaron 30 artículos que abordaban el tema de género. Para abordar cuestiones económico-financieras la ecuación fue TITLE-ABS-KEY (("street vendor" OR "street vending" OR hawker OR peddler) AND (earn* OR profit* OR financial OR income)) AND PUBYEAR > 2017 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE, "re")), después de los respectivos filtros quedaron 19 artículos. Para capacitación se utilizó la ecuación TITLE-ABS-KEY (("street vendor" OR "street vending" OR hawker OR peddler) AND (education* OR ability OR training)) AND PUBYEAR > 2017 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE, "re")) terminando con 10 artículos después de filtros.

Durante la tercera fase se hizo un ejercicio analítico para escoger los artículos que abordaran específicamente las variables que interesaban al estudio, además se eligieron únicamente investigaciones empíricas y que hicieran referencia a países del denominado Sur Global. En total se utilizaron 59 artículos para llevar a cabo la parte narrativa analítica.

3. HALLAZGOS

3.1 Venta ambulante y cuestiones de género

Aunque existe participación femenina y masculina en la población que se dedica a la venta ambulante, la presencia de mujeres suele ser mayor que la de los hombres (Trupp y Sunanta, 2017; Wilson, 2014), en esto influyen en gran medida las condiciones de discriminación e inequidad en aspectos como la formación, la autonomía y las responsabilidades en el hogar que generalmente tiene la mujer para desarrollar actividades en el sector formal (Özatesler, 2014). Sorprende que para el 2023, las políticas y regulaciones continúan siendo hostiles para esta población, reafirmando su vulnerabilidad y marginación (Kamete, 2020; Gautam, y Waghmare, 2021)

3.1.1 Entre la sobrevivencia, la movilidad social y la dignidad

La vinculación de la mujer a las actividades de la venta callejera no es nueva, ya desde mediados del siglo XIX eran mayoría en la venta ambulante de la capital angoleña y desde esa época eran objeto de políticas represivas por las autoridades portuguesas, a pesar de que ofrecían alternativa alimentaria a quienes no podían comprar los alimentos importados por el país colonizador (Oliveira, 2020); en Los Ángeles, esta actividad fue penalizada desde los años 30 del siglo XX y movimientos sociales se han valido de esta experiencia para reivindicar los derechos de la mujer (Bruene y Capous-Desyllas, 2022). En época reciente, las condiciones creadas por la planificación urbana y el desarrollo, la tendencia a la modernización del espacio urbano y la presión de grupos de élite local, han terminado afectando al vendedor ambulante y en especial a la mujer (Ray, 2022; Recchi, 2020).

En muchos casos, la venta ambulante se convierte en una opción para para las mujeres debido a la necesidad de proveer dinero y comida en el hogar (Trupp y Sunanta, 2017) y se origina por la posibilidad que le ofrece esta actividad de dividir el tiempo de manera que puedan realizar la venta ambulante, labores domésticas y cuidado de los hijos (Onodugo et al., 2016), por ello no es extraño que muchas mujeres se trasladan a los lugares de trabajo en compañía de niños en edad de crianza (Özatesler, 2014).

La venta ambulante contribuye a la vida económica y social de las mujeres, a través de generación de empleo, de ingreso y el desarrollo de habilidades y competencias. La investigación empírica reciente resalta la importancia de esta actividad en cuanto a movilidad social, especialmente al invertir en educación para sus hijos, y su rol para otorgar autonomía y dignidad social a la mujer (Freire, 2020; Guha

et al., 2022). Esto se refleja en su capacidad para convertir un proyecto económico de supervivencia en un proyecto humano y de vida (Sabella y El-Far, 2019).

A pesar de estos espacios y la alta participación femenina en el mercado ambulante, el trabajo informal en las mujeres carece de estatus lo que en ocasiones conlleva a la subordinación y dependencia de las mismas con familiares y cónyuges (Matlon, 2016), e inclusive un rechazo de parte de sus parejas por la actividad laboral ejercida o inclusive parcial o total falta de apoyo en la actividad económica aunque estas tengan la mayor responsabilidad en los ingresos del hogar (Bhoola y Chetty, 2022). Existen a la vez condiciones que pueden limitar la actividad femenina dentro del mercado informal, entre otros, la cultura y la religión que regulan la presencia femenina, donde las mismas deben contar con una aprobación y autorización para laborar, ya sea de sus parejas o familias (Pretorius y Blaauw, 2014), a la vez que deben cumplir con sus demás obligaciones, pues de no hacerlo su empleo se vería afectado (Özateşler, 2014).

Pero no se puede desconocer que las mujeres ya son una presencia establecida y como tal se han esforzado por ser notadas e incluidas en la planificación de ciudad (Kinyanjui, 2013). Es importante, entonces, reconocer que las mujeres ocupan un lugar significativo dentro de la economía informal, al tener participación mayoritaria en ciertos tipos de empleo, lo que a la vez conlleva a una contribución a la economía y el desarrollo locales (Jensen y Peppard, 2015), proporcionando a su vez el principal ingreso en sus hogares y garantizando la subsistencia de su familia (Khamrang, et al., 2022).

3.1.2 La venta ambulante una extensión del trabajo doméstico

En la sociedad patriarcal, dominante en casi todo el Sur Global, las mujeres tienen dos tipos de trabajo, el de mercado remunerado o productivo y el trabajo del hogar no remunerado o reproductivo generalmente subvalorado que invisibiliza la contribución de la mujer al trabajo productivo (Mezzadri, 2019). Normalmente esos dos ámbitos se combinan y las mujeres garantizan un ingreso, pero frecuentemente con efectos sobre su bienestar y su rol en el hogar (Guha et al., 2022; Bruene, y Capous-Desyllas, 2022).

Si bien en esta actividad no siempre hay diferencias significativas desde las características sociodemográficas entre hombres y mujeres, se ha evidenciado una clara discriminación al momento del desarrollo de las tareas y la elección de productos que comercializan las mujeres, pues se ven obligadas a desempeñar roles más cercanos a aquellos que la sociedad considera femeninos (Hermawati

et al., 2021). Se evidencia mayor participación de la mujer en el sector turismo (Trupp y Sunanta, 2017; Truong, 2018), así como en mercados de venta de comida y de productos perecederos, en la venta de flores y hortalizas debido a habilidades femeninas a la hora de contactar con los clientes (Roever y Skinner, 2016).

La venta informal de comidas callejeras es una forma de extender las habilidades culinarias desarrolladas en el trabajo reproductivo y por lo tanto no requiere nuevos aprendizajes de ese tipo, aunque esto no las libera de la responsabilidad por el trabajo en el hogar, pero contar con un ingreso y cierta autonomía en la gestión, les da identidad y sentido de dignidad, a la par que delegan algo del trabajo doméstico a sus cónyuges (Guha et al., 2022): "Su transición del trabajo del hogar al espíritu empresarial les dio visibilidad y reconocimiento, tanto dentro como fuera del hogar" (p. 1946). Esta capacidad de agencia y reconocimiento dentro de sus hogares tuvo un retroceso por los efectos de la crisis del COVID-19.

3.1.3 La vida económico-empresarial de las vendedoras ambulantes

La venta callejera aparentemente no requiere competencias especializadas (Steel et al., 2014), sin embargo, carencias mínimas en gestión de recursos, habilidades comerciales, así como capacitación básica en el negocio (normas sanitarias en el caso de manipulación de alimentos, por ejemplo) se vuelven determinantes para la supervivencia de la actividad (Mahopo et al., 2022). Especial énfasis se debe hacer en la educación financiera (Mondal, y Rajpal, 2022), pues se ha evidenciado que, inclusive en contextos marginados, la actividad empresarial se constituye en un medio para superar la adversidad económica y social o la dominación colonial (Sabella y El-Far, 2019).

Aunque no pueda generalizarse, en muchas regiones del mundo la discriminación hacia la mujer hace que el mercado laboral de la actividad callejera sea desventajoso para la población femenina, lo cual se refleja en baja productividad, bajos ingresos y trabajos inseguros (Saikia, 2019), siendo desfavorable para las vendedoras migrantes frente a las nativas, por cuanto a las primeras se les exige una mayor cantidad de inversión (Kambara y Bairagya, 2021), además de sufrir exclusión debido a su nacionalidad y alusiones despectivas relacionadas con su trabajo (Kersh, 2020).

Un elemento fundamental para desarrollar esta actividad económico empresarial es el espacio público, aspecto en el que también se encuentran en desventaja las mujeres, de manera que para algunas, negociar los espacios públicos para llegar a sus destinos es una lucha diaria para las mujeres en la India...realizan esfuerzos constantes para negociar condiciones inseguras en los espacios públicos a través de la

evitación, la protección y la prevención (Roy y Bailey, 2021). A lo anterior se suman las normas sociales y religiosas que en muchas ocasiones restringen a las mujeres el acceso a espacio público, y por ende a esta actividad comercial (Lata et al., 2021).

De otra parte en casos de crisis, en los negocios, es normal recurrir a estrategias de afrontamiento para la supervivencia (innovación de producto o de mercado), ante la carencia de estas se buscan mecanismos de mitigación (ayudas gubernamentales o comunitarias, créditos formales, entre otros) en el caso de vendedoras urbanas de Vietnam y frente a la crisis de COVID-19, se halló que no tenían estrategias de afrontamiento y que los mecanismos de mitigación eran insuficientes o restringidos y por lo tanto tuvieron que acudir a mecanismos informales que pudieron ser más dañinos que la misma crisis como venta de activos o créditos agiotistas (Thanh, y Duong, 2022).

3.1.4 Mujeres, venta ambulante y capital social

En buena medida el éxito de la mujer en la venta ambulante está determinado por su capacidad de relacionamiento, lo cual le permite forjar lazos con parientes que se encuentran en el oficio y con intermediarios, alianzas con competidoras y el espíritu de cooperación y asistencia mutua (Sowatey et al., 2018). Asimismo, para enfrentar las condiciones del espacio público donde algunas veces las mujeres se sienten inseguras, han creado redes de apoyo y comunicación donde se protegen las unas a las otras (Lata, Walters, y Roitman, 2020).

El estudio de Kawarazuka y colaboradores (2018) concluye que las mujeres actúan más bajo los criterios de las relaciones sociales, mientras que los hombres lo hacen basándose en las interacciones económicas, y que en el caso de la venta ambulante tienen una mayor capacidad de adaptación e impacto los primeros, teniendo por tanto una ventaja comparativa la mujer; pero también lleva a las mujeres a comportarse basadas en sistemas de valores cooperativos garantizando el apoyo mutuo para alcanzar los ingresos del hogar (Irwan, et al., 2022).

3.1.5 Discriminación y acoso a la mujer en la venta ambulante

La venta callejera es una actividad con grandes vulnerabilidades (Gautam, y Waghmare, 2021) no exenta de tensiones con las autoridades, a menudo con poca o ninguna protección de parte de ellas (Van Den Heuvel, 2015; Martínez, Short y Estrada 2018), pero es la mujer la que está sometida, en términos generales, a mayores discriminaciones y restricciones.

Ha sido evidenciado en las investigaciones empíricas recientes la existencia de acoso verbal o visual de las mujeres en diversos entornos de venta (Rosenbaum et al., 2020), pasando en ocasiones del abuso verbal al contacto inapropiado y la violación (Amole et al., 2021; Omotosho, y Ola, 2021) e incluso en algunas sociedades se utilizan para promover la prostitución (Solong et al., 2020). Una de las poblaciones con mayor riesgo son las vendedoras adolescentes (Uvere, y Ajuwon, 2021).

En la sociedad dominada por los hombres, las mujeres siempre se consideran inferiores y hay una serie de casos de acoso y abuso que no solo hacen que las mujeres dejen su ocupación de ganar el pan, sino que también sufran pérdidas financieras (Prasad y Subhashini, 2019, p. 409).

Las investigaciones también han encontrado que el ser mujer en una actividad callejera también cuenta con desventajas entre los mismos trabajadores, dado que pueden sufrir de acoso por parte de sus compañeros, lo que a su vez las lleva a aumentar sus condiciones de vulnerabilidad (Turner, Adenwala, y Zuberec, 2020).

Dentro de las problemáticas relacionadas con el acoso sexual, se evidencia a la vez que las mujeres jóvenes tienen mayores probabilidades de sufrir algún evento de este tipo, toda vez que dentro de la actividad ambulante también pueden recibir propuestas sexuales a cambio de dinero (Ouédraogo, Sisawo, y Huang, 2017).

El acoso y violencia ejercido contra las mujeres ha llevado a que estas se sientan con menos derecho sobre el espacio público, lo que conlleva a un sentimiento de inferioridad con respecto a los hombres, toda vez que requieren de protección adicional, no solo del sexo opuesto si no también desde las instituciones (Ray, 2022)

Las autoridades locales y las organizaciones cívicas son las primeras llamadas a prevenir y controlar el abuso y la explotación de esta población, no siempre son bien percibidas por las mujeres que enfrentan esta situación (Bhoola y Chetty, 2022).

3.2 Venta ambulante y cuestiones económico – financieras

3.2.1 Condiciones financieras y venta ambulante

La venta ambulante, por su connotación de actividad informal, en muchos casos considerada marginal, con frecuencia carece de financiación proveniente de canales formales (bancos comerciales, fondos financieros) por lo que deben recurrir a recursos propios o a créditos usureros que se quedan con una significativa proporción de sus ganancias (Al-Jundi et al., 2022).

En consecuencia, se puede hablar de una exclusión financiera tanto por la dificultad de acceso a los canales institucionales de financiación, por el analfabetismo financiero, así como por la poca información sobre el sistema financiero y sus instrumentos (Martínez y Short, 2022; Mondal y Rajpal, 2022). Nandru et al. (2021) evidenciaron la importancia de la inclusión financiera en el bienestar de los vendedores ambulantes más marginados e identificaron como determinantes las dimensiones de accesibilidad, la disponibilidad y el uso y asequibilidad a los servicios financieros.

A pesar del pesimismo que genera lo mencionado para lograr ingresos aceptables, los vendedores ambulantes aprovechan sus bajos costos operativos, lo que, combinado con alternativas innovadoras y creativas, les permiten atender las necesidades a clientes permanentes de bajos ingresos y los ocasionales generados por el turismo -dos grupos significativos en el mercado callejero- para mantener ganancias que no solo les permiten sobrevivir sino también supervivir en el mediano plazo (Al-Jundi et al, 2022; Dube, 2021). Estos efectos son mayores cuando se soporta a los vendedores ambulantes con líneas de crédito flexibles, aumentando sus ganancias hasta en un 7 %, al menos eso demostró un experimento realizado en la India (Aragón et al., 2020).

Por otro lado, se han identificado en diversos estudios el interés de los más jóvenes en innovar en productos o servicios y en procesos de mercadeo, pues cuentan con el espíritu propio del comportamiento innovador (generación de ideas) pero al momento de la implementación chocan con la limitación de falta de garantías para acceder a los créditos del sistema, además de asesoramiento técnico para aprovechar oportunidades empresariales (Biney, 2019; Fadah, et al., 2018; Martinez, y Rivera-Acevedo, 2018).

Es de considerar, además, que situaciones como la crisis generada por la pandemia causaron estrés e inseguridad financieros en esta población, independiente del género, estado civil, edad, educación, ingreso mensual y tipo de producto vendido; a lo que se sumó que, por la reducción en los ingresos, terminó generando efectos negativos en otros aspectos de bienestar del vendedor ambulante, como la seguridad alimentaria y la salud (Ravikumar, et al., 2022; Moral et al., 2022; Kudzai y Witness, 2021). A esto habría que agregarle que las políticas, regulaciones y programas de apoyo no siempre están a favor de los vendedores, creando entornos comerciales y territorios de mercado limitados para sus negocios (Renugadevi et al., 2022).

3.2.2 Ingresos de los vendedores ambulantes

Dadas las condiciones inestables que el trabajo en la calle supone, resulta difícil determinar los ingresos en los trabajadores informales, por tanto, dependen de los precios que los clientes están dispuestos a pagar por el producto, así como de los precios que la competencia tenga en el sector (Pretorius y Blaauw, 2014, Malton, 2016). Esto incide de tal manera que muchos vendedores se ven obligados a vender su producto a muy bajo precio para asegurar un mínimo de ingresos para el día a día, afectando directamente sus ganancias (Martínez y Rivera-Acevedo, 2018). Por otro lado, aunque hay coincidencia en muchas investigaciones de valorar como bajos los ingresos de los vendedores ambulantes, la variedad de condiciones, características y situaciones específicas permite encontrar una gama de ingresos que van desde "los relativamente acomodados hasta los de menores ingresos y marginales, y desde los de larga tradición hasta los recién llegados" (Martínez y Short, 2022, p.15)

Múltiples factores influyen en los ingresos percibidos por los vendedores ambulantes, entre otros, el producto ofertado, la calidad del bien o servicio, la fidelización del cliente, el día de la semana, la cantidad de personas en la plaza de mercado, los horarios de trabajo de cada vendedor y demás (Recio y Gómez, 2013; Martínez y Rivera-Acevedo, 2019; Truong, 2018). A la vez, características como la seguridad de la plaza son determinantes en las ventas y en los ingresos percibidos, al carecer de protección los compradores potenciales no transitan por el sector, lo que representa no solo una reducción en las ventas sino también la pérdida del producto ofertado, cuando de perecederos se trata (Roever y Skinner, 2016).

Existe una alta dependencia entre los ingresos provenientes de las ventas diarias y la supervivencia de estas familias (Lyons, Brown, y Msoka, 2012), al depender de las ganancias diarias para poder acceder a alimentos básicos o alojamiento (Martínez y Rivera-Acevedo, 2018). Es por ello que, actividades orientadas a erradicar la venta ambulante, como desalojos, confiscación, arrestos, entre otros (Guesné y Ménascé, 2014; Lata, Walters y Roitman, 2018), que buscan mejorar las condiciones del espacio público, impactan los ingresos de los vendedores ambulantes y su seguridad alimentaria se ve afectada (Roever y Skinner, 2016; Truong, 2018), ya que es una actividad comercial que requiere de la presencia diaria del vendedor, quienes en ocasiones deben suspender la actividad por desalojos o incluso arrestos, lo que también afecta sus ingresos.

3.3 Venta ambulante y cuestiones educativas y formativas

A diferencia de las dos categorías anteriores (género y cuestiones socioeconómicas), la literatura enfocada en educación y formación para la generación de capacidades no resulta ser abundante

No es muy abundante la investigación específica sobre educación y formación en relación con la venta ambulante. Sin embargo, la mayoría de los trabajos empíricos prescriben políticas de inversión en educación y formación, ya sea para reducir la presión por la demanda de esta actividad en las ciudades o para mejorar el potencial de ingresos de las poblaciones estudiadas.

3.3.1 Venta ambulante: papel de la educación

Las carencias en educación formal se constituyen en una limitante para el ingreso de las personas al mercado laboral formal. Por lo tanto, la informalidad se convierte en la única alternativa para generar ingresos y poder subsistir para una alta proporción de la población en el Sur Global (Muñoz, 2018). La mayoría de los vendedores ambulantes tienen esta limitante siendo relativamente alta la cantidad de personas sin ninguna formación o con tan solo el nivel de primaria (Guesné y Ménascé, 2014; Özateşler, 2014; Kinyanjui, 2013).

La evidencia empírica a partir de estudios causales permite afirmar que la demanda de las personas por esta actividad está impulsada y, en algunos casos, determinada, aunque no exclusivamente, por los bajos niveles de educación de la población (Igudia, 2020; Mazumdar y Ghosh, 2019).

La falta de educación es otro constructo que explica la existencia de la venta ambulante. Generalmente, es difícil para las personas analfabetas y semi-educadas conseguir trabajo en el sector formal, por lo que tienen que trabajar en el sector informal para poder sobrevivir. La falta de calificaciones es un obstáculo importante para el empleo, al igual que la falta de experiencia, incluso para las personas educadas. La venta ambulante es una solución fácil para que esas personas ganen dinero. A medida que las personas adquieren más educación, es posible que se desempeñen mejor incluso cuando trabajen en el sector informal (Al-Jundi, 2022, p. 9)

También se hallaron resultados que muestran la relación de la educación formal con aspectos específicos de los vendedores ambulantes, por ejemplo, incide significativamente en su bienestar (Handoyo y Wijayanti, 2021); en su nivel de emprendimiento (Marliati 2020), y en el grado de pobreza (Al-Jundi et al., 2020).

De otra parte, la falta de estudios superiores en la población informal parece ser un patrón, sin embargo, en la venta informal también se encuentran personas con buenos niveles educativos, incluidos estudios superiores (Martínez, Short y Estrada, 2018) que pueden obtener mejores ingresos en comparación con quienes no la poseen (Alvi y Mendoza, 2017).

Por último, es de resaltar que pocos vendedores ambulantes proyectan un futuro para sí mismo o sus familias ya que quienes son mayores creen que estarán laborando en la calle hasta que mueran y quienes aún están jóvenes piensan que no tienen la opción de invertir en planes a largo plazo, ni en condiciones que mejoren sus fuentes de empleo, como lo es la educación (Truong, 2018). Además, la carencia de educación en los vendedores ambulantes influencia de manera directa el acceso a la educación de sus hijos, quienes serían los sucesores en el oficio de la venta ambulante (Turner y Schoenberger, 2012; Truong, 2018), por lo que se deduce que la carencia de buenos niveles de educación influye en el alcance y logro de objetivos en los vendedores ambulantes y de sus familiares

3.3.2 La capacitación y los vendedores ambulantes

Aunque una característica del mercado laboral en actividades informales y, específicamente en la venta callejera, es la poca exigencia de habilidades, destrezas y competencias específicas (Roever y Skinner, 2016), estudios recientes abogan por la formación y entrenamiento de los vendedores ambulantes.

El campo en donde mayor cantidad de investigaciones enfatizan sobre capacitación es en las actividades relaciones con alimentos, especialmente se demandan programas de formación en procesamiento e inocuidad de los alimentos (Rakha et al., 2022; Mahopo et al., 2022) tanto por razones de salud pública como por seguridad y calidad de los productos y el servicio, especialmente porque uno de los productos de mayor oferta en este tipo de actividad son los alimentos procesados que pueden ser preparados directamente en el lugar de trabajo (Verma, et al., 2023)

También se observa preocupación por la formación en aspectos de gestión, y finanzas, (Delgado et al., 2020; Martínez y Short, 2022) o en aspectos específicos que les permita mejorar la calidad de la actividad (Nyarko y Tahiru, 2018), de manera que puedan tener un mejor manejo de las finanzas para que con ello puedan hacer crecer sus negocios o en su defecto alcanzar la sostenibilidad de este (Juta y Olutade, 2021).

Otra necesidad de formación que se identifica es la relacionada con el marketing (Papilaya, Soisa, y Akib, 2015) en la actividad ambulante, esto teniendo en cuenta que

la exhibición de los productos se realiza de manera empírica, así como la atracción de los clientes (Delgado, Chabusa, y Villacreses, 2020), por lo que resulta necesario generar capacidades relacionadas con estrategias de mercado que podrían aumentar los niveles de ingreso y la percepción positiva con respecto a la actividad ambulante.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El presente artículo tuvo por finalidad aproximarse a la realidad de la venta ambulante para conocer los impactos socioeconómicos que tiene sobre las cuestiones de género, económico-financieras y de ingresos a partir de investigaciones empíricas realizadas en países del Sur Global.

Entre los aspectos encontrados, vale la pena resaltar que, a pesar de las limitaciones de la venta ambulante como actividad informal y, por ende, fundamentada de manera significativa en la precariedad, se reconoce su papel en la supervivencia de un grupo poblacional muy amplio el cual no subsistiría sin esta alternativa (Sabella y El-Far, 2019). Por otra parte, se constituye en una posibilidad para que personas con bajos niveles educativos, pero con ciertos conocimientos y experticias, puedan ofrecer a grupos humanos con ingresos reducidos, bienes y productos a precios favorables, a los cuales no podría acceder de otra manera (McKay y Osborne, 2022). Un aspecto que se identificó en muchos de los trabajos revisados y que impacta negativamente los efectos positivos mencionados es la percepción de inseguridad que acompaña permanentemente esta actividad (Rosenbaum, et al., 2020).

Preocupante resulta que, a pesar de los avances en la sociedad para reconocer los derechos femeninos y de su importante rol en el desarrollo económico, aún sea muy marcada la discriminación de la mujer en esta actividad informal, lo cual se evidencia en la sobre exigencia al tener que cumplir múltiples roles simultáneamente -hogar, familia, trabajo-, en el tipo de venta a la cual se puede dedicar, casi siempre asociadas a labores asociadas a su género como una extensión de la labor familiar (Guha, Neti, y Lobo, 2022; Hermawati, et al., 2021). A lo anterior se suma otra forma de discriminación, pues la mujer es más proclive a riesgos de acoso o actos delictivos, así como a depender de la voluntad y apoyo de sus parejas para ejercer esta función, lo cual puede ser asumido como una vulnerabilidad, desde una visión patriarcal (Ray, 2022).

La venta ambulante, al ser una actividad en la que sus ingresos dependen de factores como el clima, la época del año, la cantidad de competidores, los controles por el espacio público, el tipo de producto, la zona, el día de la semana, entre otros, conlleva a que los ingresos por ventas sean variables, así como sus ganancias (Jamir

y Pongen, 2022), además, no cuentan con un respaldo que garantice la capacidad adquisitiva del vendedor, inciden en que los mismos no puedan acceder a créditos bancarios (Munishi, Songa, y Kirumirah, 2022), lo que conlleva al aumento de préstamos con tasas exageradamente altas. Además, movidos por el temor a no tener acceso a un nuevo préstamo o inclusive ser objeto de amenazas, las personas prefieren pagar el crédito antes que asegurar su alimentación o la renta de su vivienda, lo que conlleva a un aumento en las condiciones de vida precarias, donde el vendedor no solo sacrifica su propia seguridad sino también la de su familia (Martinez y Rivera-Acevedo, 2019; Priyadharshini, 2022).

El destino de los créditos en la mayoría de las ocasiones se relaciona con la compra de mercancía para poder ejercer la venta informal. Sin embargo, estos también pueden limitar la posibilidad de innovar, ya que, al buscar asegurar la fuente de ingresos, los vendedores prefieren continuar con el producto con el que ya son conocidos en la zona de venta y por el cual ya tienen clientes fieles

En cuanto a educación, en la venta informal se desarrolla una condición particular relacionada con la presencia de menores ejerciendo esta actividad informal, lo que conlleva a un mayor protagonismo de niños y jóvenes por aportar al ingreso del hogar (Al-Jundi, et al., 2022). Resultado de ello es el abandono de los estudios de primaria o secundaria, lo que finalmente se traduce en adultos con pocos niveles de formación que siguen ejerciendo, pasados los años, la venta ambulante, que a su vez inciden en la percepción de esta actividad como una vocación familiar (Tovote y Maynard, 2018), impidiendo no solo el acceso a otras fuentes de empleo sino también al desarrollo económico y social de futuras generaciones que permanecerán en la precariedad laboral.

Por otra parte, el acceso a la formación permite la innovación, la planeación en el trabajo, la posibilidad inclusive de ingresar al mercado formal, aunque en territorios donde las fuentes de empleo son reducidas la formación no se convierte en garantía de formalidad (Juta y Olutade, 2021), pero sí en el aumento de la proyección del negocio en el aumento del desempeño de la labor informal.

En la mayoría de territorios, la venta ambulante es considerada un problema de espacialidad que priva del derecho al acceso y goce del espacio público, lo que ha conllevado a conflictos entre autoridades locales y vendedores ambulantes, que van desde controles extensos por desalojar y decomisar productos, hasta batallas legales donde se ponen a consideración la prevalencia del derecho al espacio público o el derecho al trabajo; en otros lugares, la venta ambulante ha sido institucionalmente aceptada y regulada reconociendo la importancia que tiene para el desarrollo

económico de personas vulnerables, las soluciones se orientan a permitir la presencia en zonas céntricas y tradicionales de venta ambulante, mercadillos sectorizados, la creación de centros comerciales, calles de venta ambulante, hasta negociaciones para la coexistencia de vendedores ambulantes en el espacio público.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achua, C., & Lussier, R. (2014). Entrepreneurial drive and the informal economy in Cameroon. *Journal of Developmental Entrepreneurship* (19), 1-12. <https://doi.org/10.1142/s1084946714500241>
- Agostino, R. (2016). Trabajo informal desde la formalidad: Economía popular desde la reproducción de la fuerza de trabajo. *Otra Economía*, 10(19), 218-223. <https://doi.org/10.4013/otra.2016.1019.08>
- Al-Jundi, S., Basahel, S., Alsabban, A., Salam, M., & Bajaba, S. (2022). Driving forces of the pervasiveness of street vending: A data article. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-14.
- Alvi, F., & Mendoza, F. (2017). Mexico City street vendors and the stickiness of institutional contexts: implications for strategy in emerging markets. *Crit. Perspect. Int. Bus*, 13, 119-135. <https://doi.org/10.1108/cpoib-05-2015-0017>
- Amole, T., Abdullahi, H., Abdullahi, N., Abubakar, A., Ajayi, A., & Tsigah-Ahmed, F. (2021). Prevalence, pattern and predictors of sexual abuse among young female hawkers in Kano metropolis, Nigeria. *The Nigerian postgraduate medical journal*, 28(1), 33-38. https://doi.org/10.4103/npmj.npmj_295_20
- Aragón, F., Karaivanov, A., & Krishnaswamy, K. (2020). Credit lines in microcredit: Short-term evidence from a randomized controlled trial in India. *Journal of Development Economics*, 146, 1-29. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2020.102497>
- Barrios, A., & Blocker, C. (2015). The Contextual Value of Social Capital for Subsistence Entrepreneur Mobility. *Journal of Public Policy y Marketing*. *Journal of Public Policy & Marketing*, 34(2), 272-286. <https://doi.org/10.1509/jppm.14.167>
- Bell, J., & Loukaitou-Sideris, A. (2014). Sidewalk Informality: An Examination of Street Vending Regulation in China. *International Planning Studies*, 19(3-4), 221-243. <https://doi.org/10.1080/13563475.2014.880333>
- Bernal-Torres, C., Peralta-Gómez, M., & Thoene, U. (2020). Street vendors in Bogotá, Colombia, and their meanings of informal work. *Cogent Psychology*, 7(1), 1-14. <https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1726095>
- Bhoola, S., & Chetty, D. (2022). Experiences and Perceptions of Economically Marginalised Women Food Vendors: An Exploratory Study of Informal Food Traders in Durban, South Africa. *Journal of Social Inclusion*, 13(1), 25-41.
- Biney, I. (2019). Unearthing entrepreneurial opportunities among youth vendors and hawkers: Challenges and strategies. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0099-y>

- Boels, D. (2014). It's better than stealing: informal street selling in Brussels. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 34(9-10), 670–693. <https://doi.org/10.1108/ijsssp-04-2013-0049>
- Brown, A., & Mackie, P. (2018). Politics and street trading in Africa: developing a comparative frame. *Journal of Urban Research*, 17-18. <https://doi.org/10.4000/articulo.3612>
- Bruene, S., & Capous-Desyllas, M. (2022). Legalizing Street Vending in Los Angeles: Reframing a Movement during the Fourth Wave of Feminism. *Critical Sociology*, 48(1), 1-18. <https://doi.org/10.1177/0896920520976787>
- Delgado, S., Chabusa, J., & Villacreses, M. (2020). Estrategias del marketing social aplicadas al mercado informal en la ciudad de Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 94-99.
- Di Nunzio, M. (2012). "We are good at surviving": street hustling in Addis Ababa's inner city. *Urban Forum*, 23(4), 433-447. <https://doi.org/10.1007/s12132-012-9156-y>
- Dube, E. (2021). Motivations and livelihood dynamics in the urban informal economy: The case of Dire Dawa City. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 51(51), 61-74.
- Fadah, I., Handriyono, H., & Tobing, D. (2018). Strategy for increasing five feet traders 'income in Jember regency based on demography study and social economy. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 7(10), 87-90.
- Freire, M. (2020). Peddling sweets and pioneering territory: Black women and work in colombia's caribbean region. *Vibrant Virtual Brazilian Anthropology*, 17, 1-22.
- Gautam, A., & Waghmare, B. (2021). The Plight of Street Vendors in India Failure of Urban Governance and Development. *Economic and Political Weekly*, 56(45), 60-67.
- Gillespie, T. (2017). From quiet to bold encroachment: contesting dispossession in Accra's informal sector. *Urban Geography*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/02723638.2016.1191792>
- Guesné, J., & Ménascé, D. (2014). SHARING CITIES: an innovative partnership between the Bel Group and street vendors The experience in Ho Chi Minh. *Field Actions Science Reports*, 12, 1-8.
- Guha, P., Neti, A., & Lobo, R. (2022). Merging the public and private spheres of women's work: Narratives from women street food vendors during Covid-19 crisis. *Gender, Work and Organization*, 29(6), 1935-1951. <https://doi.org/10.1111/gwao.12772>
- Handoyo, E., & Wijayanti, T. (2021). The factors affecting the welfare of street vendors in Indonesia. *Planning Malaysia*, 19(4), 231-243. <https://doi.org/10.21837/pm.v19i18.1048>
- Hermawati, R., Herawati, E., Paskarina, C., & Rejito, J. (2021). Female street vendors in bandung city. *International Journal of Interdisciplinary Social and Community Studies*, 16(2), 13-25.
- Igudia, E., Ackrill, R., & Machokoto, M. (2022). Institutional incongruence, the everyday, and the persistence of street vending in Lagos: a demand-side perspective. *Environment and Planning A*, 54(6), 1256 - 1276. <https://doi.org/10.1177/0308518X221083989>
- Irwan, I., Mesra, R., Hamsah, H., Kuswanti, A., Febriani, E., Zuzmelia, Z., & Siska, F. (2022). Life Survival, Social Network, And Social Capita Matrilineal Of Minangkabau Women Street Vendors During Covid-19 Pandemic In West Sumatera. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 11(1), 126-135. <https://doi.org/10.23887/jish.v11i1.40238>

- Jamir, C., & Pongen, M. (2022). Income and Employment Generation in Informal sector: A case study of the street vendors of Kohima and Dimapur district of Nagaland, India. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEBM)*, 6(4), 52-63. <https://doi.org/10.22161/ijebm.6.4>
- Jensen, R., & Peppard, D. (2003). Hanoi's Informal Sector and the Vietnamese Economy: A Case Study of Roving Street Vendors. *Journal of Asian and African Studies*, 38(1), 71–84. <https://doi.org/10.1177/00219096030380010>
- Juta, L., & Olutade, E. (2021). Evaluation of street vending towards socioeconomic growth and employment in Mafikeng Local Municipality. *African Renaissance*, 18(1), 223-246. <https://doi.org/10.31920/2516-5305/2021/18n1a10>
- Kafafy, N. (2017). Street traders in post-revolution Cairo: victims or villains? En A. Brown, *Rebel Streets and the Informal Economy Street Trade and the Law* (ps. 220-236). New York: Routledge.
- Kambara, C., & Bairagya, I. (2021). Earnings and Investment Differentials Between Migrants and Natives: A Study of Female Street Vendors in Bengaluru City. *Environment and Urbanization Asia*, 12(1), 56-72.
- Kamete, A. (2020). Street vendors and planning paradigms. In Chen, M. & Carré F. *The Informal Economy Revisited. Examining the Past, Envisioning the Future*, 161-166.
- Kawarazuka, N., Béné, C., & Prain, G. (2018). Adapting to a new urbanizing environment: gendered strategies of Hanoi's street food vendors. *Environment and Urbanization*, 30(1), 233-248. <https://doi.org/10.1177/0956247817735482>
- Kersh, D. (2020). 'Gender, Neoliberalism, and the Venezuelan Migrant Crisis': Female Migrants' Informal Labour and Access to Services in Urban Colombia. *Bulletin of Latin American Research*, 40(2), 1-17. <https://doi.org/10.1111/blar.13207>
- Khamrang, L., Datey, A., Kim, S., Dema, T., & Rai, B. (2022). Silent Struggle of the Informal Workers: Everyday Lived Experiences, Challenges and Negotiation of the Women Street Vendors in Thimphu City, Bhutan. En M. Hassan, S. Sen, U. Chatterjee, S. Chakraborty, & U. Singh, *Social Morphology, Human Welfare, and Sustainability* (ps. 407-430). Springer.
- Kinyanjui, M. (2013). Asr forum: engaging with African informal economies. *African Studies Review*, 56(3), 147–164. <https://doi.org/10.1017/asr.2013.83>
- Kudzai, N., & Witness, C. (2021). Socio-economic impact of COVID-19-19 lockdown measures on the informal sector livelihoods in Zimbabwe. *African Journal of Social Work*, 11(4), 231-239.
- Lata, L., Walters, P., & Roitman, S. (2020). The politics of gendered space: Social norms and purdah affecting female informal work in Dhaka, Bangladesh. *Gender Work Organization*, 1-19. <https://doi.org/10.1111/gwao.12562>
- Lyons, M., Brown, A., & Msoka, C. (2012). (Why) have pro-poor policies failed Africa's working poor? *Journal of International Development*, 24(8), 1008–1029. <https://doi.org/10.1002/jid.2876>
- Mahopo, T., Nesamvuni, C., Nesamvuni, A., de Bryun, M., van Niekerk, J., & Ambikapathi, R. (2022). Operational Characteristics of Women StreetFood Vendors in Rural South Africa. *Frontiers in Public Health*, 10, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.849059>

- Marliati, M. (2020). Factors influencing on entrepreneurial behavior of street vendors (A case in Pekanbaru City, Riau Province. *Agraris*, 6(2), 136-153. <https://doi.org/10.18196/agr.6297>
- Martínez, L., & Rivera-Acevedo, J. (2019). Debt portfolios of street vendors: Survey data from Colombia. *Data in Brief*, 24, 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2019.103714>
- Martínez, L., & Short, J. (2022). The Informal City: Exploring the Variety of the Street Vending Economy. *Sustainability (Switzerland)*, 14, 1-18. <https://doi.org/10.3390/su14127213>
- Martínez, L., Short, J., & Estrada, D. (2018). The diversity of the street vending: A case study of street vending in Cali. *Cities*, 79, 18-25. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.02.018>
- Matlon, J. (2016). Racial Capitalism and the Crisis of Black Masculinity. *American Sociological Review*, 85(15), 1014–1038. <https://doi.org/10.1177/0003122416658294>
- Mazumdar, N., & Ghosh, D. (2019). Railway hawking in northeast India and determinants of choosing the trade by the hawkers: A study on select routes of northeast frontier railways. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 1813-1818.
- McHardy, D., Fram, E., & Guotai, C. (2010). A Study of Chinese Street Vendors: How They Operate. *Journal of Asia-Pacific Business*, 11(4), 244-257. <https://doi.org/10.1080/10599231.2010.520640>
- McKay, F., & Osborne, R. (2022). Exploring the daily lives of women street vendors in India. *Development in Practice*, 32(4), 460-467. <https://doi.org/10.1080/09614524.2021.1998377>
- Mezzadri, A. (2019). On the value of social reproduction: Informal labour, the majority world and the need for inclusive theories and politics. *Radical Philosophy*, 204, 33-41.
- Mondal, G., & Rajpal, N. (2022). Entrepreneurship, Financial Literacy and Women: A Study of Street Vendors of Purulia District of West Bengal. *Indian Journal of Economics and Development*, 18(1), 218-223. <https://doi.org/10.35716/IJED/21212>
- Moral, I., Rahaman, M., & Imran, M. (2022). Mental health of hawkers during COVID-19-19: a marginal community in Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities, ahead-of-print*. <https://doi.org/10.1108/JEC-01-2022-0006>
- Munishi, E., Songa, P., & Kirumirah, M. (2022). Challenges to Accessing Credit Financing from Financial Institutions by the Urban Based Street Vendors: Experience from Dar Es Salaam – Tanzania. *International Journal of Business and Management*, 17(1), 65-77. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v17n1p65>
- Muñoz, L. (2018). Tianguis as a Possibility of Autogestion: Street Vendors Claim Rights to the City in Cancún, Mexico. *Space and Culture*, 21(3), 1-16. <https://doi.org/10.1177/1206331217751776>
- Nandru, P., Chendragiri, M., & Velayutham, A. (2021). Examining the influence of financial inclusion on financial well-being of marginalized street vendors: an empirical evidence from India. *International Journal of Social Economics*, 48(8), 1139-1158. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2020-0711>
- Nyarko, S., & Tahiru, A. (2018). Harsh working conditions and poor eating habits: Health-related concerns of female head porters (Kayayei) in the Mallam Atta market, Accra, Ghana. *BioMed Research International*, 1-7. <https://doi.org/10.1155/2018/6201837>

- OECD/ILO. (2019). *Tackling Vulnerability in the Informal Economy, Development Centre Studies*. Paris: OECD Publishing.
- OIT. (2013). *La economía informal y el trabajo decente: una guía de recursos sobre políticas apoyando la transición hacia la formalidad*. GINEBRA: ILO.
- OIT. (2015). *Conferencia internacional del trabajo, Recomendación 204 Transición de la economía informal a la economía formal*. Ginebra: OIT.
- Oliveira, V. (2020). Baskets, Stalls, and Shops: Experiences and Strategies of Women in Retail Sales in Nineteenth Century Luanda. *Canadian Journal of African Studies*, 54(3), 419-436. <https://doi.org/10.1080/00083968.2020.1749679>
- Omotosho, B., & Ola, M. (2021). Negotiating work risks and challenges of street vending among female youths in southwest Nigeria. *Generos*, 10(1), 45-69. <https://doi.org/10.17583/GENEROS.2021.4432>
- Onodugo, V., Ezeadichie, N., Onwuneme, C., & Anosike, A. (2016). The dilemma of managing the challenges of street vending in public spaces: the case of Enugu City, Nigeria. *Cities*, 59, 95-101. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.06.001>
- Ouédraogo, S., Sisawo, E., & Huang, S. (2017). Sexual abuse and risky sexual behaviors among young female hawkers in Burkina Faso: A mixed method study. *BMC International Health and Human Rights*, 17(1), 1-9.
- Özateşler, G. (2014). Gypsies in the economy of Turkey: A focus on Gypsy flower sellers in two central districts of İstanbul. *New Perspectives on Turkey*, 51, 123-146.
- Papilaya, J., Soisa, T., & Akib, H. (2015). The influence of implementing the strategic policy in creating business climate, business environment and providing support facilities towards business empowerment on small medium craft enterprises in Ambon Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 5(2), 85-93.
- Prasad, R., & Subhashini, D. (2019). Women street vendors, challenges and opportunities: An superlative analysis with special reference to chittoor District of Andhra Pradesh, India. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8, 409-418. <https://doi.org/10.35940/ijitee.I3075.0789S319>
- Pretorius, A., & Blaauw, D. (2014). Getting to know the Amakwerre-kwerre: the socio-economic circumstances of Zimbabwean day labourers in South Africa. *Ethnic and Racial Studies*, 808-823. <https://doi.org/10.1080/01419870.2014.915049>
- Priyadharshini, I. (2022). Banking Needs Of Women Street Vendors - A Study With Special Reference To Pollachi Taluk. *South India Journal of Social Sciences*, 20(1), 54-66.
- Rakha, A., Fatima, M., Bano, Y., Khan, M., Chaudhary, N., & Aadil, R. (2022). Safety and quality perspective of street vended foods in developing countries. *Food Control*, 138, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2022.109001>
- Ravikumar, T., Sriram, M., Girish, S., Anuradha, R., & Gnanendra, M. (2022). Financial stress, financial literacy, and financial insecurity in India's informal sector during COVID-19-19. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 285-294. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.25](https://doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.25)

- Ray, R. (2022). Right to the City The Street Vendors Act of 2014 and the Collective Struggles of Women Vendors. *Economic and Political Weekly*, 57(26-27), 55-61.
- Recchi, S. (2020). Informal street vending: a comparative literature review. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 41(7/8), 805-825. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-07-2020-0285>
- Recio, R., & Gomez, G. (2013). Street vendors, their contested spaces, and the policy environment: a view from Caloocan, Metro Manila. *Environment and Urbanization Asia*, 4(1), 173-190.
- Rodríguez, G., & Díaz, M. (2015). La economía informal y el desempleo: el caso de la ciudad de Bucaramanga (Colombia). *Innovar*, 25(55), 41-58. <https://doi.org/10.15446/innovar.v25n55.47195>
- Roever, S., & Skinner, C. (2016). Street vendors and cities. *Environment and Urbanization*, 28(2), 359-374. <https://doi.org/10.1177/0956247816653898>
- Rosenbaum, M., Edwards, K., Malla, B., Adhikary, J., & Contreras, G. (2020). Street harassment is marketplace discrimination: The impact of street harassment on young female consumers' marketplace experiences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102220>
- Sabella, A., & El-Far, M. (2019). Entrepreneurship as an everyday form of resistance: An exploration of the experiences of Palestinian women street vendors in the occupied Old City of Jerusalem. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(6), 1212-1235.
- Saikia, K. (2019). Impact of socio economic factors on women work force participation in informal sector of Assam, International. *Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(2-11), 4015-4020. <https://doi.org/10.35940/ijrte.B1547.0982S1119>
- Sepadi, N., & Nkosi, V. (2022). Environmental and Occupational Health Exposures and Outcomes of Informal Street Food Vendors in South Africa: A Quasi-Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 1-11. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031348>
- Solong, A., Maggasingang, D., Rahman, M., & Bebasa, A. (2020). Social and economic challenge on street vending and prostitution of women. *Utopia & Praxis Latinoamericana*, 25, 171-184. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4009650>
- Sowatey, E., Nyantakyi-Frimpong, H., Mkandawire, P., Arku, G., & Hussey, L. (2018). Spaces of resilience, ingenuity, and entrepreneurship in informal work in Ghana. *International Planning Studies*, 23(4), 327-339. <https://doi.org/10.1080/13563475.2018.1480933>
- Steel, W., Ujoranyi, T., & Owusu, G. (2014). Why eviction do not deter street traders: case study in Accra, Ghana. *Ghana Social Science Journal*, 11(2), 52-76.
- Suryanto, M., & Adiarto, J. (2020). Accommodating the informal economy in public space: The intricate political and spatial arrangements at an Indonesian street market. *Urbani Izziv*, 31(1), 89-100. <https://doi.org/10.5379/urbani-izziv-en-2020-31-01-003>
- Thanh, P., & Duong, P. (2022). The COVID-19-19 pandemic and the livelihood of a vulnerable population: Evidence from women street vendors in urban Vietnam: Women street vendors in the COVID-19-19 era. *Cities*, 130, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103879>

- Tovote, K., & Maynard, A. (2018). Maya children working in the streets: Value mismatches from the village to the street setting. *International Journal of Psychology*, 53(2), 34-43. <https://doi.org/10.1002/ijop.12556>
- Truong, V. (2018). Tourism, poverty alleviation, and the informal economy: The street vendors of Hanoi, Vietnam. *Tourism Recreation Research*, 43(1), 52-67. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1370568>
- Trupp, A., & Sunanta, S. (2017). Gendered practices in urban ethnic tourism in Thailand. *Annals of Tourism Research*, 64, 76–86.
- Turner, S., & Schoenberger, L. (2012). Street Vendor Livelihoods and Everyday Politics in Hanoi, Vietnam: The Seeds of a Diverse Economy? *Urban Studies*, 49(5), 1027–1044. <https://doi.org/10.1177/0042098011408934>
- Turner, S., Adenwala, A., & Zuberec, C. (2020). Chapter 12: Vulnerability and resilience on the streets: Interrogating intersectionality among Southeast Asia's street vendors. En S. Huang, & K. Ruwanpura, *Handbook on Gender in Asia* (ps. 203–217). Asia: Edward Elgar Publishing.
- Uvere, E., & Ajuwon, A. (2021). Sexual Abuse among Female Adolescent Hawkers in Selected Markets in Ibadan, Nigeria. *Journal of Child Sexual Abuse*, 30(5), 579-596. <https://doi.org/10.1080/10538712.2021.1931613>
- Van Den Heuvel, D. (2015). Policing Peddlers: The Prosecution Of Illegal Street Trade In Eighteenth-Century Dutch Towns. *The Historical Journal*, 58(2), 367-392. <https://doi.org/10.1017/S0018246X14000478>
- Verma, R., Patel, M., Shikha, D., & Mishra, S. (2023). Assessment of food safety aspects and socioeconomic status among street food vendors in Lucknow city. *Journal of Agriculture and Food Research*, 11, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2022.100469>
- Williams, C., & Gurtoo, A. (2013). Beyond entrepreneurs as heroic icons of capitalist society: a case study of street entrepreneurs in India. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(4), 421-437. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2013.055485>
- Wilson, T. (2014). Self-Employed Women in the Informal Economy: Beach Vendors in Acapulco. *Research in Economic Anthropology*, 34, 269-292. <https://doi.org/10.1108/s0190-128120140000034009>