

ART_CRAI.docx

 My Files My Files Universidad Peruana Union

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29566:484737902

Fecha de entrega

19 ago 2025, 8:34 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

19 ago 2025, 8:48 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

ART_CRAI.docx

Tamaño de archivo

9.8 MB

31 Páginas

10.254 Palabras

59.199 Caracteres

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía

Fuentes principales

- 6%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 4%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 6% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 4% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	www.coursehero.com	<1%
2	Internet	hdl.handle.net	<1%
3	Internet	es.scribd.com	<1%
4	Trabajos entregados	upeu on 2024-12-10	<1%
5	Internet	issuu.com	<1%
6	Internet	www.tandfonline.com	<1%
7	Trabajos entregados	Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO on 2024-09-15	<1%
8	Internet	pesquisa.bvsalud.org	<1%
9	Internet	a860-gpp.nyc.gov	<1%
10	Internet	dspace.ucuenca.edu.ec	<1%
11	Trabajos entregados	Universidad Técnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE o...	<1%

12	Internet	archive.org	<1%
13	Internet	oai.repec.org	<1%
14	Trabajos entregados Pontificia Universidad Católica de Chile on 2025-04-09		<1%
15	Internet	pesquisa.teste.bvsalud.org	<1%
16	Internet	repositorio.usmp.edu.pe	<1%
17	Internet	kjpanorama.eu	<1%
18	Internet	revistas.usat.edu.pe	<1%
19	Internet	www.grafiati.com	<1%
20	Internet	www.lapalmacofradiera.com	<1%
21	Internet	cdn.www.gob.pe	<1%
22	Internet	repositorio.uchile.cl	<1%
23	Internet	repositorio.upla.edu.pe	<1%
24	Internet	revistas.uabjb.edu.bo	<1%
25	Trabajos entregados upeu on 2025-07-01		<1%

26	Internet	www.cumbre-americas.org	<1%
27	Internet	www.cumbresdelasamericas.org	<1%
28	Internet	www.fao.org	<1%
29	Internet	www.rfi.fr	<1%
30	Publicación	Glenda Enith, Casas Cárdenas Giancarlo Alexandro, Bonilla Román Cleimer, Ca...	<1%
31	Trabajos entregados	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2025-07-05	<1%
32	Trabajos entregados	Universidad Internacional Isabel I de Castilla on 2023-11-26	<1%
33	Trabajos entregados	Universidad de Ciencias y Humanidades on 2022-12-14	<1%
34	Internet	docta.ucm.es	<1%
35	Internet	es.jupitermmxi.com	<1%
36	Internet	repositori.upf.edu	<1%
37	Internet	sneakerbinge.com	<1%
38	Internet	www.infoisla.org	<1%
39	Internet	www.jove.com	<1%

40	Internet	www.mpn.org.ar	<1%
41	Internet	www.slideshare.net	<1%
42	Trabajos entregados	CEIPA Fundación Universitaria CEIPA on 2023-12-04	<1%
43	Trabajos entregados	Universidad APEC on 2024-07-25	<1%
44	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2023-06-18	<1%
45	Trabajos entregados	Universidad Politécnica del Perú on 2025-05-01	<1%
46	Internet	americanae.aecid.es	<1%
47	Internet	mail.eure.cl	<1%
48	Internet	oa.upm.es	<1%
49	Internet	repository.libertadores.edu.co	<1%
50	Internet	ricg.org	<1%
51	Internet	tdx.cat	<1%
52	Trabajos entregados	uazuay on 2025-05-16	<1%
53	Internet	www.bopsantacruzdetenerife.org	<1%

54	Internet	
www.mific.gob.ni		<1%
55	Trabajos entregados	
Universidad Tecnologica del Peru on 2024-12-15		<1%
56	Trabajos entregados	
uncedu on 2025-07-14		<1%

The interscalar network of amazonian informal street vending in Yurimaguas, Peru

James Mendoza - Santa Cruz¹, Donald Diaz - Diaz², Frand Curinuqui – Yahuarcani³, and Sayuri Susuki^{4*}

¹Faculty of Engineering and Architecture, Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Peru

²Faculty of Engineering and Architecture, Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Peru

³Faculty of Engineering and Architecture, Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Peru

⁴Faculty of Engineering and Architecture, Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Peru

* Correspondence:

Corresponding Author

sayurisusuki@upeu.edu.pe

Palabras clave: espacio público, economía informal, vendedores ambulantes, redes, apropiación espacial.

Resumen

Los vendedores ambulantes contribuyen de manera significativa a la economía informal de las ciudades, especialmente en países en desarrollo como Perú, donde el empleo informal alcanza el 71,2 %. Este fenómeno se observa en la dinámica comercial de la Amazonía peruana, donde las redes de comercio informal conectan ciudades y zonas rurales a través del transporte fluvial. Por esta razón, el objetivo de este estudio es comprender la dinámica sociocultural y espacial del comercio ambulante en el mercado El Vado de Yurimaguas, Perú. A diferencia de los estudios tradicionales que se limitan a una sola escala de análisis, se propone un análisis interescalar, integrando las escalas territorial, urbana y arquitectónica. Desde un enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas, junto con observación participante y análisis documental. Se identificaron los flujos comerciales, los perfiles de los vendedores, los tipos de mercancías y los patrones de ocupación entre las zonas urbanas y rurales. Los resultados ponen de relieve las redes sociales y comerciales a nivel regional, así como los patrones de aglomeración, que transforman temporalmente las calles en escenarios de interacción económica y cultural. Los vendedores ambulantes, con sus módulos de venta, se adaptan a las características del lugar y a las políticas municipales. En conclusión, la cohesión sociocultural y territorial generada por estas prácticas podría contribuir a la implementación de un plan para gestionar la venta ambulante y optimizar las relaciones espaciales en la ciudad.

1 Introducción

El comercio ambulante desempeña un papel crucial en la economía de los países en desarrollo, ya que proporciona empleo e ingresos a un amplio segmento de la población urbana con bajos ingresos (1). A nivel mundial, se estima que 2000 millones de personas dependen de la economía informal, lo que representa más del 60 % de la población económicamente activa (2). En América Latina, la informalidad laboral supera el 70 % (3), con tasas especialmente elevadas en los países amazónicos, como Ecuador (58,1 %) en 2022, Colombia (62,4 %) y Brasil (47,8 %) (4). Estos datos ponen de relieve

46 el papel esencial de la economía informal como principal fuente de empleo e ingresos en las ciudades latinoamericanas.

30 En la Amazonía peruana, el comercio ambulante es vital para la economía local. Según la Cámara de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERÚ) (5). En 2021, el 76,8 % de los empleos en el país correspondían al sector informal, lo que representa un aumento del 17,2 % en comparación con 2020. 23 Además, 18 de los 24 departamentos superaron este promedio, con cifras significativas en San Martín (89,3 %), Amazonas (88,3 %), Ucayali (85,3 %), Tumbes (81,9 %), Madre de Dios (80,4 %) y Loreto (85,9 %). 33 Debido a su ubicación geográfica y a su extensa red fluvial, Yurimaguas, en el departamento de Loreto, se presenta como un caso de estudio relevante para comprender la dinámica espacial del comercio ambulante amazónico y lograr un enfoque territorial.

La investigación sobre el comercio ambulante abarca múltiples disciplinas en política, economía, geografía, sociología, salud comunitaria y planificación urbana (6). Entre estos diversos temas, nuestra investigación se centra en la apropiación espacial del comercio ambulante mediante un enfoque multiescalar (territorial, urbano y arquitectónico) de las redes de comercio informal que conectan las zonas rurales y urbanas a través de la comercialización de productos en el contexto amazónico (7). Este trabajo también tiene como objetivo ampliar el debate sobre la comprensión del fenómeno de la informalidad más allá de los enfoques económicos tradicionales, haciendo hincapié en las estrategias espaciales, sociales y culturales a través de los actores involucrados (8). 27 50

A pesar de estos avances conceptuales, la investigación sobre el comercio ambulante se enfrenta a importantes limitaciones. Por un lado, los estudios actuales ofrecen contribuciones limitadas al análisis del empleo en la economía informal. Además, la falta de censos y registros actualizados dificulta la comprensión integral de este fenómeno. Estas deficiencias limitan la capacidad de diseñar estrategias eficaces y aumentan el riesgo de fracaso en la implementación de políticas reguladoras que beneficien a los comerciantes. En este contexto, es importante abordar de manera integral la dinámica social y espacial del comercio informal y considerar los retos y oportunidades. Con el fin de abordar estas limitaciones, este artículo tiene como objetivo comprender la dinámica sociocultural y espacial de los comerciantes informales en el mercado de El Vado, ubicado en Yurimaguas, Perú. 24

En los últimos años, las investigaciones sobre los vendedores ambulantes se han abordado únicamente a nivel urbano o micro, sin tener en cuenta las interacciones entre las diferentes escalas territoriales. Por ejemplo, a escala arquitectónica, los estudios se centran en el análisis de los módulos de venta (8-12), observando su configuración espacial y cómo se relacionan con el entorno, pero sin relacionarlos con escalas más amplias. En entornos urbanos, los estudios abordan los patrones de aglomeración de los vendedores ambulantes (13-21), centrándose en la distribución espacial de los puestos en relación con el espacio público, sin tener en cuenta aspectos esenciales como el origen de los productos o sus redes de distribución. A nivel territorial, algunos estudios (22-27) Muestran las redes de movilidad y cómo influyen en la distribución de los vendedores y los mercados utilizando herramientas cartográficas y de SIG. Sin embargo, no tienen en cuenta el vínculo entre los flujos rurales-urbanos ni la espacialidad estructural del comercio. 38

Por lo tanto, esta investigación aborda esta última limitación proponiendo una innovación metodológica, adoptando un enfoque interescalar que articula las dimensiones territorial, urbana y arquitectónica de los vendedores ambulantes en el mercado El Vado de Yurimaguas. A través de la triangulación de instrumentos como hojas de observación, entrevistas semiestructuradas y análisis cartográfico, es posible observar las redes que abastecen el comercio, los patrones de apropiación del

1 espacio público y los módulos de venta. Este análisis nos permite tener una visión más completa de la configuración socioespacial de los vendedores ambulantes y se alinea con investigaciones recientes que abogan por enfoques multiescalares (22).

2 Otra limitación común en la investigación es la débil o inexistente integración entre la dinámica cultural y la configuración espacial de los vendedores ambulantes. Aunque estudios como el de Al-Jundi et al. (28) indican que la dinámica urbana influye significativamente en la subsistencia del comercio informal, pero no profundizan en cómo estas prácticas culturales influyen en los patrones de ocupación del espacio público o en la estructura de las unidades de venta. Esta laguna es de suma importancia, ya que los vendedores ambulantes son mucho más que una actividad económica; forman parte de una red de apoyo comunitario y son un espacio para la transmisión del conocimiento y las identidades locales (29,30).

Por el contrario, esta investigación aborda esta deficiencia mediante la integración de hojas de observación y entrevistas semiestructuradas, que revelan cómo los vendedores han adaptado sus unidades de venta y prácticas culturales al entorno que les rodea. Se revelan prácticas como el trueque y la transmisión de conocimientos ancestrales, lo que refleja una dependencia recíproca entre la cultura y el espacio, y proporciona una mejor comprensión de la dinámica espacial-cultural estudiada (31,32).

2 Una limitación importante para comprender de manera integral el comercio informal es la escasez de datos empíricos actualizados. La falta de estudios de campo y censos precisos ha dificultado las estimaciones sobre la magnitud, las características de los actores involucrados y la comprensión de su compleja organización. Varios autores (33,34) han utilizado cuestionarios o mapeos rápidos para intentar llenar este vacío, pero han descuidado las estrategias, motivaciones y experiencias de los comerciantes, limitándose a descripciones generales que carecen de un análisis en profundidad (35).

35 Este estudio aborda esta brecha al ofrecer datos empíricos obtenidos a través de un intenso trabajo de campo en el mercado de El Vado. El estudio incluye entrevistas semiestructuradas con 30 comerciantes y dos informantes clave, observaciones de campo, registros fotográficos y cartografía. Al presentar un análisis de las tipologías de los módulos comerciales, los patrones de movilidad y ocupación espacial, y la dinámica temporal, proporciona información valiosa que sirve de base para diseñar políticas urbanas adaptadas a las necesidades de la población. Además, la integración de múltiples fuentes de datos y escalas de análisis ofrece una perspectiva holística y actual que enriquece el debate académico y práctico sobre los vendedores ambulantes en contextos amazónicos (36,37).

51 Con este fin, la investigación se organizó en cuatro etapas. En primer lugar, se abordó una revisión de la bibliografía relacionada con el tema. En segundo lugar, se describieron los métodos y procedimientos de investigación utilizados para investigar el fenómeno, junto con el contexto del estudio. En tercer lugar, se presentaron los resultados obtenidos de la investigación. Por último, estos resultados se compararon con otros estudios, lo que permitió extraer una conclusión general.

3 2 Materiales y Métodos

2.1 Lugar de estudio

48 21 La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Yurimaguas, un importante centro comercial de la Amazonía peruana, ubicado en el departamento de Loreto. Yurimaguas tiene una población de 83 554 habitantes, de los cuales 62 903 viven en el área urbana, según cifras del Instituto Nacional de

Estadística e Informática (38). Como se muestra en la figura 1, esta ciudad se caracteriza por estar situada en la confluencia de varios ríos. Al norte, limita con el río Huallaga; al sur, con el río Shanusi; al oeste, con el río Parapapura, que es importante para el intercambio cultural y económico (39). Según el Instituto Tecnológico de Producción (ITP) (40), hay más de 1.283 vendedores ambulantes en la ciudad de Yurimaguas. Los polos económicos y ejes comerciales de la ciudad de Yurimaguas se encuentran en las principales vías (Av. Jáuregui, Av. Sargento Lores, Jr. Bolívar-Comercio, Jr. Tnte. César López, Jr. Tacna) y los puntos comerciales más importantes (Mercado Central, Mercado de Morillo, Mercado del Vado, Mercado de Mishuyacu, Mercado de la Unión) (39).

Los orígenes del mercado se remontan a las primeras décadas del siglo XX, cuando la ciudad comenzó a consolidarse como un importante referente comercial de la Amazonía peruana. Su ubicación estratégica cerca de la desembocadura del río Parapapura en el Huallaga lo convirtió en un lugar clave para el intercambio de productos entre las comunidades rurales y los comerciantes locales. Al principio, las transacciones comerciales se realizaban a orillas del río con módulos improvisados hechos con materiales locales como madera y hojas de palma. Con el tiempo, la necesidad de expandirse por las calles alrededor del puerto surgió debido al crecimiento de la población y la intensificación de las actividades comerciales. Esta situación creó la necesidad de organizar el espacio, lo que llevó a las autoridades a delimitar el sector y asignar los módulos de venta. El estudio se centró en el mercado El Vado (Figura 1), un espacio público que comprende las calles San Miguel, Iquitos y José Gálvez, que se transforman en un centro comercial con restricciones vehiculares entre las 2:00 p. m. y las 7:00 p. m. Con aproximadamente 550 comerciantes con puestos permanentes, este lugar es ampliamente reconocido como un foco de interacción sociocultural y económica en la Amazonía, lo que lo convierte en un escenario ideal para examinar la dinámica del comercio ambulante y su impacto en el espacio público.

IMG 01

2.2 Diseño de investigación

Este estudio emplea un enfoque cualitativo para abordar la necesidad de un análisis holístico, contextual y detallado (41). El diseño del estudio de caso es adecuado para este propósito porque permite profundizar en un fenómeno complejo dentro de un contexto específico (42), lo que permite captar las particularidades socioculturales, espaciales y económicas del comercio ambulante a través de las experiencias subjetivas de los participantes. Las técnicas utilizadas fueron la investigación documental, el trabajo de campo y las entrevistas semiestructuradas. Su combinación permitió recopilar y analizar la información relevante. Los datos obtenidos se triangularon para comprender plenamente el fenómeno y validar los resultados mediante la convergencia de información procedente de diferentes fuentes (43). Los datos obtenidos se estructuraron y analizaron desde una perspectiva interesalar, lo que permitió la integración y el contraste de diferentes escalas de análisis: territorial, urbana y arquitectónica. Este enfoque permitió comprender las interrelaciones y las complejas dinámicas que caracterizan a los vendedores ambulantes en el contexto estudiado. La figura 2 ilustra el flujo metodológico de la investigación.

IMG 02

2.3 Recopilación de Datos

En primer lugar, se llevó a cabo una revisión bibliográfica de estudios nacionales e internacionales sobre el comercio ambulante en el espacio público y la normativa vigente en Yurimaguas. Entre ellos, la Ordenanza Municipal N.º 022-2023-MPAA-A establece normas sobre el uso del espacio público y sanciones para los infractores. Estudios previos de la OIT (3) recomiendan mejorar el entorno normativo y político para garantizar los derechos laborales en la economía informal. Asimismo, el Congreso de la República del Perú, a través de su ley orgánica de municipios (Ley N.º 27972), otorga facultades para la regulación del comercio ambulante con el fin de ordenar y, en algunos casos, prohibir estas actividades en los espacios públicos. Esta revisión proporcionó la base teórica y normativa para la investigación.

En segundo lugar, se llevó a cabo un trabajo de campo en el mercado de El Vado durante el año 2024. A través de la observación participante en distintos momentos del día, se buscó comprender la dinámica de los vendedores ambulantes. Se utilizaron hojas de observación basadas en investigaciones previas (34) y herramientas como AutoCAD, QGIS, drones y cámaras profesionales (vídeos y fotografías). Debido a la venta de productos ilegales en algunas zonas, se utilizaron bocetos y notas de campo para identificar las características físicas del lugar. Se recopiló información sobre las características espaciales en tres escalas: territorial (geografía, accesibilidad, rutas comerciales), urbana (instalaciones públicas, uso del suelo, perfil urbano, red de vehículos y peatones) y arquitectónica (ubicación y categorías de los módulos de venta).

Por último, se realizaron entrevistas semiestructuradas a 30 comerciantes y 2 informantes clave seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para garantizar la validez de los datos, se utilizó la técnica de saturación teórica en la selección de los participantes. Esto permitió continuar con la recopilación de datos hasta que no se identificaron nuevos patrones significativos, lo que indicaba una comprensión completa del fenómeno objeto de estudio. Se utilizó una guía de preguntas, pero el entrevistador tenía libertad para añadir preguntas adicionales con el fin de profundizar en las respuestas de los participantes (44). Se eligió este método por su flexibilidad y capacidad de adaptación al contexto de los entrevistados. Las entrevistas, de entre 15 y 20 minutos de duración, se centraron en el comercio ambulante y los espacios apropiados. Previamente, se informó a cada participante sobre las características del estudio y se obtuvo su consentimiento informado. Los datos se recopilaron en persona en el mercado de El Vado del 15 al 19 de julio de 2024, de 2:00 p. m. a 7:00 p. m. Las respuestas se grabaron en audio y se transcribieron en fichas de campo. Los criterios de inclusión para las entrevistas fueron: comerciantes del mercado El Vado, con un puesto asignado por el municipio, mayores de 18 años, con más de un año de experiencia en el comercio y participación voluntaria. Por otro lado, se excluyó a quienes trabajan desde casa o fuera del mercado. Entre 5 y 7 comerciantes se negaron a participar en el estudio, ya sea porque no aceptaron firmar el consentimiento informado o porque estaban ocupados vendiendo productos. Las entrevistas contribuyeron a comprender las motivaciones, experiencias y rutinas de trabajo de los comerciantes.

Las entrevistas con dos informantes clave, seleccionados por su experiencia profesional y su conocimiento directo de los vendedores ambulantes en la ciudad de Yurimaguas, nos permiten contrastar las opiniones de los vendedores con las perspectivas institucionales y técnicas sobre el fenómeno. El primer informante fue un técnico de la Municipalidad Provincial de Yurimaguas que, con más de diez años de experiencia trabajando en la supervisión y el desarrollo económico local, nos proporcionó información detallada sobre la implementación de la Ordenanza Municipal N.º 022-2023-MPAA-A, los criterios para la asignación de espacios públicos y las limitaciones de la municipalidad en cuanto a la gestión de los vendedores ambulantes. La entrevista duró 25 minutos y nos permitió contrastar las regulaciones con las prácticas reales de los vendedores, revelando una brecha

significativa entre las regulaciones y su implementación, así como información sobre su estructura organizativa interna y futuras propuestas institucionales.

El segundo informante clave fue un representante del mercado informal El Vado, que lleva más de 15 años trabajando como comerciante. Explicó cómo se organiza el mercado internamente, las estrategias para ocupar el espacio, las negociaciones con el ayuntamiento y las formas de autogestión entre los grupos de comerciantes. La entrevista duró 20 minutos y permitió comprender el funcionamiento interno de las redes sociales del comercio informal y cómo estas influyen en la distribución y ocupación del espacio, así como en la resolución de conflictos. Las entrevistas fueron esenciales para ampliar nuestra comprensión del fenómeno desde una perspectiva institucional y organizativa, proporcionando elementos para una interpretación a varias escalas del comercio callejero al vincular las decisiones normativas (escala territorial) con las prácticas concretas en el espacio público (escala urbana) y las estrategias de adaptación individuales (escala arquitectónica).

2.4 Análisis de datos

Se triangularon datos de diversas fuentes, lo que permitió cotejar la información recopilada para reducir el sesgo y aumentar la validez de los resultados. Además, se adoptó un enfoque interescalar que considera las dimensiones territorial, urbana y arquitectónica como elementos interdependientes que conforman el sistema de vendedores ambulantes.

- En la dimensión territorial, se analizó la conexión de los vendedores ambulantes con el entorno amazónico a través de las redes de acceso fluvial y terrestre para el suministro de productos. Se identificaron los productos locales y nacionales, así como las prácticas culturales que trascienden el comercio, lo que demuestra la interdependencia del mercado y las comunidades rurales.
- En la dimensión urbana, se examinó la delimitación del mercado dentro de la estructura de la ciudad, la aglomeración y el flujo de personas, bienes y cultura en los espacios públicos. La información está relacionada con las percepciones de los vendedores.
- En la dimensión arquitectónica, se identificaron las tipologías de los módulos de venta a través de características físicas y estructurales y categorías de venta. Se realizaron gráficos tridimensionales de los tipos para presentar los datos de forma clara.

3 Resultados

Se presentan cuatro conclusiones principales: en primer lugar, el comercio ambulante se caracteriza por la flexibilidad y adaptabilidad de sus comerciantes, quienes, a través de sus prácticas comerciales, reflejan los valores y tradiciones de la cultura amazónica. Integra productos locales y nacionales, así como prácticas culturales que trascienden el comercio, lo que demuestra la interdependencia del mercado; en segundo lugar, la escala territorial se demuestra por el acceso a los productos a través de redes terrestres y fluviales, lo que demuestra la interdependencia entre el mercado y las comunidades rurales; tercero, el mercado de El Vado actúa como un nodo de intercambio urbano para el flujo de personas, bienes y cultura; y cuarto, los módulos de venta son efímeros y se adaptan a las necesidades del comercio, el clima y la demanda. Estos hallazgos revelan un sistema interconectado que integra aspectos territoriales, urbanos, arquitectónicos, sociales y culturales.

3.1 Vendedores Ambulantes

Para analizar el perfil de los comerciantes ambulantes del mercado de El Vado, debemos fijarnos en la tabla 1, que muestra la diversidad en cuanto a edad, género, nivel educativo y creencias religiosas. La mayoría de los comerciantes tienen entre 50 y 59 años (27 %), y el 79 % son mujeres, lo que demuestra una presencia predominante de mujeres en el comercio ambulante de esta región. En cuanto a la educación, el 31 % solo tiene estudios primarios incompletos y solo el 3 % ha alcanzado algún nivel de educación superior, lo que refleja un acceso limitado a la educación formal. En cuanto al idioma, el 97 % de los comerciantes habla español, mientras que uno habla shawi, una lengua amazónica, lo que representa una conexión con la cultura indígena local. En cuanto a la religión, se observa una distribución entre católicos (47 %), evangélicos (34 %) y adventistas (16 %), lo que muestra una pluralidad de creencias religiosas.

El origen de los comerciantes es principalmente de zonas rurales como los distritos de Balsapuerto, Lagunas, Santa Cruz y Jeberos, así como de las regiones de San Martín, y su antigüedad en el mercado varía entre 1 y más de 10 años, lo que indica una población migrante interna con experiencia en el comercio informal. Los ingresos mensuales son bajos, oscilando entre el salario mínimo de 1050 soles o 282,35 dólares y un 50 % menos que esta cantidad, sin acceso a prestaciones laborales ni a infraestructuras básicas.

Table 1

Los comerciantes también señalaron que la falta de oportunidades de empleo formal y la necesidad de ingresos inmediatos eran las principales razones para dedicarse al comercio ambulante. Para muchos, esta actividad representa una opción accesible y flexible para generar ingresos, aunque algunos heredaron este tipo de negocio. La decisión de trabajar en la calle se debe a la imposibilidad de costearse un local formal debido a los altos costes de alquiler, mientras que la preferencia por ubicaciones estratégicas en espacios públicos se debe al mayor tránsito peatonal o a la necesidad de sombra y protección frente a las duras condiciones climáticas. Además, los comerciantes se organizaron de forma autónoma con el tiempo, colocando sus módulos y colaborando con otros comerciantes para evitar conflictos mediante el uso compartido de espacios. Todos los comerciantes deben tener un permiso concedido después de que el Ayuntamiento los registre en el lugar que han elegido para llevar a cabo su actividad.

Un comerciante que lleva aproximadamente 10 años vendiendo en el mercado afirma que *"todo surgió del comercio que se desarrollaba en el puerto". La rutina de los comerciantes en aquella época consistía en el intercambio o la venta de productos agrícolas que traían de diferentes comunidades para abastecer el mercado central. Con el tiempo, se formó un pequeño mercado que existe hasta hoy, con la única diferencia de que se extendía a lo largo de tres calles cercanas al puerto. El horario se fijó a partir de entonces, ya que los vendedores de diferentes comunidades llegaban al puerto por la tarde, ya que transportaban sus productos en barco por el río Paranapura [...]."*

Los comerciantes urbanos y rurales se caracterizan por su adaptabilidad y flexibilidad en sus métodos de venta. Los productores comienzan su jornada laboral temprano, viajando hasta 14 horas desde las comunidades rurales para ofrecer sus productos directamente en el mercado. Muchos comerciantes viajan de un mercado a otro para maximizar sus oportunidades de venta. Algunos comerciantes trabajan por la mañana en el mercado central de la ciudad y ofrecen sus servicios en el mercado de El Vado por la tarde. Los comerciantes rurales suelen incorporar elementos tradicionales en sus productos, aunque se enfrentan a retos logísticos relacionados con las redes de acceso terrestre y fluvial. Por el contrario, los comerciantes urbanos del mercado de El Vado, aunque se benefician de cierta regulación municipal

52 en materia de seguridad y limpieza, siguen careciendo de reconocimiento oficial y de acceso a los servicios básicos. Estas diferencias reflejan las complejidades sociales, culturales y económicas de la zona.

El mercado de El Vado no solo funciona como un espacio para el intercambio económico, sino también como un centro social y cultural que articula múltiples relaciones entre comerciantes, clientes, proveedores y autoridades locales. Este espacio entrelaza interacciones económicas como la compraventa, el crédito informal y el trueque, así como redes de distribución con proveedores rurales que llegan por río y tierra por la tarde. *"A veces no tengo cambio, pero la vendedora que tiene el puesto de al lado me presta dinero y yo se lo devuelvo. Nos conocemos desde hace años [...]"* (vendedora de fruta, 34 años), lo que evidencia prácticas económicas basadas en la confianza mutua.

Desde una perspectiva social, el mercado funciona como un espacio cotidiano para la amistad, el parentesco y la vecindad, donde se comparte comida, los vendedores atienden sus puestos y se establecen relaciones de colaboración informales. Un vendedor comentó: *"Cuando tengo que ir al baño, mis vecinos me ayudan a cuidar mi puesto. Aquí somos como una familia [...]"* (vendedor de pescado, 57 años), lo que refuerza la idea de una red de apoyo mutuo basada en la convivencia diaria.

A nivel cultural, este espacio también sirve como punto de transmisión de conocimientos tradicionales, intercambio de lenguas indígenas amazónicas como el shawi y prácticas culinarias locales. Se observó la presencia de productos traídos de comunidades como Jeberos y Balsapuerto, acompañados de relatos sobre sus orígenes. Además, el contacto con turistas nacionales e internacionales contribuye a fortalecer una identidad amazónica compartida, visible en el uso del idioma, la vestimenta y la venta de productos artesanales, que han disminuido con el tiempo.

Por último, en lo que respecta a la gobernanza, las relaciones con el municipio se perciben como tolerantes pero limitadas. Los comerciantes obtienen permisos de ocupación mediante pagos simbólicos, que a su vez financian servicios básicos como la limpieza y la seguridad. *"A veces nos apoyan con la limpieza y nos proporcionan seguridad a través de los guardias de seguridad municipales, pero también nos dicen que no podemos salir de la zona [...]"* (vendedor de productos artesanales, 74 años), señaló un comerciante informal, lo que pone de manifiesto una relación ambigua de control y negociación entre el sector informal y la autoridad local.

3.2 Las tres escalas de la venta ambulante en Yurimaguas

3.2.1 Paisaje comercial en el territorio

Las redes fluviales, especialmente en la Amazonía, son relevantes para el transporte y el comercio en zonas con acceso terrestre limitado. Estas están conectadas a nodos comerciales distribuidos por todo el territorio, que suministran recursos a ciudades con mayor jerarquía.

La configuración de la red comercial a escala territorial se compone de zonas urbanas y rurales, como se observa en la figura 3, que están interconectadas a través de redes fluviales. Estas ciudades se organizan en tres órdenes según su influencia, importancia geográfica y económica. Están ubicadas y conectadas a través de la cuenca de los ríos Shanusi, Parapapura y Huallaga, como es el caso del puerto de El Vado, donde llegan barcos y embarcaciones, según el tipo de producto que transportan, y por redes aéreas, que permiten una rápida conexión entre diferentes localidades.

La geografía del territorio, caracterizada por extensos bosques y grandes ríos, reafirma la necesidad de utilizar la red fluvial como medio de transporte para el comercio entre ciudades, además de proporcionar los medios necesarios para que esta actividad se desarrolle mediante el uso de lanchas motoras, lanchas rápidas y barcos, que recorren los pueblos y llegan a los puertos de la ciudad de Yurimaguas. Aquí, las mercancías se entregan y comercializan en cantidades más pequeñas a primera hora de la mañana y en cantidades mayores durante la tarde.

Las condiciones del territorio permiten un intercambio comercial significativo, lo que da lugar a una red de flujos entre diferentes nodos de ciudades, siendo la ciudad de Tarapoto un punto clave en el suministro de productos y servicios de la costa peruana. Dentro de esta red, destaca la ciudad de Yurimaguas por su ubicación estratégica en el comercio de mercancías. Al mismo tiempo, ciudades amazónicas como Iquitos se destacan por proporcionar bienes como ropa, cereales, frutas y verduras típicas de la Amazonía, como plátanos, macambos y aguajes. Además, los distritos cercanos como Munichis, Jeberos Lagunas, Balsapuerto, que se encuentran entre 2 y 6 horas de la ciudad de Yurimaguas, se dedican a la producción y comercialización de productos como cereales, carne y pescado, frutas y verduras, como plátanos, limones, tomates regionales y camu camu.

Este intercambio de productos y mercancías consolida a la ciudad de Yurimaguas como un centro de desarrollo económico y comercial en la Amazonía peruana, que realiza intercambios con grandes ciudades y pueblos cercanos de menor jerarquía.

IMG 03

3.2.2 Red comercial en el espacio público

El comercio en el mercado El Vado ocupa el espacio público, que sirve de escenario para actividades económicas, sociales y culturales. La ocupación de las calles José Gálvez, San Miguel e Iquitos, con sus características físicas y entorno urbano, y la temporalidad en su uso, son sus principales aspectos destacados. Las actividades se repiten diariamente en la zona entre las 2:00 p. m. y las 7:00 p. m. Además, como resultado de las encuestas y las hojas de observación, se identificó un patrón de ocupación a escala urbana.

En la Figura 4 se identifican las características de la organización espacial a escala urbana a través de los artículos que venden los comerciantes y el número de comerciantes por cada artículo de venta. La ropa es el principal artículo de venta, con 216 puestos, distribuidos predominantemente a lo largo de la calle Iquitos, por donde suele salir la gente del mercado. Esta categoría incluye productos como ropa usada, ropa nueva, calzado, material escolar, productos de limpieza y artesanía de la ciudad de Tarapoto. También hay productos procedentes de la frontera con Brasil (a través de la ciudad de Iquitos), debido a los acuerdos entre Perú y el MERCOSUR, que facilitan el intercambio económico y comercial en la región.

IMG 04

Por otro lado, la categoría de frutas y verduras cuenta con 151 puestos, ubicados en la calle José Gálvez, que es la entrada principal al mercado. Esta categoría de venta ofrece sandía, plátano, papaya, yuca, pepino, aguaje y tomates. Estos tipos de productos provienen de las zonas rurales de Yurimaguas. Además, la categoría de carnes y pescados está estratégicamente ubicada en la esquina de las calles José Gálvez y San Miguel, cerca de la Plaza Miguel Grau y del acceso al puerto. Cuenta con 67 puestos que ofrecen carnes de caza, carnes de granja, pescado fresco, congelado y salado, huevos y otros

subproductos. Estos productos provienen principalmente de las zonas rurales y los ríos alrededor de Yurimaguas: Huallaga, Shanusi y Paranapura.

La sección de alimentos preparados también se encuentra en las esquinas o intersecciones de las calles del mercado. Cabe destacar que esta sección es muy solicitada por los usuarios y cuenta con 74 módulos de venta que ofrecen productos como comida regional amazónica, como juane, tacacho, charqui asado, suri a la brasa, plátanos a la brasa, tamales y otros. Los cereales son una categoría importante, y 24 puestos ofrecen productos como arroz, legumbres y utensilios de cocina. La categoría con menos módulos de venta es la de especies animales, con solo 6 puestos donde se ofrecen productos como plantas medicinales, loros y tortugas de río de mancha amarilla (*Podocnemis unifilis*) de forma irregular debido a la normativa vigente contra el tráfico de fauna silvestre. Todas estas actividades comerciales refuerzan la cultura amazónica, que se basa en la producción de la región, la tradición de los cultivos y la tradición de la comercialización.

Cada artículo de venta es importante en la composición física y espacial del área de estudio, lo que evidencia que, a escala urbana, la organización de los puestos es flexible. Las diferentes actividades comerciales generan diversidad, ya que coexisten, se integran y se complementan entre sí.

3.2.3 Calles y Arquitectura

Al analizar la distribución espacial de los vendedores, se observa que responde a patrones definidos por la accesibilidad vial de las calles José Gálvez, San Miguel, Iquitos y el puerto El Vado. La funcionalidad de estos espacios públicos refleja una ocupación estratégica a lo largo de dos corredores centrales que permite la adaptación de los puestos a la circulación de compradores y comerciantes. El horario comercial difiere del de otros mercados, que suelen funcionar a partir de las 5:00 a. m. Las ventas matutinas no son las más comunes porque los comerciantes se encuentran en el puerto recibiendo los productos que luego venderán.

Las horas de mayor flujo peatonal se concentran entre las 5:00 p. m. y las 7:00 p. m., ya que, en Yurimaguas, con un clima cálido y húmedo donde las temperaturas oscilan entre los 23 °C y los 33 °C, los espacios públicos se vuelven más accesibles a medida que disminuye la intensidad de los rayos solares. Esta bajada de temperatura permite una afluencia más significativa de personas, lo que facilita la circulación y hace que los desplazamientos sean más cómodos. Durante este periodo, el mercado ambulante alcanza su pico de actividad, atrayendo a compradores y transeúntes que aprovechan las condiciones climáticas más favorables para realizar sus compras o transitar por la zona.

En la figura 5, por la mañana, la calle José Gálvez aparece vacía y libre de comerciantes, ocupada únicamente por algunos vehículos. Por otro lado, por la tarde, el espacio está restringido al tráfico vehicular y lleno de comerciantes, lo que evidencia un marcado contraste en su ocupación en diferentes momentos del día. En la calle José Gálvez, como se muestra en la Figura 5 (A, B, C, D, E), los comerciantes ambulantes ocupan una manzana organizada en tres filas, dejando dos pasillos de 1,50 metros para que los compradores circulen por una vía pavimentada de 6 metros de ancho. Durante las primeras horas, estos pasillos permiten un flujo relativamente fluido de personas. Sin embargo, a medida que avanza el día y aumenta el tráfico, especialmente en las zonas de acceso y en la intersección con la calle San Miguel, se generan atascos debido al gran volumen de peatones y compradores (Figura 5A,B). En esta intersección, el comercio informal tiende a extenderse más allá de la calzada, aprovechando un espacio adyacente y provocando una mayor concentración de personas. Además, la

proximidad de la plaza Miguel Grau, que a menudo reúne a multitudes para espectáculos y actividades recreativas, aumenta aún más la afluencia y la congestión en la zona.

IMG 05

Aunque la calle San Miguel presenta características homogéneas en cuanto a anchura y materialidad, la organización del comercio ambulante es considerablemente más caótica, como se muestra en la figura 6. Predominan dos filas de comerciantes, lo que genera un pasillo central de aproximadamente 1,80 m para la circulación de peatones (figura 6A), aunque se han observado puestos que venden alimentos y otros productos que intentan formar una tercera fila. Algunos de estos puestos incluso invaden parte de la plaza Miguel Grau, lo que afecta significativamente al flujo de compradores y genera confusión (Figura 6B). Al igual que otras calles del sector, San Miguel sufre atascos, especialmente en la intersección con la calle Iquitos, donde aumenta la densidad de puestos (Figura 6D,E). Esta disposición desorganizada de los comerciantes en la zona complica el movimiento de los peatones y compromete la accesibilidad.

IMG 06

55 Del mismo modo, la calle Iquitos se distingue por la variabilidad en la disposición de los puestos de venta. Como se muestra en la figura 7 (A, B, C, D, E), al principio se observan tres filas de comerciantes, que luego se reducen a dos a medida que se avanza por la calle, para volver a aumentar a tres filas al acercarse al cruce con la calle San Miguel. Esta dinámica refleja una organización ineficiente que afecta al orden comercial y al tráfico peatonal. El ancho uniforme de la vía es de 6 metros en la mayor parte de su recorrido, pero se amplía a 9 metros en la intersección con la calle San Miguel. Los comerciantes aprovechan esta mayor anchura para aumentar el número de puestos, lo que, aunque pueda parecer beneficioso desde el punto de vista comercial, aumenta el desorden y reduce aún más la capacidad de tránsito eficiente en la zona.

IMG 07

3.3 Tipología especial del módulo de venta

22 Mediante el análisis de la información recopilada a través de entrevistas y hojas de observación, se pudo identificar la diversa distribución de las ubicaciones de los puestos, en la que se refleja la necesidad de ofrecer sus productos en un espacio limitado. Los módulos están situados en zonas estratégicas definidas por los propios vendedores. Se encuentran en las entradas de las vías y están divididos por dos pasillos centrales que permiten la circulación de los compradores.

34 La clasificación de los módulos de venta se organiza en dos grupos en función de su estructura y de las actividades que realizan durante la ocupación de las vías. Cada grupo se divide en tres tipos según sus características. Estas unidades arquitectónicas básicas consisten principalmente en estructuras desmontables y de construcción propia, fabricadas con madera, un recurso natural de la zona. Aproximadamente 32 módulos tienen cobertura total, otros 77 cuentan con sombrillas de playa que proporcionan sombra, y el dato más relevante es que 443 puestos no tienen cobertura para protegerse de los factores climáticos. Este hecho se debe principalmente al horario en el que se desarrollan las actividades comerciales (Figura 8).

IMG 08

Del mismo modo, los comerciantes ambulantes adaptan tanto sus estrategias de venta como el mobiliario de sus módulos en función de la categoría de productos (Figura 9). Los vendedores de frutas y verduras utilizan cestas y cajas organizadas para exponer sus productos con ofertas al por mayor y al por menor. Los alimentos preparados se presentan en mesas cubiertas con plástico y utensilios accesibles, ofreciendo degustaciones de alimentos típicos de la zona. En la categoría de ropa y calzado, se utilizan mesas, maniqués y estanterías, aunque en algunos casos se incorporan mantas extendidas en el suelo para vender productos usados llamados cachina. Los juguetes y accesorios se disponen en mesas bajas accesibles para los niños, animándolos a comprar. Las artesanías se exponen en mostradores de madera o mesas decoradas, destacando su valor cultural y explicando su origen. Para los artículos de primera necesidad, el mobiliario consiste en estanterías con los productos de mayor demanda en primera línea, con promociones por cantidad y precios al por mayor. Estas estrategias, apoyadas en un mobiliario adaptado a sus necesidades, permiten optimizar la visibilidad y accesibilidad del producto, mejorando así la interacción del cliente con la tienda.

IMG 09

- Tipo 1: Pertenece a la actividad de venta de alimentos y presenta una forma modular compleja, ya que consta de una mesa y una estructura de madera para cubrir plásticos o mantas a dos aguas. A diferencia de otros tipos, sus elementos son más grandes. En estos espacios, los comerciantes ofrecen productos basados en los alimentos típicos de la zona, como juanes, tacachos, chaufa regional, suris asados, macambo frito y muchos otros que sacian el apetito de las personas que visitan el mercado.
"Trabajo aquí, en el mercado El Vado, vendiendo los famosos antojitos o asaditos. Esta succulenta comida es la atracción de muchos turistas. Como pueden ver, tengo suris asados, los famosos juanes, tacacho con chicharrón, pescado asado y muchas otras cosas. En este caso, para poder vender, hice este módulo de madera con su techo, para proteger del sol a quienes se sientan a comer en la mesa que he fijado a esta estructura. Al terminar mi trabajo, tengo que desmontar todo esto para poder retirarme de la calle y llevarlo a un almacén cercano al lugar donde vendo [...]" (Vendedor de comida regional, 57 años).
- Tipo 2: Los comerciantes de productos perecederos utilizan mesas de madera con sombrillas que, al tener el espacio más limitado, son más fáciles de instalar para proteger sus productos de la radiación solar. Este sistema de cobertura es una estructura industrial que permite al vendedor montarla rápidamente para proporcionar sombra a sus productos.
"Utilizo esta herramienta de trabajo porque necesito proteger mis productos de la granja: mis pollos, huevos de taricaya, carne de caza, mi pescado fresco, que pueden dañarse por el contacto directo con el sol, y así ya no podría venderlos. Además, estas sombrillas son fáciles de montar y transportar [...]" (Vendedor de productos regionales, 50 años);
- Tipo 3: Es la forma más minimalista de ocupar el espacio y la utilizan los comerciantes de productos no perecederos, que, al no tener contacto directo con el consumo humano, se exponen en módulos sin cubierta o se esparcen por el suelo (sobre una manta o en algún material plástico como cubos o bandejas) a disposición de los compradores.
"Vendo carteras y mochilas, que traigo de la ciudad de Lima. Utilizo bolsas o mantas extendidas en el suelo que, por el tipo de venta que tengo, no necesito mostrar en un

caballete porque obtener estos módulos también me genera gastos de transporte o almacenamiento [...]» (Vendedor, 48 años).

"Me dedico a la venta de productos de plástico, vasos de vidrio y otros productos de Lima. Normalmente utilizo un puesto con caballete para la venta, pero no necesito una cubierta porque estoy en una zona privilegiada con sombra por la tarde. También tengo un lugar donde guardo mis productos y mi puesto. Pago 2 soles por noche y esto me permite ahorrar en el pago del transporte [...]" (Vendedora de plásticos, 40 años).

Una limitación del estudio es que la recopilación de datos se llevó a cabo durante un período de tiempo específico, por lo que no se tuvieron en cuenta los módulos de venta durante las fiestas. El análisis de los tipos de módulos de venta en el mercado de El Vado refleja la capacidad de los comerciantes para adaptarse a las condiciones económicas, socioculturales y espaciales del entorno. Estos módulos distan mucho de ser simples estructuras de venta. Expresan el uso flexible, diverso y multifuncional del espacio público en la ciudad amazónica de Yurimaguas.

4 Discusión

El comercio ambulante en Yurimaguas está profundamente arraigado en la cultura local y refleja la diversidad sociocultural de la región amazónica. Los comerciantes, principalmente mujeres de zonas rurales o migrantes de otras regiones amazónicas, forman una comunidad cohesionada que perpetúa los conocimientos tradicionales, las prácticas de producción y los valores culturales mediante la venta de productos locales y regionales. Estas dinámicas socioculturales se alinean con la teoría de las redes sociales tradicionales en las economías informales, destacando la transmisión de conocimientos y valores culturales (29). A su vez, la estructura demográfica y educativa de los comerciantes muestra una tendencia hacia bajos niveles educativos, lo que limita sus opciones de empleo formal. Esto los lleva a dedicarse al comercio ambulante como único medio de subsistencia, una realidad cotidiana en muchos países en desarrollo (1,45). Además, la diversidad religiosa y lingüística de los comerciantes refuerza el carácter inclusivo y resiliente de este mercado, que funciona como un espacio de integración social.

En cuanto a la relación entre el comercio ambulante y el municipio, se caracteriza por una coexistencia relativamente armoniosa, marcada por esfuerzos regulatorios y de colaboración que buscan minimizar los conflictos entre los comerciantes y las autoridades. Los comerciantes obtienen permisos para operar en el espacio público bajo un esquema de tarifas accesibles que financian la limpieza y la seguridad de la zona. Este modelo incluye la gestión temporal de las calles y su cierre al tráfico vehicular durante la tarde para facilitar las actividades comerciales. A diferencia de otras ciudades, donde los vendedores se enfrentan a desalojos o acoso, Yurimaguas tiene un enfoque tolerante que fomenta un entorno de estabilidad y cooperación.

Desde una perspectiva territorial, la actividad económica en Yurimaguas depende en gran medida de las redes fluviales que conectan las zonas rurales y urbanas, una característica fundamental de las economías amazónicas. Estudios como el de Rodríguez (32) señalan que el río es un eje de subsistencia y conectividad, no solo para la movilización de mercancías, sino también para la integración de prácticas culturales y económicas. Yurimaguas, como nodo comercial, ilustra la importancia de estas redes fluviales, lo que refuerza las conclusiones de Caro y Ortega (46), quienes destacan la centralidad del río en la estructura socioeconómica de estas regiones.

A nivel urbano, el mercado de El Vado presenta un patrón de ocupación temporal que permite la coexistencia de la movilidad vehicular en diferentes momentos, optimizando el uso del espacio. Sin embargo, durante las horas pico, la gran afluencia de personas genera cuellos de botella en puntos específicos, un problema común en los mercados informales donde la congestión y la falta de orden afectan la circulación y la accesibilidad (47). Este tipo de ocupación espontánea, en la que los comerciantes aprovechan las oportunidades del entorno en detrimento de la accesibilidad, ha sido identificada en otros estudios sobre mercados informales como un signo de apropiación del espacio público (48). En Yurimaguas, las calles con mayor actividad comercial, como San Miguel, Iquitos y José Gálvez, revelan cómo esta organización comercial informal repercute directamente en la movilidad y el uso del espacio.

1 A nivel arquitectónico, la adaptabilidad de los módulos de venta refleja la creatividad y flexibilidad de los comerciantes ante las limitaciones de la infraestructura comercial. Las estructuras, que varían desde puestos sin techo hasta módulos con sombrillas o estructuras de madera desmontables, se adaptan a las necesidades de cada tipo de producto y categoría. Este tipo de arquitectura efímera no solo responde a las necesidades funcionales del comercio, sino que también representa una forma de uso temporal del espacio que permite flexibilidad y adaptación al clima y a las variaciones de la demanda.

Del mismo modo, el análisis de estos módulos muestra la característica adaptabilidad de los comerciantes informales, que crean estructuras temporales en respuesta a las necesidades de su entorno, coincidiendo con De Souza (49). Los comerciantes del mercado El Vado implementan estas estructuras desmontables y ligeras que les permiten responder a las condiciones climáticas y a la gran afluencia de personas. Este sistema difiere de otros, como el mercado Matamoros, donde el comercio informal se basa en redes de lonas para protegerse (50). La clasificación de tipologías que distingue entre grupos móviles y semimóviles, según Adama (47), también es evidente en Yurimaguas, donde los comerciantes adaptan sus módulos y horarios según el flujo de clientes, creando un espacio vibrante para la interacción social, como sugieren Karsono et al., (51) y Muktiwibowo (52).

56 Por último, la normativa local distingue al mercado de El Vado de otros mercados informales de todo el mundo, donde los comerciantes se enfrentan a amenazas y desalojos constantes (53). En Yurimaguas, el Ayuntamiento mantiene cierto control, garantizando la seguridad y la limpieza. Sin embargo, según Jamir y Pongen (54), los comerciantes siguen careciendo de reconocimiento oficial y de acceso a los servicios básicos, una situación habitual en los mercados informales.

5 Conclusiones

10 En conclusión, el comercio ambulante en el espacio público amazónico de Yurimaguas constituye un sistema complejo y dinámico que integra las tres escalas estudiadas: territorio, espacio público y arquitectura. Estas escalas interactúan de manera interdependiente, formando un modelo comercial resiliente que se adapta a las particularidades del entorno urbano, las demandas económicas y las dinámicas sociales de la región. La interacción de estas escalas demuestra cómo el comercio ambulante no solo satisface las necesidades económicas de comerciantes y consumidores, sino que también contribuye a la configuración social, cultural y espacial de Yurimaguas. Este sistema dinámico reafirma el papel del mercado como espacio de interacción entre lo tradicional y lo contemporáneo, convirtiéndose en un motor de desarrollo y cohesión en el contexto amazónico.

A escala territorial, se ha demostrado que el comercio ambulante está conectado con el entorno amazónico a través de diversas redes de acceso por carretera y fluvial para el suministro de productos.

Integra productos locales y nacionales y prácticas culturales que trascienden lo comercial, lo que pone de manifiesto la interdependencia entre el mercado y las comunidades rurales. A escala urbana, el mercado de El Vado actúa como un nodo de intercambio, donde la economía informal, representada por los comerciantes ambulantes, es clave para la dinámica urbana. Los flujos de personas, mercancías y cultura se canalizan a través de este espacio, reforzando la identidad amazónica en el contexto urbano. A escala arquitectónica, los módulos de venta son estructuras improvisadas y modulares que se adaptan a las condiciones del espacio público disponible y a las necesidades de los comerciantes. Estas estructuras varían en diseño y funcionalidad, dependiendo del tipo de producto que se vende y de las estrategias individuales o grupales de cada comerciante.

En consonancia con nuestros objetivos, también se reveló que el comercio ambulante responde a necesidades económicas y refleja las prácticas y valores comunitarios típicos de la cultura amazónica. Esta actividad se caracteriza por la flexibilidad y adaptabilidad de los actores. Muchos provienen de comunidades rurales y conservan elementos tradicionales en sus productos.

Entre las implicaciones de este estudio se encuentra la necesidad de abordar las cuestiones de desarrollo urbano en Yurimaguas desde una perspectiva integral que tenga en cuenta las características espaciales, sociales y culturales del comercio ambulante. Además, se destaca la importancia de mejorar la infraestructura urbana, especialmente el puerto, un elemento clave para fortalecer la conectividad con otros espacios comerciales y mejorar el intercambio de bienes en la región amazónica. Asimismo, se propone implementar un plan para gestionar la venta ambulante, destinado a optimizar las relaciones espaciales en la ciudad y garantizar un uso más eficiente y equitativo del espacio público. Estas acciones permitirían a los comerciantes responder a sus necesidades inmediatas y promover un desarrollo urbano más sostenible articulado con la dinámica del territorio.

Esta investigación abre el camino para una comprensión más profunda y respetuosa de las dinámicas socioculturales y económicas que se manifiestan en el espacio público en diversas regiones amazónicas. Se sugiere que las investigaciones futuras aborden estos aspectos desde una perspectiva integradora, analizando cómo las diversas escalas comerciales impactan en el desarrollo de las actividades y las transformaciones espaciales. Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta las condiciones de trabajo y las necesidades de los comerciantes para mejorar su calidad de vida y potenciar el desarrollo económico del lugar mediante intervenciones urbanísticas, ya que esto también beneficiaría a las comunidades de los alrededores.

References

1. Hagos KG, Adnan M, Yasar A ul H. Effect of sidewalk vendors on pedestrian movement characteristics: A microscopic simulation study of Addis Ababa, Ethiopia. Cities [Internet]. 2020 Aug 1 [cited 2024 May 18];103:102769. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102769>
2. Deléchat C, Medina L. The Global Informal Workforce [Internet]. The Global Informal Workforce. Washington, DC: International Monetary Fund; 2021. 412 p. Available from: <https://doi.org/10.5089/9781513575919.071>
3. Mauricio R. “Empleo e informalidad en América Latina y el Caribe: una recuperación insuficiente y desigual” [Internet]. Organización Internacional del Trabajo; 2021. 1–54 p. Available from: <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro->

lima/documents/publication/wcms_819022.pdf

4. Gardner J, Walsh K, Frosch M. Engendering informality statistics : gaps and opportunities : working paper to support revision of the standards for statistics on informality. *Int Labour Organ* [Internet]. 2022;84:1–89. Available from: <https://doi.org/10.54394/WVEQ4911>
5. COMEXPERÚ. Desempeño del mercado laboral peruano - 2021 [Internet]. Vol. 4. Lima; 2022. Available from: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-laboral-001.pdf>
6. Li C, Huang Y, Shen Y, Xu L. Spatiotemporal patterns and mechanisms of street vending from the social sensing perspective: A comparison between law-enforcement reported and residents complain events. *Cities* [Internet]. 2022;124(November 2021):103597. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103597>
7. Guadarrama Sánchez GJ, Pichardo Martínez PM. La apropiación y el uso del espacio público urbano. Los comunes en el parque urbano. *Econ Soc y Territ* [Internet]. 2020 Dec 17;21(65):57–85. Available from: <https://doi.org/10.22136/est20211678>
8. Ojeda L, Pino A. Spatiality of street vendors and sociospatial disputes over public space: The case of Valparaíso, Chile. *Cities* [Internet]. 2019 Dec;95(July):102275. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.02.005>
9. Aparicio-Rengifo R, Flórez-González F, Fonseca-Laverde K, Gélvez-Chala D, Briceño-Bello M. Puestos de frutas y verduras en plazas de abastos: del diseño comunitario al urbanismo táctico. *Rev Arquít* [Internet]. 2023 Jan 1;25(1). Available from: <https://doi.org/10.14718/RevArq.2023.25.3762>
10. Sun Z, Bell S, Scott I, Qian J. Everyday use of urban street spaces: the spatio-temporal relations between pedestrians and street vendors: a case study in Yuncheng, China. *Landsc Res* [Internet]. 2020 Apr 2;45(3):292–309. Available from: <https://doi.org/10.1080/01426397.2019.1646231>
11. Martínez L, Short JR. The Informal City: Exploring the Variety of the Street Vending Economy. *Sustainability* [Internet]. 2022 Jun 13;14(12):7213. Available from: <https://doi.org/10.3390/su14127213>
12. Akbar AN, Fuad AH. Study of The Spatial Footprint of Street Vendors During the Covid-19 Pandemic. *J Archit Res Des Stud* [Internet]. 2022 Oct 31;6(2). Available from: <https://doi.org/10.20885/jars.vol6.iss2.art5>
13. Addi B, Cobbinah PB, Ayambire RA, Takyi SA. Problematising street vending: The uncanniness of a disembodied urban policy. *J Urban Aff* [Internet]. 2024 Oct 25 [cited 2025 Jul 7];1–19. Available from: <https://doi.org/10.1080/07352166.2024.2413588>
14. Recio RB. Street entanglements: Contestation, collaboration, and co-optation in Manila's informal vending spaces. *J Urban Aff* [Internet]. 2022 Oct 21 [cited 2025 Jul 7];44(9):1205–23. Available from: <https://doi.org/10.1080/07352166.2020.1798242>

15. Woldeamanuel M, Abebe N, Supangkat F. Street vending on Addis Ababa's sidewalks: A sign of vibrancy and identity or a nuisance for pedestrians? *J Urban Aff* [Internet]. 2023 Mar 16 [cited 2025 Jul 7];45(3):317–34. Available from: <https://doi.org/10.1080/07352166.2021.2014764>
16. Thinh NK, Peimani N, Kamalipour H. Forms and spatiality of street vending in informal settlements: The case of in-between spaces in Hanoi. *Cities* [Internet]. 2025;161(September 2024):105870. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2025.105870>
17. Dovey K, Recio RB. Inventraset assemblages: The spatial logic of informal street vending, transport and settlement. *Urban Stud* [Internet]. 2024 Sep 27;61(12):2265–89. Available from: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00420980231223060>
18. Dovey K, Recio RB, Pafka E. The spatial logic of informal street vending in Manila: an assemblage approach. *Sp Polity* [Internet]. 2022 Sep 2 [cited 2025 Jul 7];26(3):192–215. Available from: <https://doi.org/10.1080/13562576.2022.2153224>
19. Tamanna M, Kusakabe K, Chatterjee JS, Nitivattananon V. Gender, space, and resistance: street vendors of Dhaka city. *Gender, Place Cult* [Internet]. 2025 Feb 13 [cited 2025 Jul 7];32(2):253–77. Available from: <https://doi.org/10.1080/0966369X.2024.2374821>
20. Elsayed MA, Ashour A, Elshater A, Elfayoumi MA, Mahmoud S. Mapping street vendors and informal economy effects in public spaces. *IOP Conf Ser Earth Environ Sci* [Internet]. 2022 Aug 1;1056(1):012043. Available from: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1056/1/012043>
21. Thinh NK, Peimani N, Kamalipour H. Forms and spatiality of street vending in informal settlements: The case of in-between spaces in Hanoi. *Cities* [Internet]. 2025 Jun;161(September 2024):105870. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2025.105870>
22. Navarrete P, Alford M, Toro F. Inclusive informal-to-informal trade: the poverty alleviation potential of street vendors' trade networks in Santiago de Chile. *Third World Q* [Internet]. 2023;44(8):1844–64. Available from: <https://doi.org/10.1080/01436597.2023.2208060>
23. Gumbo T, Geyer M, Moyo I, Moyo T. Mapping spatial locational trends of informal economic enterprises using mobile geographic information data in the city of in Harare, Zimbabwe. *Data Br* [Internet]. 2018;20:1692–9. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.09.037>
24. Turner S, Zuberec C, Pham TTH. Visualizing frictional encounters: Analyzing and representing street vendor strategies in Vietnam through narrative mapping. *Appl Geogr* [Internet]. 2021 Jun;131(May):102460. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2021.102460>
25. Salonen M, Toivonen T, Cohalan JM, Coomes OT. Critical distances: Comparing measures of spatial accessibility in the riverine landscapes of Peruvian Amazonia. *Appl Geogr* [Internet]. 2012 Mar;32(2):501–13. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.apgeog.2011.06.017>
26. Peimani N, Kamalipour H. Mapping the Spatiality of Informal Street Vending. *J Urban Int Res Placemaking Urban Sustain* [Internet]. 2022 Nov 27 [cited 2024 Jun 1]; Available from:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17549175.2022.2150267>

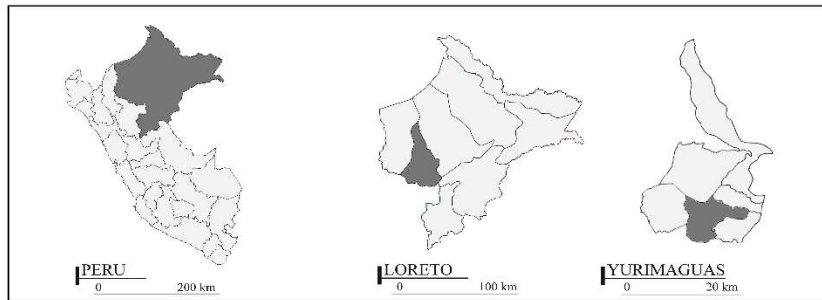
27. Deore P, Lathia S. Streets as Public Spaces: Lessons from Street Vending in Ahmedabad, India. *Urban Plan* [Internet]. 2019 Jun 30;4(2):138–53. Available from: <https://doi.org/10.17645/up.v4i2.2058>
28. Al-Jundi SA, Al-Janabi HA, Salam MA, Bajaba S, Ullah S. The Impact of Urban Culture on Street Vending: A Path Model Analysis of the General Public's Perspective. *Front Psychol* [Internet]. 2022 Feb 14;12(February):1–13. Available from: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.831014>
29. Geertz C. The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *Am Econ Rev* [Internet]. 1978 Jul 24;68(2):28–32. Available from: <http://www.jstor.org/stable/1816656>
30. Little P. Amazonia: Territorial Struggles on Perennial Frontiers [Internet]. Baltimore: The Johns Hopkins University Press; 2001. 1–143 p. Available from: <https://digitalcommons.trinity.edu/tipiti/vol2/iss1/3/>
31. Lu M. Amazon Waterway and Fluvial Transportation : Lessons From Environmental [Internet]. CHINESE INVESTMENTS AND SUSTAINABILITY. Lima; 2019. Available from: <https://hdl.handle.net/20.500.13095/38>
32. Rodríguez Ardila V. El río Amazonas: corredor estratégico para una Colombia tríoceánica. *Rev Científica Gen José María Córdova* [Internet]. 2019 Oct 1;17(28):749–70. Available from: <https://doi.org/10.21830/19006586.510>
33. Liu Y, Liu Y. Detecting the city-scale spatial pattern of the urban informal sector by using the street view images: A street vendor massive investigation case. *Cities* [Internet]. 2022 Dec;131(August):103959. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103959>
34. Feizizadeh B, Omarzadeh D, Blaschke T. Spatiotemporal mapping of urban trade and shopping patterns: A geospatial big data approach. *Int J Appl Earth Obs Geoinf* [Internet]. 2024 Apr;128(June 2023):103764. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jag.2024.103764>
35. Auerbach J. Estimating the Number of Street Vendors in New York City. 2025;1–30. Available from: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2406.00527>
36. Ojeda L, Pino A. Valparaíso y su comercio callejero: ¿Espacialidad esporádica y/o espacialidad saturada? *AUS* [Internet]. 2019;25(25):11–9. Available from: <http://doi.org/10.4206/aus.2019.n25-03>
37. Hernández JV, Maia HWS, Chávez V, Silva R. Toward More Sustainable River Transportation in Remote Regions of the Amazon, Brazil. *Appl Sci* [Internet]. 2021 Feb 26;11(5):2077. Available from: <https://doi.org/10.3390/app110520772077>
38. INEI. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas [Internet]. Lima; 2018. Available from: http://www.inr.pt/uploads/docs/recursos/2013/20Censos2011_res_definitivos.pdf

39. MPAA. PLAN DE DESARROLLO URBANO Ciudad de Yurimaguas 2015-2025 [Internet]. Yurimaguas; Available from: <https://www.gob.pe/munialtoamazonas>
40. ITP. Instituto Tecnológico de la Producción. 2019 [cited 2024 Oct 30]. Yurimaguas: Economía, salud, educación, hogares, demografía, gobierno, industrias, I+D y red CITE | ITP Producción. Available from: <https://data-peru.itp.gob.pe/profile/geo/yurimaguas>
41. Cresswell JW. Qualitative. Quantitative, and Mixed Methods Approaches [Internet]. Vol. 3, University of Nebraska-Lincoln. Nebraska: SAGE; 2009. 270 p. Available from: https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/creswell.pdf
42. Vasilachis I. Estrategias de investigación cualitativa [Internet]. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.; 2006. 278 p. Available from: <http://www.famg.org.ar/documentos/herramientas-investigacion/03-investigacion-cualitativa-Vasilachis-2017.pdf>
43. Aguilar Gavira S, Barroso Osuna J. La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. Pixel-Bit, Rev Medios y Educ [Internet]. 2015;(47):73–88. Available from: <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2015.i47.05>
44. Hernández R, Fernández C, Baptista M del P. Metodología de la Investigación [Internet]. 6th ed. Vol. 6. Ciudad de México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A; 2014. 1–14 p. Available from: https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
45. Sekhani R, Mohan D, Medipally S. Street vending in urban ‘informal’ markets: Reflections from case-studies of street vendors in Delhi (India) and Phnom Penh City (Cambodia). Cities [Internet]. 2019 Jun;89(January):120–9. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.01.010>
46. Caro J, Ortega E. Amazonía : el corredor biocomercial del futuro [Internet]. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA); 2002. 53 p. Available from: <https://repositorio.iica.int/handle/11324/7391?show=full>
47. Adama O. Abuja is not for the poor: Street vending and the politics of public space. Geoforum [Internet]. 2020 Feb;109(April 2019):14–23. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.12.012>
48. Shamekh E, Ashour S. Temporary Appropriation Practices and Spontaneity in Public Spaces: The Case of Downtown Cairo Passageways. In: The Barcelona Conference on Arts, Media & Culture 2022: Official Conference Proceedings [Internet]. 2022. p. 175–89. Available from: <https://doi.org/10.22492/issn.2435-9475.2022.15>
49. de Souza M. Concepción: El trabajador del comercio informal de calle. La producción efímera del espacio en la crisis social. Arquitecturas del Sur [Internet]. 2020 Jan 31;38(57):146–61. Available from: <http://doi.org/10.22320/07196466.2020.38.057.08>
50. Seve B, Lázaro-Villaverde F, Gastéllum-Alvarado JM, Redondo E. Tianguis. Emergencia de ciudades temporales dentro de la ciudad. Ocupación espontánea del espacio público: el caso de

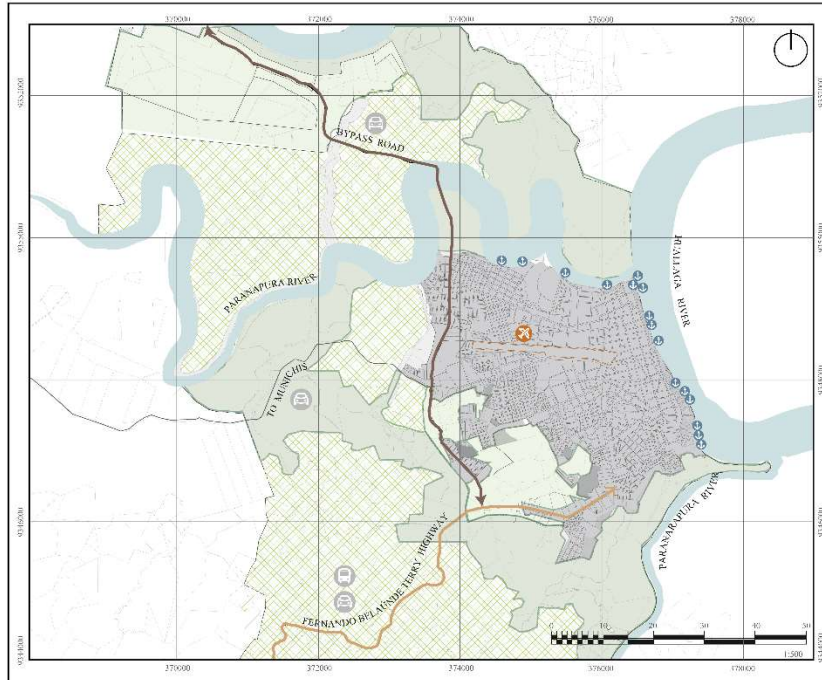
Tlacolula. EURE [Internet]. 2021;2021(143):1–22. Available from: <https://doi.org/10.7764/EURE.48.143.15>

51. Karsono B, Qonita Y, Wahid J, Cotter JN, Deni. Revealing the Street Vendor Phenomena for Better Urban Life. In: Lecture Notes in Civil Engineering [Internet]. Springer, Singapore; 2023 [cited 2024 Oct 30]. p. 233–42. Available from: https://doi.org/10.1007/978-981-99-1403-6_17
52. Muktiwibowo AK. A Street with Informal Regulation. In: Urban Book Series [Internet]. Springer, Cham; 2018 [cited 2024 Oct 30]. p. 113–25. Available from: https://doi.org/10.1007/978-3-319-55855-4_10
53. Kumari P. Livelihood Pattern and Working Condition of Street Vendors in Delhi. SSRN Electron J [Internet]. 2006 Oct 12 [cited 2024 Oct 30]; Available from: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2952102>
54. Jamir C, Pongen M. Income and Employment Generation in Informal sector: A case study of the street vendors of Kohima and Dimapur district of Nagaland, India. Int J Eng Bus Manag [Internet]. 2022;6(4):52–63. Available from: <https://dx.doi.org/10.22161/ijebm.6.4.6>

5.1 Figuras

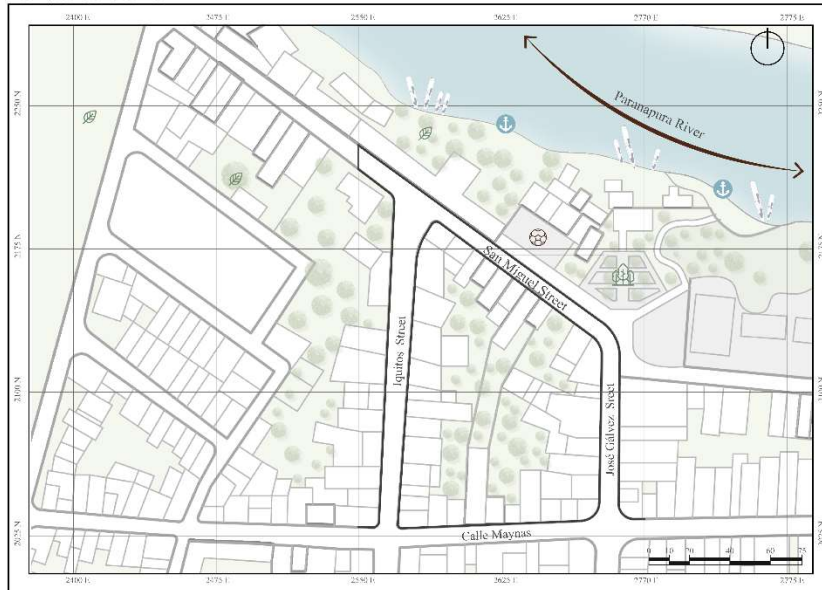


STUDY LOCATION - YURIMAGUAS CITY



- LEGEND**
- Yurimaguas Urban Area.
 - Environmental Protection Areas.
 - Rural areas.
 - Panapapura River.
 - Huallaga River.
 - Shanusi River.
 - F. Belandier Terry Highway.
 - Bypass Road.
 - Moisés Benzaquen R. Airport.
 - River ports.

EL VADO MARKET



- LEGEND**
- Panapapura River.
 - Delimitation of the study sector.
 - Miguel Grau Park.
 - El Vado sports field.
 - El Vado Port.

Figure 1. Mapa de ubicación del área de estudio. Fuente: Elaboración propia.

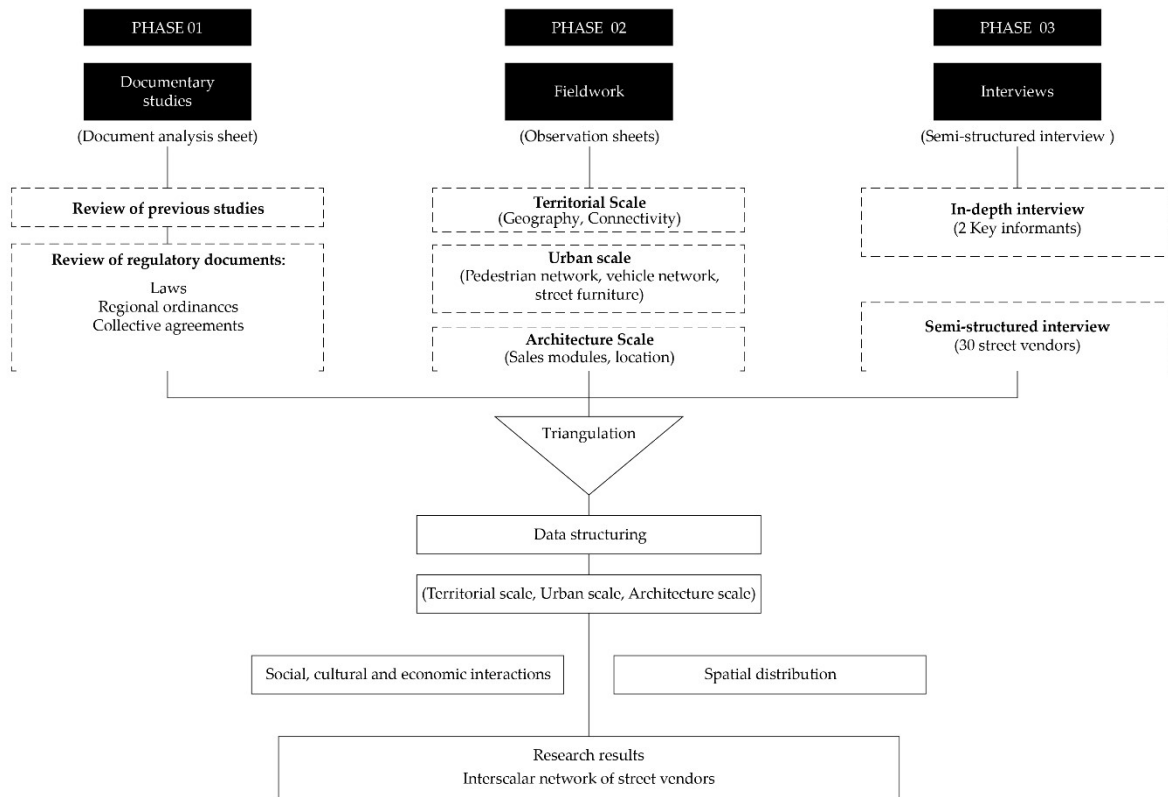


Figure 2. Diagrama de flujo de la metodología. Fuente: Elaboración propia.

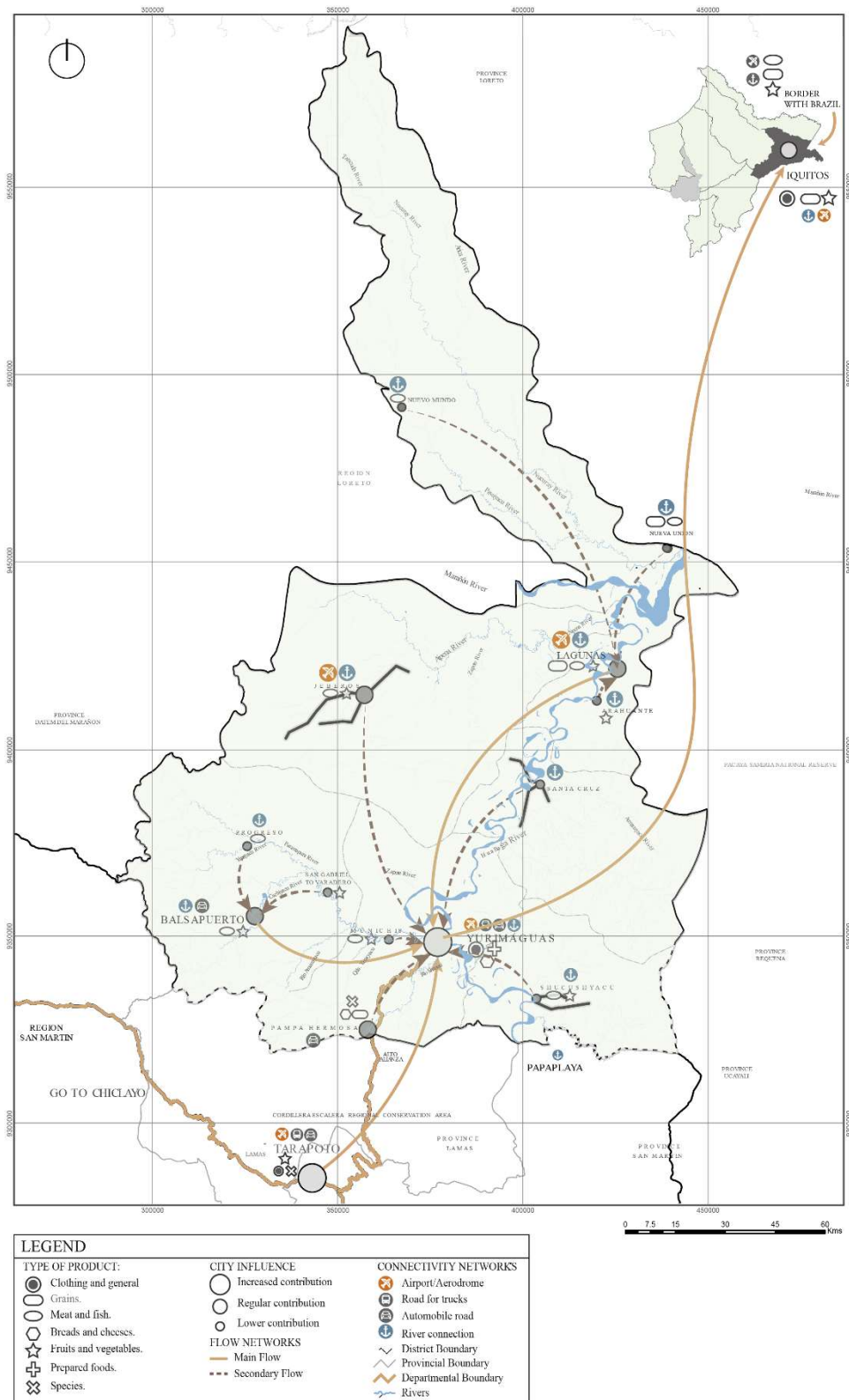
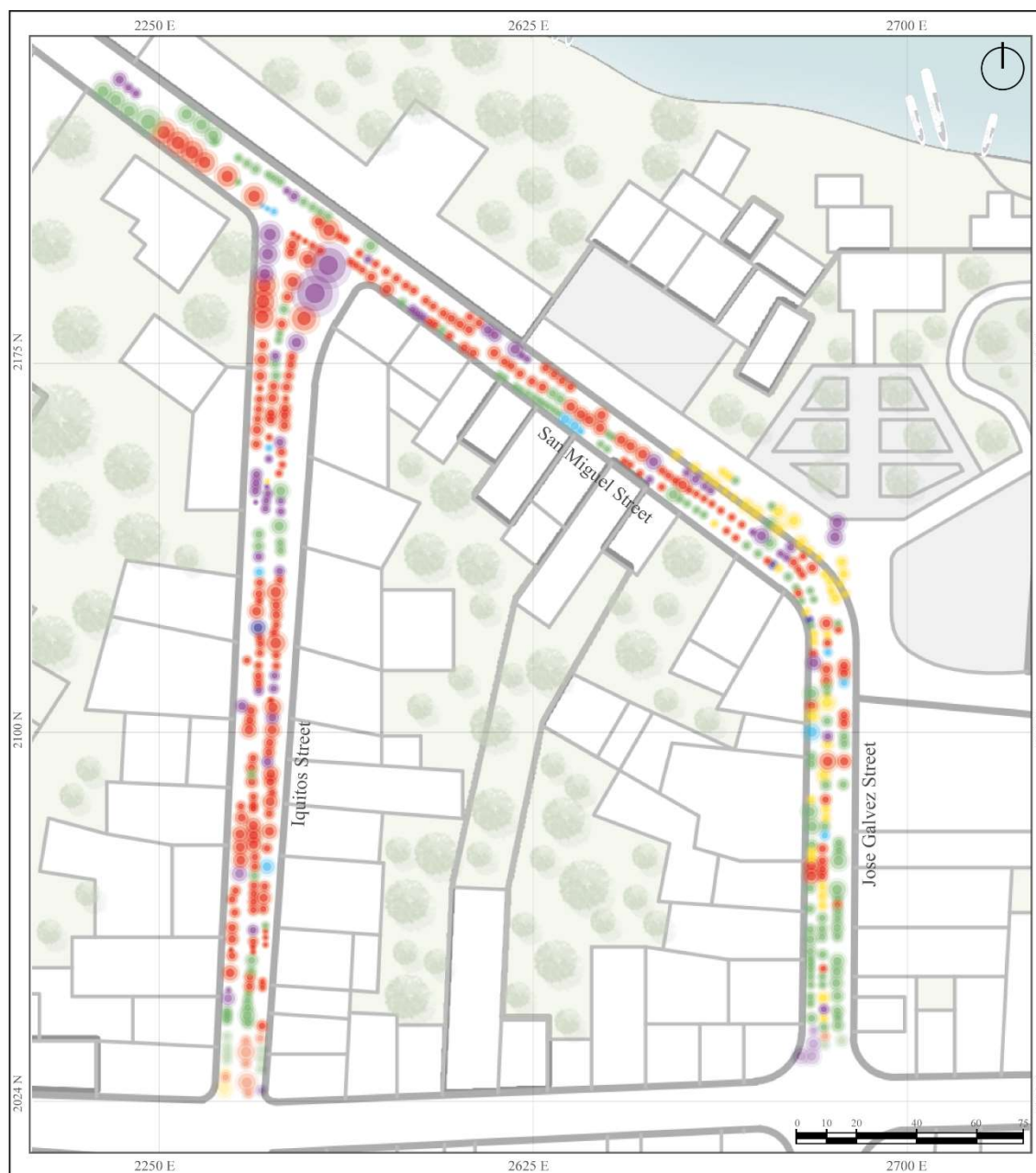


Figure 3. Principales rutas comerciales a escala territorial. Fuente: Elaboración propia.



ZONING OF STREET VENDING ITEMS

LEGEND							
ITEM	Clothing/Objects	Grains	Meat/Fish	Fruits/Vegetables	Breads/Cheeses	Prepared foods	Products amazonian
QUANTITY	216	24	67	151	14	74	06
PRODUCTS	-Used clothes -New clothes -Sneakers -School supplies -Toiletries -Handicrafts	-Rice -Mentras -Beans -Maize	-Game meats -Farm-raised meats -Fresh fish, -Frozen and salted fish. -Eggs or other derivatives	-Watermelon -Banana -Papaya -Yucca -Cucumber -Watermelon -Tomato and others	-Regional sweets -Bread -Dairy products	Regional food: juane, tacacho, cecina, suri, roasted banana, tameles and others.	-Medicinal plants (Sangre de grado, copaiva oil, cat's claw, etc.) -Parrots -Taricayas

Figure 4. Mapa térmico de la zonificación de los ítems de la escala. Fuente: Elaboración propia.

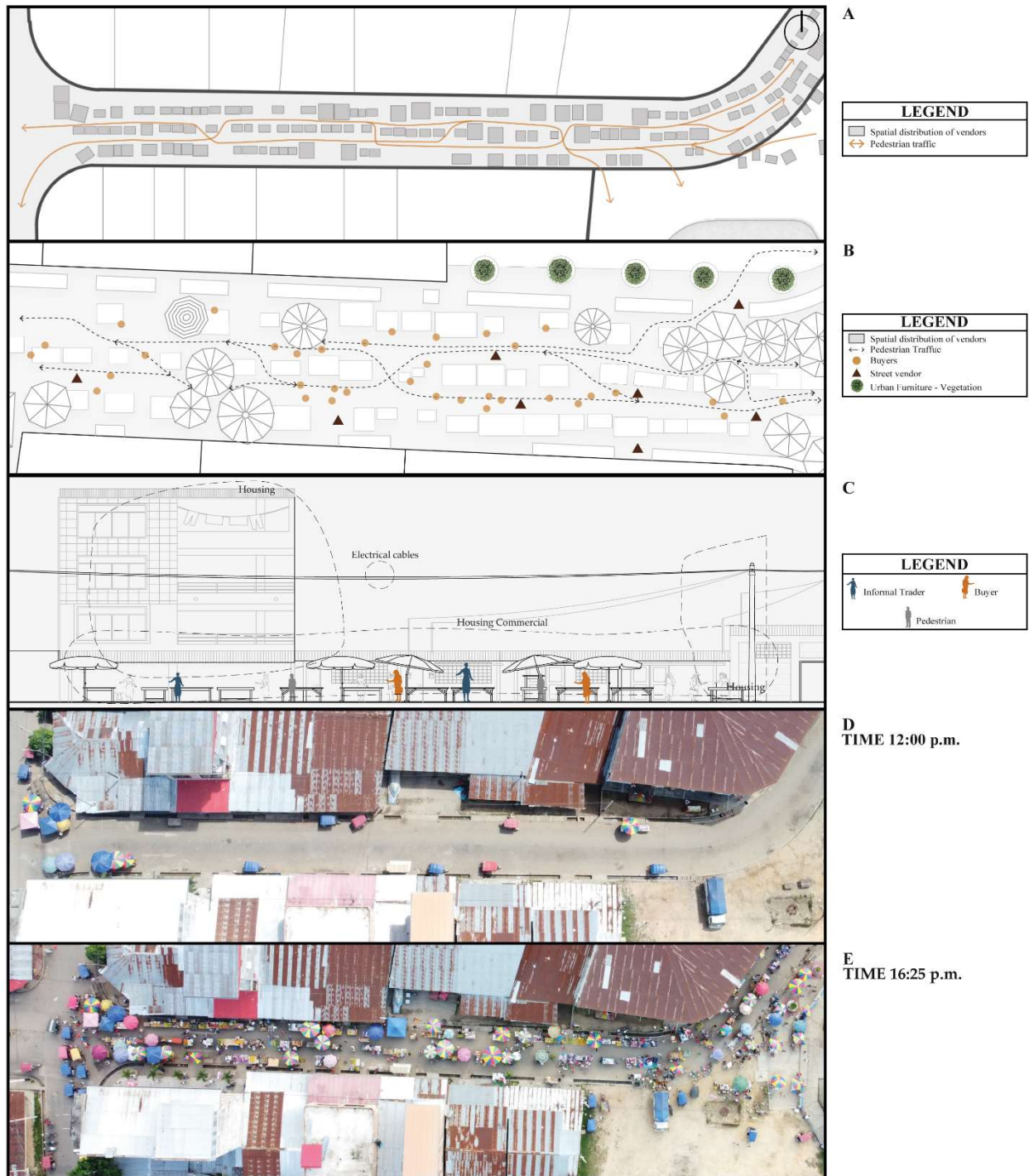


Figure 5. Calle José Gálvez: esquema y temporalidad, (A) distribución espacial de los vendedores, (B) red de circulación de compradores, (C) entorno urbano, (D) antes y (E) después de la actividad comercial. Fuente: Elaboración propia.

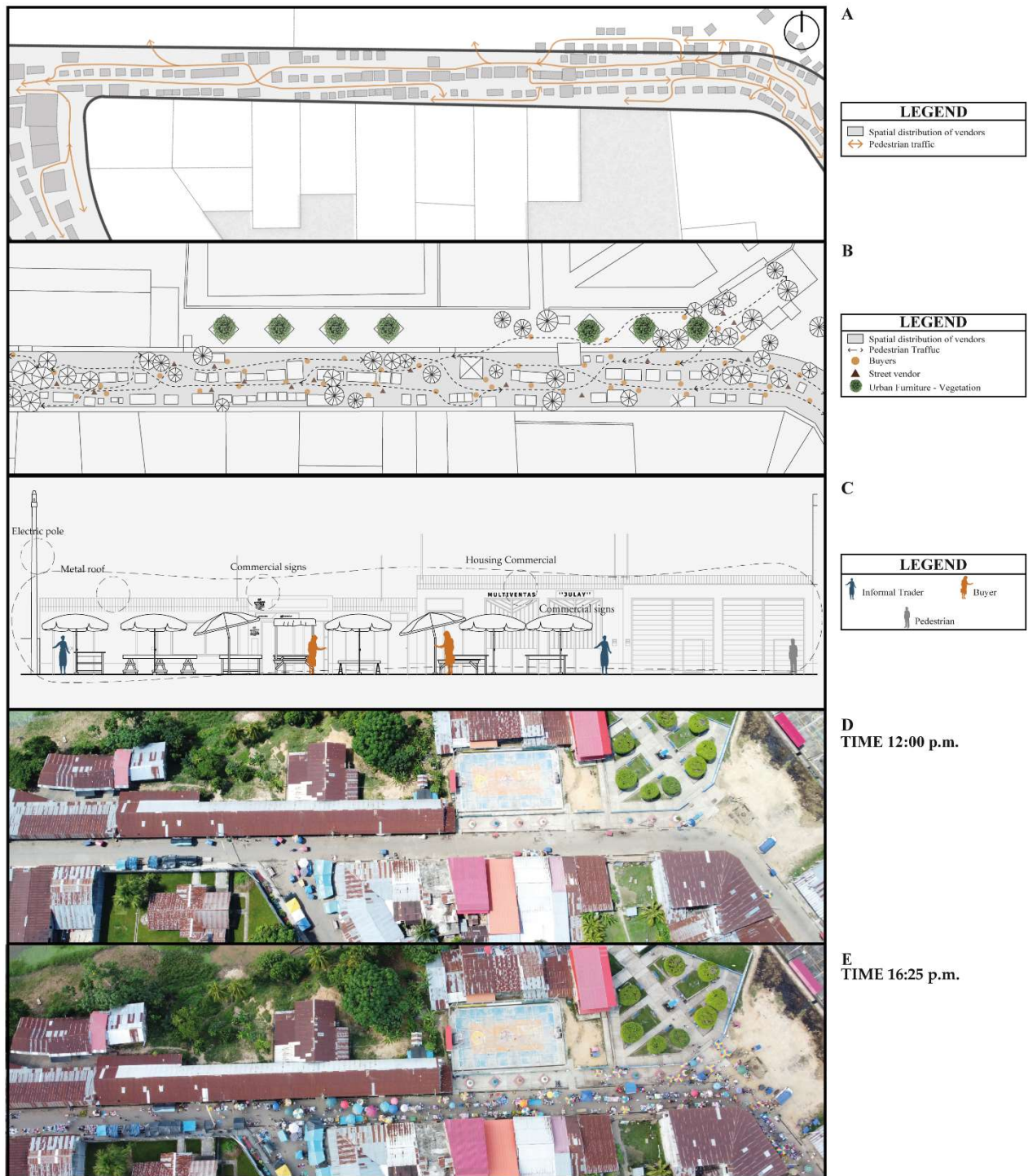


Figure 6. Calle San Miguel: esquema y temporalidad, (A) distribución espacial de los vendedores, (B) red de circulación de compradores, (C) entorno urbano, (D) antes y (E) después de la actividad comercial. Fuente: Elaboración propia.

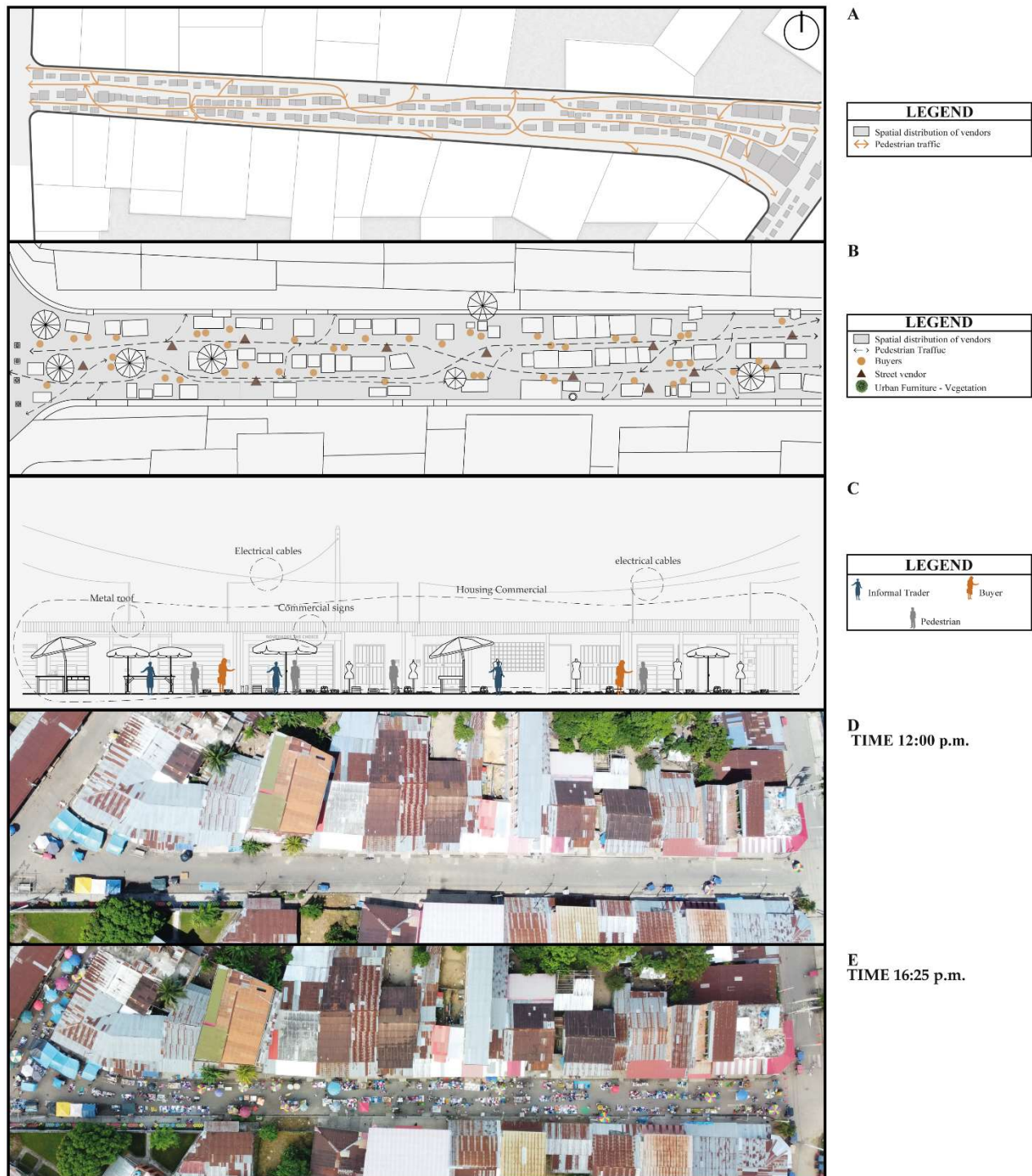
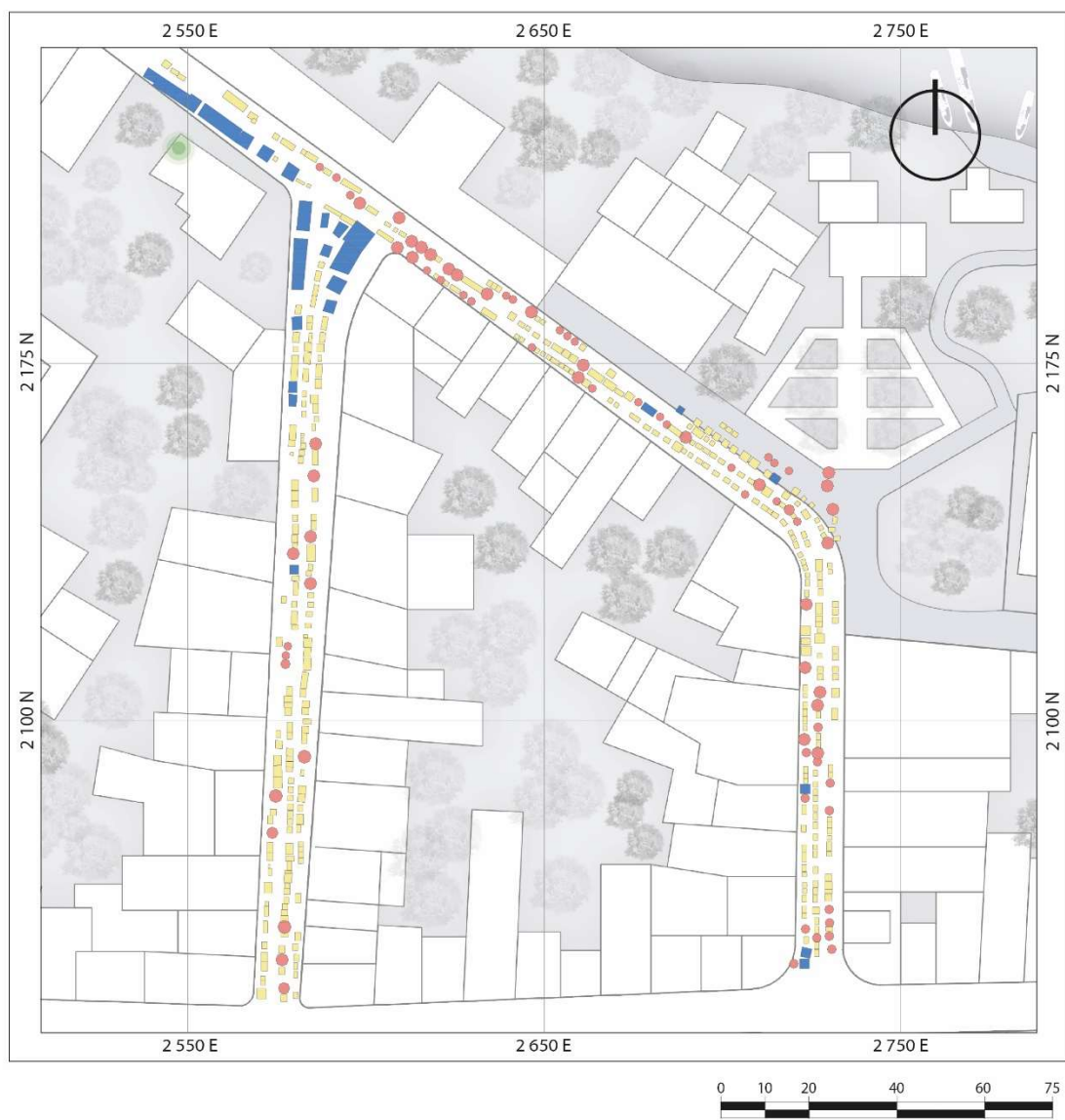


Figure 7. Calle Iquitos: esquema y temporalidad, (A) distribución espacial de los vendedores, (B) red de circulación de compradores, (C) entorno urbano, (D) antes y (E) después de la actividad comercial. Fuente: Elaboración propia.



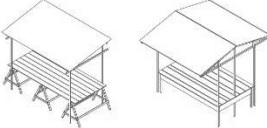
Typology	Symbol	Quantity	Features	Type of furniture
Type 1		77	Multicoloured octagonal cover.	
Type 2		32	Wooden structure with a plastic roof that can be single or gabled.	
Type 3		443	Wooden structure without cover, or plastic stretched on the ground.	

Figure 8. Ubicación de los tipos de módulos de ventas. Fuente: Elaboración propia.

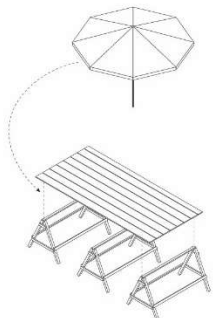
Activity	Type of furniture	Display exhibition stands	Structure	Goods	Measures
TYPE 1		 			-Length: 2 m; 2.5 m and 3 m. -Width: 1 m and 1.5 m. -Height: 2.5 m.
Sale of food	Street vendors use mobile structures to set up their kitchens and tables for the sale of food.	1. Gable pitched roof. 2. Single pitched roof.	Wooden structure with plastic or sackcloth cover, complex assembly.	They sell typical food of the area, such as juane, tacacho and suri.	
TYPE 2		  			-Length: 2 m; 2.5 m and 3 m. -Width: 1 m and 1.5 m. -Height: 1 m, and 0.20 m.
Sale of products perishables	Vendors occupy the space to sell basic foodstuffs, mostly from indigenous communities.	1. Wooden high table. 2. Wooden high table with iron support. 3. Wooden low table.	Structure with wooden or metal uprights and platform, some with sunshade.	Mainly agricultural and fishery products.	
TYPE 3		 			-Length: 1 m; 1.5 m and 2 m. -Width: 1 m and 1.5 m. -Height: 1 m and 0 m.
Sale of non-perishable goods	Personal product vendors use quick-assembly structures for their stalls.	1. High wooden table with a bra. 2. Plastic or blanket spread on the floor.	Wooden structure with wooden supports to hold the product in place.	Second-hand goods, clothes, shoes and handicrafts.	

Figure 9. Tipología de módulos por actividad y estructura. Fuente: Elaboración propia.

5.2 Tables

Table 1. Perfil del comerciante ambulante.

Aspecto	Descripción	
	Rango (Edad)	Número
Edad	18-29	4
	30-39	4
	40-49	7
	50-59	9
	60 – 69	5
	70 - 80	1
Sexo	Hombre	7
	Mujer	23
Nivel Educativo	Primaria Incompleta	8
	Primaria completa	7
	Secundaria incompleta	4
	Secundaria completa	8
	Universitaria incompleta	2
	Universitaria completa	1
Idioma	Español	29
	Shawi	1
Religión	Católico	15
	evangélico	9
	Adventista	5
	No religioso	1
Origen	La mayoría proceden de zonas rurales, como las regiones de Balsapuerto, Lagunas, Santa Cruz, Jeberos y San Martín.	
Tiempo de venta ambulante	De 1 a 2 años a más de 10 años.	
Ingreso mensual promedio	El salario mínimo es de 1130 soles o 302,95 dólares; dependiendo de la época del año, los ingresos pueden reducirse hasta un 50 %.	
Condiciones de trabajo	No hay acceso a prestaciones laborales formales ni a infraestructuras básicas (sombra, agua potable y aseos en estado precario).	