

**ESTUDIO DE LAS CONDICIONES SOCIO-ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN  
FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD  
DE SAN JUAN DE PASTO, AÑO 2009**

**PATRICIA DEL CARMEN BENAVIDES FLÓREZ  
ADRIANA CONSTANZA JOJOA BENAVIDES**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2009**

**ESTUDIO DE LAS CONDICIONES SOCIO-ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN  
FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD  
DE SAN JUAN DE PASTO, AÑO 2009**

**PATRICIA DEL CARMEN BENAVIDES FLÓREZ  
ADRIANA CONSTANZA JOJOA BENAVIDES**

**Trabajo de grado, presentado como requisito para optar al título de  
Economista**

**Asesor:  
Esp. IGNACIO GARCES BUCHELY**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2009**

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado, son de responsabilidad exclusiva del autor”

Artículo 1ro. Del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable consejo directivo de la Universidad de Nariño.

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

---

**Presidente de tesis**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**San Juan de Pasto, Noviembre de 2009**

## AGRADECIMIENTOS

*Agradezco a Dios por haberme permitido cumplir este gran sueño, a mi Madre María Jesús Flórez, por depositar su confianza en mí.*

*Un muy especial agradecimiento A Deiby Vallejo López, por todo su amor, paciencia y apoyo en el desarrollo de mi carrera, como también en la realización de este proyecto de investigación.*

*A la Universidad de Nariño y a todos los profesores que en el transcurso de la carrera estuvieron ahí resolviendo todas mis dudas y consolidando con su experiencia mi conocimiento.*

*En particular agradezco al Profesor **Ignacio Garcés Buchely** (Asesor) Por ser más que un asesor y convertirse en el guía que enriqueció nuestras vidas compartiéndonos su valiosa experiencia.*

*Al Profesor **Jesús Martínez Betancourt** (Decano) Por su comprensión y ayuda en todos estos años.*

*De igual manera al Profesor **Luis Hernando Portillo** (Docente). Por su valiosa ayuda y cooperación incondicional en el desarrollo de este logro.*

*Al Profesor **Robert Wilson Ortiz** (Docente). Por su grandiosa labor y el haber permitido el desarrollo de este proyecto.*

*A todas las mujeres trabajadoras de la plaza participes de la investigación, Por permitirnos entrar en sus vidas, conocerlas y descubrir que son personas muy valiosas.*

*A **Oliva** (Secretaria). Por su ayuda desinteresada y su disposición incansable por ayudar a los demás.*

*A todos mis compañeros de clase, por aceptarme y permitirme ser parte de esa gran familia, por rodearme de ese gran calor humano y por enseñarme el verdadero sentido de la amistad.*

***Patricia Benavides Flórez.***

*Agradezco a Dios, a mi Madre, a mi Padre y a mi tía por ser quienes me ayudaron a consolidar esta meta.*

*A John Suarez por colaborar y apoyarme sentimentalmente en todo este tiempo.*

*A Deiby Andrés Vallejo por su colaboración en el desarrollo de este valioso proyecto.*

*A mi compañera de tesis Patricia por su comprensión apoyo, y perseverancia a lo largo de este proyecto.*

*A la Universidad de Nariño y en especial a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas por todo el conocimiento brindado en el transcurso de toda mi carrera.*

*Muy especialmente al Profesor **Ignacio Garcés Buchely** por toda la ayuda y tiempo dedicado a lo largo de este proyecto.*

*A los Profesores **Luis Hernando Portillo** y **Robert Wilson Ortiz** por su grandioso aporte para la realización de este proyecto de tesis.*

*En general a todos mis compañeros y compañeras que me acompañaron y que fueron un apoyo más en la realización de todos mis logros.*

***Adriana Jojoa Benavides.***

## DEDICATORIA

*Dedico este logro primordialmente a Dios, quien ha sido y seguirá siendo mi constante guía en el camino, aquel que me ha brindado la fuerza, la sabiduría y perseverancia suficientes para conseguir todos mis sueños.*

*A mi madre, el motor que impulsa mi vida, por todo el amor que me ha brindado, por su plena confianza y su constante lucha para lograr hacer de mi una gran mujer.*

*A mi padre, que desde el cielo se que me cuida y se alegra con todos mis triunfos.*

*A mi Hermana Irma porque a pesar de la distancia siempre ha estado ahí brindándome su apoyo.*

*A mis hermanos y a todas aquellas personas que tuvieron siempre fe en mí, por su apoyo tanto en épocas de alegría como de adversidad.*

***Patricia Benavides Flórez.***

## DEDICATORIA

*Principalmente dedico este logro a Dios por permitirme cumplir mis sueños y acompañarme en el transcurso de mi vida.*

*A mi madre por ser la persona que incentivo el cumplimiento de esta meta, por su apoyo incondicional en todo momento.*

*A mi Padre, que aunque lejos fue una motivación más para salir adelante.*

*A mi tía Mercedes Benavides, por que fue un gran apoyo en los momentos difíciles siendo en muchas ocasiones una segunda madre.*

*Adriana Jojoa Benavides.*

## **RESUMEN**

Plazas de mercado es considerada una empresa de gran cobertura laboral, donde día a día se concentran cientos de personas a comercializar su extensa variedad de productos. Los usuarios en su mayoría, son mujeres quienes se aproximan a un 80% del total poblacional, mujeres madres solteras, cabezas de familia, que ven en plazas de mercado la oportunidad de sostener sus hogares. Más sin embargo con el transcurso de los años estos lugares se han quedado pequeños para el desarrollo normal de las actividades mercantiles, hoy en día se observa como, el mal estado de la infraestructura, la inseguridad, el desaseo e insalubridad, inciden de manera negativa sobre esta población, desmejorando significativamente su ya lamentable calidad de vida. De igual manera dichos problemas afectan a quienes consumen los productos puestos en venta.

Teniendo en cuenta lo anterior, la mujer trabajadora en plazas de mercado es atacada por doble vía, en primer lugar, su condición de ser mujer la rezaga a vivir en desigualdad y en segundo su entorno económico y social, marcan aún más su situación y estado de vulnerabilidad. En ese orden de ideas, el mejoramiento de la calidad de vida de estas mujeres, se encuentra implícito en la realización de diversos proyectos, planes que deben ser ejecutados principalmente por el Estado, que demuestren una incidencia positiva en las plazas y un notable progreso en esta población.

## **ABSTRACT**

Market squares are considered a company of great labor covering, where day by day they concentrate hundred of people to market their extensive variety of products. The users in their majority, are women who approach to 80% of the populational total, women single mothers, family heads that come in market squares the opportunity to sustain their homes. Plus however with the course of the years these places have been small for the normal development of the mercantile activities, today in day it is observed as, the not well state of the infrastructure, the insecurity, the Dirt and Ins health they impact in a negative way on this population, deteriorating its significantly already lamentable quality of life. In a same way statements problems they affect those who consume the on products in sale.

Keeping in mind the above-mentioned, the hard-working woman in market squares is attacked for double via, in the first place, its condition of being woman leaves behind her to live in inequality and in second its economic and social environment, they mark even more its situation and vulnerability state. In that order of ideas, the improvement of the quality of these women's life is implicit in the realization of diverse projects, plans that should be executed mainly by the State that you/they demonstrate a positive incidence in the squares and a notable progress in this population.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN.....	18
1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.1 TEMA DE ESTUDIO .....	19
1.2 TÍTULO .....	19
1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.3.1 Antecedentes del problema .....	19
1.3.2 Situación actual del problema .....	24
1.3.3 Formulación del problema:.....	25
1.3.3.1 Pregunta general: .....	25
1.3.3.2 Preguntas específicas:.....	25
1.4 JUSTIFICACIÓN .....	25
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	26
1.5.1 Objetivo general .....	26
1.5.2 Objetivos específicos: .....	27
1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	27
1.6.1 Universo de estudio .....	27
1.6.2 El espacio geográfico.....	27
1.6.3 El tiempo .....	27
2. MARCO DE REFERENCIA.....	28
2.1 MARCO TEÓRICO .....	28
2.2 MARCO CONTEXTUAL .....	35
2.3 MARCO LEGAL .....	38
2.4 MARCO CONCEPTUAL .....	42
3. DISEÑOS DE PROCEDIMIENTOS Y METODOLOGÍA .....	44
3.1 TIPO DE ESTUDIO.....	44
3.2 POBLACIÓN MUESTRA.....	44

3.3 DISEÑO DE PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS .....	46
3.4 TÉCNICA DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	46
4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	47
4.1 ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES GENERALES DE LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE SAN JUAN DE PASTO.....	47
4.2 ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES ECONOMICAS DE LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO .....	49
4.2.1 Gastos en educación .....	57
4.2.2 Gastos en salud: .....	58
4.2.3 Datos económicos de la plaza de mercado .....	60
4.3 ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES SOCIALES DE LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO .....	78
4.4 ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFRONTA LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO .....	109
4.5. PROPUESTAS ENCAMINADAS A LA SOLUCION DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFRONTA LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA DE LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO ..	112
5. CONCLUSIONES .....	116
6. RECOMENDACIONES .....	119
BIBLIOGRAFÍA .....	121
NETGRAFÍA .....	123
ANEXOS .....	125

## LISTA DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1. Rangos de edad de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado.....	47
Gráfico 2. Lugar de Origen de las Mujeres Trabajadoras de las Plazas de Mercado.....	48
Gráfico 3. Estado Civil de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado ...	49
Gráfico 4. Número de Personas que Aportan al Ingreso de los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado.....	50
Gráfico 5. Ingresos Mensuales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado.....	51
Gráfico 6. Gastos Mensuales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado .....	52
Gráfico 7. Ingresos Mensuales Ideales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado.....	53
Gráfico 8. Valor de Ayudas dadas Por Parte del Estado .....	54
Gráfico 9. Valor pagado por concepto de Arrendamiento .....	55
Gráfico 10. Valor Pagado por Concepto de Anticresis.....	56
Gráfico 11. Valor de Gastos Anuales Estimados en Educación.....	57
Gráfico 12. Cobertura Mensual de Gastos Por Cotización de Seguridad Social en Salud.....	58
Gráfico 13. Gastos Adicionales en Salud Para Mujeres Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud.....	59
Gráfico 14. Gastos en Salud Para Mujeres No Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud .....	60
Gráfico 15. Razones por las que las Mujeres Trabajadoras en las Plazas No se Encuentran Inscritas en el Kárdex de la Administración de Plazas .....	61

Gráfico 16. Clase de Artículos Patrimoniales que Poseen las Mujeres Trabajadoras en las Plazas .....	63
Gráfico 17. Mes de Menor Comercialización en las Plazas de Mercado .....	64
Gráfico 18. Valor Cancelado Por Utilización del Puesto de Venta .....	65
Gráfico 19. Financiamiento del Puesto de Venta .....	66
Gráfico 20. Valor Costo Mensual en Insumos y gastos del Puesto de Venta .....	67
Gráfico 21. Valor Ventas Mensuales en el Puesto de Venta .....	68
Gráfico 22. Determinación del Precio del Producto o Servicio Por las Mujeres en las Plazas .....	69
Gráfico 23. Causas de las Pérdidas en la Comercialización en las Plazas de Mercado .....	70
Gráfico 24. Ganancia o Salario Mensual de las Mujeres Por su Trabajo en las Plazas de Mercado .....	71
Gráfico 25. Mujeres que Tienen Algún Crédito Recibido .....	72
Gráfico 26. Entidad a la cuál Solicitaron y Recibieron Créditos las Mujeres de las Plazas de Mercado .....	73
Gráfico 27. Frecuencia de Pago de Intereses Por las Mujeres de las Plazas de Mercado .....	74
Gráfico 28. Manejo de Registros Contables Por las Mujeres Trabajadoras en las Plazas .....	75
Gráfico 29. Estrato de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado .....	78
Gráfico 30. Número de Integrantes de los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado .....	79
Gráfico 31. Parentesco de los Integrantes de los Hogares, con las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado .....	80
Gráfico 32. Mujeres Jefes de Hogar .....	81
Gráfico 33. Existencia de Menores de 6 años en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas .....	82

Gráfico 34. Problemas en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras de las Plazas .....	83
Gráfico 35. Tipo de Vivienda de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas .....	85
Gráfico 36. Tenencia de la Vivienda Por Parte de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas .....	86
Gráfico 37. Servicios con los que Cuentan las Viviendas de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas .....	87
Gráfico 38. Dormitorios con los que Cuentan las Viviendas de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas .....	88
Gráfico 39. Régimen de Seguridad Social en Salud al Cual Pertenecen las Mujeres Trabajadoras en las Plazas.....	89
Gráfico 40. Asistencia Médica Mujeres Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud.....	90
Gráfico 41. Razón Por la Cual No Cotiza el Servicio de Seguridad Social en Salud.....	91
Gráfico 42. Mujeres Trabajadoras en las Plazas que Saben Leer y Escribir .....	92
Gráfico 43. Mujeres Con Interés de Continuar sus Estudios .....	93
Gráfico 44. Años Alcanzados Por las Mujeres Sin Ningún Título Educativo.....	94
Gráfico 45. Años Alcanzados Por las Mujeres Con Título en Básica Primaria .....	95
Gráfico 46. Mayor Problema en la Actualidad Para las Mujeres en las Plazas de Mercado.....	96
Gráfico 47. Calificación Condiciones Bienestar General Por las Mujeres en las Plazas de Mercado .....	97
Gráfico 48. Tiempo de Labores en el Negocio.....	98
Gráfico 49. Horas Laborales Diarias de las Mujeres en las Plazas de Mercado....	99
Gráfico 50. Estado de la Seguridad en las Plazas de Mercado .....	100
Gráfico 51. Causas de la Inseguridad en las Plazas de Mercado.....	101

Gráfico 52. Razones / Está Satisfecha con su Trabajo en las Plazas de Mercado.....	102
Gráfico 53. Razones / Está Insatisfecha con su Trabajo en las Plazas de Mercado.....	103
Gráfico 54. Mujeres que Cambiarían su Trabajo en las Plazas de Mercado .....	104
Gráfico 55. Conocimiento del Manejo Adecuado de Basuras por Parte de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado.....	105
Gráfico 56. Manejo Adecuado de las Basuras en las Plazas de Mercado.....	106
Gráfico 57. Clase de Enfermedades que Afectan a las Mujeres Por Contacto con las Basuras en las Plazas .....	107

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. FORMATO DE ENCUESTA .....	126
Anexo B. FORMATOS DE ENTREVISTA.....	143
Anexo C. CUADROS ESTADÍSTICOS .....	150
Anexo D. CRUCES DE VARIABLES .....	180

## INTRODUCCIÓN

La realización de la presente investigación es en efecto, consecuencia de la realidad que perturba a la sociedad colombiana y en particular a la pastusa. En la actualidad se hace muy normal observar los diferentes fenómenos que trastornan a la comunidad, los cuales inciden directamente sobre su desarrollo. Dichas problemáticas como lo son la falta de recursos, empleos restringidos, analfabetismo, altas tasas de mortalidad y falsas culturas, identificadas en mayor medida en las naciones en vía de desarrollo y que no permiten el surgimiento, han deteriorado las condiciones vitales del ser humano.

La población femenina en su mayoría es objeto de todos estos problemas, por lo cual el presente trabajo se enfoca en el escenario que vive la mujer. Además teniendo en cuenta que los habitantes del departamento de Nariño y su capital tienen entre sus fuentes principales de ingresos el agro y relacionado con este las plazas de mercado, se busca conocer a fondo cual es la realidad que vive la mujer trabajadora en las plazas de mercado.

La pobreza de igual manera como la inserción de la mujer en el desarrollo de la sociedad, han sido temas discutidos en cientos de congresos y conferencias para los cuales se ha buscado una solución pronta más sin embargo no se ha logrado obtener resultados satisfactorios.

Se espera con la presente investigación, formular algunas propuestas que aplicadas por los entes pertinentes ayuden a alivianar la carga de la población, objeto de estudio, a disminuir la miseria de una sociedad que condena a la mayoría de los hombres a pensar en la vida como una amarga y persistente crueldad. Mientras los barrios elegantes se embellecen, los suburbios donde vive el trabajador se hacen más míseros. Se tiene confianza de que esto sea un granito de arena que colabore a disminuir esa gran brecha de desigualdad.

## 1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 TEMA DE ESTUDIO

El estudio a realizar se relaciona estrechamente con las ciencias sociales y de manera particular con la teoría económica, tomando como elemento fundamental de análisis las condiciones socio-económicas de la población femenina trabajadora, en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto año 2009.

### 1.2 TÍTULO

Estudio de las condiciones socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009.

### 1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

**1.3.1 Antecedentes del problema.** En épocas anteriores, en la Ciudad de San Juan de Pasto existía La plaza central de mercado, la cual fue creada por la necesidad de realizar una actividad comercial de intercambio y es en 1907 cuando esta se ubica entre las calles 18 y 19 y las carreras 21 y 22 tomando los datos actuales de la ciudad, en donde hoy en día se encuentra localizado el Banco de la República, *“se caracteriza por su belleza arquitectónica con estilo neoclásico romano”*.<sup>1</sup>

Los días de mercado antes, solo se limitaban al día domingo, pero con la gran afluencia de comerciantes se decidió ampliar a martes y viernes. A sus alrededores se vislumbró un gran progreso comercial debido a la gran cantidad de restaurantes, hoteles, hospedajes, cantinas que se encontraban cerca al lugar; pero todo no fue bueno porque debido al aumento de establecimientos comerciales que tenían como actividad principal la venta de licor, se dio lugar la prostitución de mujeres jóvenes, las cuales llegaban del campo en busca de mejores oportunidades. Debido a la creación de la plaza de mercado la ciudad amplió su zona urbana hacia el oriente. La plaza de mercado ocupaba 7365 mt<sup>2</sup>, siendo entonces considerada una de las plazas más grandes del país. Con el crecimiento de la zona urbana se hizo necesaria la construcción de nuevas plazas de mercado, como la de los Dos Puentes ubicada en predios del Puente de la Carnicería, la del barrio Obrero (no existente hoy en día) y la del barrio El Tejar.

---

<sup>1</sup> ALCALDÍA MUNICIPAL DE PASTO, Manual Historia de Pasto. Tomo VII 2006 p. 131

En los años setenta la plaza de mercado fue trasladada debido a un incendio ubicándose en la actual Plaza de Mercado denominada El Potrerillo. Ante la necesidad de reubicar a las 550 personas afectadas, el municipio de Pasto solicitó un préstamo a la Gobernación de Nariño por término de seis meses desde entonces han pasado 33 años.

Según datos obtenidos del Boletín informativo No 13 de la Secretaría de Agricultura y Mercadeo del Municipio de Pasto año 2003, “para ese entonces dentro de la plaza de mercado El Potrerillo existían 2007 puestos de ventas permanentes y 350 puestos de ventas eventuales en los cuales trabajaban aproximadamente 7000 personas, quienes desempeñaban diferentes actividades comerciales generadoras de pequeños empleos como coteros, carretilleros de mano, carretilleros de zorras, entre otros, los cuales se aproximaban a un total de 1000 personas, además contribuía con empleos externos indirectos próximo a 15000 individuos, razón por la cual era considerada en ese entonces la empresa generadora de mayor trabajo en la región”.

Una verdad que en el transcurso de los años ha sido evidente, es que la mayor participación en las Plazas de Mercado, se ha dado por parte de la población femenina, encargada en su mayoría de las ventas de productos perecederos como lo son frutas y verduras entre otras. Por lo anterior se hace necesario reconocer algunos aspectos característicos e históricos de la mujer.

*Desde la prehistoria, las mujeres, como los hombres, han asumido un papel cultural particular. En sociedades de caza y recolección, las mujeres casi siempre eran las que recogían los productos vegetales, mientras que los hombres suministraban la carne mediante la caza. A causa de su conocimiento profundo de la flora, la mayor parte de los antropólogos creen que fueron las mujeres quienes condujeron las sociedades antiguas hacia el Neolítico y se convirtieron en las primeras agricultoras.<sup>2</sup>*

Con el pasar del tiempo la participación de la mujer tanto en el ámbito social como económico ha evolucionado significativamente, sus funciones han cambiado pasando de ser amas de casa dedicadas a labores domésticas, a contribuir en el desarrollo económico de las sociedades insertándose en el campo laboral. Sin embargo esto no ha tenido gran impacto en algunas sociedades rezagadas o con menores recursos ya que las mujeres pertenecientes a estas, han recurrido a empleos domésticos mal remunerados como consecuencia por ejemplo de la disminución del poder adquisitivo de sus compañeros debido a los altos niveles de desempleo y otras por ser el único sustento de sus familias como cabezas de hogar.

---

<sup>2</sup> WIKIPEDIA, Enciclopedia libre. Citado 22, Septiembre, 2008. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Mujer>

*Desde la época de La Revolución Francesa (1789), se buscaba la igualdad jurídica la libertad y los derechos políticos. Más sin embargo por aquello que la sociedad tanto abogaba hacia única y exclusivamente referencia al hombre como género masculino. Los "Derechos del Hombre y del Ciudadano" que proclamaba la revolución francesa se referían en exclusiva al "hombre" no al conjunto de los seres humanos.<sup>3</sup>*

A partir de aquel momento, en Europa Occidental y Norteamérica se inició un movimiento, el feminismo, que luchó por la igualdad de la mujer y su liberación. *"Durante ese período, el principal objetivo del movimiento de las mujeres fue la consecución del derecho de voto. Nacía así el movimiento sufragista"<sup>4</sup>.*

Claro está el derecho al voto no fue el único objetivo a conseguir, además, el movimiento feminista aclamaba por un trabajo con salario remunerado, la no exclusión a las mujeres casadas y el acceso a la educación, entre otras.

El derecho de la mujer colombiana a participar en la democracia a través del sufragio es relativamente reciente. Sólo en 1957, con el plebiscito, se concedió este derecho a la mujer, siendo Colombia uno de los últimos países latinoamericanos en lograrlo. En esa época, la participación de la mujer en el sufragio correspondió al 42 % de los votantes (1.810.385 mujeres participaron en las elecciones), demostrando un porcentaje casi equivalente a la mitad de la población que intervino. *"Para una mujer de 20 años, que actualmente cuenta con la libertad de opinar y de participar en la democracia, no ha existido restricción semejante a la que tuvo su abuela hace 70 años, la participación política era entonces una meta por alcanzar"<sup>5</sup>.*

La participación activa e independiente de la mujer, sólo llegó después de un largo camino y de muchas reformas a la Constitución en los aspectos referentes a sus derechos, incluido el derecho a la educación, que le permitirían adquirir capacidades intelectuales para su participación activa en la sociedad y la democracia. *"La mujer estuvo representada por los hombres; primero por el padre y luego por el esposo quien ejercía, en virtud de la potestad marital, todos los*

---

<sup>3</sup> NASH, Mary y TAVERA, Susana. Experiencias Desiguales: Conflictos Sociales y Respuestas Colectivas. Madrid: Mc-Graw Hill, 1995. p. 58.

<sup>4</sup> *Ibíd.*

<sup>5</sup> CAPUTTO, Luz Amparo. La mujer en Colombia: educación para la democracia y democracia en la educación. *En:* Revista Educación y Desarrollo Social. Bogotá, D.C., Colombia. Volumen II - No. 1. (Enero - Junio de 2008); p.113.

derechos y obligaciones....Se le negó culturalmente el acceso al mundo exterior, permaneciendo en la casa, lugar al cual supuestamente pertenecía<sup>6</sup>.

*En Colombia solo a partir de 1957, se logró una educación sin diferenciación de género. La equidad en la formación sin diferencia de currículo de acuerdo con los sexos empieza a revelar resultados sólo a finales del siglo XX, cuando se demuestra que las mujeres tienen igual y hasta mayor participación en la educación superior, esto las lleva a ser parte importante de la fuerza de trabajo así como de la vida política y democrática del país.<sup>7</sup>*

*Los cambios en la participación de la mujer se dieron principalmente durante las guerras entre Europa y Estados Unidos, procesos que incidieron en Colombia a través de la industrialización, principal argumento para lograr el acceso de la mujer al trabajo fuera del hogar y a la educación. Alrededor de 1940 la educación femenina tuvo mucho auge Colombia.<sup>8</sup>*

*Según el DANE durante el periodo comprendido entre 2001 y el 2004 ingresaron a la educación superior un 56% de mujeres y un 44% de hombres. Además se observa en este periodo, un incremento de preferencia de las mujeres por profesiones que antes eran inminentemente masculinas como las ingenierías, el derecho y las relaciones internacionales.<sup>9</sup>*

La última Constitución de 1991 confirió deberes y derechos iguales a mujeres y hombres. De aquí se desprende el análisis de que pasó mucho tiempo, antes que la mujer participara de manera activa, en las decisiones para el cambio social. Podría tomarse como un elemento fundamental para tal estancamiento ¿la falta de educación que se otorgo a esta parte de la población?

Uno de los ámbitos fundamentales que refleja la desigualdad entre hombres y mujeres en la participación política y el poder de decisión es la proporción porcentual de individuos que ocupan escaños parlamentarios. El balance realizado el 8 de marzo de 2007 explica que *“en el país existe un reducido porcentaje: 10.8% de mujeres que participa en cargos públicos. Las mujeres representan el*

---

<sup>6</sup> VELÁSQUEZ, M. Condición Jurídica y social de la mujer: Nueva Historia de Colombia. Tomo 4. Bogotá. Planeta, 1989. p.38.

<sup>7</sup> CAPUTTO, Op.cit., p.115.

<sup>8</sup> Ibíd.

<sup>9</sup> BALANCE DE LA CONSEJERÍA PRESIDENCIAL PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER. 2007. [en línea] Disponible en: [www.presidencia.gov.co](http://www.presidencia.gov.co)

*50% de la fuerza laboral de profesionales y técnicos, pero conforman solo el 38% de quienes ocupan puestos como altos funcionarios y directivos.*<sup>10</sup>

Los derechos políticos femeninos comenzaron a ser discutidos en el Congreso colombiano a partir de 1945 porque como muchos políticos de la época afirmaban, *“la mujer representa más de la mitad de la población de América que, al reclamar derechos, lo hace como acto de la más elemental justicia humana”*.<sup>11</sup>

Desde entonces, poco a poco se ha logrado la inserción de la mujer en los diferentes ámbitos como social, político-democrático entre otros, más sin embargo esto no significa que la posición actual de la mujer en la sociedad sea la mejor. Conseguir el objetivo de equidad de género requiere gran participación de la totalidad poblacional, deben presentarse cambios profundos en aspectos culturales que permitan eliminar todo tipo de discriminación hacia la mujer.

No puede negarse que han existido cambios representativos en la protección y cumplimiento de los derechos y deberes de las mujeres pero tal y como lo manifiesta Alexandra Moreno Piraquive senadora de la República en uno de sus artículos del senado (6 de marzo de 2008): *“La Constitución , ley de leyes de los colombianos, proclama que los hombres y las mujeres gozarán de los mismos derechos, este mandato constitucional, absolutamente claro, describe una meta, pero no una realidad ya que a la hora de las oportunidades, la mujer sigue siendo excluida de importantes renglones en la toma de decisiones, pese a los avances de las nuevas políticas que propugnan por una mayor inserción de la mujer y porque desaparezcan las discriminaciones existentes”*.

Algunos antecedentes que poseen relación con la presente investigación y que sirven como base para su desarrollo son los siguientes trabajos de grado:

**TITULO:** ANALISIS SITUACIONAL SOCIAL Y ECONÓMICO DE LOS VENEDORES DE LA PLAZA DE MERCADO EL POTRERILLO DE LA CIUDAD DE PASTO 2003.

**AUTOR:** MAURICIO RODRIGUEZ ORBES.

**TITULO:** CONDICIONES SOCIO-ECONÓMICAS LABORALES DEL MENOR TRABAJADOR EN LA PLAZA DE MERCADO EL POTRERILLO DEL MUNICIPIO DE PASTO AÑO 2007.

**AUTORES:** DIANA BASTIDAS Y ANGELICA CHAMORRO.

---

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> VELÁSQUEZ, Op.cit., p. 53.

**1.3.2 Situación actual del problema.** En la actualidad en la ciudad de San Juan de Pasto existen tres plazas de mercado las cuales se reconocen con los siguientes nombres: El Potrerillo, Los Dos Puentes, El Tejar; cuentan con 3503 puestos de ventas permanentes los cuales aportan por concepto de arrendamientos un valor que varía de acuerdo a su ubicación, tamaño del puesto y sector de comercialización, existen además puestos de venta eventuales los cuales realizan un pago diario por la utilización del espacio, valor que cambiará cada vez que lo utilicen. *“Además se reconoce la existencia de los mercados móviles a los cuales se encuentran vinculadas 14 personas consideradas de igual manera usuarios eventuales. Se hace necesario de la misma manera nombrar la plaza de mercado de la Alcaldía Municipal, la cual labora los días domingos en sus instalaciones; esta plaza de mercado no posee registros en cuanto a la cantidad de usuarios ya que es reconocida como eventual. Además en el registro llevado por la alcaldía municipal, se nombra y reconoce la plaza de Jongovito la cual cuenta con 33 puestos de venta”*<sup>12</sup>.

*“Hoy en día las tres plazas de mercado cuentan en su totalidad con 2629 mujeres, las cuales se distribuyen de la siguiente manera: El Potrerillo con 1813; en El Tejar vinculadas 652 y por último en Dos Puentes se encuentran laborando 164”*<sup>13</sup>.

Al realizar un breve reconocimiento de la población objeto de estudio, se observa claramente como existen múltiples factores que influyen sobre sus condiciones de vida. Actualmente la problemática que envuelve a la mujer que labora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto es lamentable, se hace entristecedor mirar como la lucha de estas personas día a día por lograr brindar a sus familias una vida digna, se desvanece frente a sus ojos y que su esfuerzo incesante no logra cumplir sus objetivos. Quizás la falta de educación sea la culpable, o aquella cultura machista que se ha encargado en la sociedad pastusa de apocar a la mujer, o simplemente la falta de recursos que afecta mucho más a quienes trabajan en las plazas de mercado y que como en muchas otras sociedades no permite el surgimiento de los individuos.

No puede negarse que el papel de la mujer poco a poco ha cambiado, de manera favorable, cada día se hace más común ver como la mujer desempeña cargos que anteriormente no se permitía realizar a esta población, un ejemplo claro de su mayor participación es su incursión en la política respecto a la cual se han logrado grandes avances, se hace muy común encontrar hoy en día mujeres ocupando cargos políticos que hace algún tiempo eran considerados trabajos para el género masculino. Esto lastimosamente no ha logrado extenderse en todas las regiones por la conservación de algunas culturas discriminatorias de la mujer, pero de igual

---

<sup>12</sup> SECRETARIA DE AGRICULTURA Y MERCADEO DEL MUNICIPIO DE PASTO, Dirección Plazas de Mercado. Kárdex 2008.

<sup>13</sup> *Ibid.*

manera es ahora cuando se observa casos que se consideraron en alguna época imposibles, como la obtención de la presidencia de un país.

Aunque la mujer ha logrado incursionar en la mayoría de las actividades productivas y en el desarrollo empresarial, el ascenso en puestos ejecutivos sigue siendo más difícil para ellas, mientras que en la escala salarial se continúa favoreciendo al hombre.

### **1.3.3 Formulación del problema:**

#### **1.3.3.1 Pregunta general:**

- ✓ ¿Cuáles son las condiciones socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009?

#### **1.3.3.2 Preguntas específicas:**

- ✓ ¿Cuáles son las condiciones económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009?
- ✓ Cuáles son las condiciones sociales de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009?
- ✓ ¿Cuáles son los principales problemas que tiene que enfrentar la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto?
- ✓ ¿Qué alternativas existen para el mejoramiento de las condiciones socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto?

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

Para objeto de esta investigación se emplean las plazas de mercado El Potrerillo, El Tejar y Dos Puentes tomando como objeto de estudio a la población femenina trabajadora, ya que del total de personas empleadas en este sector, la mayoría se encuentra conformado por mujeres.

En la ciudad de San Juan de Pasto, las tres plazas nombradas anteriormente son las que se encuentran legalmente constituidas. Por lo tanto para la realización del presente estudio se hace necesario conocer ¿Cómo se fueron creando dichas plazas?, ¿Cuál ha sido su ubicación en antiguas épocas, como en la actualidad? y su evolución en el transcurso de los años, ya que con el pasar del tiempo la ciudad de San Juan de Pasto, ha mostrado grandes cambios como por ejemplo su

significativo crecimiento demográfico, del cual se ha derivado la ampliación del sector urbano, representando entre otras cosas un relativo desarrollo social y económico.

A través de la historia, la mujer ha jugado un papel muy importante. El solo hecho de ser aquella persona quien da la alegría de un nacimiento, le concede el calificativo de “ser fundamental”; más sin embargo el trato que se le ha brindado no ha sido el mejor, el machismo característico de algunas sociedades a nivel mundial, a denominado a la mujer como una persona débil que a pesar de cumplir la misión tan grande de dar vida, se la ha rezagado a ejecutar labores domésticas.

Es tanta la discriminación y machismo en algunas sociedades, que muchas mujeres por la concepción tan errónea que “para cuidar niños y mantener limpio un hogar no se necesita la asistencia a un centro formativo”, no han recibido educación, lo cual las ha condenado a vivir del “rebusque”, para tratar de subsistir y brindar a sus familias algo cercano a una vida digna, porque día a día en el ámbito laboral crecen y crecen las exigencias para conceder un buen empleo.

No puede negarse que poco a poco a través de los años la participación de la mujer se ha incrementado significativamente, pero esto no puede generalizarse. La población con menores recursos es la más afectada en la actualidad por este fenómeno discriminatorio.

Esta exclusión de género, es lo que ha incentivado la realización de este estudio. Al no existir un documento que focalice la situación socio-económica de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado, la presente investigación tendría entre sus objetivos ser el primer documento que impulse el interés por el conocimiento de las condiciones de estas personas. A nivel de las plazas de mercado se observa como la mujer participa activamente y vive en carne propia este fenómeno. Se busca mediante esta tesis conocer a fondo cual es la situación social, económica y laboral de estas personas, cuales son sus expectativas para el futuro y de acuerdo a esto, realizar la formulación de algunas propuestas, que aplicadas por los entes pertinentes, permitan mejorar el nivel de vida de esta población, brindando a la sociedad venidera un mejor futuro.

## **1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.5.1 Objetivo general.** Analizar las condiciones socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009.

### **1.5.2 Objetivos específicos:**

- ✓ Determinar las condiciones económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009.
- ✓ Conocer las condiciones sociales de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009.
- ✓ Determinar los principales problemas que afronta la población femenina trabajadora de las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, año 2009.
- ✓ Formular alternativas que aplicadas por las autoridades correspondientes, permitan mejorar las condiciones socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

### **1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**1.6.1 Universo de estudio.** Las 2629 mujeres que están vinculadas laboralmente en las tres plazas de mercado de acuerdo a los datos obtenidos en la Alcaldía Municipal en el Departamento de Agricultura y Mercadeo de la Ciudad de San Juan de Pasto.

**1.6.2 El espacio geográfico.** La investigación se desarrollará en las Plazas de mercado: El Potrerillo ubicada al Sur Oriente de Pasto, pertenece a la comuna 5, esta plaza de mercado posee un tamaño significativo y es de fácil identificación por ser uno de los principales centros de abastecimiento para la ciudadanía. Plaza de mercado El Tejar ubicada en la tercera etapa del barrio Tejar con calle 18, perteneciente a la comuna 4, en su parte posterior se sitúa la cancha que lleva su mismo nombre y diagonal a esta se encuentra el Centro de Salud El Lorenzo. Plaza de mercado Dos Puentes que se encuentra localizada entre las calles 21 y 22 con carreras 24 y 25. Pertenece a la comuna 10. Es de fácil reconocimiento para sus habitantes, si se refiere a su ubicación en la Calle Real.

**1.6.3 El tiempo.** El tiempo de estudio comprende el año 2009, y en cuanto al desarrollo de la investigación puede decirse que esta será realizada en el segundo semestre del año 2008 y en el primer semestre del año 2009.

## 2. MARCO DE REFERENCIA

### 2.1 MARCO TEÓRICO

En el diario vivir, puede observarse claramente la lucha de las sociedades por conseguir unos niveles adecuados de vida, más sin embargo esto se ve obstaculizado por las diferentes problemáticas que atacan a la población. Los países llamados en vías de desarrollo son quienes más problemas presentan, entre estos se encuentran fenómenos como la pobreza, el desempleo, bajos ingresos, alta desnutrición, analfabetismo, los cuales no permiten el fácil desenvolvimiento de los individuos en la sociedad. La comunidad colombiana y en particular la pastusa, son unas de aquellas regiones que día a día buscan salir de situaciones tan lamentables como la pobreza, más cabría preguntarse ¿a costa de qué? El afán por resolver muchas de las necesidades existentes obliga a la gente a acceder a empleos que ofrecen salarios muy bajos, que no cumplen con lo establecido por la ley o simplemente hacen que se inserten en la informalidad.

Esta situación afecta a todo el mundo pero en lugares donde no ha sido superado el machismo y la discriminación a la mujer, ha logrado perturbar más el desempeño de esta población.

La inserción al actual modelo neoliberal, ha tenido grandes consecuencias sobre la población femenina, en mayor proporción en aquellos sectores más pobres. En este caso el trabajo de la mujer se margina, utilizándolo principalmente para reducir los costos de producción. El exceso de obligaciones laborales y domésticas impide que la mujer pueda tener acceso a capacitaciones, salud, y demás derechos civiles, lo cual la limita a la hora de enfrentarse en el mercado laboral. Esta violación a los derechos de la mujer implica un aumento de la oferta de trabajo poco calificada y sin experiencia, incremento que se da con el fin de mitigar la falta de recursos. Como en la mayoría de los países en vías de desarrollo, la población pobre la constituye la mayoría de las mujeres fenómeno conocido como la "*feminización de la pobreza*".<sup>14</sup>

*El análisis de la problemática de la población femenina en el mundo ha sido tema de estudio durante muchos años. Más sin embargo, en las dos últimas décadas se ha comenzado a generar un consenso de las políticas encaminadas al desarrollo de la mujer. Estas estrategias deben entrar a satisfacer los factores que alivian las necesidades urgentes y de corto plazo de las mujeres, como intereses de más*

---

<sup>14</sup> DÍONIS, Gregorio. Discriminación de la Mujer, propósito de la presentación del Gobierno argentino por el art. 40 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. [en línea] Disponible en: <http://www.derechos.org/nizkor/arg/ongamujer.htm>. Citado 22 Septiembre de 2008.

*largo plazo los cuales garantizan un lugar de equidad visibilidad y participación femenina en la sociedad*<sup>15</sup>.

La mujer en el transcurso de la historia ha asumido un papel muy importante relacionado con su condición de ser creador de vida. Como lo manifestó la Consejería Presidencial para la Juventud, la Mujer y la Familia; "Visto de esta manera, el mundo femenino tradicionalmente perteneció al ámbito de lo privado en donde la exigencia y el valor "reconocidos" estaban asociados con el establecimiento y mantenimiento de relaciones familiares".

Mas sin embargo, la mujer en el ámbito laboral no ha sido tomada en cuenta, ya que desde el inicio de los tiempos el papel desempeñado por esta fue de ser esposa, madre y desarrollar labores domésticas, tareas que no han sido tomadas en cuenta en los datos estadísticos nacionales. Esto puede argumentarse claramente con la siguiente afirmación: *"Atendamos y miremos atentamente a esa gran masa, porque va a perderse la salud de todos nosotros, de nuestros venideros, y va a terminarse con la sociedad misma. Si se menoscaba la salud de las mujeres, ya se nos representará el mal del cual nos estamos lamentando. (...) yo vengo a manifestaros que niños y mujeres, no deben de trabajar."*<sup>16</sup>

Es solo desde los años cincuenta cuando la situación de la mujer presenta cambios significativos, empezando así a ocupar posiciones importantes en la industria, comercio, ciencia, educación, artes manuales entre otras.

Aun así se nota una fuerte desigualdad entre hombres y mujeres, destacándose más dicho fenómeno en sectores populares, un ejemplo claro de esto es que las jornadas laborales de las mujeres exceden a las de los hombres y con muy bajos salarios. Los bajos salarios recibidos por las mujeres se revelan en estudios realizados por investigadores colombianos que muestran que *"las mujeres asalariadas tienen sueldos alrededor de un 10% y 15% menores que los que reciben sus pares hombres, aunque el desfase en los niveles altos de ingresos se duplicaba y alcanzaba hasta un 22%", como lo asegura la tesis de maestría 'Determinantes del diferencial salarial por género en Colombia entre 1997 y 2003', de Pilar Fernández. Por su parte, una investigación realizada para Conferencia de Liderazgo Femenino para las Américas dejaba en claro que en el país, "por cada peso que se gana un hombre, una mujer recibe 84 centavos"*.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Política integral para las mujeres Colombianas, consejería para la juventud, la mujer y la familia. Santa Fe de Bogotá. Marzo 8 de 1993. pp. 10-11-25.

<sup>16</sup> NUET, Juan. Federación local barcelonesa de la AIT. Bogotá: Arbeloa, 1972. p.117.

<sup>17</sup> SALAZAR, Angélica. Ser Mujer Paga Menos. 20 de noviembre de 2007. [en línea] Disponible en: <http://www.elespectador.com/impreso/cuadernilloa/negocios/articuloimpreso-ser-mujer-pagamenos>. Citado 5 de marzo de 2009.

Esto también puede darse de manifiesto en la investigación realizada por Ximena Peña, profesora asistente de la Universidad de los Andes, quien encontró en uno de los estudios realizados para su doctorado en la Universidad de Georgetown, Estados Unidos, los siguientes resultados: Un dato alentador era la eliminación de la brecha educacional entre hombres y mujeres en un país de marcada diferenciación de género. Sin embargo, y aunque el resultado era por demás alentador, la experta se percató inmediatamente de una nueva realidad: "A pesar de que las mujeres que trabajan son en promedio el grupo más educado de la población, se les siguen pagando mucho menos que a los hombres". Pero ¿cuál era esa diferencia real entre los salarios que ganan los hombres y las mujeres? Esta fue la pregunta que llevó a Peña a hallar otros datos interesantes.

El resultado evidenció que la brecha para los estratos más bajo es alrededor del 35%, lo que quiere decir que en los estratos más pobres si un hombre gana \$425.000, una mujer gana \$318.750, por las mismas horas trabajadas. Sin embargo, cuando se realizó la medición entre los salarios medios se encontró que hombres y mujeres ganan casi lo mismo, "*pero en los niveles salariales más altos la diferencia vuelve a subir y alcanza hasta el 30%*", asegura Peña<sup>18</sup>.

Además de los salarios mal remunerados, los trabajos desarrollados por la mayoría de la población femenina, se limita a labores de tipo familiar, notándose así el machismo característico de algunas sociedades en el transcurso de su historia. Esto se encuentra manifiesto en el siguiente planteamiento realizado por Adam Smith: "*Se les enseña lo que sus padres o guardianes juzgan útil y necesario que aprendan y no se les enseña nada más. Cada parte de su educación sirve, evidentemente, a algún propósito útil: a mejorar el atractivo natural de su persona o a preparar su mente para la reserva, la modestia, la castidad y la economía; a prepararla adecuadamente para que llegue a ser ama de casa de una familia y para que se comporte debidamente cuando llegue a serlo*"<sup>19</sup>

Lo anterior va en contraposición de aquel planteamiento que dice que todos tienen derecho a trabajar, ó tal y como lo manifiesta Adam Smith: "*Un hombre a de vivir de su trabajo y su salario debe ser capaz de mantenerlo. En la mayor parte de los casos debe ser capaz de más; sino le será imposible mantener a su familia*"<sup>20</sup>. La formulación realizada por Smith, aunque en su tiempo pudo hacer referencia al género masculino, en la actualidad puede ser aplicado tanto para hombres como mujeres quienes tienen como vía fundamental el trabajo para lograr subsistir y ofrecer una buena calidad de vida a los suyos. Mas sin embargo esto no se da

---

<sup>18</sup> SALAZAR, Op.cit.,

<sup>19</sup> SMITH, Adam. Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones. Barcelona: Alianza, 1934. p.716.

<sup>20</sup> Ibid. p.113.

porque la mujer al tener que mantener su familia siendo muchas veces cabeza de hogar no posee las herramientas necesarias para hacerlo, como empleos de calidad y buena remuneración salarial lo cual la sitúa en un contexto de desigualdad.

En otro de sus planteamientos Adam Smith *“aboga por un justo medio, en donde los brazos no sean demasiado numerosos para que los salarios no sean demasiado bajos”*.<sup>21</sup> De acuerdo a esto puede verse que su planteamiento posee un alto nivel de interés social, esta idea goza de gran veracidad si se ubica en el contexto actual, ya que se ha incrementado significativamente la población, logrando aumentar el nivel de desempleo y por consiguiente deteriorando la calidad de vida de las personas. Para el caso de la población femenina y en particular quienes poseen escasez de recursos, esto ha significado disminución de su capacidad de vinculación en el mercado laboral, ya que crecimiento demográfico significa mayor competencia y teniendo en cuenta la preferencia de los entes empresariales por una población con un mayor nivel de capacitación, rezaga a estos individuos pobres –de riqueza, muchas veces incapaces de acceder a la educación-, teniendo que aceptar condiciones laborales inapropiadas que no cumplen con lo establecido por la ley.

Puede decirse entonces que al trabajo del ser humano se lo ha desmembrado restándole importancia ya que este ha sido tomado como una de las tantas materias primas que ayudan a crear un bien sin reconocer su verdadero valor, esto de igual manera fue manifestado por Carlos Marx al declarar: *“Aún cuando el capitalista considera la fuerza de trabajo como uno más de los medios de producción, no muy distinto al combustible que requiere para los vehículos, la electricidad para hacer funcionar las máquinas o el cartón para construir las cajas de embalaje, en realidad tiene la fuerza de trabajo una diferencia cualitativa con cualquier otra mercancía: la fuerza de trabajo es la única que puede crear valor, el que es apropiado por el capitalista en forma de ganancia”*.<sup>22</sup>

Respecto a lo anterior puede manifestarse que siendo el trabajo una fuente tan importante de riqueza no se remunera adecuadamente, por lo tanto, significa para la población un mayor deterioro de su bienestar ya que el salario recibido muchas veces no alcanza a cubrir sus necesidades básicas, esto claramente lo manifestó Marx cuando dijo: *“Mientras para el capitalista el salario es sólo un costo necesario para obtener una ganancia, para el obrero el salario significa la existencia misma. Mientras para la clase de los capitalistas -la burguesía- el trabajo asalariado es condición para su enriquecimiento, para el proletariado es apenas un medio para*

---

<sup>21</sup> *Ibíd.*

<sup>22</sup> MARX, Carlos. Salario y salario mínimo. Periódico Nueva Democracia. Julio 2008. [en línea] Disponible en: [http://www.nuevademocracia.unc.cl/ND18/ND18\\_Art09.htm](http://www.nuevademocracia.unc.cl/ND18/ND18_Art09.htm). Citado 26 de Septiembre de 2008.

*subsistir. Con su salario los proletarios deben adquirir todos los medios de subsistencia para ellos y sus familias, pagando a la burguesía por los productos del trabajo que ellos mismos han realizado, encarecidos además por la ganancia respectiva”.*<sup>23</sup>

En la teoría general del interés el empleo y el dinero, para Keynes “*el nivel de empleo está determinado por la demanda efectiva, o sea por los ingresos que los empresarios esperan recibir de la producción generada por dicho nivel de empleo, estos tienden a mantener el empleo donde existe la máxima rentabilidad, apoya la intervención del estado ya que dentro del proceso de generación de empleo cumple una función estabilizadora. El estado demanda también bienes y servicios, genera beneficios, apoya a los industriales de poca competitividad por medio de créditos, subsidia la producción agrícola y también, mediante el incremento del gasto aumenta el empleo y se perciben más ingresos*”.<sup>24</sup> Con la apertura económica Colombia buscó competir a nivel internacional hecho que no pudo llevarse a cabo por la falta de tecnología lo cual produjo que muchas empresas despidieran personal, porque en ciertos casos fueron quebradas o simplemente el cambio tecnológico de aquellas que lograron insertarse a este nuevo contexto, sustituyo la mano de obra incrementando así el nivel de desempleo.

Frente a la necesidad de trabajar y su deseo por ser ente activo en el desarrollo de la sociedad las mujeres aunque teniendo las mismas capacidades intelectuales y mentales de un hombre, a la hora de acceder a un cargo, han sido rezagadas a desempeñar labores de tipo doméstico con bajos salarios, amplias jornadas de trabajo que han significado un deterioro de su calidad de vida. Tal y como se manifiesta en Política integral para las Mujeres Colombianas Presidencia de la República Consejería para la juventud, la mujer y la familia: “*Aún así, las mujeres de las ciudades y los campos a lo largo de la historia, han jugado un papel fundamental en la generación de desarrollo económico y social, pero este ha sido insuficientemente reconocido o invisible hasta muy reciente fecha*”.<sup>25</sup>

Otro de los planteamientos importantes acerca de la mujer lo realiza María Cano en las décadas del 20 y 30 quien tuvo claro su papel de mujer política, como quedó consignado en 1960, en un discurso proclamado a la Organización Demócrata de Mujeres en el Día Internacional de las Mujeres: “*Mi voz de mujer estimuló a las multitudes, porque fueron multitudes como ríos las que afluyeron a los teatros y plazas públicas a oír el mensaje de lucha que les llevaba. Extraño, pero más interesante, el hecho de que fuera una mujer la que sembrara esa llama*

---

<sup>23</sup> *Ibíd.*

<sup>24</sup> KEYNES, John. Teoría general del interés el empleo y el dinero. México: Mc-Graw Hill, 2003. p.65

<sup>25</sup> PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Política integral para las mujeres Colombianas, consejería para la juventud, la mujer y la familia. Santa Fe de Bogotá: Marzo 8 de 1993.pp.19-20.

de inquietud revolucionaria por los caminos de la patria. Extraño pero lógico, porque ya la mujer no estaba solamente en la casa, en el pequeño taller y en el campo de cultivo, sino también en las grandes fábricas, en el amplio comercio, en oficinas e instituciones. ¿No es lógico igualmente que la mujer esté con los mismos derechos del hombre en todos los frentes de la actividad económica social y política de la nación?”

Las palabras de María Cano van dirigidas a las mujeres con el fin de incentivar su lucha continúa por el respeto hacia sus derechos. De igual manera mostraba su preocupación por lograr que la mujer sea tomada como un ente importante en el desarrollo de la sociedad dejando a un lado la discriminación característica de algunas sociedades.

Un aporte que contiene gran interés es el de la socióloga, Magíster y Ph.D. en Salud Pública, feminista Margarita María Peláez Mejía quien manifiesta en el texto Más mujeres, Más política. Campaña Nacional para promover la participación política de las mujeres en Colombia: “Una de mis preocupaciones como socióloga feminista ha sido, no sólo visualizar la historia de las mujeres, sino insertar ésta en la historia en general; ver cómo las luchas de las mujeres y su participación en las diversas manifestaciones de la vida social hacen parte fundamental de la cultura política de las sociedades. Cuestión que no ha sido suficientemente retomada por el análisis académico y tampoco divulgada en los textos escolares, quedando esta historia restringida a pequeños grupos de personas interesadas en el tema”.

Ella manifiesta como a pesar de la evolución de las sociedades son pocas las personas que han demostrado preocupación respecto a la participación de la mujer en el ámbito social, político, económico entre otros, apartándola de la historia y rezagándola a vivir en el olvido.

Este es el caso de miles y miles de mujeres quienes buscan una luz de esperanza, que les permita ser reconocidas en la sociedad terminando con la discriminación que hacia ellas se ha dado durante varios años. Tal y como lo expresa Florence Thomas de la Universidad Nacional, líder del Grupo Mujer y Sociedad: “A menudo me pregunto por qué me escuchan las mujeres y he descubierto que ello obedece a que tenemos en común una historia de maltrato y de discriminación. Nuestro pasado de esclavitud data de hace cinco mil años, de allí que al menos una abuela, una tía o nuestras madres hayan sido vulneradas. Por esa razón me reconozco en las colombianas de todos los estratos”.

Mas sin embargo las luchas frecuentes por lograr un cambio en el papel jugado por la mujer, en algunas sociedades no alcanzan los resultados esperados, tal y como lo dice Florence Thomas: “Todas las feministas tratamos de sembrar en nuestras hijas e hijos una semilla para un nuevo mundo, de allí que sean conscientes de que no deben repetir la historia que nos condujo al feminismo, pero nunca logramos darles la fórmula mágica para evitarlo”.

La verdadera misión entonces, radicaría en el cumplimiento de la equidad de género, porque no puede omitirse después de todo que tanto mujeres como hombres poseen igualdad de derechos. *“Al hablar de género debe tenerse en cuenta que este es un concepto que se refiere más a los rasgos que hacen culturalmente diferentes a hombres y mujeres: sus responsabilidades sociales, su comportamiento cotidiano, sus valores, sus gustos, temores, actividades y expectativas que conforman el modo de ser hombre o de ser mujer en una cultura determinada”*<sup>26</sup>.

*“Aunque existe la idea equivocada de que hablar de género es hablar de mujeres, en realidad se trata también de que los hombres replanteen sus roles tradicionales y sus espacios de poder y micropoder heredados históricamente por la cultura patriarcal”*<sup>27</sup>.

*El concepto género es introducido en los estudios feministas a partir de los años ochenta. Con los estudios de género se asumen como categorías de análisis importantes, las relaciones de poder entre las mujeres y los hombres, las masculinidades y la diversidad sexual, entre otras. Además, investiga al hombre y la mujer, más allá de su sexo biológico, teniendo en cuenta sus creencias, sus pautas de crianza, su religión, su lenguaje, sus roles en la familia y en la sociedad, su raza, su condición social, su edad, entre otras características. Su propósito en el ámbito público es generar conocimientos y reflexiones que permitan detener las discriminaciones hacia las mujeres eliminando el concepto de inferioridad de la mujer y lo femenino.*<sup>28</sup>

En Colombia existen entes encargados de regular el cumplimiento de los derechos de los hombres como de las mujeres entre los cuales se encuentra la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer quien manifiesta lo siguiente: “Las mujeres en igual medida que los hombres, tienen derecho a disfrutar de los derechos consagrados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.” *“Basados en el respeto a la vida, la integridad, la libertad y la dignidad de las personas, los derechos humanos son las facultades o atributos que permiten a la persona reclamar lo que necesita para*

---

<sup>26</sup> INFORMATIVO DE DIVULGACIÓN DE LA POLÍTICA DE EQUIDAD Y PARTICIPACIÓN DE LA MUJER. Una Mirada Diferente en equidad y género. Santafé de Bogotá: 1995. p. 3.

<sup>27</sup> CERÓN, Esperanza. Como trabajar perspectiva de género, estrategias y metodologías. Popayán: s.n, 1994. p.4.

<sup>28</sup> ALCALDÍA MUNICIPAL DE PASTO, Op.cit., p. 9.

*vivir de manera digna y para desarrollarse en comunidad. Constituyen así una guía para establecer relaciones armónicas en la sociedad.*<sup>29</sup>

De acuerdo a lo anterior para conseguir desarrollarse y vivir dignamente dentro de una sociedad se hace necesario recurrir a una serie de elementos normativos que permitan el cumplimiento de los diversos derechos que hacen parte del desenvolvimiento del ser humano, no importando si este es hombre o mujer.

*La discriminación por género, el acceso desigual a los recursos y oportunidades, la violencia, la falta de servicios básicos, la representación insignificante de las mujeres en la política y los negocios, y el desequilibrio de poder que caracteriza las relaciones personales entre hombres y mujeres obstaculizan el progreso de no sólo las mujeres sino de toda la sociedad. Es claro que mantener secuestrados los talentos, las energías y aspiraciones de la mitad de la sociedad impiden el desarrollo humano.*<sup>30</sup>

Ahora bien observando el panorama de desigualdad que marca en mayor medida a la mujer y que aunque inconcebible se sitúa dentro de nuestro contexto, puede fácilmente deducirse que las condiciones afectan en mayor medida a la población femenina y que las políticas que puedan usarse para el mejoramiento de su situación, deben ser aplicadas previo estudio de sus condiciones generales.

## **2.2 MARCO CONTEXTUAL**

Esta investigación se desarrollará en las plazas de mercado El Potrerillo, El Tejar y los Dos Puentes, que se encuentran ubicadas en la ciudad de San Juan de Pasto localizada al oriente del departamento de Nariño, al sur occidente de la República de Colombia en medio de la Cordillera de los Andes en el macizo montañoso denominado Nudo de los Pastos. Limita al norte con los municipios de la Florida, Chachagüi y Buesaco; al sur con Tangua, Funes y el Departamento del Putumayo; al oriente con el Departamento del Putumayo y al occidente con Tangua, Consaca y la Florida.

Las plazas objeto de estudio poseen una infraestructura principalmente en ladrillo y cemento. Los principales productos para la comercialización son: Frutas,

---

<sup>29</sup> CONSEJERÍA PRESIDENCIAL PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER. Respeto a los Derechos de las Mujeres. Bogotá. Viernes, 20 de febrero de 2006. [en línea] Disponible en: [http://www.presidencia.gov.co/equidad/observatorio\\_genero.htm](http://www.presidencia.gov.co/equidad/observatorio_genero.htm)

<sup>30</sup> EQUIDAD DE GÉNERO. Cuaderno Político. Citado 16 de febrero de 2009. [en línea] Disponible en: [http://www.pnud.org.co/img\\_upload/196a010e5069f0db02ea92181c5b8aec/Cuaderno\\_Politico\\_.pdf](http://www.pnud.org.co/img_upload/196a010e5069f0db02ea92181c5b8aec/Cuaderno_Politico_.pdf)

verduras, tubérculos, animales, en segunda instancia se encuentran mercancías como vasijas en barro, canastas, prendas de vestir, entre otras.

Previa observación directa se vislumbran problemas internos como falta de sistemas de seguridad esto debido a la delincuencia, (principalmente para las plazas El Potrerillo y Dos Puentes), alrededor de las tres plazas se observa violaciones a las condiciones básicas de salubridad. Existen diversos sectores de división para las tres plazas, los puestos se ubican en estas de acuerdo a la actividad económica realizada.

La ciudad de San Juan de Pasto fue fundada en el año de 1537 por Lorenzo de Aldana siguiendo una ordenanza de Sebastián de Belalcazar, cuando se denominaba Villaviciosa de la Concepción de Hatunllacta.

Localizada a los pies del Volcán Galeras y en el Valle de Atríz, la capital de Nariño muestra un contraste arquitectónico sin igual. Su contorno urbano lo conforman edificaciones de la época Republicana y casas modernas que se confunden con los gigantescos templos coloniales. *“En 1904 con la creación del departamento de Nariño, la ciudad es nombrada su capital”<sup>31</sup>.*

Está situada entre las siguientes coordenadas Geográficas: latitud: 1°21'53"N (confluencia quebrada la Honda con el río Pasto) 0°48'45" N (confluencia río Patascoy con el río Guamuez) longitud 77° 02'12"W ( Cerro Patascoy) 77°21'44" W (Volcán Galeras). Su extensión territorial es de 1.181 km<sup>2</sup> de superficie de la cual el área urbana es de 26.4 km<sup>2</sup>.

El municipio presenta temperaturas bajas en la mayor parte del área de la región, situación desfavorable para el desarrollo de cultivos debido a la presencia de heladas las cuales afectan la actividad agrícola fuente principal en la economía pastusa. Su altura sobre el nivel del mar es de 2.527 metros, y su temperatura oscila entre los 5 y 14°C.

*Su relieve es muy variado, presenta terrenos planos, ondulados y montañosos. Como principales accidentes orográficos se encuentran: el Volcán Galeras, a 4.276 metros sobre el nivel del mar, el Cerro Bordoncillo, Morasurco, Patascoy, Campanero, Alcalde, Pan de Azúcar, Putumayo. Se presentan pisos térmicos medios, fríos y páramos.<sup>32</sup>*

---

<sup>31</sup> WIKIPEDIA, Enciclopedia libre. [en línea] Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/San\\_Juan\\_de\\_Pasto](http://es.wikipedia.org/wiki/San_Juan_de_Pasto). Citado 20, Septiembre, 2008.

<sup>32</sup> DUEÑAS NARVÁEZ, José. Nariño 93 Años: Sinopsis Histórica, Geográfica, Económica y Social del Departamento. [en línea] Disponible en: <http://www.umariana.edu.co/sanjuandepasto.htm>. Citado 8 Noviembre de 2008.

El municipio cuenta con una población aproximada de 424.283 habitantes, de los cuales el 88% se encuentra ubicado en áreas urbanas y el 12% en el sector rural. El área urbana está dividida en 12 comunas. La zona rural está compuesta por 13 corregimientos: Buesaquillo, Cabrera, Catambuco, El Encano, Genoy, Gualmatan, La Caldera, La Laguna, Mapachico, Mocondino, Morasurco, Obonuco y Santa Bárbara.

*La población joven del municipio alcanza cerca de un 37,52% de la población total, lo cual significa que Pasto es relativamente Joven. De esta población el 26% es población entre los 14 y 26 años los cuales poseen niveles de escolarización que varían entre la educación media y básica secundaria, universitaria y tecnológica. La población juvenil de Pasto cuenta con 144.494 habitantes pertenecientes entre las edades entre 0 y 19 años, de los cuales 72.549 son hombres y 71.945 mujeres<sup>33</sup>*

*La principal atracción en el municipio de Pasto es el lago Guamuez o laguna de la Cocha, situada a 27 kilómetros de la ciudad de Pasto, a 45 minutos por carretera pavimentada. En el sitio se puede disfrutar del paisaje, de la gastronomía del lugar la cual se basa en la trucha arco iris, además se practica la pesca deportiva y paseos en lancha.<sup>34</sup>*

En la ciudad se encuentran museos como El Museo del Oro, ubicado en el Banco de la República de Colombia, El museo Taminango, entre otros además se cuenta con la gran infraestructura de sus iglesias entre las cuales están, La Iglesia de San Juan Bautista del siglo XVIII, la Catedral, la Iglesia de Nuestra Señora de las Mercedes, la Iglesia de San Felipe, la Iglesia de San Sebastián o de "La Panadería" y la Iglesia de San Agustín.

Pasto se encuentra conectado hacia el norte por vía terrestre con Popayán y hacia el sur con Ipiales en la frontera y la república del Ecuador a través de la carretera Panamericana. La distancia de Pasto a la capital de la república, Bogotá, por la vía panamericana es de 865 Km. para un tiempo promedio de viaje de 22 horas.

Hacia el occidente la ciudad se comunica con el puerto de Tumaco sobre el Océano Pacífico por medio de una carretera pavimentada de 284 Km., y hacia el oriente con Mocoa en departamento del Putumayo con una carretera de aproximadamente 145 Km. Para el transporte intermunicipal nacional terrestre existe un terminal en el que operan las principales empresas y por el cual pasan

---

<sup>33</sup> DANE, Entes territoriales, Áreas y grupos de edad. Citado 22, Septiembre, 2008. [en línea] Disponible en: <http://www.dane.gov.com>

<sup>34</sup> WIKIPEDIA, Op.cit.,

aproximadamente 2 millones de pasajeros al año. "El Aeropuerto Antonio Nariño a 35 Km. de la ciudad, en la localidad cercana de Chachagüi, ofrece conexiones aéreas nacionales a través de empresas aéreas colombianas como Avianca y Satena"<sup>35</sup>.

## 2.3 MARCO LEGAL

Para la realización del marco legal, se ha tenido en cuenta los cambios estructurales que se han dado en la reforma constitucional nacional y por parte de estamentos internacionales que han significado la incorporación y activa participación de la mujer en el desarrollo de la sociedad.

### **a. Voto femenino:** La Mujer Entra a la Vida Institucional.

Un antiguo y sentido anhelo de la mujer colombiana se hizo realidad cuando la Asamblea Nacional Constituyente, en 1954, le concedió el derecho a elegir y ser elegida. Se le dio así la posibilidad de intervenir en la dirección y manejo de los destinos del país y se ampliaron las posibilidades de participar en la vida laboral, cultural y científica de la Nación.

(1954) ACTO LEGISLATIVO NUMERO 3 DE 1954 REFORMATARIO DE LA CONSTITUCIÓN NACIONAL POR EL CUAL SE OTORGA A LA MUJER EL DERECHO ACTIVO Y PASIVO DEL SUFRAGIO

La Asamblea Nacional Constituyente, Decreta:

Artículo 3º Queda modificado el artículo 171 de la Constitución Nacional en cuanto restringe el sufragio a los ciudadanos varones.<sup>36</sup>

**b. Abolición de la discriminación hacia la mujer:** Se elimina cualquier forma de discriminación hacia la mujer.

Ley 51 de 1981 Junio 2.

Por medio de la cual se aprueba la "Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer", adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 18 de diciembre de 1979 y firmada en Copenhague el 17 de julio de 1980.

El Congreso de Colombia, Decreta:

---

<sup>35</sup> *Ibíd.*

<sup>36</sup> PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Diario oficial No. 28576. Acto legislativo numero 3 de 1954 reformatario de la constitución nacional Bogotá, septiembre 14 de 1954.

Artículo primero. Apruébase la "Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer", adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 18 de diciembre de 1979 y firmada el 17 de julio de 1980, cuyo texto certificado es el siguiente:

Convención Sobre la Eliminación de Todas Las Formas de Discriminación Contra la Mujer. Han convenido en lo siguiente.

#### ARTICULO 1º:

A los efectos de la presente Convención, la expresión "discriminación contra la mujer" denotará toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera.

#### ARTICULO 2º:

Los Estados Partes condenan la discriminación contra la mujer en todas sus formas, convienen en seguir, por todos los medios apropiados y sin dilaciones, una política encaminada a eliminar la discriminación contra la mujer.

- ✓ Consagrar, si aún no lo han hecho, en sus constituciones nacionales y en cualquier otra legislación apropiada el principio de la igualdad del hombre y de la mujer y asegurar por ley u otros medios apropiados la realización práctica de ese principio.
- ✓ Adoptar medidas adecuadas, legislativas y de otro carácter con las sanciones correspondientes, que prohíban toda discriminación contra la mujer.
- ✓ Establecer la protección jurídica de los derechos de la mujer sobre una base de igualdad con los del hombre y garantizar, por conducto de los tribunales nacionales o competentes y de otras instituciones públicas, la protección efectiva de la mujer contra todo acto de discriminación.
- ✓ Abstenerse de incurrir en todo acto o práctica de discriminación contra la mujer y velar porque las autoridades e instituciones públicas actúen de conformidad con esta obligación.
- ✓ Tomar todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer practicada por cualesquiera personas, organizaciones o empresas.

- ✓ Adoptar todas las medidas adecuadas, incluso de carácter legislativo, para modificar o derogar leyes, reglamentos, usos y prácticas que constituyen discriminación contra la mujer.
- ✓ Derogar todas las disposiciones penales nacionales que constituyan discriminación contra la mujer.

*Publíquese y ejecútese. Bogotá, D. E., a 2 de julio de 1981. Julio César Turbay Ayala.*<sup>37</sup>

**c. Participación en el poder público:** Mediante esta ley se busca incorporar a la población femenina en la toma de decisiones en todas las ramas del poder público.

Ley 581 de 2000, Mayo 31.

Por la cual se reglamenta la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público, de conformidad con los artículos 13, 40 y 43 de la Constitución Nacional y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia, Decreta:

Artículo 1º. Finalidad. La presente ley crea los mecanismos para que las autoridades, en cumplimiento de los mandatos constitucionales, le den a la mujer la adecuada y efectiva participación a que tiene derecho en todos los niveles de las ramas y demás órganos del poder público, incluidas las entidades a que se refiere el inciso final del artículo 115 de la Constitución Política de Colombia, y además promuevan esa participación en las instancias de decisión de la sociedad civil.

Dada en Santa Fe de Bogotá, D. C., a 31 de mayo de 2000.

Andrés Pastrana Arango.<sup>38</sup>

**d. Protección a la mujer:** Se aprueba en el senado ley contra la violencia hacia la mujer.

---

<sup>37</sup> PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Ley 51 de 1981 Junio 2. Diario oficial. Año. CXVIII. No. 35794. 7, julio, 1981. p. 81

<sup>38</sup> PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Ley 581 de 2000, Mayo 31. Dada en Santa Fe de Bogotá, D. C., a 31 de mayo de 2000.

Ha sido aprobada por el Senado el día 5 de Junio de 2007 una ley que busca protección especial para la mujer. La iniciativa de ésta ley la tuvieron 26 congresistas que defienden los derechos de las mujeres. Las medidas de ésta ley protegen en especial a mujeres y niños.

Con esta ley se busca proteger los derechos de éstas personas a la libertad, integridad, formación sexual y a un hogar en paz. Las medidas de ésta ley implican:

En cuanto a las plazas de mercado se maneja El Reglamento Interno de las Plazas de Mercado y Centros Comerciales de Pasto, creado por la alcaldía municipal de Pasto Mediante el decreto 0088 de 1997 (27 de Febrero de 1997), el cual ejerce un control en la comercialización de productos de primera necesidad a los cuales tienen acceso toda la comunidad.

En el plan de desarrollo municipal 2001-2003, se incluye el mejoramiento de la infraestructura, calidad de servicio, organización y seguridad social y gestión de un fondo de crédito para quienes trabajan en dichas plazas e inicio de la implementación de la central de abastos, con el fin de que tanto la comunidad como los vendedores se sientan satisfechos con el servicio prestado en dichas plazas.

En el plan de desarrollo municipal 2004-2007, se enmarcan las siguientes propuestas encaminadas mejorar las condiciones en las plazas de mercado:

Mejorar las condiciones administrativas, de comercialización, socioeconómicas, físicas, ambientales, de seguridad y convivencia de las plazas de mercado.

Mejorar al menos en un 35% las condiciones de infraestructura de las plazas de mercado.

Incrementar en un 30% los volúmenes de comercialización en las plazas de mercado.

Accederán 1000 usuarios de plazas de mercado a créditos blandos.

Se construirá y entrará en operación el CAI – subestación de Policía en la plaza de mercado Potrerillo.

Las anteriores estipulaciones se han llevado a cabo de manera parcial.

## 2.4 MARCO CONCEPTUAL

- ✓ **Comercialización:** Es el acto de comprar y vender diferentes productos destinados a consumo general o a la elaboración de otros productos finales, mediante la negociación equitativa del vendedor que ofrece su bien o servicio y el comprador quien adquiere el mismo.
- ✓ **Comuna:** Es la porción o área en que se divide el suelo urbano del municipio de la ciudad de San Juan de Pasto con el fin de mejorar la prestación de los servicios y asegurar la participación de la ciudadanía en el manejo de los asuntos públicos de carácter local.
- ✓ **Condiciones socio económicas:** son aquellas condiciones que inciden en la calidad de vida de la población femenina trabajadora tales como: clase de vivienda, servicios públicos, acceso a salud y educación, alimentación, nivel de ingresos, estructura familiar, educación.
- ✓ **Feminización de la Pobreza:** Es un fenómeno dado en su mayoría en los países en vías de desarrollo, en donde la población pobre se encuentra constituida por la mayoría de las mujeres.
- ✓ **Género:** Tiene que ver con lo masculino y lo femenino y con todos los matices que se encuentran entre estos dos. El género explica por qué las mujeres son femeninas y usan falda, se las asocia con ternura, fragilidad color rosado, mientras que los hombres deben usar pantalones, no usar maquillaje se los asocia con fuerza autoridad y usan color azul entre otras ideas.
- ✓ **Plan de Ordenamiento Territorial (POT):** Es el instrumento técnico en el cual se establece el esquema normativo mediante el cual la administración municipal, fija objetivos, directrices, políticas y normas para orientar y administrar el desarrollo físico del territorio y la utilización del suelo del municipio (Áreas Urbana y Rural) para mejorar el nivel y calidad de vida, en concordancia con el modelo de desarrollo socio-económico y en armonía con el medio ambiente y las tradiciones históricas y culturales de la región.
- ✓ **Plazas de mercado:** Inmueble en donde se desarrolla una actividad organizada a disposición de productores, consumidores e intermediarios, para el mercadeo en forma regular y continua de artículos de primera necesidad a precios no especulativos y a la que tienen acceso toda la comunidad.
- ✓ **Plazas Móviles:** Son aquellos mercados que no poseen una infraestructura definida y ofrecen sus servicios en diferentes lugares de la ciudad.

- ✓ **Puestos:** Son puestos las áreas dotadas de mostradores de concreto o madera, destinados al expendió de productos agrícolas, misceláneas o artículos manufacturados o industrializados.
- ✓ **Usuarios Eventuales:** Son aquellas personas trabajadoras en las plazas de mercado quienes realizan su trabajo de manera casual. Su condición se debe principalmente a su inestabilidad en las mercancías; ya que de manera fortuita llegan a sus manos los productos para la venta.
- ✓ **Usuarios Permanentes:** Son quienes laboran de manera permanente en las plazas de mercado, estas personas tienen ventas de productos permanentes por lo cual se encuentran registradas en la Secretaría de Agricultura y Mercadeo de la Alcaldía Municipal.

### 3. DISEÑOS DE PROCEDIMIENTOS Y METODOLOGÍA

#### 3.1 TIPO DE ESTUDIO

Esta investigación es de tipo cuantitativo, ya que al estar analizando las condiciones económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, se toma como base las siguientes variables: ingresos, jornada laboral, nivel de educación, edad de las mujeres, número de hijos e integrantes del hogar entre otras.

Además puede decirse que la investigación involucra el aspecto cualitativo ya que se basa en el análisis de la problemática tanto social como económica desde un punto de vista detallado cercano a la realidad que vive la población femenina trabajadora en las plazas de mercado.

Asimismo, es una investigación de carácter descriptivo, ya que mediante la explicación de las condiciones de vida de la mujer trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad, describe con minuciosidad las amenazas y fortalezas que afectan a dicha población esto a causa de múltiples factores como por ejemplo la ausencia de sistemas de seguridad social que recaen directamente sobre su salud y por ende sobre su desempeño en el ámbito laboral, finalmente imposibilitando el mejoramiento de su calidad de vida.

Es una investigación empírica porque posee como soporte datos reales, a partir de los cuales se buscará fundamentar el análisis objetivo que se desea obtener.

También es una investigación propositiva ya que con el estudio realizado se buscará dar una solución teórica a la problemática, que envuelve a la población objeto de estudio.

#### 3.2 POBLACIÓN MUESTRA

La población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, será el elemento objeto de estudio. Para la aplicación de las encuestas se tomará una muestra de la población mediante sondeo estadístico, a través de las siguientes formulas:

$$n = \frac{N \times (p \times q) \times Z^2}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times (p \times q)}$$

Donde:

- n : Tamaño de la Muestra a Obtener.
- N : Es el Universo Ó Población Total.
- p . q : Es la probabilidad de éxito o fracaso.
- p : 0.5 Probabilidad de ser seleccionado.
- q : 0.5 Probabilidad de no ser seleccionado.
- Z : Valor obtenido en la tabla de distribución normal para un nivel de confianza del 93% (1.92).
- e : El margen de error 7% permitido para el estudio.

De lo cual entonces:

$$n = \frac{(2629) \times (0.25) \times 1.92^2}{(0.0049) \times (2629 - 1) + (1.92)^2 \times (0.25)} =$$

$$n = \frac{2422.8864}{13.7988} =$$

$$n = 175$$

Posteriormente se aplica la fórmula para obtener la muestra real a aplicar.

$$n_1 = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Donde:

- n<sub>1</sub>: Tamaño de la muestra a aplicar
- n: Tamaño de la muestra a obtener
- N: El Universo o Población Total.
- 1: Parámetro

De donde se obtiene:

$$n_1 = \frac{175}{1 + \frac{175}{2629}} =$$

$$n_1 = 164$$

De acuerdo a lo anterior puede decirse que las encuestas se aplicarán a 164 mujeres pertenecientes a la población femenina total, de las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

### **3.3 DISEÑO DE PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS**

Para el desarrollo del proyecto de investigación se hará uso, en primer momento de fuentes secundarias como libros, documentos, revistas, proyectos de investigación como lo son los trabajos de grado, además se recurrirá a Instituciones como La Secretaría de Agricultura y Mercadeo ubicada en la Alcaldía de la ciudad de San Juan de Pasto, encargada del recaudo de las plazas de Mercado y la Administración Central de las Plazas de Mercado. Esta información se utilizará básicamente para la elaboración de los antecedentes el marco teórico del documento y la situación actual del problema. Se utilizará adicionalmente como fuente terciaria de información la navegación mediante internet.

Para la elaboración del documento final se utilizará información primaria, la cual será obtenida mediante la realización de encuestas, a las 164 mujeres que conforman la muestra de la población femenina trabajadora de las plazas de mercado. Además se harán 5 entrevistas a personas directamente involucradas con la administración de las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto como lo son el Director de la Dirección administrativa de las plazas de Mercado, la administradora de las plazas de mercado quien anteriormente se desempeñaba en el cargo de trabajadora social y a aquellas personas que de una u otra forma interactúan con la población objeto de estudio como lo son el Técnico operario delegado por la Alcaldía Municipal de la ciudad de Pasto y las personas encargadas de realizar los cobros. También se hace pertinente obtener información a partir de la observación proporcionada por la experiencia en el desarrollo del trabajo de campo.

### **3.4 TÉCNICA DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Una vez obtenida la información necesaria se procederá a ordenarla, tabularla mediante el programa estadístico Epi Info, se realizará su procesamiento, posterior a esto se analizará y presentarán los resultados conseguidos.

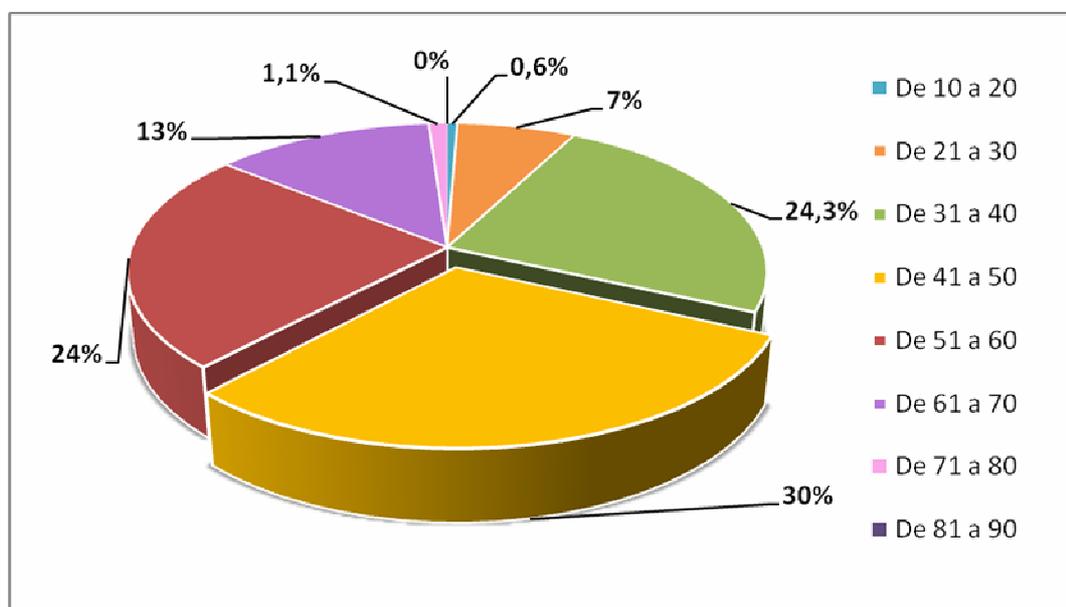
Finalmente se plantearán algunas propuestas teóricas que buscarán ayudar a superar algunas debilidades o a fortalecer aspectos positivos que beneficien la situación de la población.

## 4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 4.1 ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES GENERALES DE LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE SAN JUAN DE PASTO.

Se ha encontrado para la población objeto de estudio los siguientes datos

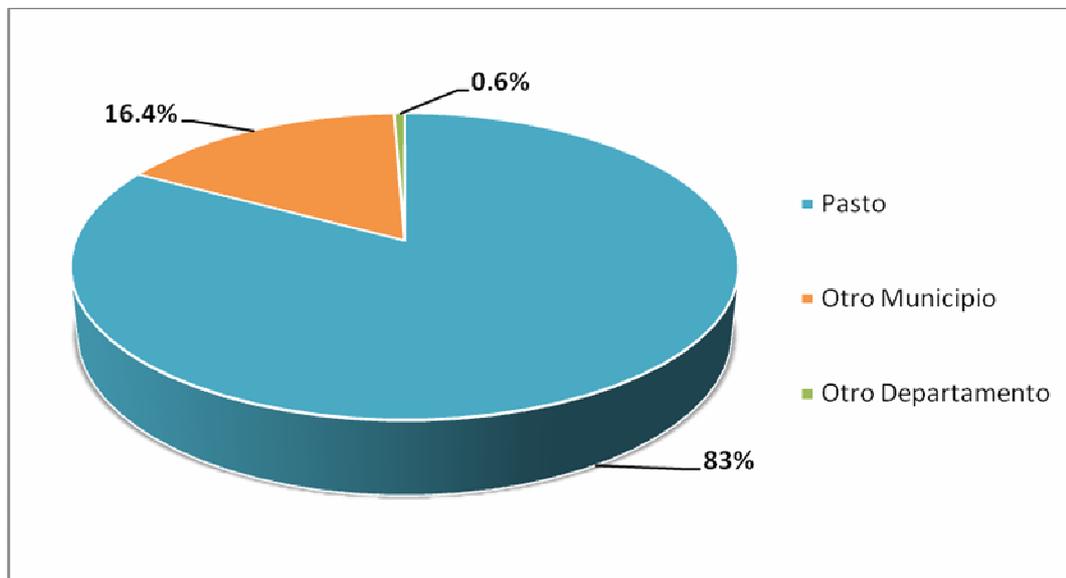
**Gráfico 1. Rangos de edad de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

Se encuentra de acuerdo al gráfico anterior, que la mayor parte de la población trabajadora en la plaza de mercado, está ubicada de los 41 a 50 años, en segundo lugar se encuentra la población entre los 31 a 40 años, en últimos lugares están de 61 a 70, de 21 a 30 y de 71 a 80 en el orden respectivo. Este dato puede ser atribuido a que es la labor a la cual se han dedicado siempre por lo que no encuentran nuevas oportunidades de trabajo, de aquí además se deriva que los datos siguientes se ubiquen en edades avanzadas, tan solo un 8% de la población podría considerarse como joven y la razón por la cual se dedica a esta labor es por herencia, además de colaborar a sus madres o familiares con la atención del negocio. Sin embargo es interesante destacar que existen personas de la tercera edad quienes por su condición deberían tener derecho a una pensión y jubilarse, pero por ser este un trabajo informal no tienen acceso a todas las prestaciones de ley.

**Gráfico 2. Lugar de Origen de las Mujeres Trabajadoras de las Plazas de Mercado**

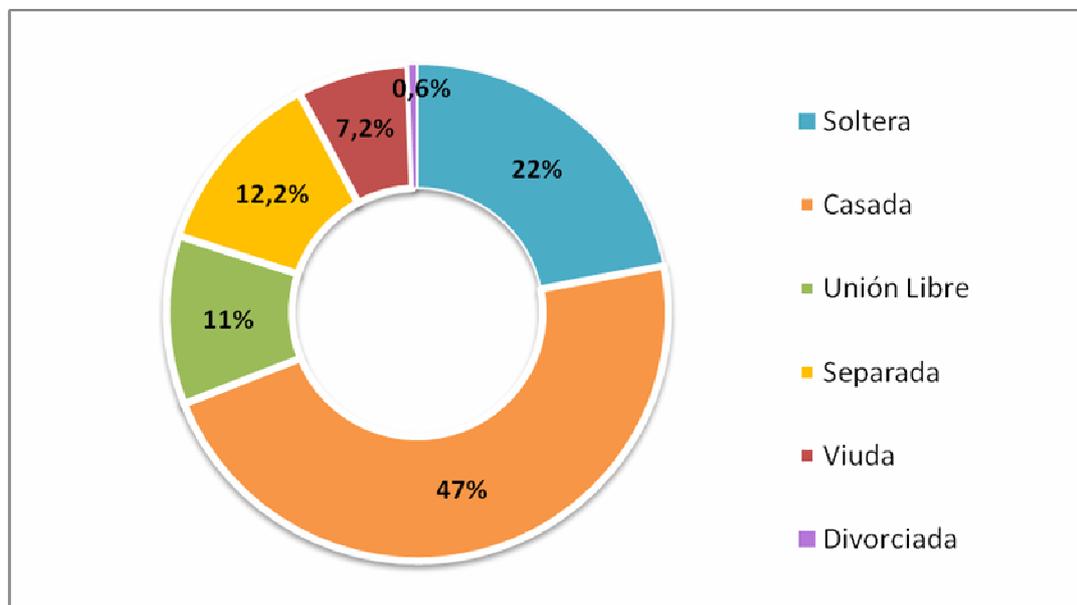


Fuente: Esta investigación

Las mujeres encuestadas en su mayoría manifestaron pertenecer al municipio de San Juan de Pasto, revelando así que la mayoría de las mujeres que trabajan en las plazas de mercado son originarias de esta ciudad, dato que es interesante ya que se demuestra que estas plazas de mercado son lugares en los cuales se les brinda un empleo o una ocupación a la gran parte de mujeres de bajos recursos y además que no les exige tener títulos educativos para desempeñarse en esta labor, sin embargo se encontró en una cantidad minoritaria personas pertenecientes a otros municipios del departamento de Nariño como lo son Túquerres, Villa Moreno, Tambo, Taminango, Ancuya, San Lorenzo, Samaniego, Puerres, Chachagüi, Ipiales, Funes, Imues, Guaitarilla y El Peñol, quienes en su gran mayoría manifestaron como motivo de desplazamiento razones de tipo personal, familiar o simplemente por trabajo que es una manera de buscar una mejor calidad de vida.

Se tiene en gran importancia la existencia de un 0.6% poblacional perteneciente al departamento del Putumayo, la cual manifestó estar actualmente ubicada en la ciudad de San Juan de Pasto por motivos de violencia que sufren muchas familias en este país y han sido desplazadas de sus lugares de origen a la fuerza buscando refugio en otro departamentos.

**Gráfico 3. Estado Civil de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



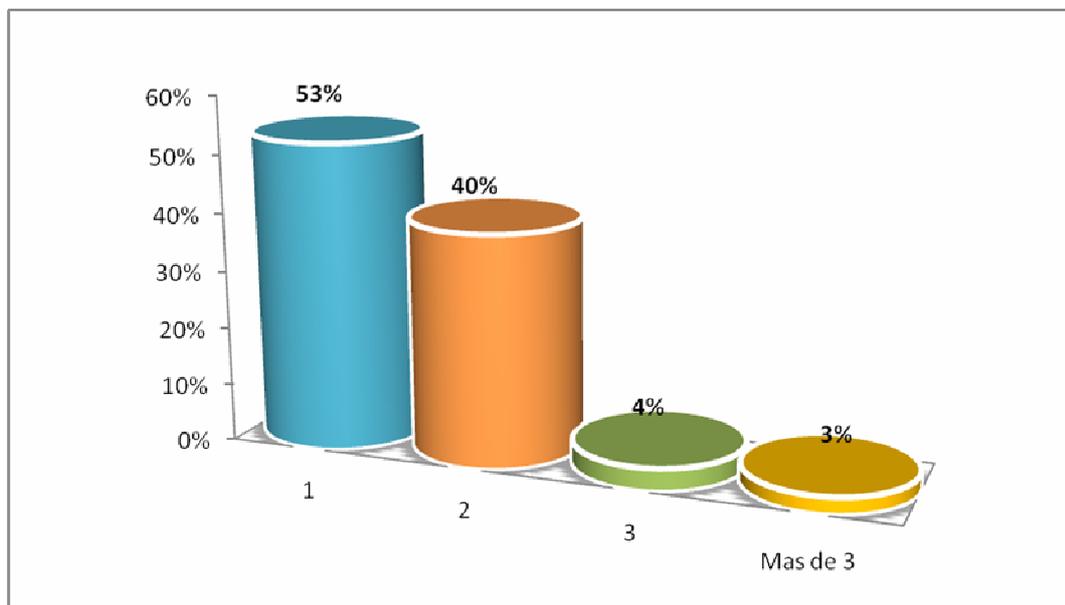
Fuente: Esta investigación

En el gráfico anterior se puede observar que un 47% de la población encuestada se encuentra casada. Algo que no era de esperarse es que uno de los más bajos porcentajes sea el de unión libre, dato demostrativo de que no siempre quienes viven en estratos bajos conviven con sus conyugues en ilegalidad. Sin embargo vale la pena destacar que aunque gran parte de las encuestadas se encuentran casadas esto no significa que en muchos de estos casos la mayor carga económica del hogar sea para ellas, ya que sus conyugues en muchos casos se encuentran desempleados o simplemente no colaboran con los gastos del hogar como se observara más adelante.

#### **4.2 ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES ECONOMICAS DE LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO**

Al realizar un análisis exhaustivo de las condiciones económicas de la mujer en las tres plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto, como lo son El Potrerillo, El Tejar y Dos Puentes se obtuvieron los siguientes resultados.

**Gráfico 4. Número de Personas que Aportan al Ingreso de los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**

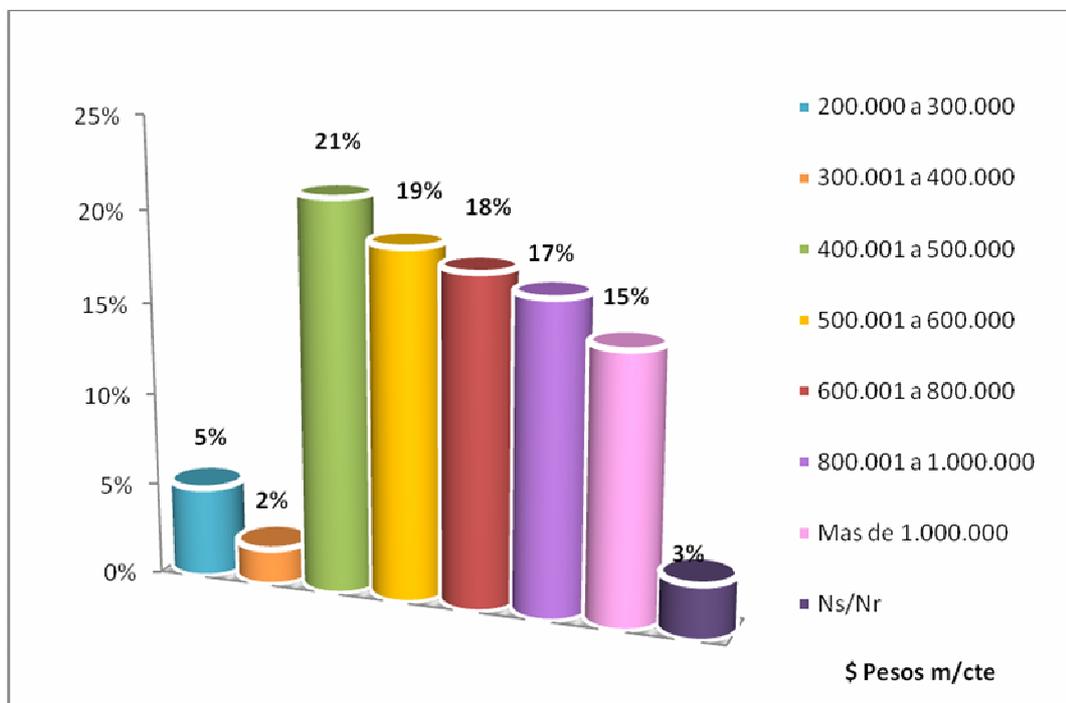


**Fuente:** Esta investigación

Se encuentra que en los hogares de las mujeres encuestadas de acuerdo a cuantas personas reciben un ingreso fijo, la tendencia se concentra entre 1 y 2 personas por familia, lo cual evidencia que en muchos de estos casos estas familias tienen que sobrevivir con ingresos muy bajos además que en la mayoría de los casos estas personas no perciben ni siquiera el salario mínimo legal, esto lleva al siguiente análisis: teniendo en cuenta que este 53% es quien trabaja en las plazas de mercado, más de la mitad de la población tiene que asumir los gastos totales de sus hogares sin colaboración alguna, más sin embargo del 47% restante aunque confirme la existencia de más de una persona con ingreso salarial mensual fijo, no significa que la otra u otras personas de núcleo familiar colaboren con la mayor parte de los gastos del hogar ya que en muchos casos tan solo es un apoyo más a las ganancias mensuales que perciben estas mujeres, dejándoles así la mayor carga económica de sus hogares.

Si se observa el anexo 4. Cruce de Variables No 1. De la totalidad de las mujeres que afirmaron ser jefes de hogar, el 63.5% no reciben apoyo de ningún familiar para el sustento de sus hogares, teniendo así que asumir totalmente los gastos de su núcleo familiar. De esta misma población, el 33.6% cuenta con la ayuda de un familiar, existen 2.2% de mujeres que reciben colaboración para la manutención propia y la de los suyos por dos personas más y tan solo 0.7% obtiene alguna clase de entradas por contribución de 3 ó más de 3 personas. No obstante, este ingreso adicional no constituye algo significativo a la hora de cubrir todos los gastos.

**Gráfico 5. Ingresos Mensuales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**

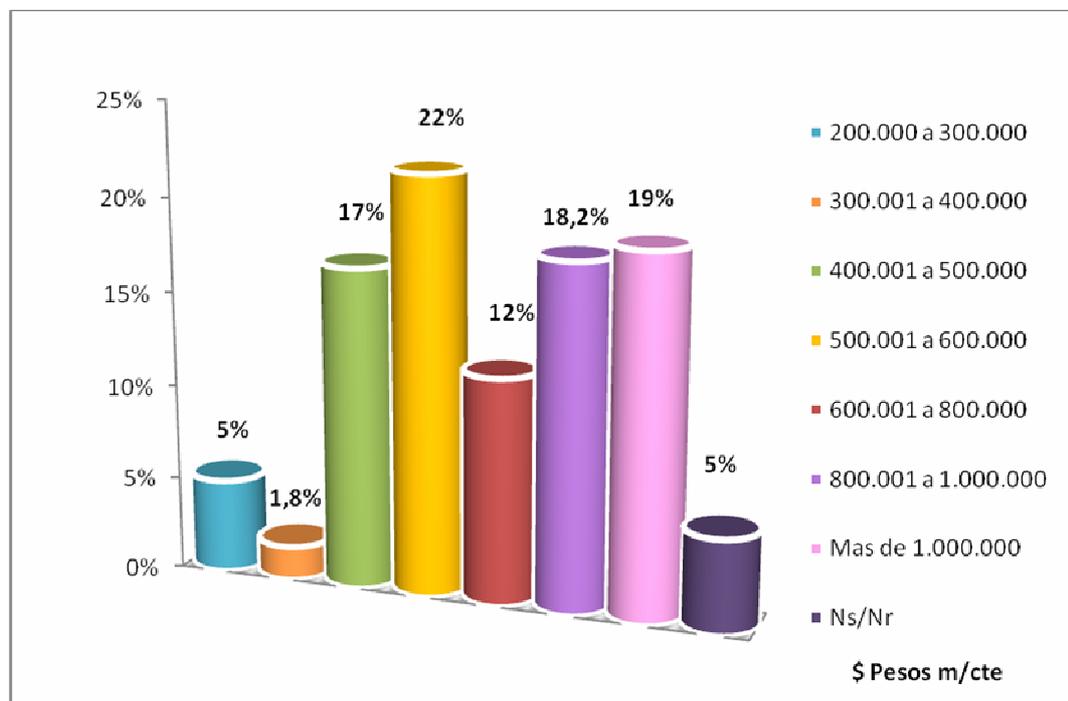


Fuente: Esta investigación

El gráfico anterior muestra que el ingreso de los hogares en algunos casos es bastante bajo ya que del total de la población el 7% recibe como ingreso mensual entre los 200.000 a los 400.000 pesos lo que implica que en estas familias sobreviven con muy poco dinero, el 93% restante se divide entre los rangos de manera más o menos proporcional sin embargo cabe destacar que en este caso se habla del ingreso mensual de los hogares incluyendo ayudas de las mujeres a estos ingresos con trabajos extras que ellas realizan aparte de sus labores en las plazas, así como los ingresos que ellas obtienen como ayuda de otros integrantes del hogar para el mantenimiento del mismo.

Se debe tener en cuenta que tan solo con las ganancias que perciben las mujeres encuestadas en las plazas de mercado, no se lograría cubrir la totalidad de gastos del hogar ya que estas ganancias son demasiado bajas o simplemente no tienen conocimiento de sus verdaderos ingresos por su trabajo en dichas plazas. Se tiene un verdadero problema en estos lugares ya que no se tiene una contabilidad o un manejo que les permita a estas mujeres tener un control sobre el costo de insumos para la dotación de sus puestos, así como ganancias percibidas en sus trabajos.

**Gráfico 6. Gastos Mensuales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

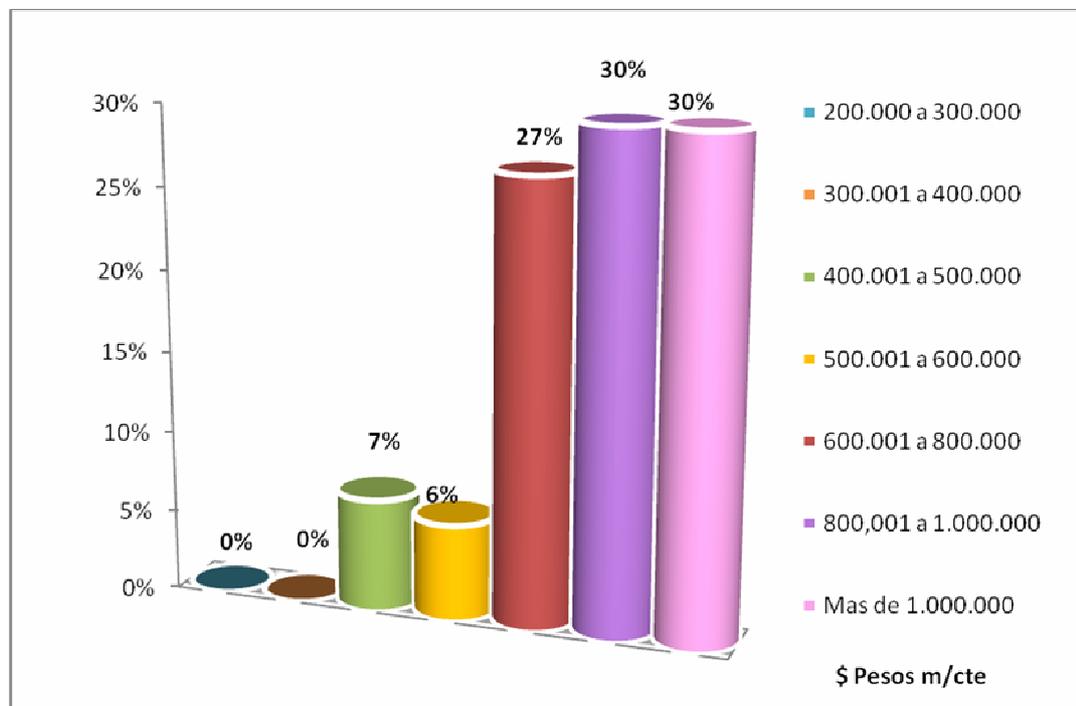
En cuanto a los gastos del hogar se tiene que el mismo 7% está gastando lo mismo que obtiene como ingreso, en los otros casos se obtiene que en algunos de estos sucede que se gasta la totalidad de sus ingresos, sin dar lugar a una forma de ahorro, mientras que en otros casos se gasta más de lo que tiene, hecho al cual se puede dar como explicación a la existencia de deudas contraídas por estas mujeres con los llamados gota a gota, que son personas que prestan al diario.

En el anexo 4. Cruce de Variables No 2. se puede observar lo nombrado anteriormente con mayor claridad, De las mujeres que tienen ingresos de 400.001 a 500.000 pesos el 82,9% tiene gastos iguales a sus ingresos 17.1% restante pasa a gastar cerca de 100.000 pesos más. Otro de los casos es del porcentaje de mujeres con ingresos de 600.001 a 800.000 pesos, de las cuales el 33.3% realiza gastos de 800.001 a 1'000.000. De igual manera de la población que teniendo ingresos de 800.001 a 1'000.000 de pesos un 28.6% gasta superando ese valor.

Los principales gastos existentes en estos hogares son en alimentación, vestuario, educación, vivienda en los casos de las personas que no poseen vivienda propia, servicios.

Se puede observar en el anexo 3. Tabla No 7 cuales son los principales gastos del hogar y por quien son asumidos dichos gastos dentro del núcleo familiar de estas mujeres: en cuanto a alimentación de las totalidad de mujeres encuestadas 75% asumen este gasto dentro del hogar, tan solo 4% de ellas cuentan con un verdadero apoyo ya que este gasto lo realiza otra persona en el hogar; el 21% restante comparte este gasto con otra persona de sus familias. Se da una tendencia igual en los demás gastos como lo son vestuario, educación, salud, servicios públicos, transporte y créditos ya que la mayor parte de estas mujeres asume estos gastos.

**Gráfico 7. Ingresos Mensuales Ideales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

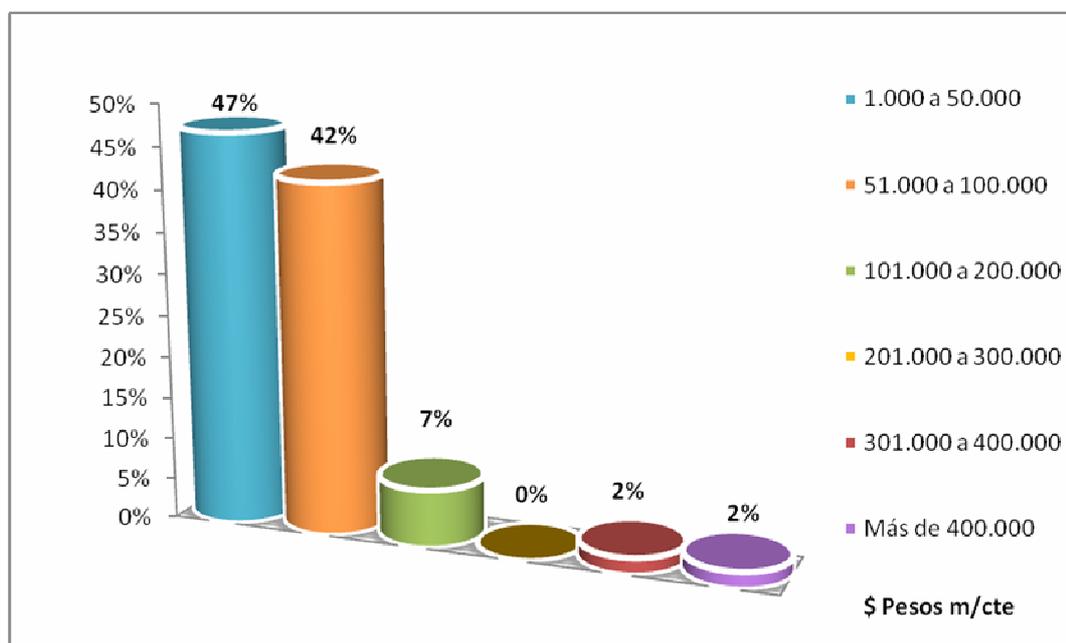
En cuanto a la mensualidad ideal que estas mujeres manifestaron tener para cubrir todos sus gastos la mayoría respondió ingresos superiores a los que obtienen actualmente, ya que así según ellas, pueden ahorrar y cubrir en totalidad todas sus necesidades, se demuestra que la mayor parte de la población, viviría de manera satisfactoria con \$500.000 a \$700.000 de ingresos, siendo este rango el menor en comparación con los demás. Otra parte manifiesta que el ingreso ideal sería de \$700.001 a \$1.000.000. Un 27% de la población oscila en niveles de ingreso entre los \$400.001 y \$500.000 y un 5% declaro que si ganaran más de un millón de pesos alcanzarían a cubrir todos sus gastos, lo que evidencia que la

mayoría de la población no se encuentra satisfecha con los ingresos que percibe actualmente.

Del total de la población encuestada el 91% declaro que los ingresos que obtienen actualmente no alcanzan para cubrir todas sus necesidades, mientras que el 9% declaro que los ingresos que obtienen son suficientes para cubrir sus gastos, dato que hace referencia a hogares con pocos integrantes en donde sus ingresos, por lo menos, les ayudaban a solventar la mayoría de sus necesidades pero también dejando de lado algunos lujos que podrían darse si obtuvieran unos ingresos más altos.

Del total de la población encuestada el 91% declaro que los ingresos que obtienen actualmente no alcanzan para cubrir todas sus necesidades, mientras que el 9% declaro que los ingresos que obtienen son suficientes para cubrir sus gastos, dato que hace referencia a hogares con pocos integrantes en donde sus ingresos, por lo menos, les ayudaban a solventar la mayoría de sus necesidades pero también dejando de lado algunos lujos que podrían darse si obtuvieran unos ingresos más altos. Para mayor claridad ver el anexo 4. Tabla No 9.

#### **Gráfico 8. Valor de Ayudas dadas Por Parte del Estado a las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**

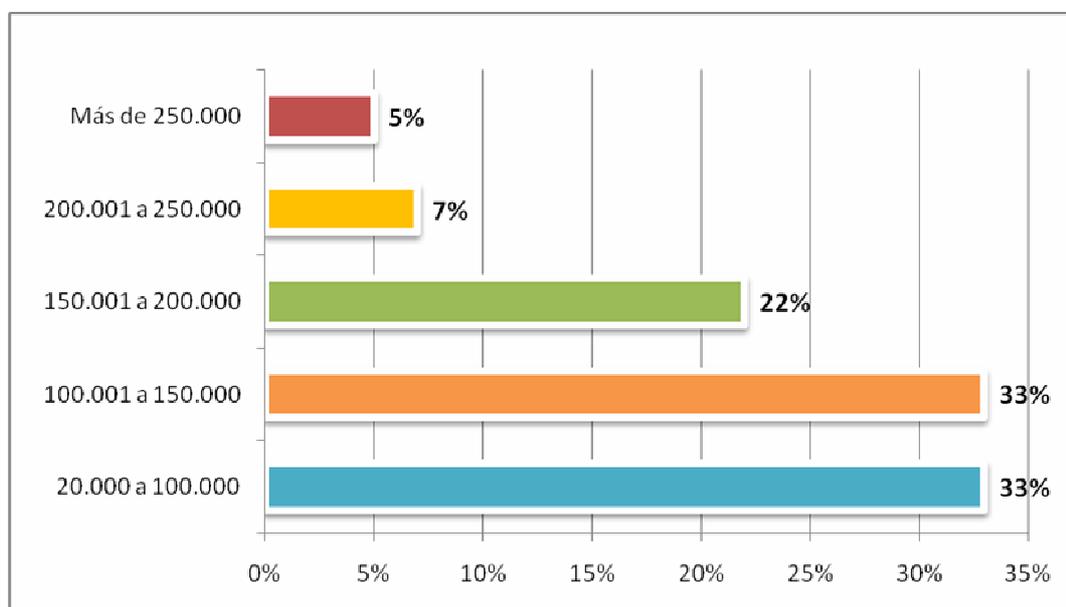


Fuente: Esta investigación

De las totalidad de personas encuestadas el 26% manifestó recibir o haber recibido algún apoyo por parte del estado, el 74% manifestó no recibir ningún apoyo por parte de entes gubernamentales. Estos apoyos recibidos en su mayoría

son en dinero, aunque el 2% manifestó recibir aquel subsidio de vivienda el cual acredita la tenencia de una residencia en el barrio Aranda. Lo cual no constituiría dinero como tal sino una donación en especie. A continuación se muestran valores de subsidios que oscilan entre varios rangos los cuales varían debido a que estas ayudas se dan por el programa de familias en acción y depende del número de hijos de estas mujeres así como de la edad de los mismos y del estrato al cual pertenecen las familias. Cabe aclarar que estas ayudas no se dan mensualmente ya que en muchos casos este ingreso adicional recibido es cada tres meses y se gasta principalmente en solventar las necesidades básicas de los niños.

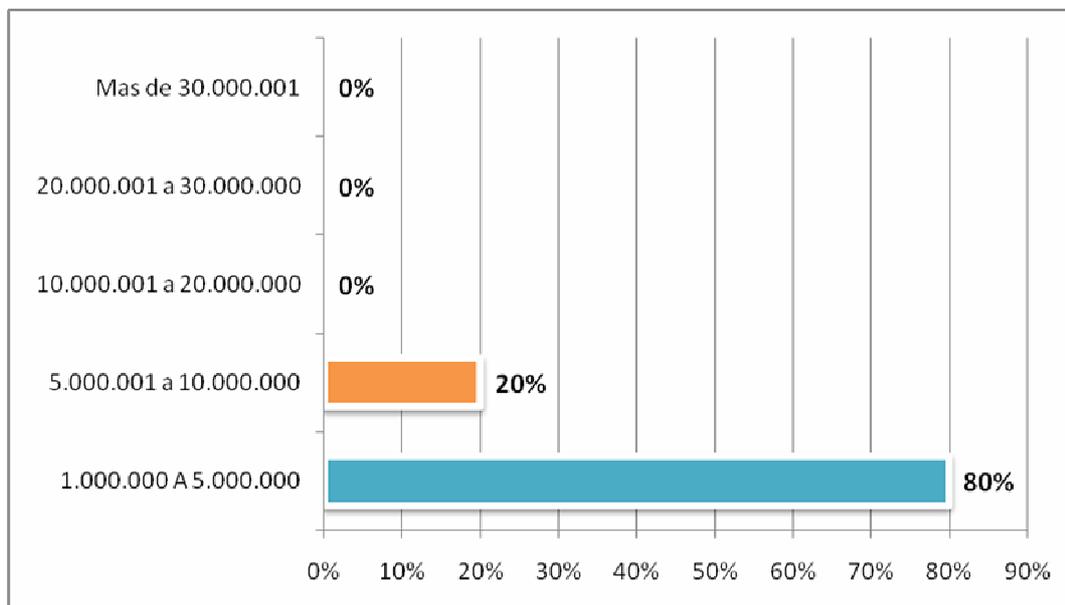
**Gráfico 9. Valor pagado por concepto de Arrendamiento por las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

En cuanto a las mujeres que gastan en un arrendamiento mensual los valores pagados son bajos debido a las condiciones de los hogares, así como la ubicación y el tamaño de los mismos, los valores están en la gran mayoría entre los 20.000 a los 150.000 pesos con un 66%. Ya los valores más costosos tan solo lo pagan 44% de las mujeres encuestadas quienes buscan una vivienda más grande debido al número de integrantes del hogar, así como la condición de la vivienda en la que habitan.

**Gráfico 10. Valor Pagado por Concepto de Anticresis por las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



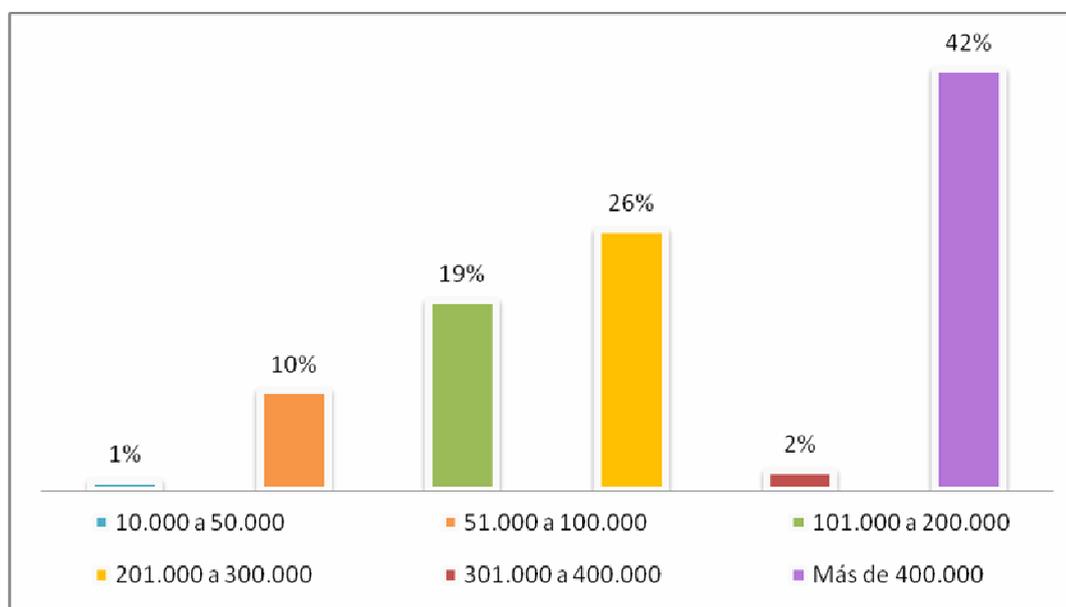
Fuente: Esta investigación

El valor de la vivienda en anticresis va desde el 1.000.000 a los 5.000.000 de pesos con un 80% de la población que manifestó vivir en esta categoría de propiedad de vivienda, tan solo el 20% paga de 5.000.001 a los 10.000.000 de pesos, que como se dijo anteriormente no se refleja como gasto sino como una clase de inversión ya que por un pequeño patrimonio que poseen estas familias, que en este caso es el dinero, tienen acceso a una vivienda en condición de prestada mientras se hace la devolución exacta del dinero que dieron a cambio de la vivienda por un tiempo pactado entre las dos partes.

Esta es una ayuda para esta población ya que al final del tiempo pactado se les devuelve el dinero y pueden ir en busca de otra vivienda con la misma plata, cabe aclarar que de cierta manera estarían perdiendo otras oportunidades de inversión de su dinero y a cambio ganar cierto tipo de interés, que no obtienen con la vivienda ya que este dinero se va devaluando con el paso de los años y no se puede adquirir los mismos bienes hoy con 10.000.000 de pesos que dentro de 10 años con esos mismos 10.000.000 de pesos, sin embargo este dinero les ayuda a disminuir un gasto como lo sería el pago de arrendamiento que a la final no se reintegra.

**4.2.1 Gastos en educación.** En cuanto a si dentro del núcleo familiar de estas mujeres existen personas estudiando la población encuestada respondió que si existen este tipo de personas dentro de sus familias con un 75%, 79% de estas personas asumen los gastos de educación de sus familiares, mientras que el 21% restante manifestó no asumir con este tipo de gastos que en gran parte se debe a que son asumidos por otros integrantes del hogar, cabe aclarar que estos gastos no son mensuales sino semestrales en el caso de que se encuentren estudiando en una Universidad o anuales en colegios o escuelas.

**Gráfico 11. Valor de Gastos Anuales Estimados en Educación asumido por las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**

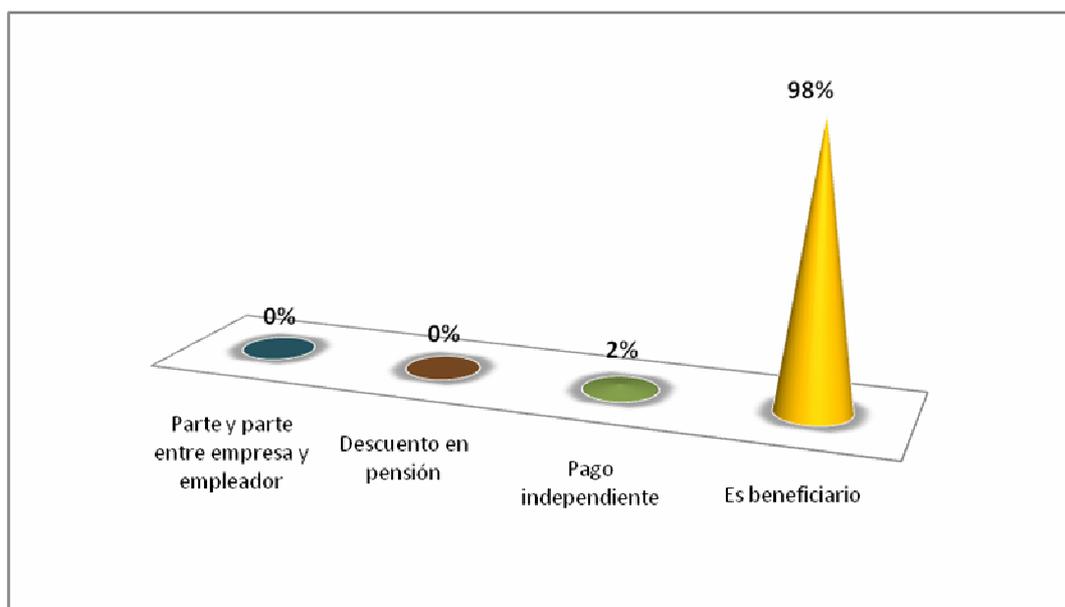


Fuente: Esta investigación

Para este caso se tomo un valor anual incluyendo el valor de la matricula, el valor de los útiles escolares, y el gasto que se da en transporte. En general estos gastos no afectan los gastos de los hogares ya que se da que este es un gasto que se hace anualmente y que de cierta manera lo asumen de las ganancias de un mes en específico sin que esto signifique que ellas asuman un comportamiento de ahorro mensual, para suplir este gasto.

#### 4.2.2 Gastos en salud:

**Gráfico 12. Cobertura Mensual de Gastos Por Cotización de Seguridad Social en Salud por las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**

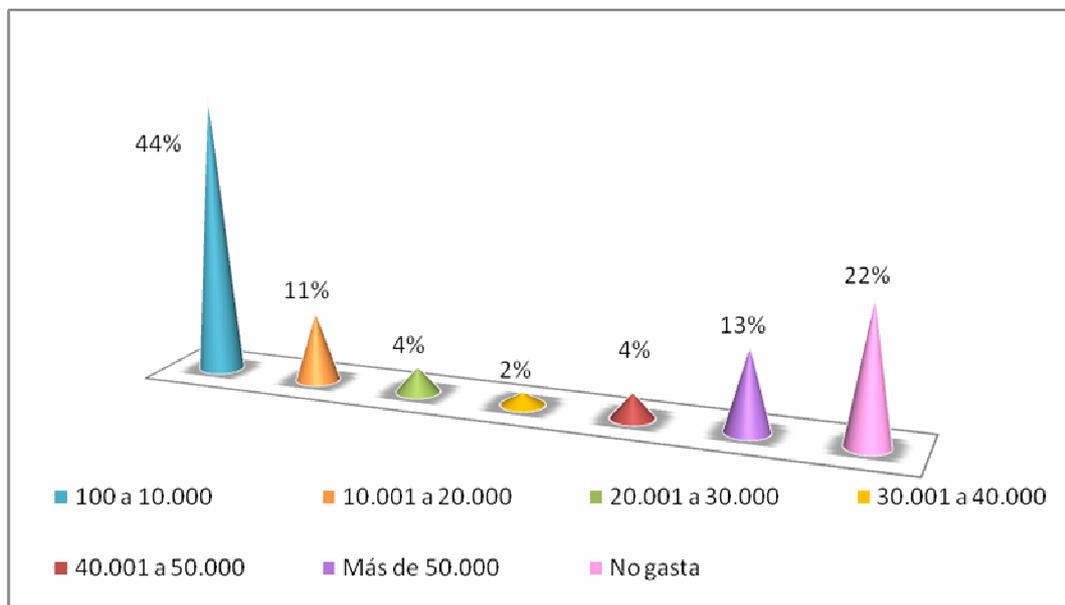


Fuente Esta Investigación

El gráfico anterior revela que tan solo un pequeño porcentaje de las mujeres, realiza pagos por concepto de cotización en seguridad social en salud. El 2% que se observa en el gráfico, cotiza salud de manera independiente, esta información puede verificarse en el anexo 3 en la tabla No 16. El 98% restante de las mujeres son beneficiarias de este servicio. Estas se encuentran divididas en dos grupos, aquellas inscritas al régimen subsidiado Sisben que son el 86% de la Población y un 12% perteneciente a beneficiarias del régimen contributivo. Se encuentra como resultado de la presente investigación que en su mayoría las mujeres trabajadoras en las plazas de mercado pertenecen al sistema de seguridad Social en salud subsidiado SISBEN, dato que no es de gran sorpresa teniendo en cuenta la condición humilde y los bajos estratos de la población objeto de estudio, esto significa que estas personas no deben realizar ningún pago continuo mensual. Y aquellas pertenecientes al régimen contributivo son en efecto consecuencia de la buena voluntad de familiares y/o amigos que buscan brindar un poco de ayuda a quienes más lo necesitan. Mas sin embargo esto no representa que dicha población no incurra de manera particular en gastos por este concepto.

Como puede observarse en el anexo 3 en la tabla No 17, de las mujeres que realizan pagos independientes, el 33% gasta entre 10.000 a 50.000 pesos por la utilización del servicio, el 67% restante realiza pagos que oscilan entre los 50.001 y 100.000 pesos.

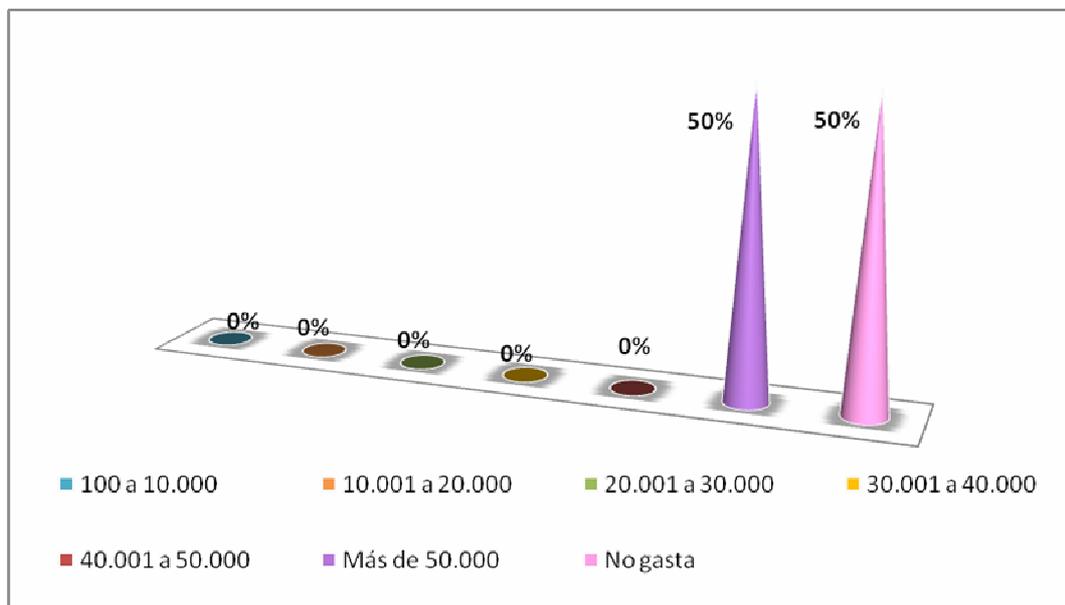
**Gráfico 13. Gastos Adicionales en Salud Para Mujeres Trabajadoras Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud**



Fuente: Esta investigación

Como se mencionó anteriormente, aquellas mujeres afiliadas o cotizantes del servicio de seguridad social en salud, incurren en gastos adicionales, revelados en el gráfico # 13. Estos son en su mayoría de bajo nivel, ubicándose así el 44% poblacional en un rango de 100 a 10.000 pesos, valores que aunque pequeños afectan el bolsillo de las trabajadoras. No obstante se hace necesario aclarar que la frecuencia de estos gastos en su totalidad es mensual. En menor proporción se encuentran aquellas mujeres que expresan tener gastos que fluctúan entre los 10.001 a 50.000 pesos. La frecuencia de estas salidas es de cada dos o seis meses. Dato de gran importancia es que existen personas que realizan erogaciones de más de 50.000 pesos, quienes representan el 13% de la totalidad encuestada, la preocupación principal en este campo, se encuentra en la frecuencia, porque con el estudio se revela que la mayoría de estas personas efectúan estos gastos de manera constante. Una de las principales causas de esta situación es que algunos de los medicamentos no se proveen por las entidades prestadoras del servicio de salud. De igual manera existen aunque en menor proporción aquellas personas que no realizan gastos adicionales por concepto de salud, su argumento principal para dicho comportamiento es que el régimen subsidiado, SISBEN como el contributivo, cubre la totalidad de los costos que de su falta de salud se derivan. Esta respuesta es gratificante, pero se espera se generalice esta condición para el 100% de la población.

**Gráfico 14. Gastos en Salud Para Mujeres No Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud**

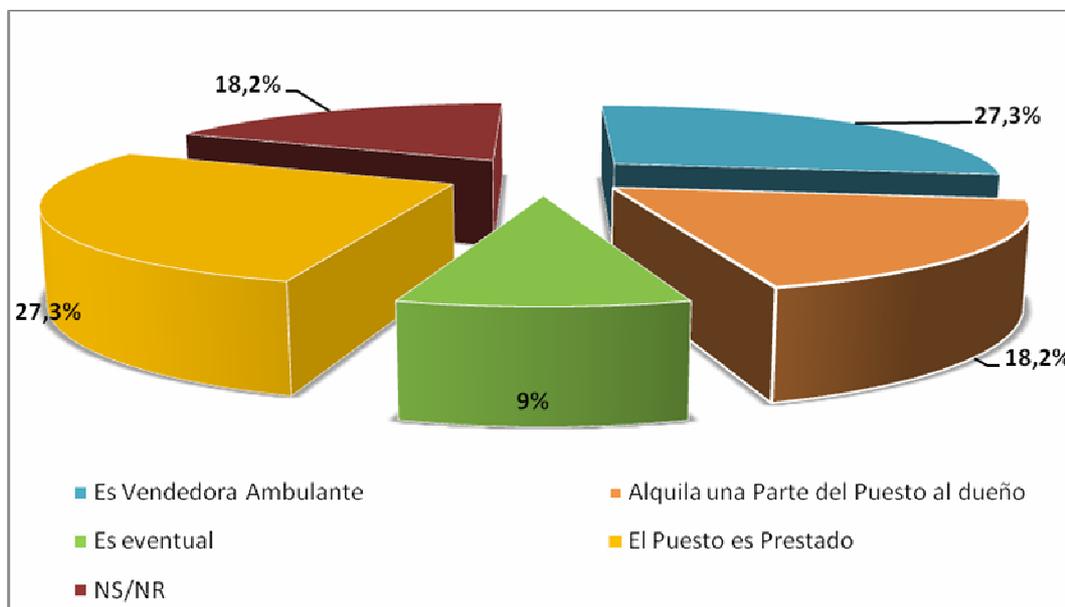


Fuente: Esta investigación

Existen también aunque en menor proporción, aquellas mujeres que no se encuentran afiliadas a ningún sistema de seguridad social en salud. De estas mujeres, el 50% manifestó no realizar ningún gasto, respuesta que se respalda en el buen estado de salud durante muchos años, situación que aunque gratificante asombra en el desarrollo de la investigación. Por otra parte como era de esperarse, de acuerdo a los altos precios de los medicamentos y tratamientos de hoy en día, el 50% restante reconoce que sus gastos son mayores a 50.000 pesos, la frecuencia de estos gastos es en uno de los casos una vez al mes y en el otro cada seis meses.

**4.2.3 Datos económicos de la plaza de mercado.** De las 164 personas encuestadas el 84% se encuentra inscrito en el Kárdex manejado por la Administración Central de Plazas de Mercado, un 9% de la población que se ubica en la opción no sabe no responde pertenece a las mujeres empleadas, quienes por su condición no se encuentran inscritas en los registros llevados por la Administración, en este caso el puesto de venta se registra a nombre de la persona dueña del establecimiento comercial. También existe un 7% que no se encuentra inscrito en el Kárdex, más sin embargo el hecho de no estar inscritas no significa la no cancelación de valor alguno por el usufructo del puesto de venta, el valor correspondiente de acuerdo a la ubicación del puesto y los metros cuadrados que posea, es cobrado por los recaudadores quienes tienen pleno conocimiento de los usuarios de plazas de mercado. Esta información puede corroborarse en el anexo en la tabla No 22.

**Gráfico 15. Razones por las que las Mujeres Trabajadoras en las Plazas No se Encuentran Inscritas en el Kárdex de la Administración de Plazas**



Fuente: Esta investigación

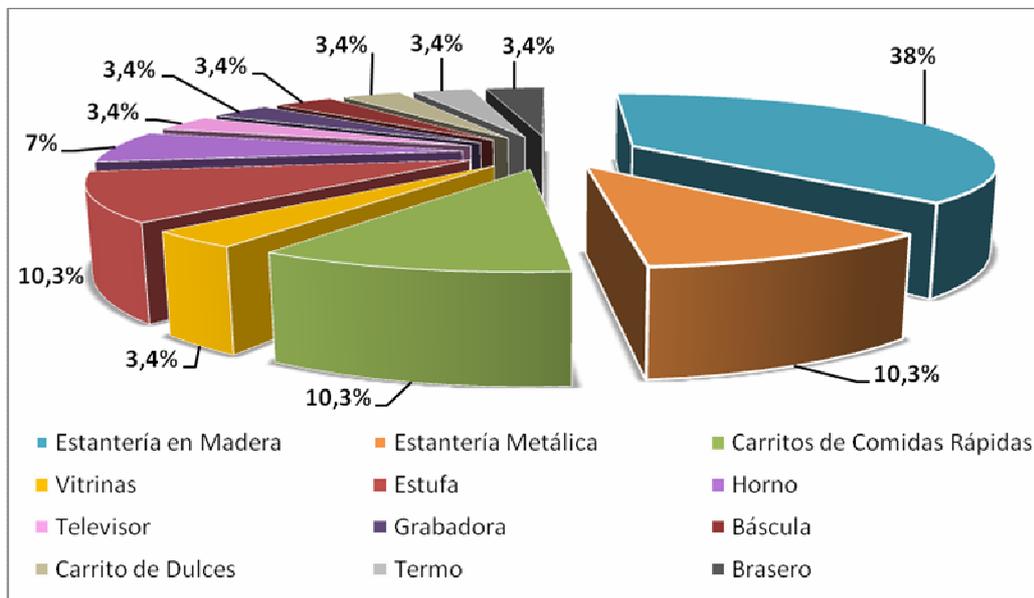
En cuanto a las razones del porque no se encuentran inscritas algunas mujeres en el registro llevado por la Administración Central de Plazas de Mercado, se encuentra que uno de los más altos porcentajes hace referencia a vendedoras ambulantes quienes no tienen un puesto designado y no realizan ningún pago por motivo de arrendamiento. Existen también aquellas personas a quienes por solidaridad se les ha hecho préstamo de algunos de los puestos de venta, préstamo realizado directamente por los inscritos en el Kárdex, estas personas no realizan pago alguno más sin embargo el dueño por así llamarlo, es quien se encarga de cancelar la cuota mensual. Vale aclarar que las mujeres beneficiadas con estos puestos no poseen registro a nombre de ellas pero si se lleva un control de estos puestos. Un 18.2% manifiesta ser subarrendatario del puesto de venta y paga un valor al inscrito en el registro de la Administración. Existe otra proporción de la población que no sabe cuál es su situación en cuestiones de legalidad con la Administración, más sin embargo el cobro mensual aplica para estas personas. El 9% restante de las mujeres encuestadas explica que no tienen registro como usuarias permanentes sino como eventuales, dado que aquellas mujeres no poseen un puesto de venta fijo. No obstante se observa que aquellas personas consideradas de carácter eventual realizan sus ventas en la mayoría de casos de manera permanente como se verá más adelante, pero con la diferencia que estas realizan un pago diario que mensualmente supera el valor cancelado por los usuarios permanentes.

Los datos obtenidos en cuanto a la actividad económica, y revelados en el anexo 3 tabla No 24 muestran las actividades realizadas por la población encuestada, el cuadro no revela la actividad que alberga mayor número de personas en las plazas de mercado, más bien indica la actividad de quienes fueron objeto de estudio y participaron en la aplicación de la encuesta. La actividad predominante es el Raleo, venta de diferentes productos alimenticios entre los cuales se encuentran papa, arveja, tomate, zanahoria, mazorca, cebolla, entre otros. En segundo lugar se encuentra la venta de frutas. Los demás sectores aunque fueron de muy poca participación muestran la variedad de productos y servicios ofrecidos en las 3 plazas principales de la ciudad. Se comercializan desde productos alimenticios hasta prendas de vestir. Un 1% de las encuestadas se dedica a prestar el servicio de carretillera, este dato es de gran interés porque siempre se ha tomado dicha labor como exclusiva de realizar por parte de hombres, esta concepción no es tan descabellada si se tiene en cuenta que la contextura del género masculino supera a la del femenino. Por lo tanto la capacidad en fuerza de las mujeres es reducida, en comparación con la de los hombres. (Dato que aplica no de manera general para todos pero si se conserva esa tendencia). El porcentaje puede parecer irrisorio en comparación con otros, no obstante existen muchos más casos de la misma índole que no fueron contemplados en la investigación.

Además puede observarse en el anexo 3. Tabla No 25 que de las mujeres partícipes de la investigación, el 91% corresponde a dueñas del negocio comercial y que tan solo un 9% se encuentra trabajando en calidad de empleadas. El ser dueño aplica únicamente a los productos de comercialización, de esta manera se aclara que en ningún momento hace referencia al puesto de venta, ya que este simplemente es alquilado, la Administración Central de Plazas de Mercado se encarga de cobrar un valor mensual que compense la utilización del mismo.

Mediante la investigación se busco saber además quienes poseían algún tipo de patrimonio de trabajo, como era de esperarse en la mayoría de casos este patrimonio es inexistente, tan solo se encuentra un 15% de mujeres que poseen alguna clase de patrimonio por así decirlo, porque como veremos a continuación dicho patrimonio no representa una fuerte inversión ni un capital creciente a futuro.

**Gráfico 16. Clase de Artículos Patrimoniales que Poseen las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**



Fuente: Esta investigación

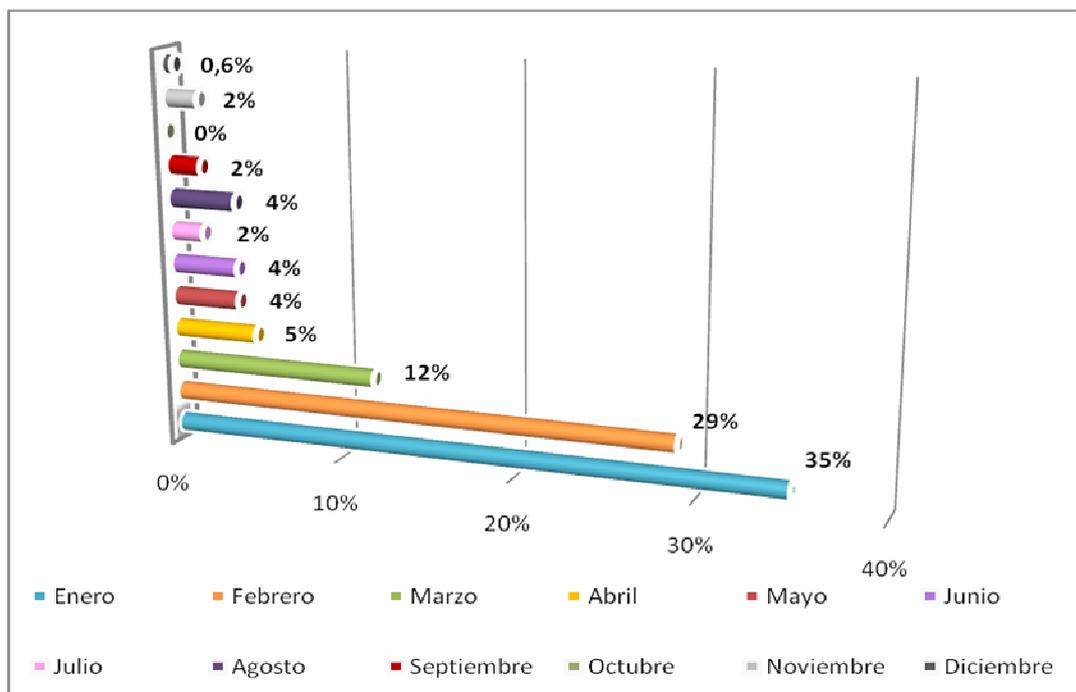
Como puede observarse en el gráfico #16 el patrimonio más representativo es la estantería en madera, cuyo valor no es de gran significancia por lo que de cierta manera no incide en un posible mejoramiento de la situación de esta población. De igual manera y en menores proporciones se encuentra patrimonio en estufas, televisores, termos, grabadoras carritos de comidas entre otros, que aunque pueden tener un valor superior, por su mal estado no representan un patrimonio de gran estimación.

Existen en la plaza de mercado dos clases de usuarios, en primer lugar se encuentran los llamados usuarios permanentes y en segundo lugar los usuarios eventuales. Los dos se diferencian por los días de atención del puesto de venta, la ubicación y los pagos que realizan. El presente estudio reveló una sola mujer perteneciente a los usuarios eventuales, esto no manifiesta menor participación de personas eventuales en las plazas de mercado, simplemente no fue posible incluirlas en la presente investigación, de esta manera el 99% de las mujeres se ubican en usuarios permanentes de las plazas de mercado. Como se mencionó anteriormente una de las diferenciaciones principales entre usuarios permanentes y eventuales se encuentra en los días de atención del puesto de venta. Uno de los supuestos indica que los usuarios permanentes dedican mayor tiempo a la comercialización y que los eventuales como su nombre lo expresa, asisten de manera esporádica a comercializar sus productos en las plazas de mercado. Mediante el análisis realizado se encontró que dicho supuesto no aplica, esto porque la única mujer caracterizada como eventual, asiste de lunes a domingo a

comercializar los productos en la plaza de mercado como cualquier otro usuario permanente. Como se observa en el anexo 3 tabla No 29 el mayor porcentaje poblacional asiste de lunes a domingo, seguidamente están aquellas mujeres que trabajan de lunes a sábado, un 17% realiza labores de lunes a viernes y en menor proporción se encuentran quienes van algunos días de la semana, días que en la mayoría de casos coinciden con el incremento de la comercialización por plaza.

En cuanto a los días de mayor comercialización, se encuentra que estos varían de acuerdo a la plaza en la que trabajen las mujeres. Para el caso de Potrerillo se obtuvo que los días de mayor comercio son los días sábados con un 91% de votantes, un porcentaje significativo de mujeres asegura que también el comercio se impulsa los días jueves, y con una menor participación se encuentran aquellas personas quienes afirman tener buenos resultados en la compra y venta de sus productos los días lunes. Para el caso de la plaza de mercado Tejar el 100% de mujeres ratifica que el mayor movimiento comercial se da los días lunes. En proporciones menores se encuentran aquellas mujeres quienes dicen que el comercio es bueno los días jueves y sábados. Respecto a la plaza de mercado Dos Puentes el 80% de votantes piensan que el día sábado es el de mayor comercialización y tan solo un 20% opina que en el día jueves se promueve en mayor medida el comercio. Esta información puede verificarse en el anexo 3. Tablas No 30, 31, 32, 33.

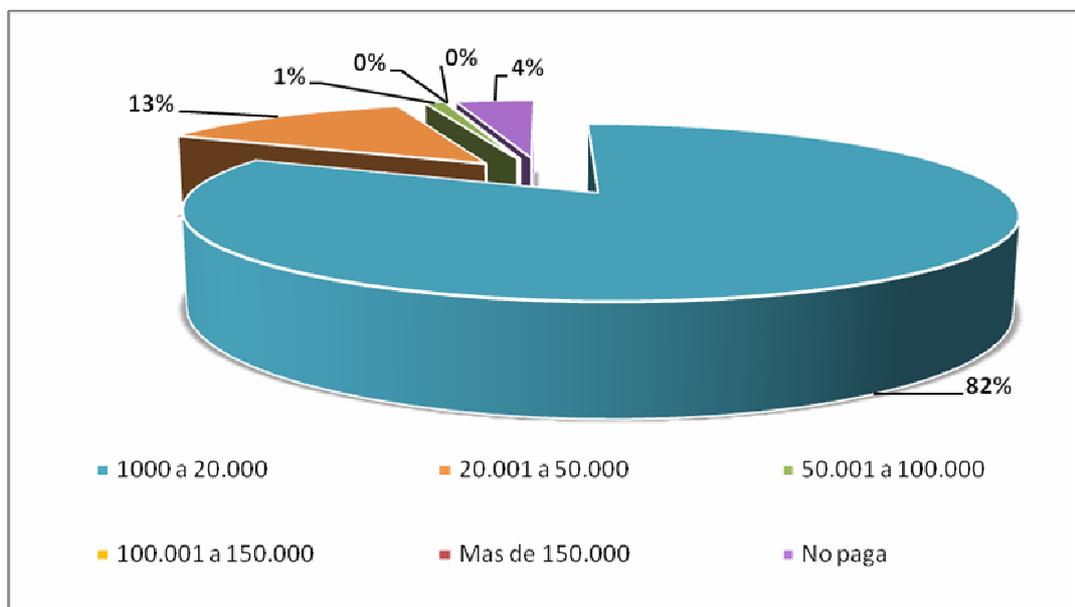
**Gráfico 17. Mes de Menor Comercialización en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

Se busco también con esta investigación saber cuál es el mes de menor comercialización para las mujeres trabajadoras en las plazas de mercado como puede observarse en el grafico # 17, el mayor porcentaje coincidió que los peores meses para compra y venta de productos son los iniciales del año enero, febrero y marzo, las razones principales dadas por las mujeres es en primer lugar la época decembrina, que deja a muchas personas sin dinero con el cual adquirir los diferentes productos, otra razón es los carnavales que hacen que la población prefiera comer en restaurantes en vez de preparar sus propios alimentos, pasados los carnavales también se encuentra que la población no posee fondos con los cuales puedan comprar aquí empiezan principalmente a pagar las deudas que adquirieron.

**Gráfico 18. Valor Cancelado Por Utilización del Puesto de Venta**

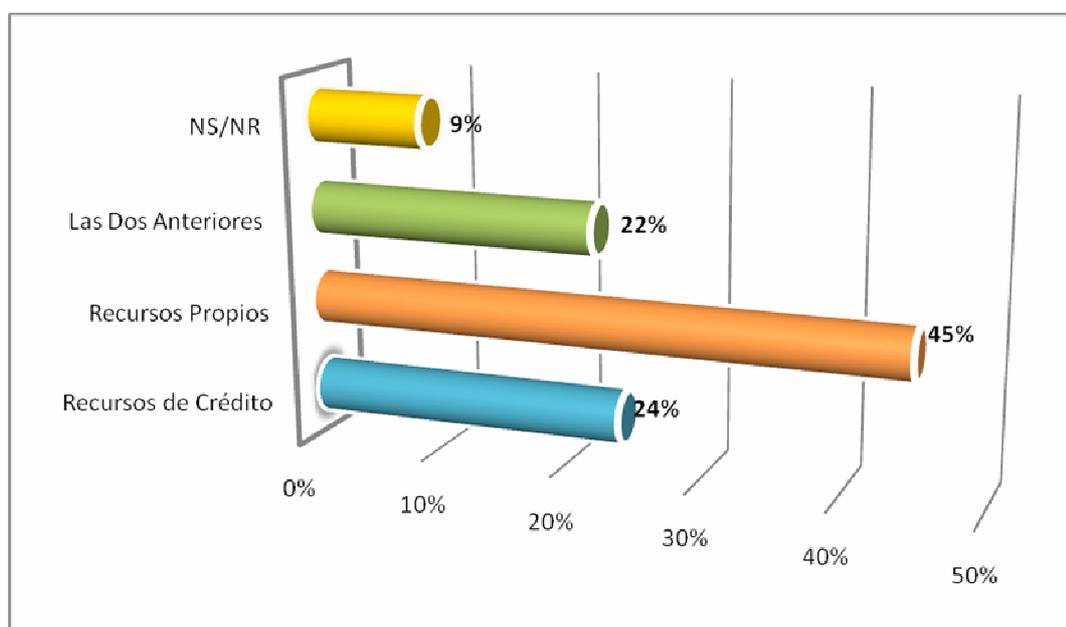


Fuente: Esta investigación

De acuerdo al gráfico anterior podemos observar que el mayor porcentaje poblacional cancela un valor que varía entre los 1.000 y 20.000 pesos este dato puede tomarse como la cuota promedio que se maneja en las plazas de mercado. Lo anterior indica que la mayor parte de la muestra objeto de estudio no gasta grandes cantidades por el arrendamiento del puesto, existe un 13% de mujeres que cancelan valores entre los 20.001 y 50.000. Tan solo 1% de la población realiza pagos mayores a 50.000 pesos aquellas personas que pagan un valor mayor deben dicha característica principalmente a la ubicación de su puesto y la amplitud que este posea. No existe en la muestra encuestada personas que realicen pagos superiores a los 100.000 pesos dicha situación no indica que sea inexistente esta población, más sin embargo no fue posible incluirlas en el estudio por ausencia de colaboración. Existe en menor proporción aquellas mujeres que

no realizan ningún pago entre ellas están las vendedoras ambulantes y quienes les ha sido prestado el puesto en este último caso son terceros quienes asumen dicha obligación.

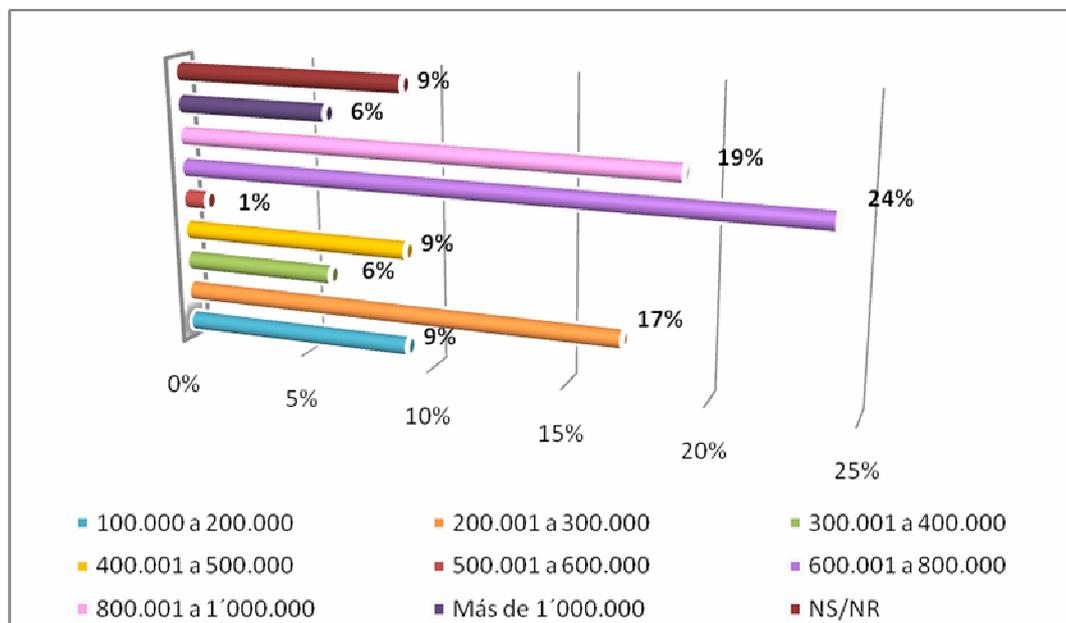
**Gráfico 19. Financiamiento del Puesto de Venta**



Fuente: Esta investigación

En cuanto a la financiación de sus puestos de venta se encontró que existen tres maneras de costear sus insumos, hay quienes cubren sus costos mediante la utilización de recursos propios, como se observa en el gráfico # 19 el 45% de la población lo hace de esta manera, un 24% de la población manifestó utilizar recursos de crédito y un 22% afirma recurrir al crédito cuando no tiene las posibilidades de cubrir sus costos con recursos propios. El 9% que no responde esta pregunta está conformado por las mujeres empleadas de la plaza de mercado. Aun cuando el porcentaje de financiamiento mediante préstamos no es representativo, en la investigación posee primacía e inviste cierto malestar. La razón de tal preocupación radica en que la mayoría de mujeres realizan créditos particulares llamados “Gota a Gota” que por sus altas tasas de interés afectan de manera perversa los ingresos de la población trabajadora en las plazas de mercado. En el gráfico no se revela de manera real la existencia de los préstamos, en primer lugar porque no son únicamente utilizados para financiación del puesto, como se verá más adelante y en segundo lugar por el temor de las personas encuestadas hacia posibles denuncias contra esta clase de créditos considerados en la actualidad ilegales. A pesar de las exageradas tasas de interés cobradas por los prestadiarios, ellas manifiestan agradecimiento ya que no poseen otras alternativas que solucionen su falta de dinero.

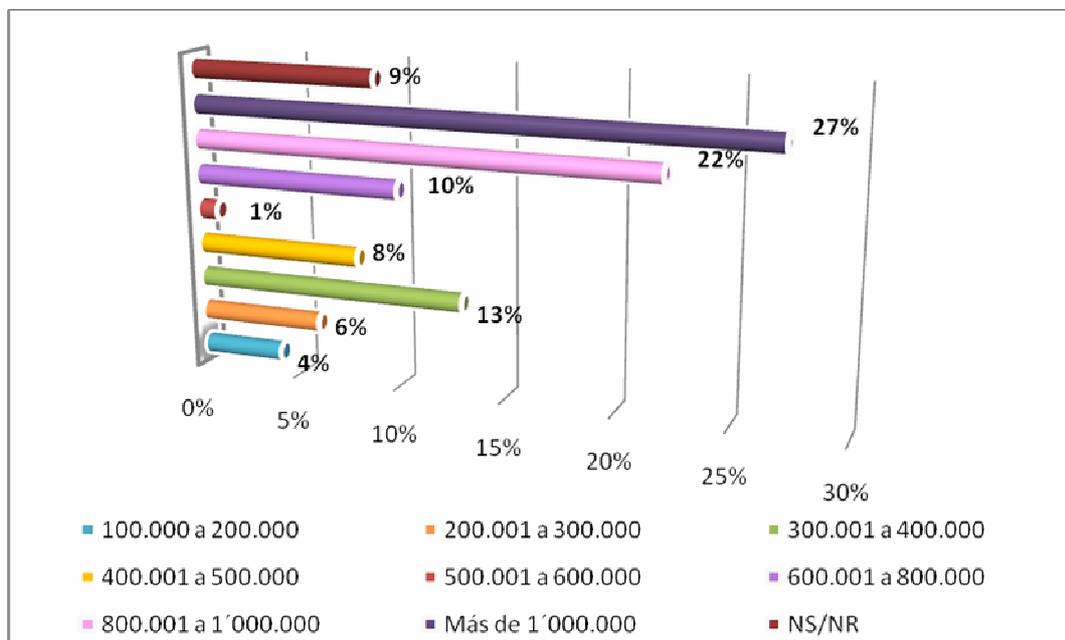
**Gráfico 20. Valor Costo Mensual en Insumos y gastos del Puesto de Venta**



Fuente: Esta investigación

El gráfico # 20 se construyó a partir de la información suministrada por las mujeres de las plazas de mercado, información de tipo semanal que bajo un estricto manejo pudo llevarse a valores mensuales. Dicha situación es consecuencia directa del desarrollo de las actividades en las plazas de mercado, para ellas es imposible llevar un registro por así decirlo, de tipo mensual, la pocos balances que ellas poseen en su mente, se realizan semanal o diariamente, por lo tanto fue muy difícil capturar resultados reales por la desorganización existente. Mediante el estudio se encuentra que la mayor inversión está representada por el 24% de la población dicho valor oscila entre los 600.001 y 800.000 pesos. En segundo lugar se encuentra el 19% de votantes en el rango entre 800.001 a 1'000.000 de pesos. Las inversiones de mayor caudal se dan en aquellas personas vendedoras de frutas quienes poseen puestos de venta de mayor amplitud, como también quienes venden prendas de vestir y aquellas personas que poseen ferreterías. En menor proporción se encuentran un 17% de la población que gasta entre los 200.001 a 300.000 pesos, un 6% de 300.001 a 400.000 un 9% de 400.001 a 500.000 un 6% manifiesta gastar más de 1'000.000 de pesos entre otros. A pesar de existir inversiones considerables estas no se ven reflejadas ni en sus ganancias por trabajo en plazas de mercado, ni tampoco en los ingresos de sus hogares. Este comportamiento se debe a factores que se mencionaron a lo largo del informe. Las ventas por el contrario manifiestan acrecentamiento más sin embargo no influyen de manera positiva en las condiciones de la población.

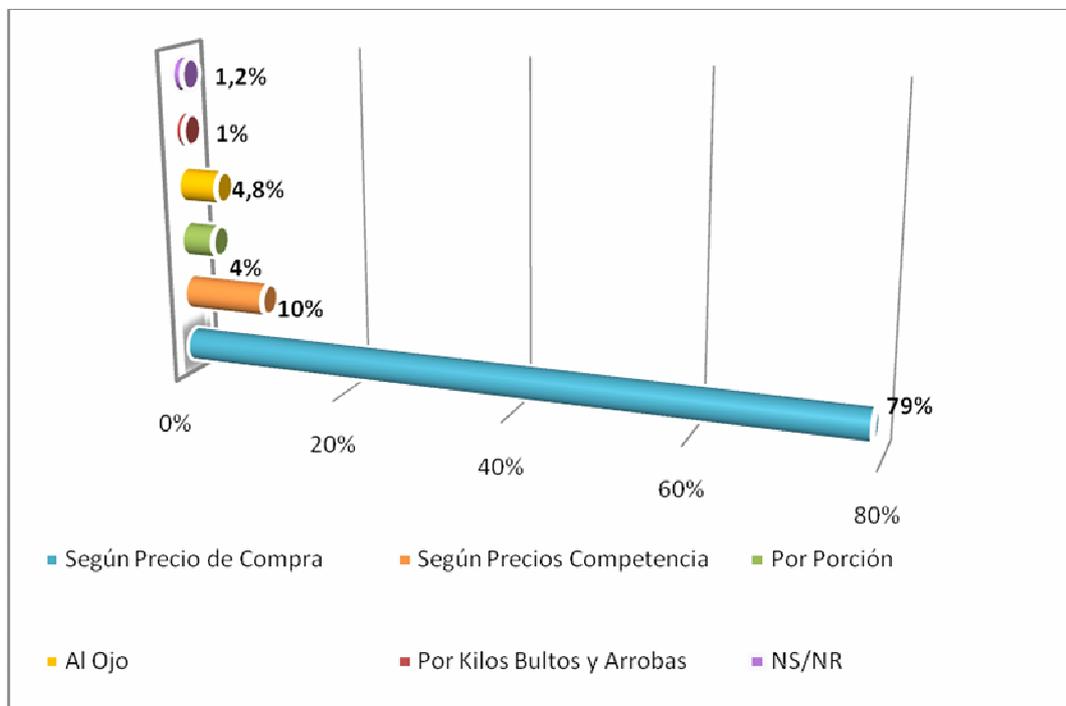
**Gráfico 21. Valor Ventas Mensuales en el Puesto de Venta**



Fuente: Esta investigación

Para conseguir los datos mensuales del gráfico # 21 se maneja el mismo procedimiento utilizado para obtener los costos de los insumos. Al realizar una comparación entre costos y ventas puede decirse que las ventas compensan los costos de inversión en la mayoría de casos, un dato que confirma esta información se encuentra confrontando los valores de costos que fluctúan entre los 600.001 a 800.000 y los valores de ventas que se encuentran en el mismo rango. Se observa en ventas una disminución porcentual en este rango, lo cual significa que aquellas personas que invertían ese valor ahora pasaron a vender mucho más. De igual manera si se mira el porcentaje que invirtió más de 1'000.000 de pesos, en ventas ha incrementado su participación. No obstante existen ventas muy cercanas a sus costos de comercialización, que hacen que la cantidad de ganancias se vea significativamente reducida. Este comportamiento tiene múltiples causas una de ellas es las pérdidas existentes en el proceso de compra y venta que aunque no se dan para todos los casos afectan el desarrollo normal de la distribución de productos y servicios. Más adelante se nombrarán las causas principales de las pérdidas.

**Gráfico 22. Determinación del Precio del Producto o Servicio Por las Mujeres en las Plazas**



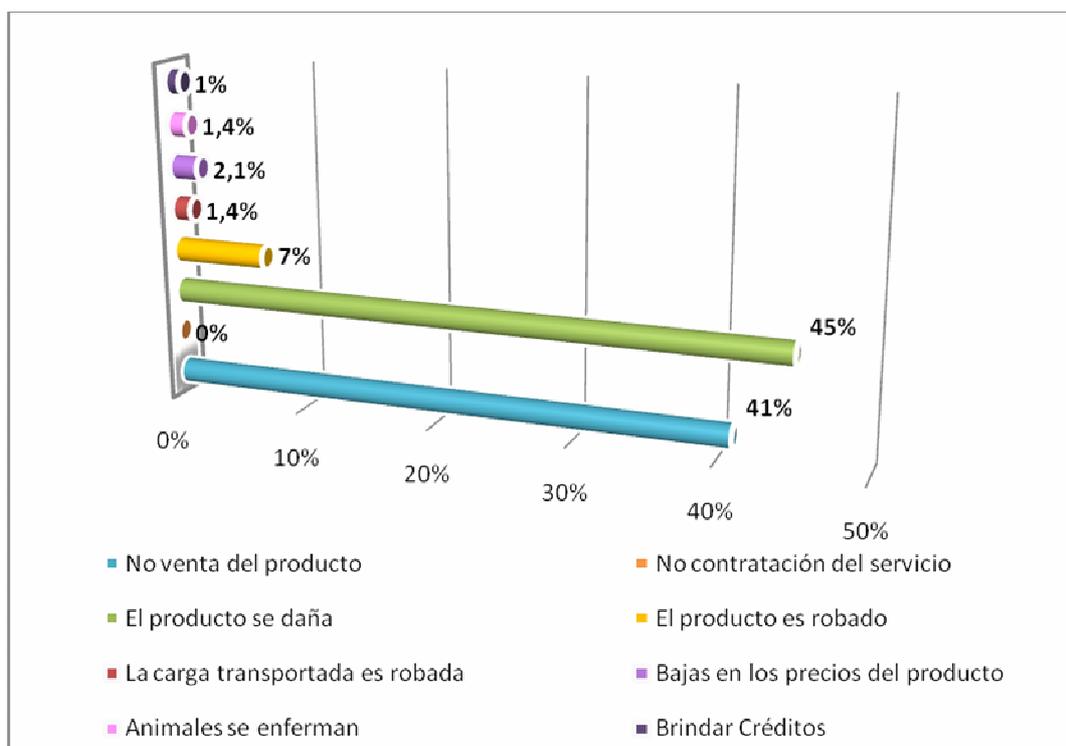
Fuente: Esta investigación

El manejo de los precios por parte de la población trabajadora en las plazas de mercado sigue una tendencia marcada. La mayoría establece sus precios a partir de los cobros realizados por sus proveedores, toman este valor y lo incrementan en una pequeña cantidad, los valores variaran de acuerdo a la clase de producto ofrecido. Este manejo puede ser desde cierto punto de vista aceptable teniendo en cuenta que muchos establecimientos comerciales como tiendas y pequeños negocios, realizan de igual manera el cobro de sus productos, no obstante podría plantearse el precio del producto utilizando métodos que permitan disminuir la competencia desleal, como por ejemplo precios por medidas, kilos, libras, arrobas, entre otros, que permitirían una venta generalizada por parte de todos los establecimientos, más sin embargo esto es muy difícil de lograr por la existencia de personas que viven del rebusque. Por otra parte están aquellas personas que establecen sus precios de manera poco convencional y negativa para la comercialización, estas personas realizan ventas al ojo y por porciones dejando al final incertidumbre acerca de la cantidad vendida. Posiblemente estas personas tengan pérdidas como también pueda que su experiencia en los años de trabajo haya logrado brindarles un manejo adecuado de dicha medida.

De la población encuestada se encuentra que un 85% afirma tener pérdidas en la comercialización de sus productos y tan solo un 15% dice verse afectada por

dicho fenómeno. Esta información puede corroborarse en el anexo3 tabla No 40. Las causas de estas pérdidas se encuentran en el gráfico # 23.

**Gráfico 23. Causas de las Pérdidas en la Comercialización en las Plazas de Mercado**

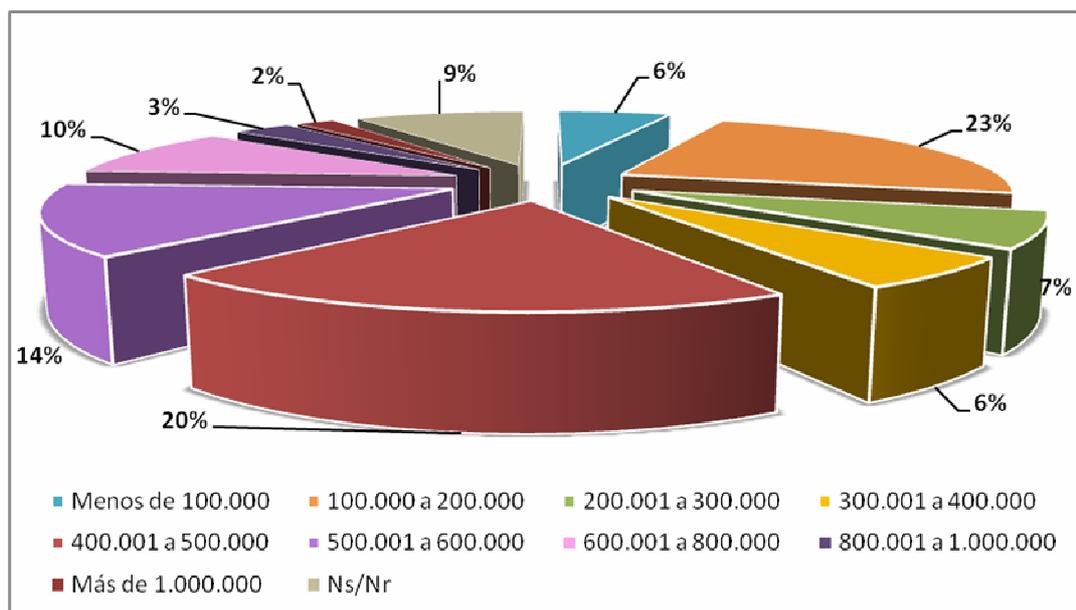


Fuente: Esta investigación

Si se observa el gráfico anterior, del 85% de mujeres que manifestaron sufrir pérdidas en sus establecimientos comerciales el 41% opina que dichas pérdidas son consecuencia de la no venta del producto, por otra parte se encuentra un 45% de la población que asegura tener pérdidas por que el producto se daña, si se realiza un análisis de manera muy superficial se encuentra que las variables estudiadas anteriormente van de la mano. Al no comercializar los bienes posiblemente estos se dañen esto teniendo en cuenta que la mayoría de productos que se comercializan en la plaza de mercado son perecederos. Por otra parte se encuentra la inseguridad en las plazas, este fenómeno ataca tanto a vendedores de productos, como a quienes se dedican a la prestación de servicios, un ejemplo claro de esto es las carretilleras quienes manifiestan sufrir pérdidas porque la carga transportada es robada. Derivado de este también se encuentran los indigentes quienes exigen a los vendedores una parte de sus mercancías, esto lo realizan por medio de amenazas no dejando ninguna alternativa posible. Otra de las causas sufridas por quienes comercializan animales particularmente, en las plazas de mercado es las enfermedades que muchas veces en los animales

causan la muerte. En menor proporción, esta la disminución de los precios que se tomaría como consecuencia por una parte de la tendencia a dañarse y por otra por precios de la competencia. Otra parte de la población afirma perder por los créditos brindados a algunas personas. De acuerdo a lo anterior se vislumbra el panorama que dichas personas tienen que vivir, todo no es tan fácil como muchas veces puede imaginarse existen múltiples factores que complican la situación de esta población.

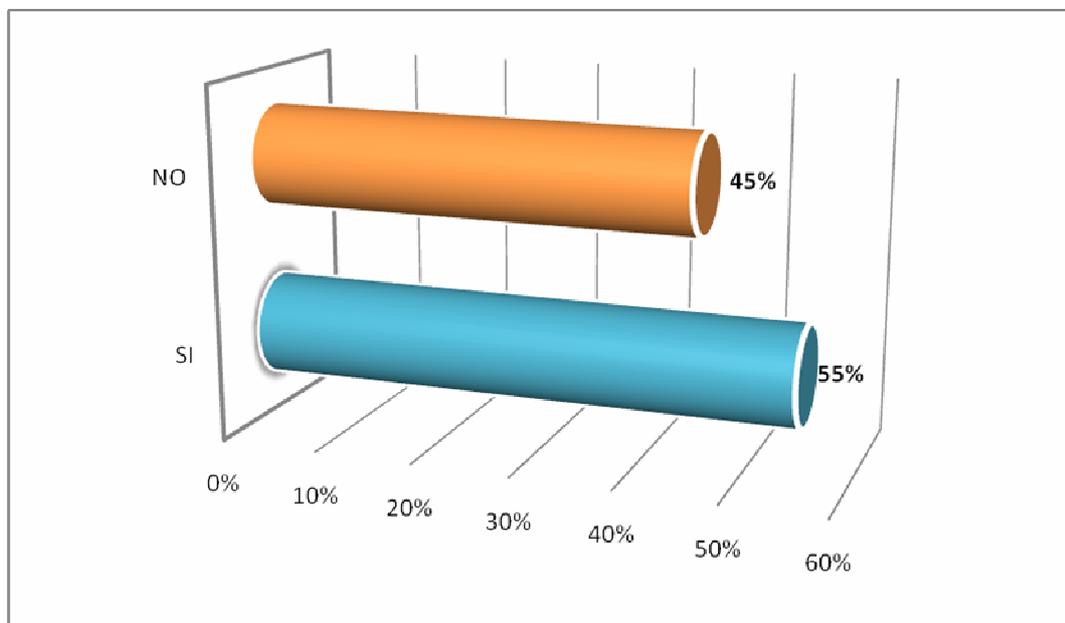
**Gráfico 24. Ganancia o Salario Mensual de las Mujeres Por su Trabajo en las Plazas de Mercado**



Fuente Esta Investigación

El gráfico anterior muestra la ganancia mensual recibida por el desarrollo de las actividades laborales de las mujeres en las plazas de mercado. Estas entradas corresponden tanto para dueñas como para empleadas. Existe una marcada variación de porcentajes más sin embargo se observa claramente que estas utilidades se mantienen en niveles bajos, del total poblacional cerca del 62% recibe menos de un salario mínimo legal establecido. Además se observa que un porcentaje aunque pequeño desconoce las ganancias recibidas por su trabajo. De esta ganancia tan reducida se deriva el hecho de que las mujeres tengan que dedicar tantas horas a las labores en la plaza, porque como se verá más adelante la mayor parte de la población dedica mucho tiempo a la comercialización en las plazas. De igual manera puede ser una de las causas de que las mujeres se vean en la necesidad de buscar empleos que ayuden a cubrir sus necesidades, como también a recurrir a los préstamos diarios que de igual manera contribuyen al sustento suyo y de sus familiares.

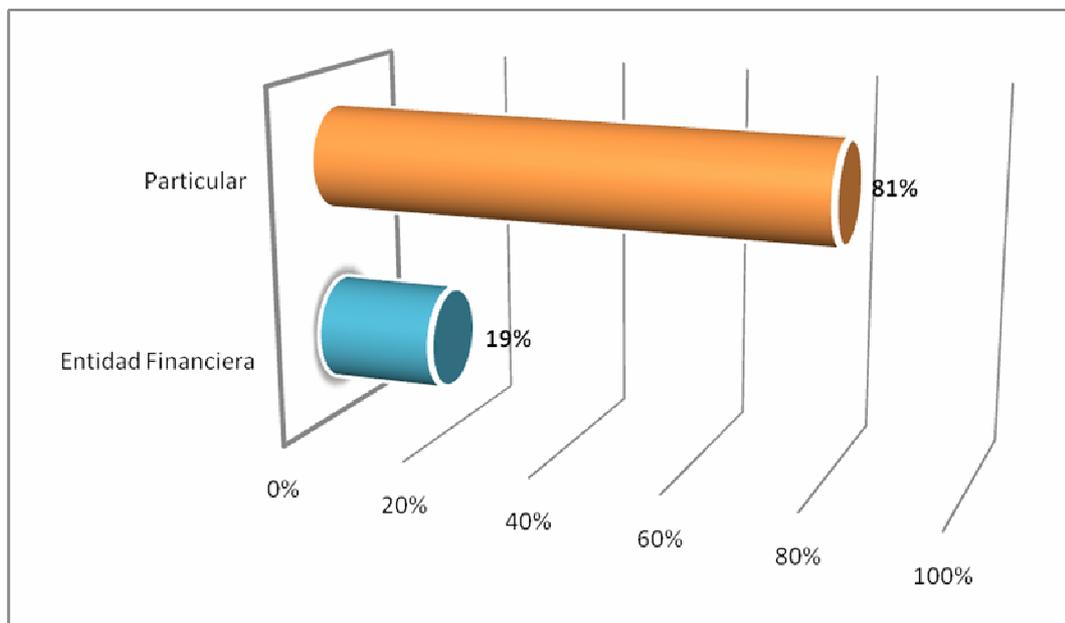
**Gráfico 25. Mujeres que Tienen Algún Crédito Recibido**



**Fuente:** Esta investigación

De las mujeres encuestadas el 55% de la población manifiesta ha solicitado algún tipo de crédito tanto para sus necesidades en el hogar como para el funcionamiento de sus negocios. Dichos créditos como se observara más adelante corresponden en mayor medida a créditos con particulares, especialmente créditos “gota a gota”, préstamos que de manera tendencial tienen costos de interés muy altos. Los motivos fundamentales para la no solicitud de créditos por parte del 45% de la población restante en primer lugar es consecuencia de la desconfianza y desconocimiento de los sistemas de crédito bancarios, además se encuentra el excesivo número de requisitos para la obtención de los mismos. Créditos paga diarios permite obtener estos préstamos sin muchos trámites, por lo cual muchas de las mujeres pertenecientes a ese 45% que no tiene créditos, manifestaron su interés por obtener dicho servicio, de igual manera muchas de ellas al momento de ser encuestadas habían terminado de realizar el pago final de muchos diarios.

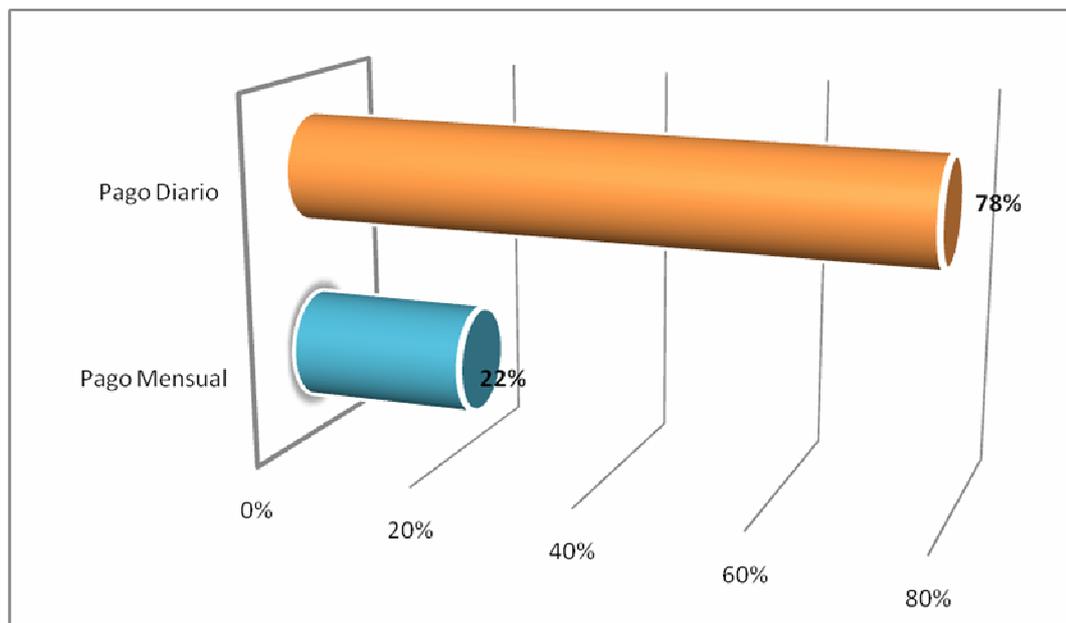
**Gráfico 26. Entidad a la cuál Solicitaron y Recibieron Créditos las Mujeres de las Plazas de Mercado**



**Fuente: Esta investigación**

Del 55% de población que manifestó realizar la solicitud de créditos el 81% posee préstamos con personas particulares lo cual corrobora lo planteado anteriormente sobre el incremento de créditos “gota a gota”. Tan solo un 19% ha solicitado préstamos a entidades financieras esto como consecuencia de la dificultad en los trámites. Un dato interesante y preocupante a la vez obtenido por la observación y contacto directo con la población es que dichos préstamos la mayoría aseguro haberlos realizado para “invertirlos” en las tan mencionadas “Pirámides” por lo cual demuestran su indignación y turbación.

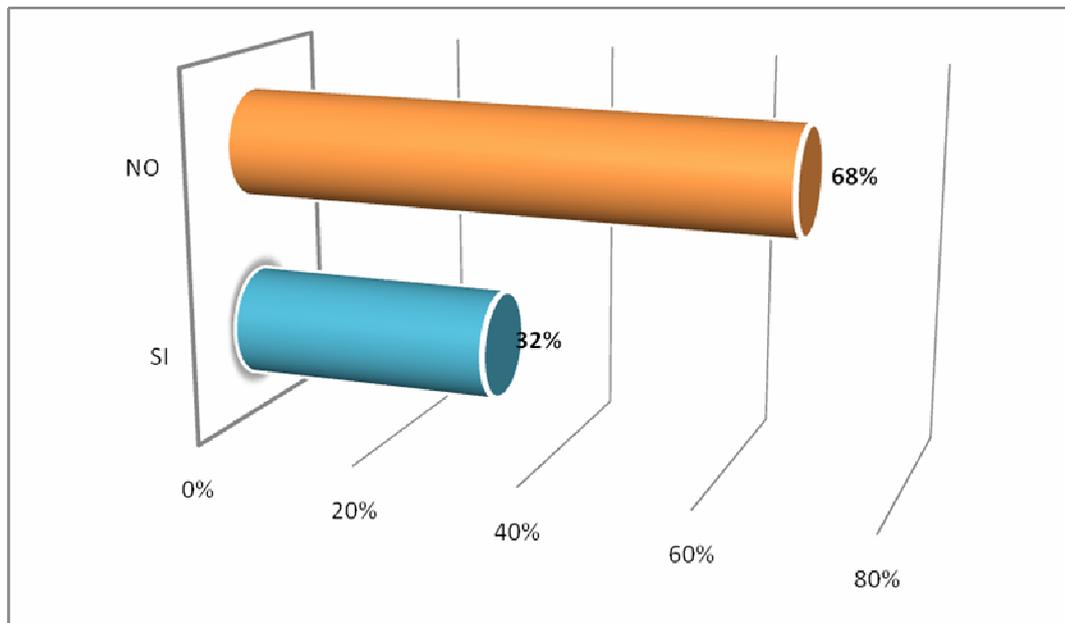
**Gráfico 27. Frecuencia de Pago de Intereses Por las Mujeres de las Plazas de Mercado**



**Fuente:** Esta investigación

El gráfico # 27 revela nuevamente el incremento de créditos pagados diariamente y que por las facilidades brindadas, cobran intereses de grandes dimensiones. El pago mensual respecto a lo visto anteriormente en la entidad a la cual se solicitó el préstamo incremento en un 3% dando a conocer que existen personas con créditos particulares que realizan pagos de manera mensual.

**Gráfico 28. Manejo de Registros Contables Por las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**



Fuente: Esta investigación

Al preguntar a la población encuestada cuál era la forma de manejar su contabilidad se obtuvo una respuesta esperada pero nada gratificante. El 68% de la población no lleva ningún registro contable en la comercialización tanto de productos como servicios que ofrece en su puesto de trabajo. Únicamente el 32% restante de esa población manifestó llevar algún tipo de contabilidad. Lo más preocupante es que esta es una tendencia marcada en las plazas en general. Por lo tanto se hace necesario brindar capacitación urgente sobre los más elementales registros, que conlleven a una mayor organización y mejor aprovechamiento de sus ingresos.

Las personas que manifestaron llevar cierto tipo contable se dividen de manera heterogénea en dos opciones La primera y con un mayor porcentaje es la típica y nada sorprendente anotación en cuaderno y la segunda que cuenta con el 2% de participación sobre el total es algún tipo de registro contable en nuestro caso particular un balance mensual. Esta situación revela la urgente necesidad de implementar capacitaciones para esta población, porque posiblemente como se dijo con anterioridad, esta sea la principal razón del bajo rendimiento de sus ingresos. Esta información puede corroborarse en el anexo3 tabla No 47.

Al realizar un análisis en conjunto de las condiciones Económicas de las mujeres trabajadoras en las plazas de mercado se vislumbra una situación caótica, la mayor parte de esta población asume el sostenimiento de sus familiares, siendo

mujeres cabeza de hogar, solas, con ganancias o salarios que no alcanzan a satisfacer todas sus necesidades. Gran porcentaje de la población realiza más de un trabajo, esto con el fin de lograr cubrir en su totalidad los gastos característicos de cada una de sus familias. Como se mencionó anteriormente, dichas ganancias no son significativas, más del 50% de las mujeres gana menos de un salario mínimo legal establecido, de igual manera teniendo en cuenta las diferentes estadísticas realizadas a nivel nacional y que revelan como es el caso del planteamiento realizado por Angélica Salazar en su artículo publicado en el espectador, denominado Ser Mujer Paga Menos, en el cual según la consulta de estudios realizados muestra que “las mujeres asalariadas tienen sueldos alrededor de un 10% y 15% menores que los que reciben sus pares hombres” o lo confirmado en la tesis de maestría realizada por Pilar Fernández, llamada Determinantes del diferencial salarial por género en Colombia entre 1997 y 2003 en la cual se evidencia que “en el país por cada peso que gana un hombre, una mujer recibe 84 centavos”. Aunque no existe una comparación, mediante la presente investigación de la existencia de una brecha de desigualdad entre hombres y mujeres en las plazas de mercado, dicha situación les augura un panorama similar. Además teniendo en cuenta la estratificación baja de esta población puede esta perspectiva e incertidumbre consolidarse con los datos obtenidos en el estudio realizado por Ximena Peña, en su doctorado en la Universidad de Georgetown, Estados Unidos, en la cual se evidencia que “la brecha entre hombres y mujeres para los estratos más bajos es alrededor de 35% lo cual quiere decir que si un hombre gana 425.000 pesos una mujer gana 318.750 pesos por las mismas horas trabajadas”.

Entonces puede manifestarse que siendo el trabajo una fuente tan importante de riqueza no se remunera adecuadamente más aún tratándose de plazas de mercado dónde el trabajo posee un alto grado de complejidad, por lo tanto, significa para la población disminución de su bienestar ya que el salario o ganancia recibida muchas veces no alcanza a cubrir sus necesidades básicas.

También se encuentra además de las ganancias, los bajos ingresos de sus hogares, ingresos que en algunas de las ocasiones no son suficientes para cubrir los gastos de sus familias, lo cual se opone al planteamiento de Adam Smith el cual dice que “Un hombre a de vivir de su trabajo y su salario debe ser capaz de mantenerlo. En la mayor parte de los casos debe ser capaz de más; sino le será imposible mantener a su familia”. Caso contrario se vive en las plazas de mercado, las ganancias, como la totalidad de los ingresos de las mujeres, no se ven manifiestos en el sostenimiento de sus familias, simplemente a muchas de estas no les alcanza para subsistir, la escasez de dinero obtenido por el trabajo en plazas de mercado, las obliga a acceder a trabajos extras, mal remunerados, que se plasman en una desmejora en su calidad de vida. De igual manera sus bajas utilidades se plasman en el deterioro de sus puestos de venta o sobre los elementos utilizados para la prestación de sus servicios. La desesperación por falta de recursos influye sobre sus decisiones de endeudamiento, préstamos en

muchas ocasiones con altas tasas de interés que al contrario de significar una ayuda, provocan un mayor detrimento de su bienestar.

Lo anterior aunado al monumental desorden existente en cuanto al manejo de los recursos, representados en los costos de los insumos, las ventas de productos y servicios, las ganancias o salarios obtenidos, los préstamos recibidos entre otros, agravan la vida de esta población.

El crecimiento de la población trabajadora en plazas de mercado día a día es más significativo, esto como consecuencia directa de la falta de oportunidades laborales diferentes, Adam Smith en la Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones: “aboga por un justo medio, en donde los brazos no sean demasiado numerosos para que los salarios no sean demasiado bajos”, ese justo medio es inexistente en las plazas. De cierto modo aplica para la población objeto de estudio que diariamente ve como sus utilidades disminuyen, por la existencia de una gran competencia, resultado del incremento demográfico en su ambiente laboral, personas que por su falta de formación y recursos, recurren a las plazas de mercado en busca de una solución para sus necesidades, provocando en varios casos pérdidas para muchos otros comercializadores.

Ante la necesidad de obtener algún tipo de reconocimiento en el desarrollo de la sociedad, como también proporcionar mejores oportunidades a sus familias, las mujeres han soportado discriminaciones a la hora de acceder a diferentes cargos, a esta población se le delega labores de tipo doméstico, en casos extremos las labores que por capacidad física podrían delegarse solo para hombres, han sido encomendadas a ellas, en algunos casos con el fin de pagar menores salarios. Tal y como lo expresa Adam Smith: “Se les enseña lo que sus padres o guardianes juzgan útil y necesario que aprendan y no se les enseña nada más. Cada parte de su educación sirve, evidentemente, a algún propósito útil: a mejorar el atractivo natural de su persona o a preparar su mente para la reserva, la modestia, la castidad y la economía; a prepararla adecuadamente para que llegue a ser ama de casa de una familia y para que se comporte debidamente cuando llegue a serlo”. Por tradición, cultura y religión esto sigue conservándose más sin embargo no en su totalidad, la mujer sigue siendo el sostén familiar pero hoy en día sus funciones son mayores ella es la encargada del sostenimiento del hogar.

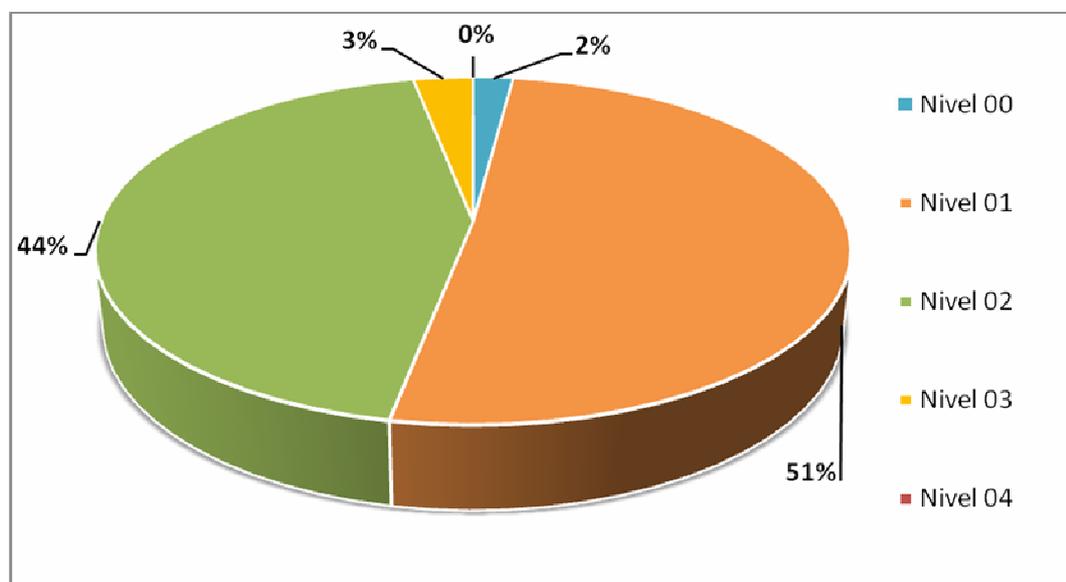
Más sin embargo su lucha constante no se reconoce como debería, su papel fundamental en el desarrollo de la sociedad ha sido rezagado. Tal y como se manifiesta en Política integral para las Mujeres Colombianas Presidencia de la República Consejería para la juventud, la mujer y la familia: “Aún así, las mujeres de las ciudades y los campos a lo largo de la historia, han jugado un papel fundamental en la generación de desarrollo económico y social, pero este ha sido insuficientemente reconocido o invisible hasta muy reciente fecha”.

La participación de la mujer tanto en los aspectos sociales como económicos avanza a través de la historia de manera significativa, sus funciones han cambiado pasando de ser amas de casa dedicadas a labores domésticas, a contribuir en el desarrollo económico de las sociedades insertándose en el campo laboral. Pero esto en algunas sociedades sigue sin tener impacto ya que las mujeres pertenecientes a estas, han recurrido a empleos domésticos mal remunerados como consecuencia por ejemplo de la disminución del poder adquisitivo de sus compañeros debido a los altos niveles de desempleo y otras por ser el único sustento de sus familias como cabezas de hogar.

La situación de la mujer sigue siendo desigual frente a los hombres, muchas cosas han cambiado pero el machismo sigue golpeando los roles que esta población podría desempeñar por lo que tal y como expresa Esperanza Cerón en su libro Como trabajar perspectiva de género, estrategias y metodologías: “Aunque existe la idea equivocada de que hablar de género es hablar de mujeres, en realidad se trata también de que los hombres replanteen sus roles tradicionales y sus espacios de poder y micropoder heredados históricamente por la cultura patriarcal”.

#### 4.3 ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES SOCIALES DE LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO

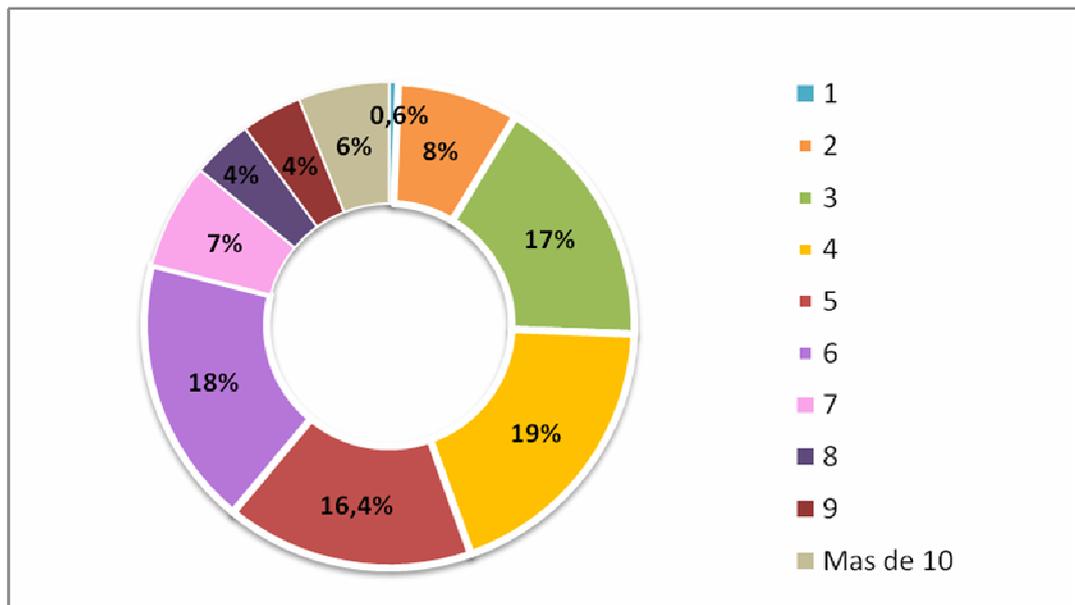
**Gráfico 29. Estrato de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

En el estudio realizado se encontro que la gran parte de la poblacion se encuentra ubicada en el estrato 1 debido a que se encuentran ubicados en barrios aledaños a estas plazas que se encuentran estos niveles de estratificacion, ademas que aquí se evidencia la situacion economica de estas mujeres que tienen grandes necesidades en su nucleo familiar como se evidenciara mas adelante, por otra parte la poblacion perteneciente al estrato dos es de un 44%, evidenciando que la mayoría de la poblacion encuestada pertenece a una clase social baja, mas sin embargo se encuentra personas pertenecientes al estrato tres con un pocentaje muy bajo de participacion que es del 3%, es de gran importancia mencionar la existencia de personas pertennecientes al estrato cero que en este caso corresponde al 0.6% de la población que manifesto ser desplazada por la violencia lo cual la ubica en este estrato social.

**Gráfico 30. Número de Integrantes de los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



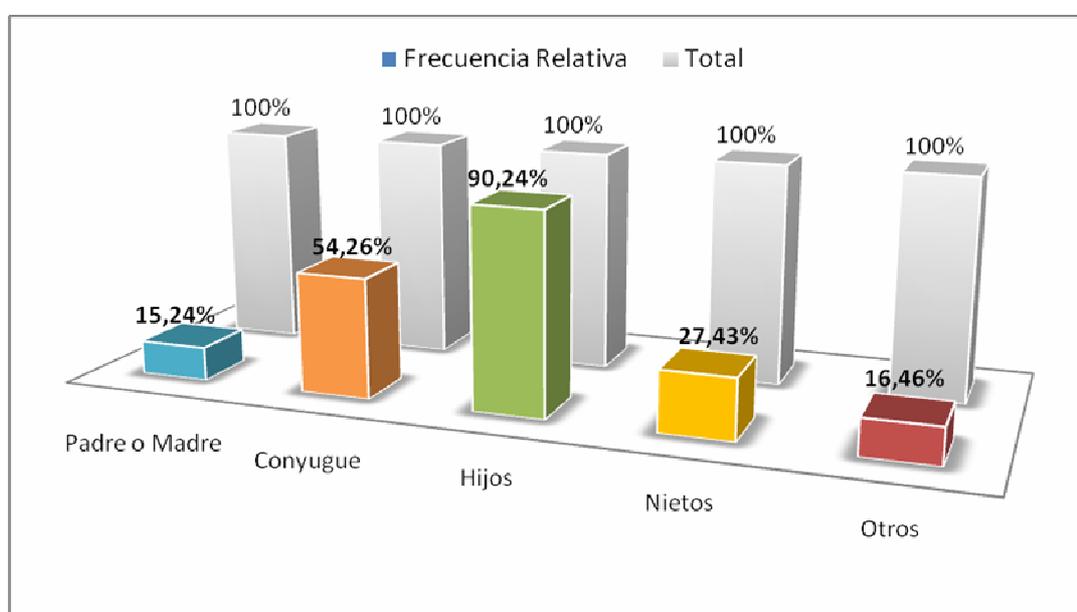
Fuente: Esta investigación

De acuerdo a la conformación de los hogares, de la población objeto de estudio puede verse claramente en el gráfico que existe un predominio de hogares numerosos. Un 19% de los hogares se encuentran formados por 4 integrantes lo cual implicaría - teniendo en cuenta que principalmente los jefes de hogar son mujeres – una obligación mayor. Las familias conformadas por un integrante solo tienen una participación de 0.6% y las conformadas por dos marcan tan solo el 8% de la población. Familias conformadas por 3, 5, 6, 7, 8, 9, y más de 10 personas en conjunto conforman un 80,4% de la población total, se observa que a pesar de ser familias con ingresos muy bajos esto no implica que tengan un control

anticonceptivo que de alguna forma les permita tener menos integrantes en su hogar para de esta manera alivianar cargas.

También se debe tener en cuenta que de todos los integrantes del hogar, en caso de que la familia sea numerosa, pocos contribuyen con el sustento del mismo ya que se encuentra en muchos casos que hay hogares con una sola persona que recibe ingresos mensualmente, por lo cual se nota que estas familias tienen bastantes necesidades básicas insatisfechas debido a los bajos niveles de ingresos que tienen en sus viviendas y la cantidad de integrantes que estos poseen.

**Gráfico 31. Parentesco de los Integrantes de los Hogares, con las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**

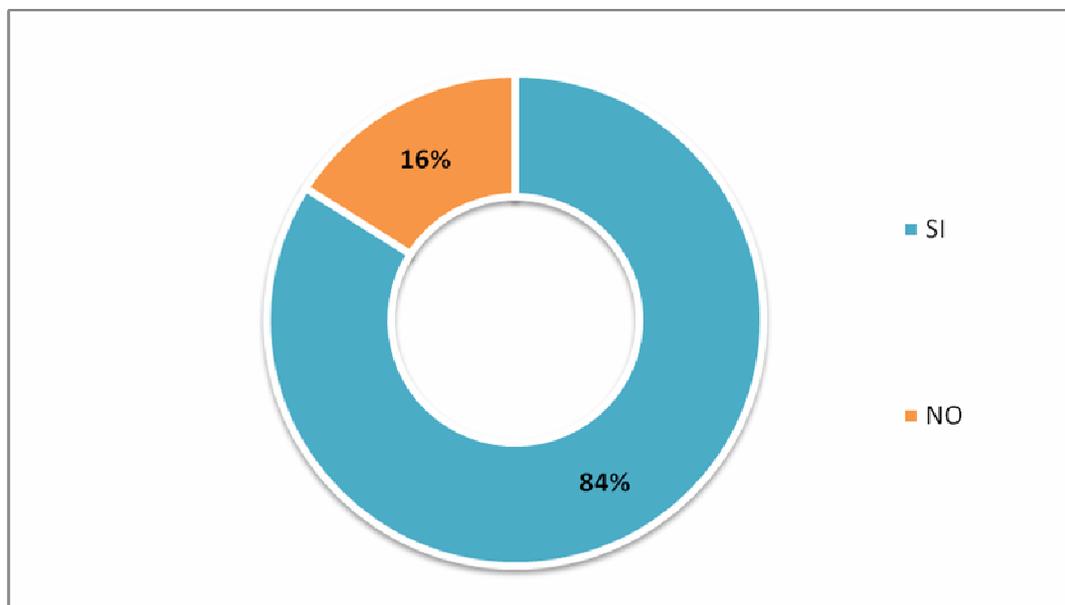


Fuente: Esta investigación

Tomando como referencia las diferentes personas que conforman el núcleo familiar, puede verse claramente datos de gran interés como aquel que muestra que el 65% de la totalidad de mujeres encuestadas viven con sus parejas y el 94% viven con sus hijos. De igual manera, existen algunas mujeres que viven con otros familiares, hay quienes viven con su padre o madre y otras que conviven con sus nietos, además de otros familiares como lo son yernos, nueras, tíos, entre otros.

De manera muy superficial puede significar una ayuda económica para ellas o en otros casos una carga más aparte de sus propios hijos o padres a los que tienen que mantener.

**Gráfico 32. Mujeres Jefes de Hogar**



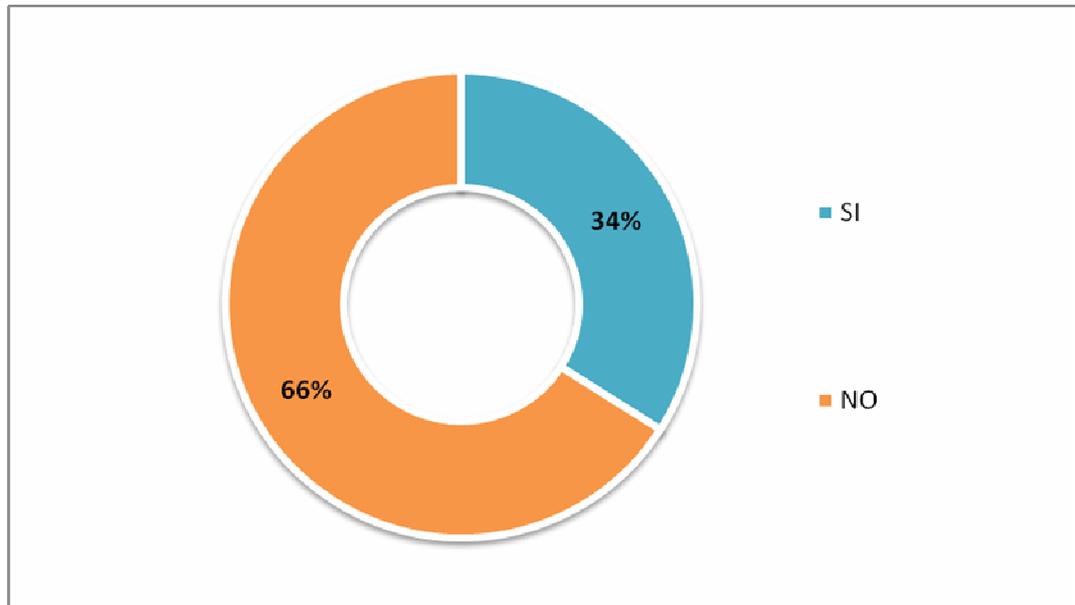
Fuente: Esta investigación

De la totalidad de personas encuestadas se obtuvo que el 84% son madres cabeza de familia, hecho que implica una carga absoluta en cuanto al mantenimiento de las necesidades de sus hogares teniendo en cuenta que a pesar de tener un conyugue a su lado no significa que la carga económica disminuya para ellas se puede decir que es al contrario, ya que además de mantener a sus hijos cuentan con una carga mas que es la de su esposo o compañero sentimental, hecho que es bastante anormal porque entonces el esposo solo contribuye como una clase de compañía para no encontrarse sola sentimentalmente pero si económicamente.

Ellas aun así manifestaron que sus compañeros sentimentales se encuentran desempleados o que aunque trabajan, colaboran con muy poco en el sostenimiento de sus hogares.

Lo anterior puede también verificarse en el anexo 4. Cruce de Variables No 3. Que revela la siguiente información: De las mujeres que se encuentran casadas el 81.8% son jefes de hogar lo cual significa que la presencia de un compañero sentimental no garantiza que la responsabilidad no recaiga sobre la mujer. El 18.2% restante afirma no ser la jefe de hogar más sin embargo muchas de ellas asumen de manera parcial o total los gastos de sus hogares. De igual manera sucede con las mujeres unidas libremente a sus conyugues, el 77% de esta población asume la dirección de su hogar.

**Gráfico 33. Existencia de Menores de 6 años en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**

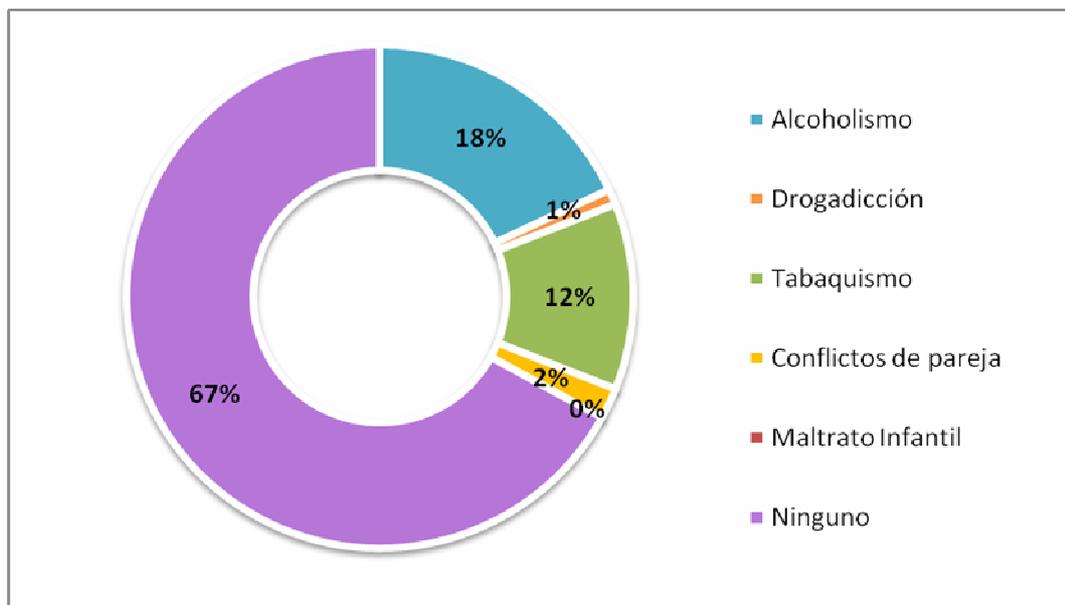


**Fuente: Esta investigación**

En cuanto a la existencia de menores de seis años en el hogar se obtuvo como resultado que en el núcleo familiar de las mujeres encuestadas tan solo en el 34% de estos hogares existen menores de seis años lo que significa que en la mayoría de estas familias no existen niños que requieren especial cuidado de sus padres y que implique un gasto mas en el cuidado de ellos.

De este 34% que declararon tener en su hogar niños menores de 6 años, la mayoría afirmó que el cuidado general se encuentra a cargo de los padres del menor, aunque en los demás casos se presenta que los niños son cuidados por otras personas que conforman el hogar, sin embargo esto no significa que estos no asistan a alguna institución de cuidado especial como lo puede ser una guardería o un hogar infantil que en ciertos casos son una ayuda para estas mujeres quienes tienen que trabajar para conseguir darles lo necesario.

**Gráfico 34. Problemas en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras de las Plazas**



Fuente: Esta investigación

En cuanto a problemas en el hogar que hacen referencia a conflictos de tipo social que influyen sobre la calidad de vida de las familias, el 33% del total de la población encuestada manifestó poseer problemas en sus hogares un 18% afirma sufrir el flagelo del alcoholismo, 1% de la población admite ser afectada por la drogadicción, un 12 % Tabaquismo y el 2% restante conflictos de pareja, sin embargo la mayoría de la población manifestó no tener ninguna clase de problema dentro de su hogar lo que a simple vista es bastante satisfactorio, no obstante se debe tener en cuenta que en muchos casos la población decide reservar la verdad de lo que sucede en su hogar, dicha situación se da por la incomodidad de dar a conocer las preocupaciones que los afligen.

Al observar el anexo 4. Cruce de Variables No 4. Se encuentra que los problemas de tipo social en los hogares, pueden catalogarse respecto al estado civil de la siguiente manera. De las mujeres casadas el 18.2% se ve afectada por el problema del alcoholismo en su hogar, el 14.3% sufre con el tabaquismo y el 2.6% tiene conflictos de pareja. El 64.9% de estas mujeres no tiene ningún problema en sus hogares.

Más sin embargo realizando una comparación de las mujeres casadas con los demás estados civiles se encuentra que, de acuerdo al alcoholismo son quienes más se ven afectadas con un 48.3% de participación. Los otros problemas manifestados por ellas también superan en proporción a los demás estados civiles, en cuanto a tabaquismo participan con un 57.9% y respecto a conflictos de

pareja tienen un 66.7% prevaleciendo sobre los demás estados civiles. De las 36 mujeres solteras vale destacar que son las únicas con problemas de drogadicción, también se encuentran afectadas por el flagelo del alcoholismo tomando el segundo lugar en orden de importancia. El tabaquismo también las afecta en segundo lugar después de las casadas.

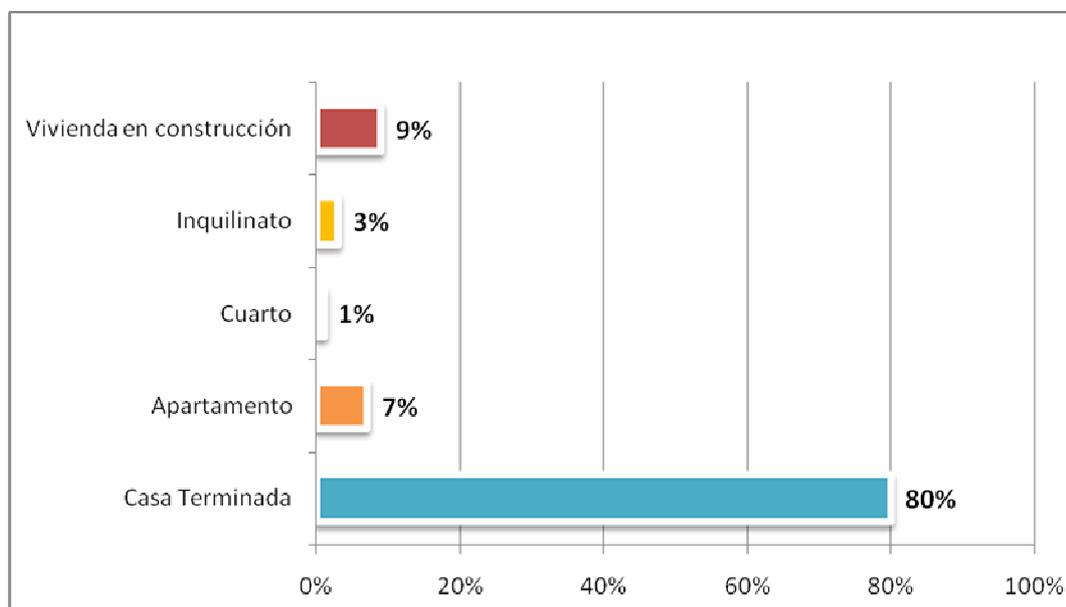
Las mujeres que manifestaron vivir en unión libre, sufren los mismos problemas de quienes se encuentran casadas pero en menor proporción, no obstante en conflictos de pareja, son las segundas en importancia después de las mujeres casadas.

De las mujeres que se encuentran separadas el 15% manifiesta sufrir problemas de alcoholismo, y en comparación con los demás estados civiles ocupan el 4 lugar. La única mujer divorciada manifestó tener como único problema el alcoholismo dentro de su núcleo familiar.

De las mujeres viudas el 33.3% tiene problemas de alcoholismo y frente a los demás estados civiles se ubica en los últimos lugares. El 16.7% tiene problemas de tabaquismo y se ubica en 3 lugar en orden de importancia frente a los demás estados civiles.

De acuerdo a lo anterior y con la experiencia adquirida con el desarrollo del trabajo de campo, se observa de manera marcada una característica común, entre aquellas mujeres madres solteras o que por algún motivo se encuentran distanciadas de su conyugue, los problemas de estas mujeres recaen directamente sobre sus hijos. Ellas afirman, que asumir el rol de padre y madre tiene grandes complicaciones. Las mujeres opinan que para ejercer control sobre los hijos es necesaria la mano dura de un hombre.

**Gráfico 35. Tipo de Vivienda de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**

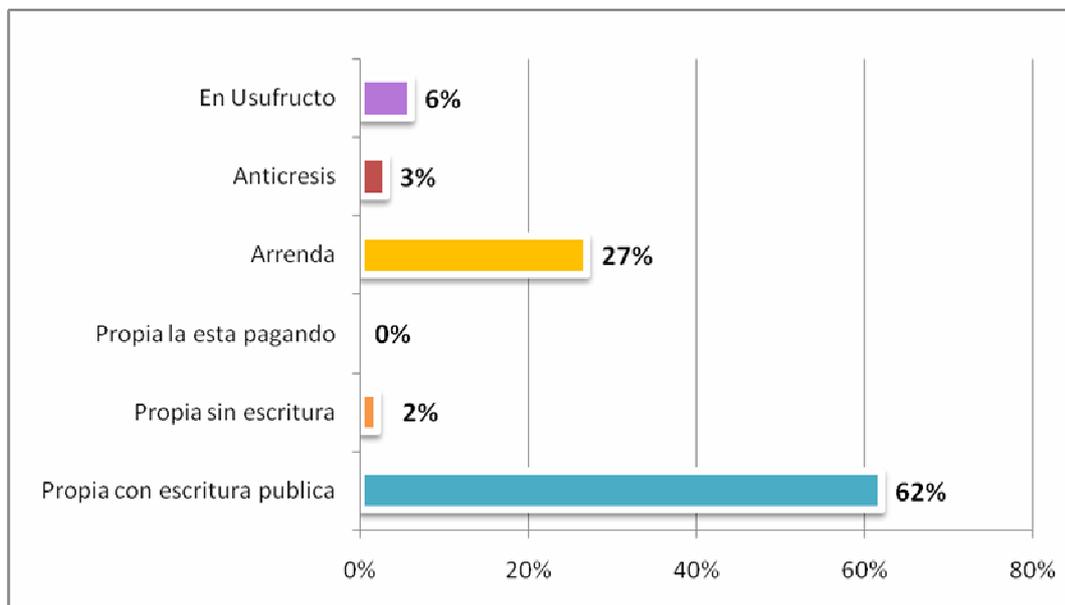


Fuente: Esta investigación

De las mujeres encuestadas se encuentra que las condiciones actuales de la vivienda usada en su mayoría residen en una casa terminada. Un 7% de la población vive en apartamentos, otro 9% de la población habita en una vivienda que se encuentra en construcción. El 4% restante se divide entre cuarto e inquilinato. Lo anterior podría vislumbrar una situación positiva más sin embargo se debe analizar las condiciones de esa vivienda para poder realizar una calificación real del estado de los hogares.

Se tiene que la mayor parte de la población habita en viviendas construidas básicamente en ladrillo, material predominante en la mayoría de edificaciones. Un 10% reside en casas construidas en tapia, el 2% vive en casas donde el material predominante es la madera con estos datos se obtiene una situación positiva en los hogares de las familias de las mujeres encuestadas ya que por lo menos las condiciones de las paredes de sus hogares son en la mayoría materiales resistentes, en cuanto al material de los piso en que reside la población objeto de estudio el 67% son en cemento, 17% en baldosa, 9% en cerámica, 5% en tierra y el 2% restante en madera; esta situación permite afirmar que la mayoría de estas personas viven en condiciones humildes, sin que esto signifique que vivan en condiciones inadecuadas ya que al menos tienen un techo en donde refugiarse del frío o de la lluvia.

**Gráfico 36. Tenencia de la Vivienda Por Parte de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**

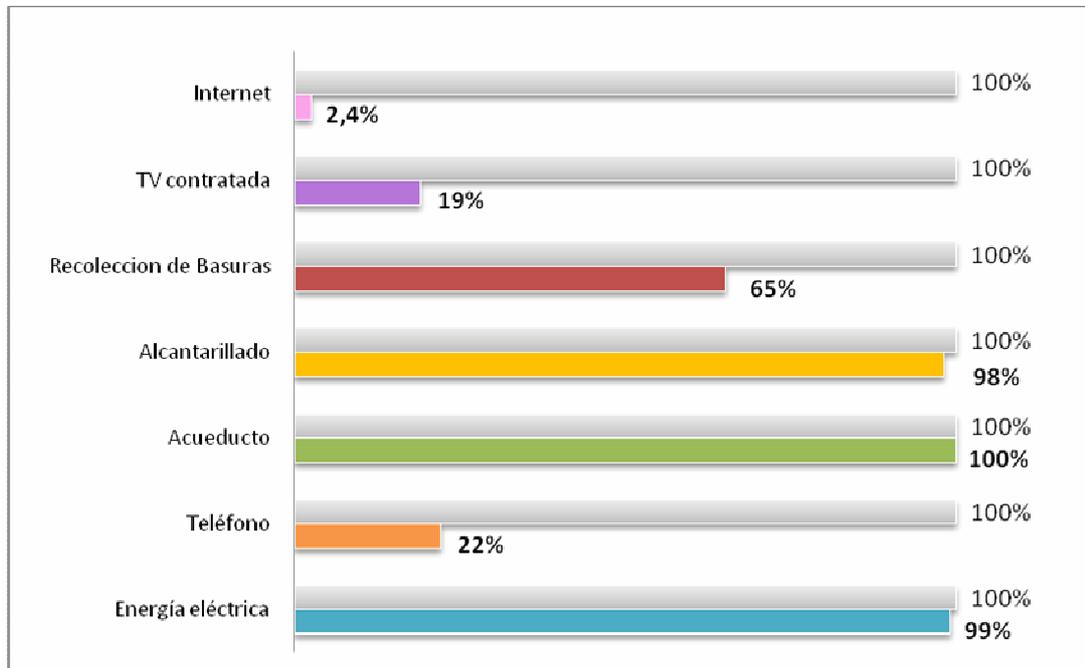


**Fuente: Esta investigación**

En cuanto a la tenencia de la vivienda se obtienen datos bastante positivos, ya que la mayoría de la población manifestó tener vivienda propia, dato que demuestra que esta es una carga menos en los gastos del hogar pues mal que bien tienen un sitio estable donde vivir. En cuanto a las personas que no tiene vivienda propia son las que en realidad poseen una gran carga y corresponden a las arrendatarias ya que se tiene que pagar un valor mensual para poder vivir en un techo estable. La población restante posee como tenencia de la vivienda en la categoría de usufructo que es el caso en el que viven en la propiedad de un familiar en condición de prestada, así como viven anticresando que en tal caso no es un gasto ya que el valor depositado por el inmueble se devuelve en su totalidad al final del tiempo pactado.

Esto demuestra que de cierta manera esta población no se encuentra tan desprotegida y que de sus ingresos obtuvieron para comprarse una vivienda en donde pueden vivir cómodamente así no se tengan grandes lujos.

**Gráfico 37. Servicios con los que Cuentan las Viviendas de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**

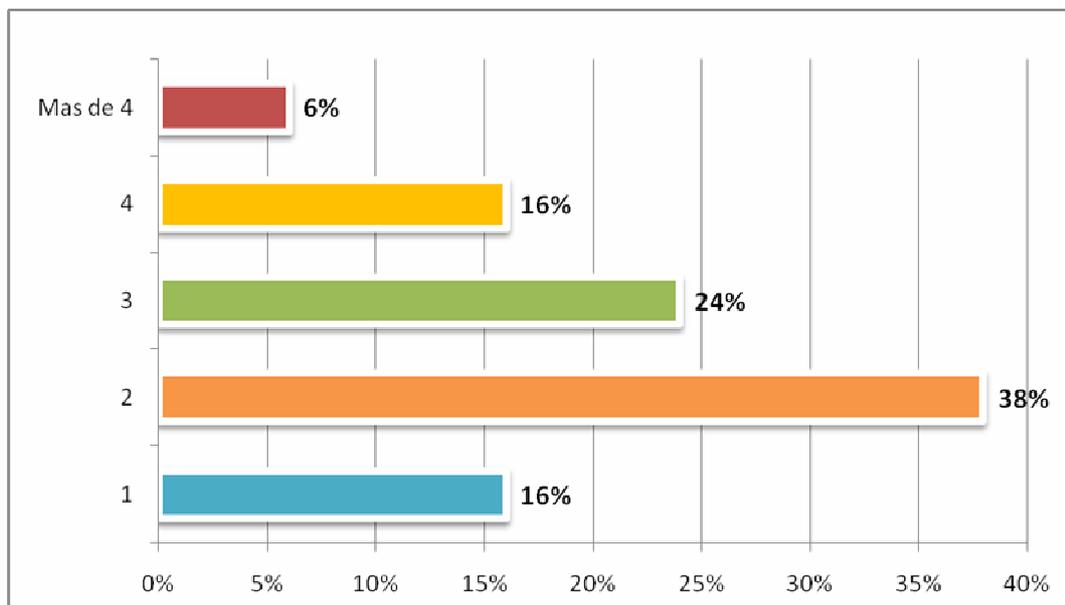


**Fuente:** Esta investigación

En cuanto a los servicios con que cuenta la vivienda se encontró que de las encuestas realizadas el 99% de estas viviendas cuenta con energía eléctrica y el 100% con acueducto. Servicios adicionales como teléfono es percibido por el 22% de estos hogares, televisión contratada es percibido tan solo por 19% de los hogares. El servicio de Internet es percibido por solo el 2.4% de los hogares en total, además del servicio de recolección de basuras es percibido tan solo el 65% de los hogares. Lo anterior indica que la mayoría de las personas encuestadas cuentan en sus hogares con los tres servicios básicos que son energía eléctrica, acueducto, alcantarillado y recolección de basuras, tomando los demás servicios como un lujo que es percibido por muy pocos de estos hogares.

En cuanto al número de cuartos que posee la vivienda se encuentra que la mayoría de casas posee más de cuatro cuartos, lo que a simple vista es bastante favorable ya que demuestra que los hogares son amplios, sin embargo con el gráfico siguiente se puede observar que en los cuartos en los que duermen los habitantes de estos hogares el 6% duerme en más de cuatro cuartos, lo que a simple vista demuestra que no hay condiciones de hacinamiento en estas familias.

**Gráfico 38. Dormitorios con los que Cuentan las Viviendas de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**



**Fuente:** Esta investigación

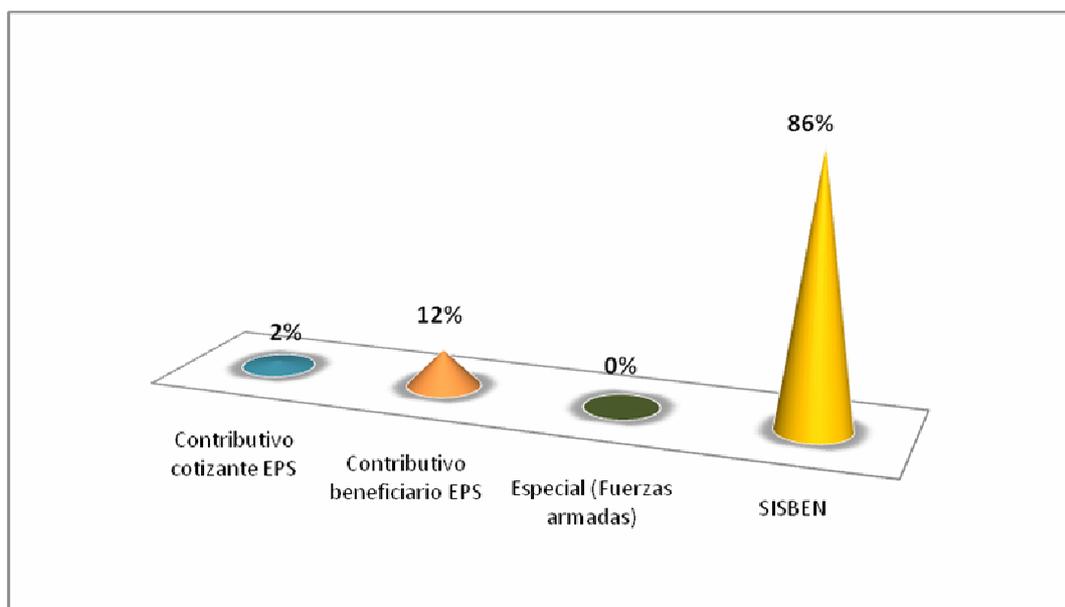
El 16% de esta población duerme en un solo cuarto hecho que puede indicar condiciones de hacinamiento, ya que en el número de integrantes de estos hogares (grafico # 33) tan solo el 0.6% de estos se encuentra constituido por una sola persona, el 38% de esta población cuenta en su vivienda con dos dormitorios, 24% con tres dormitorios, y 16% con 4 dormitorios dentro de sus viviendas

Uno de los grandes problemas que ataca a la sociedad actual debido en cierta medida a que los ingresos de la población en la mayoría de los casos no alcanza a cubrir las necesidades básicas es que en muchas ocasiones se ha dejado de consumir alguna tres comidas básicas uno o más días de la semana. En cuanto al consumo de comidas básicas el 90% manifestó haber dejado de consumir alguna de las comidas básicas debido a los múltiples gastos que tienen en sus hogares lo que en algunos casos se ha manifestado en dejar de consumir alguna de las tres comidas básicas diarias, lo que demuestra que sus ingresos son muy inadecuados y que en muchos casos se requiere de ayudas externas para suplir las necesidades más básicas.

En cuanto a salud puede observarse que 98% de las mujeres objeto de estudio se encuentran afiliadas a un sistema de seguridad social en salud. Este aspecto es positivo ya que significa una disminución de la carga social que deben llevar estas personas. Más sin embargo existen un 2% de mujeres que se encuentran desprotegidas en este aspecto, lo preocupante de estos casos son las razones por

las cuales no se encuentran afiliadas a ningún sistema de seguridad social en salud.

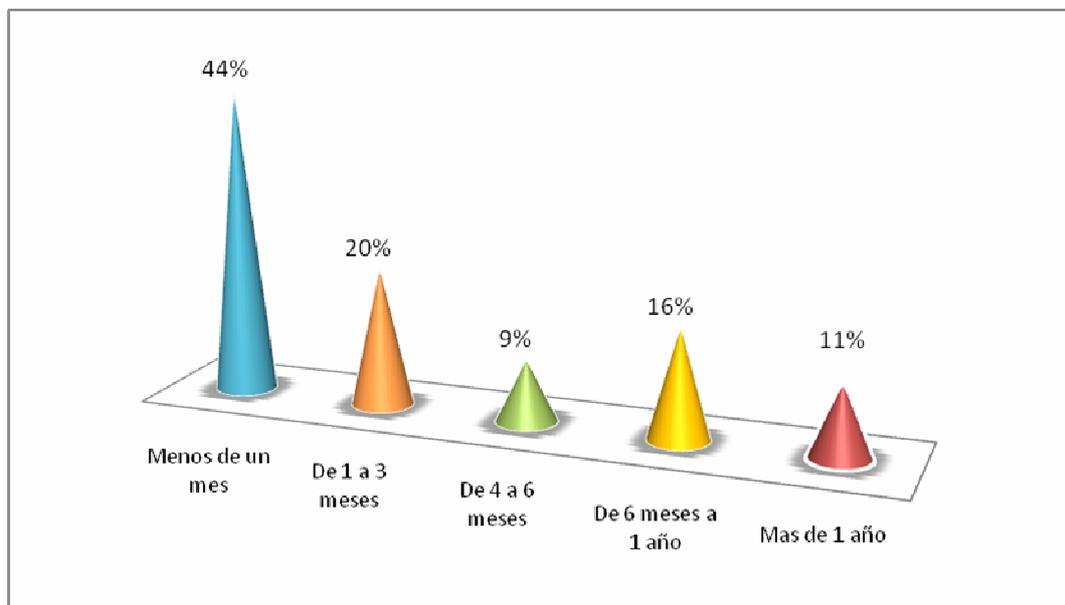
**Gráfico 39. Régimen de Seguridad Social en Salud al Cual Pertenecen las Mujeres Trabajadoras en las Plazas**



Fuente: Esta investigación

De acuerdo al gráfico # 39 la mayor parte de la población encuestada pertenece al régimen subsidiado SISBEN, lo cual corrobora que dichas personas efectivamente pertenecen a los estratos más bajos de la ciudad, un 14% de la población se encuentra afiliada al régimen contributivo más sin embargo de ese porcentaje un 12 manifiesta ser beneficiario, afiliado por la buena fe de algunos allegados.

**Gráfico 40. Asistencia Médica Mujeres Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud**

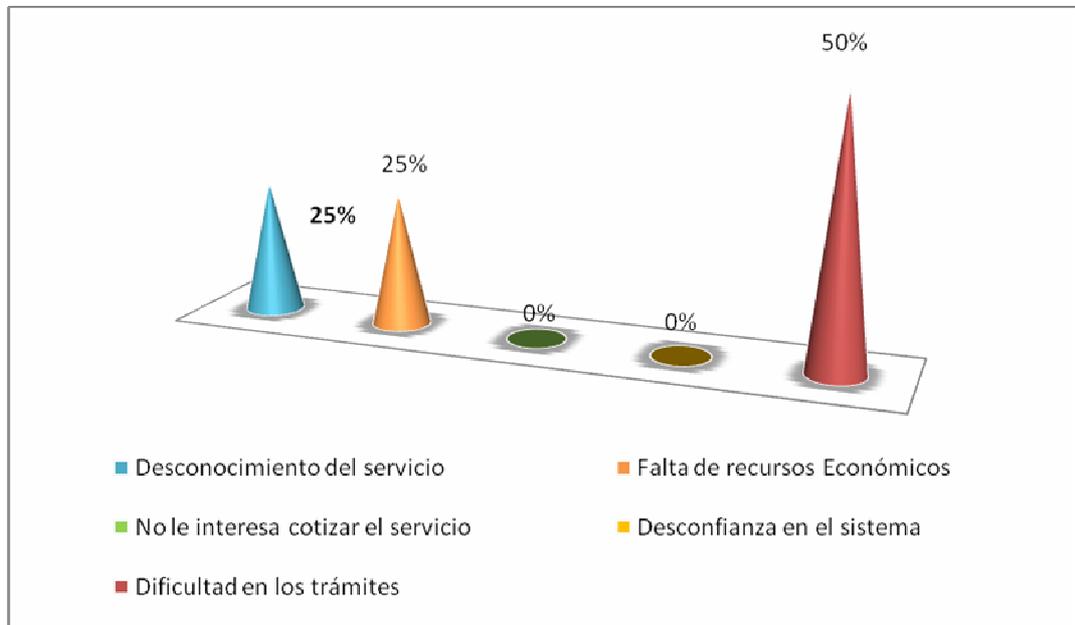


**Fuente: Esta investigación**

Un 44% de las mujeres pertenecientes al régimen de seguridad social en salud manifiestan su asistencia a la entidad hace menos de un mes, este dato sería gratificante si estas mujeres lo hicieran por control de rutina más sin embargo estas personas asisten por enfermedad muchas de ellas afirmaron utilizar el servicio en última estancia. Los porcentajes restantes de igual manera no tienen frecuencia constante en la asistencia a estos centros porque manifiestan sentirse perfectas en su estado de salud.

Haciendo referencia a las mujeres no afiliadas al sistema de seguridad social en salud se encuentra una gran preocupación cómo se menciono anteriormente. De estas poblacióng el 50% lleva sin cotizar el servicio más de un año y el otro 50% nunca ha estado afiliado al servicio. Como se verá más adelante las razones de su no afiliación muestran el desentendimiento existente por parte de los entes gubernamentales.

**Gráfico 41. Razón Por la Cual No Cotiza el Servicio de Seguridad Social en Salud**



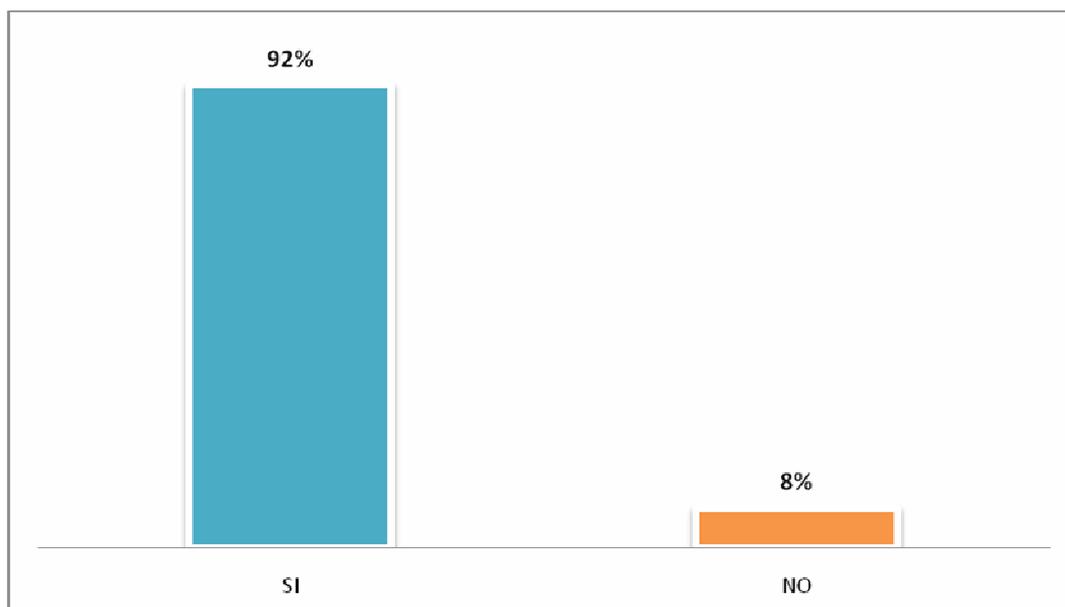
Fuente: Esta investigación

Como era de esperarse existe un 25% de población que por falta de conocimiento acerca del servicio no se ha cotizado salud, de igual manera existe quien por falta de recursos económicos no ha podido incorporarse al sistema y el 50% restante manifiesta que la dificultad en los trámites ha imposibilitado su afiliación. De acuerdo a lo anterior puede decirse que el gobierno debe fijar de manera más real sus metas en este aspecto no puede seguirse conservando la mitológica idea de que suficiente se hace con prestar el servicio, deben buscarse las maneras adecuadas de difundir la información y beneficiar a las personas que más lo necesitan.

Se observa que del total de la población objeto de estudio el 99% no se encuentra afiliada al sistema de pensiones y cesantías lo que evidencia el gran problema de estas personas las cuales no tienen garantía ni una estabilidad económica en su vejez. De ahí que la mayoría de la población que labora en estas plazas se ubique en los rangos de edad más altos y se encuentre entre esta población personas de la tercera edad las cuales tienen que trabajar para poder subsistir. Es preocupante ver como una población que realiza labores de tanto peso no asegure su vejez, estas personas están condenadas a vivir dedicadas a su labor, son muy pocos los que logran tener un descanso y muchos los que por su incultura de ahorro – tanto por desconocimiento del sistema, como por las obligaciones que no dan tregua- tendrán que en su vejez continuar con su arduo trabajo.

Del 1% de la población afiliada al sistema de Pensiones y Cesantías el 50% cotiza el servicio entre 1 a 10 años y el porcentaje restante se encuentra en un rango entre los 31 a 40 años. La información anterior puede observarse con mayor claridad en el anexo 3. Tablas 68 y 69.

#### **Gráfico 42. Mujeres Trabajadoras en las Plazas que Saben Leer y Escribir**



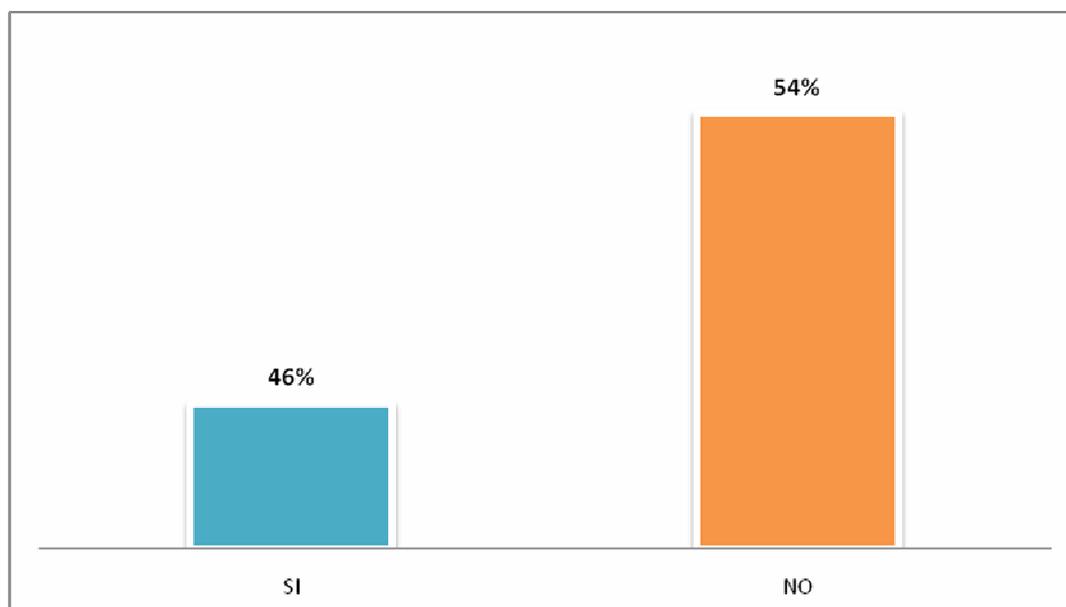
Fuente: Esta investigación

En cuanto al nivel de educación de estas mujeres la mayor parte de la población manifestó que si sabe leer y escribir aunque en algunos casos manifestaron hacerlo pero a medias, es decir saben lo básico, un 8% no sabe leer ni escribir dato que es preocupante porque esto es fundamental para dedicarse a atender un negocio.

En cuanto a si actualmente asiste a alguna institución educativa el 99% de la población manifestó que no asiste a ninguna institución, mientras que el 1% restante asiste a una institución educativa nocturna, lo que muestra un interés por parte de esta persona para salir adelante de alguna manera.

Las causas principales de inasistencia a institución educativa son porque debe trabajar, falta de dinero o simplemente por razones personales como puede ser la edad de ellas ya que manifestaron encontrarse en una edad avanzada como para ponerse a estudiar o simplemente ya no tienen interés de hacerlo porque sus labores y obligaciones no se lo permiten. Esta información se encuentra en el anexo 3. Tabla No 72.

**Gráfico 43. Mujeres Con Interés de Continuar sus Estudios**



Fuente: Esta investigación

En cuanto a si le gustaría continuar con sus estudios la mayor parte de la población se mostró desinteresada, el 46% que demostró alguna clase de interés es debido a que se encontraban en los rangos de edad más bajos o por el contrario les pareció parte fundamental para seguir un control más adecuado a sus negocios.

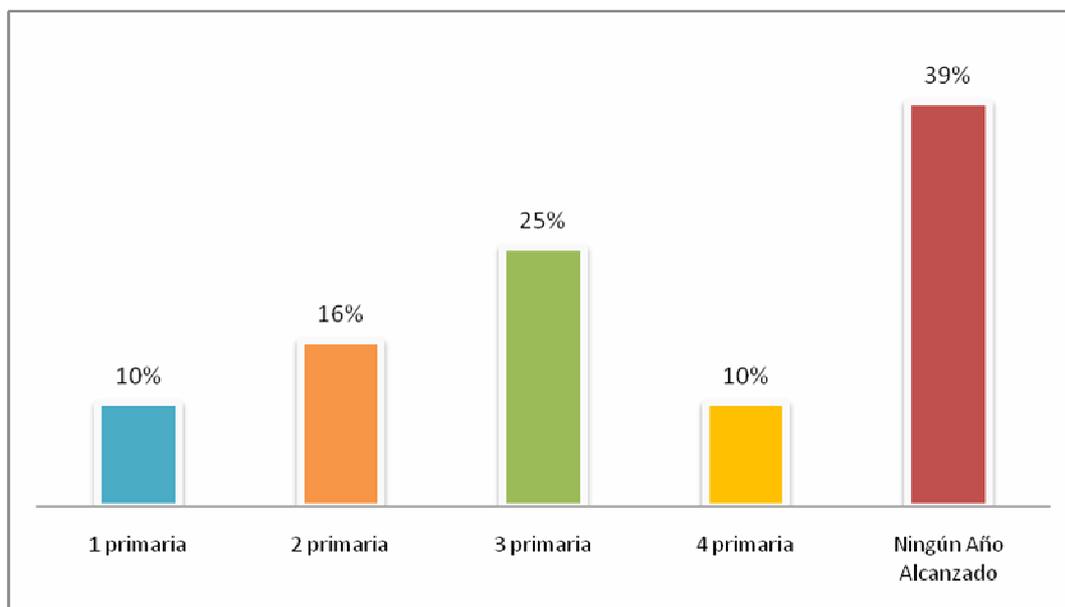
Teniendo en cuenta el interés demostrado por las mujeres de la plaza de mercado en continuar sus estudios se preguntó si de igual manera se invertiría tiempo en capacitaciones para el mejoramiento de sus actividades comerciales como también su calidad de vida, la respuesta fue muy gratificante se obtuvo un 82% de población dispuesta a recibir capacitaciones, estas mujeres dejaron en claro que su interés era mal interpretado, su inasistencia muchas veces se debe a la falta de tiempo, no obstante piensan que si se busca los espacios adecuados las capacitaciones podrían desarrollarse sin ninguna clase de inconvenientes. Esta información se encuentra con mayor claridad en el anexo 3. Tabla 74.

En cuanto al título educativo de mayor nivel alcanzado por estas mujeres el 47% tan solo logro terminar la primaria y de ahí se dedico a trabajar, tan solo el 9.8% tiene título de bachiller. Es interesante destacar un pequeño porcentaje de población que tiene títulos, tecnológico y 10 semestres de universidad quienes son casos especiales ya que manifestaron encontrarse trabajando en las plazas de mercado porque solo ahí tienen la oportunidad de percibir mejores ingresos. El 42% restante de la población no alcanzo a cursar ningún año educativo o

simplemente tan solo alcanzaron hasta cierto grado de primaria sin llegar a obtener ningún título educativo.

Cabe destacar que de esta población la mayoría tiene a sus hijos estudiando y aclaran que es importante para ellas que sus hijos estudien ya que quieren un futuro mejor para ellos, se nota aquí que de cierta manera reconocen que el estudio es importante para salir adelante en esta sociedad.

**Gráfico 44. Años Alcanzados Por las Mujeres Sin Ningún Título Educativo**

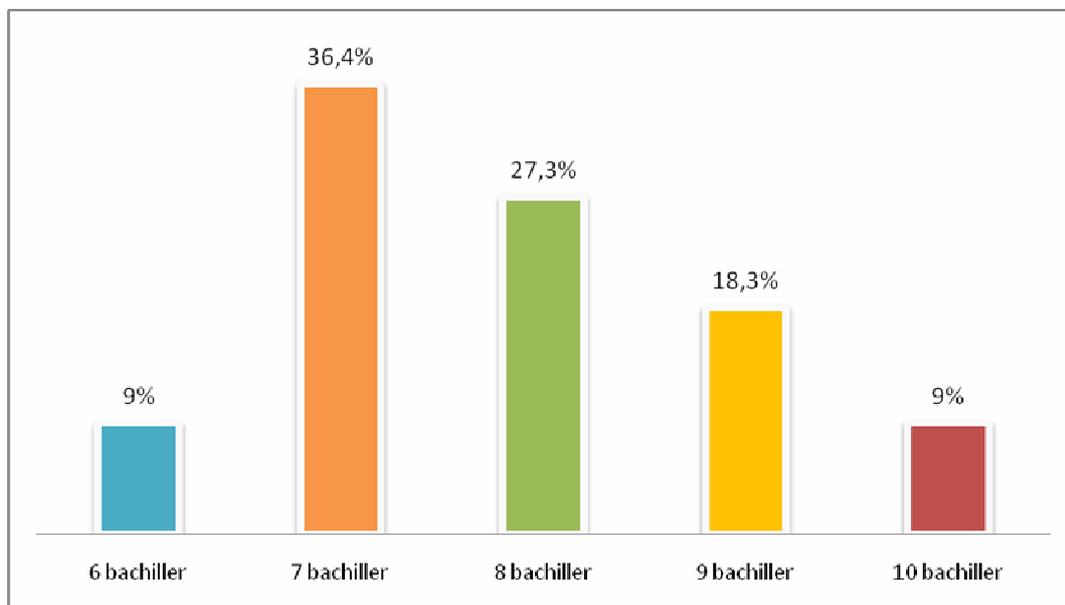


**Fuente:** Esta investigación

Del total de la población que no tiene ningún título educativo puede observarse que existen personas que si llegaron a cursar algún año educativo, esta población es del 61% que cursaron desde primero de primaria hasta cuarto de primaria, mientras que se encuentran casos lamentables de personas que jamás cursaron por lo menos un año de primaria y que si saben leer y/o escribir es porque han tenido que aprender de sus hermanos o de algún conocido que les enseñó lo básico, mientras que otras no saben ni leer ni escribir.

Se puede decir que son personas que han tenido que defenderse de la mejor manera posible y rebuscarse la manera de salir adelante ya que son analfabetas, y aun así se hacen cargo de un negocio que no es fácil de llevar.

**Gráfico 45. Años Alcanzados Por las Mujeres Con Título en Básica Primaria**



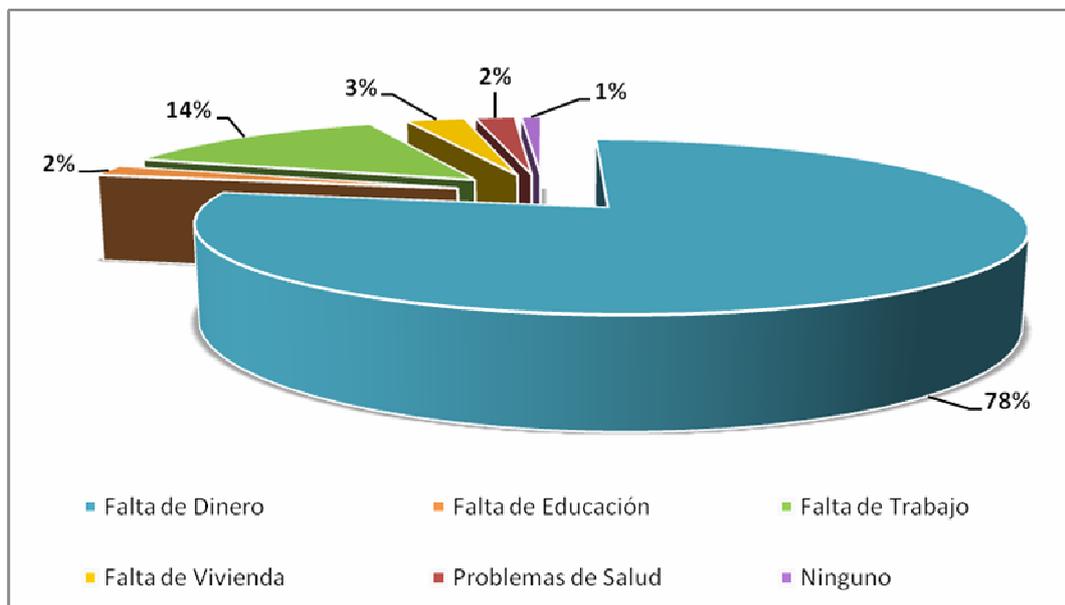
Fuente: Esta investigación

Es interesante observar en el gráfico número 45 que personas que obtuvieron su título de básica primaria, llegaron a cursar años en el bachillerato, aunque no lograron obtener el título de bachilleres por lo menos tienen un nivel educativo más amplio y les ayuda a defenderse en un campo laboral tan exigente como lo son las plazas de mercado, sin embargo no se sabe cuáles fueron las causas que las obligaron a desertar de los planteles educativos.

En cuanto a otro título obtenido aparte de la primaria y la secundaria se encuentran dos casos especiales aquellas mujeres con título tecnológico y con 10 semestres universitarios, quienes a pesar de sus estudios se encuentran trabajando dentro de las plazas de mercado porque manifiestan tener ahí la oportunidad de mejores ingresos dentro de estas, que en cualquier otro empleo que puedan conseguir, además prefieren ser sus propios jefes y no tener que obedecer a nadie y ajustar sus horarios a su antojo y necesidad.

Se obtiene que del total de la población el 79% manifestó tener en sus hogares familiares estudiando, lo que puede significar que esta población entiende y reconoce la importancia que tiene hoy en día alcanzar cierto grado educativo para salir adelante, el 21% restante de la población que manifestó no tener en su hogar familiares estudiando se debe en algunos casos a que los hijos de estas mujeres a pesar del interés de sus madres de que estudien, se retiran a buscar algún tipo de trabajo o simplemente a no hacer nada. Se da en otros casos que existen en los hogares personas que ya terminaron sus estudios de bachillerato y no desean continuarlos.

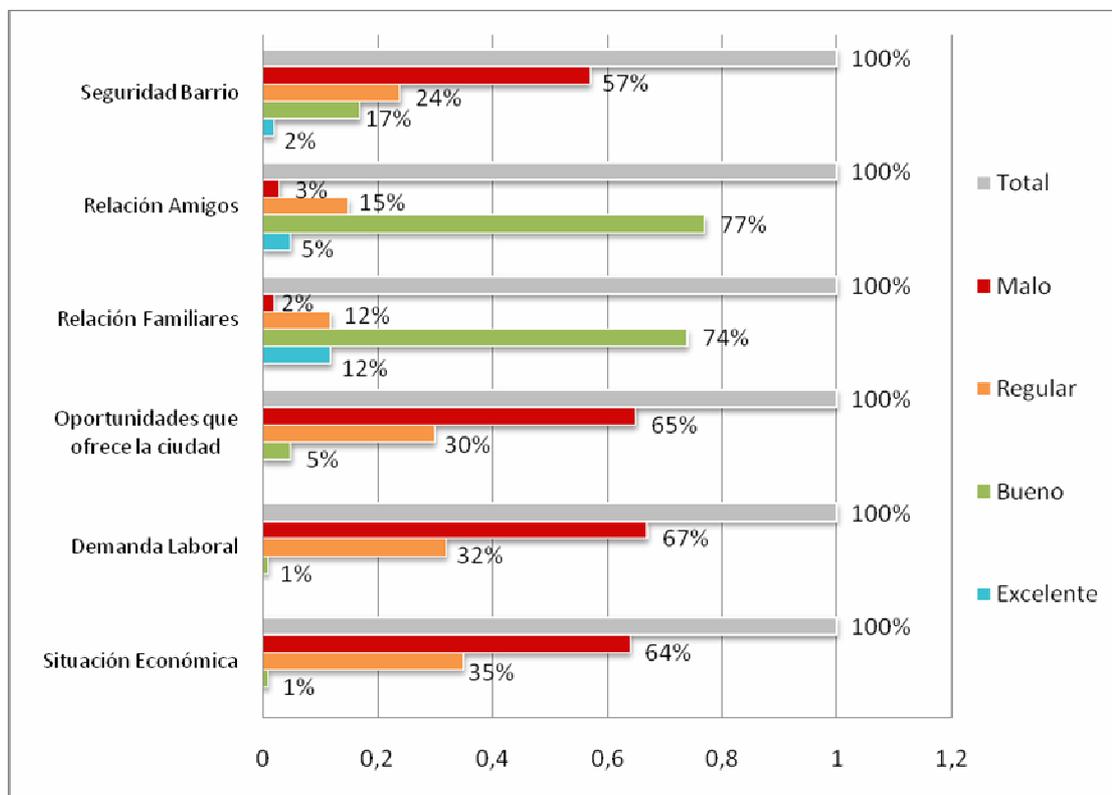
**Gráfico 46. Mayor Problema en la Actualidad Para las Mujeres en las Plazas de Mercado**



**Fuente: Esta investigación**

Del total de la población objeto de estudio un 78% manifestó tener como principal problema la falta de dinero para cubrir sus necesidades básicas, esto debido a que las utilidades percibidas por estas mujeres no son suficientes. Le sigue en su orden de importancia la falta de trabajo que alberga gran relación con el anterior problema, parecería absurdo pensar que las mujeres “Trabajadoras en las plazas” sufran debido a la falta de trabajo, más sin embargo ellas manifiestan que las labores realizadas no les proveen la estabilidad necesaria para el sostenimiento de sus hogares. Se observa que otra variable que provoca malestar a esta población es los problemas de salud que afecta como se analizó con anterioridad a un 2% de la población. La falta de educación es tomada como variable de última importancia provoca malestar sobre algunas mujeres, especialmente para quienes han adquirido conciencia de que una mayor educación podría mejorar sus condiciones de vida y las de su familia. Tan solo 1% de la población piensa que no posee problemas en la actualidad.

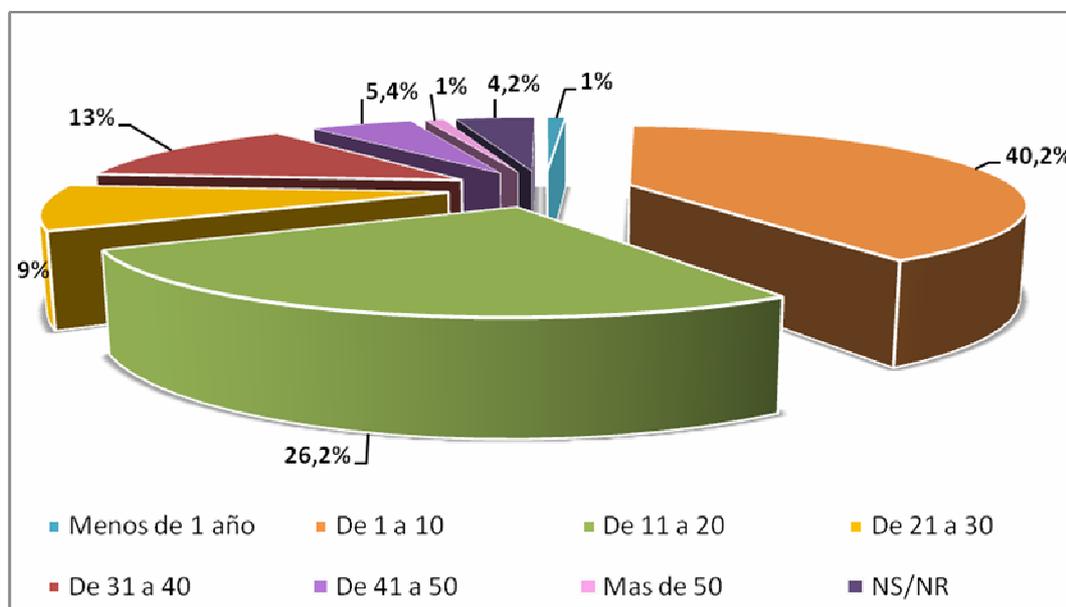
**Gráfico 47. Calificación Condiciones Bienestar General Por las Mujeres en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

Al preguntar acerca de variables relacionadas con bienestar general, la población objeto de estudio realizó la calificación teniendo en cuenta la incidencia directa de estas sobre su calidad de vida. De acuerdo al estudio realizado se obtienen los siguientes datos. En cuanto a la situación económica el 64% de la población coincide que es una situación pésima, de igual manera un 35% de mujeres piensan que la situación se encuentra regular, su respuesta no se aleja de la realidad vivida por muchos pastusos, ellas también manifiestan haber sido víctimas del fenómeno de las pirámides que hasta ahora muestra sus desastrosos efectos. No obstante existen 1% de mujeres que afirman vivir una situación económica estable. Del total de la población un 67% opina que el empleo o demanda laboral ha tenido un mal comportamiento, esto principalmente como consecuencia directa de la falta de oportunidades existentes a nivel nacional, como puede verse claramente son dos variables que van de la mano. Se observa así mismo que la seguridad en los barrios de las encuestadas es de pésima calidad, hecho que puede ser atribuido al mal estado en que se encuentran las variables de bienestar general. En cuanto a la situación de convivencia tanto con familiares y amigos se observa que mantiene una tendencia buena, no obstante algunas personas manifestaron cierta insatisfacción frente al tema.

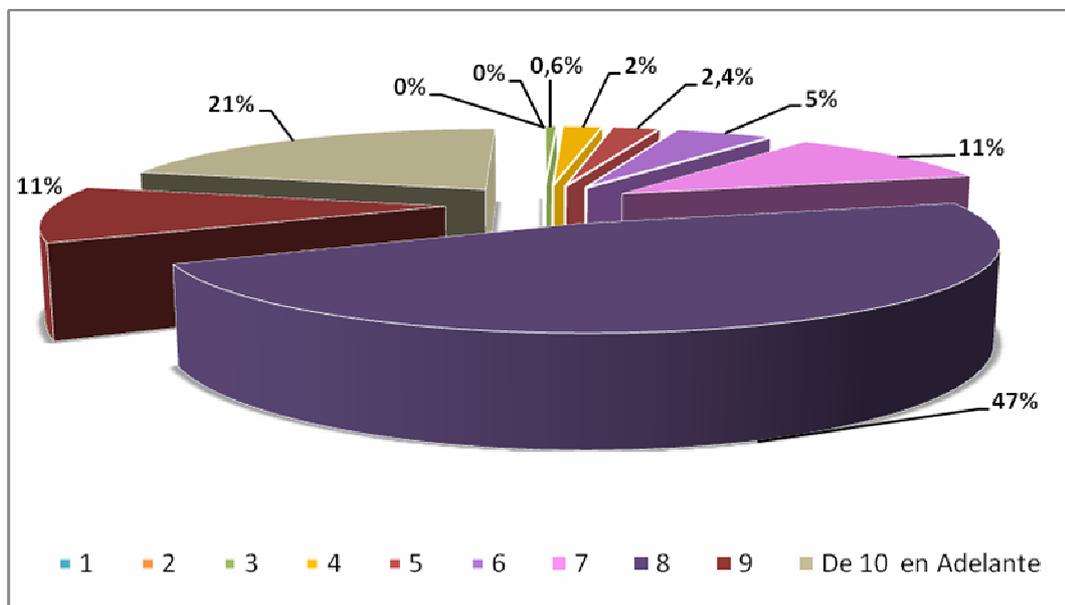
**Gráfico 48. Tiempo de Labores en el Negocio**



Fuente: Esta investigación

Como puede observarse en el anterior gráfico el tiempo de experiencia en el negocio por las mujeres encuestadas es de gran significancia, el 40.2% de la población manifiesta estar en el negocio desde hace 1 a 10 años, dato de gran importancia si se tiene en cuenta que relativamente es poco tiempo, las mujeres que han dedicado más tiempo al negocio se encuentran en menores porcentajes. Esta condición se deriva de que es un trabajo tradicional va pasando de generación en generación poco a poco van disminuyendo aquellas personas fundadoras de los negocios y van dando paso a sus nuevas descendientes. De esta población el 80% lleva laborando el mismo tiempo en las plazas de mercado, el 15% se han dedicado al negocio diferente tiempo del que llevan en las plazas y el 5% restante no sabe hace cuanto tiempo trabaja en la plaza, esta información puede mirarse con mayor claridad en el anexo 3 tabla No 83.

**Gráfico 49. Horas Laborales Diarias de las Mujeres en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

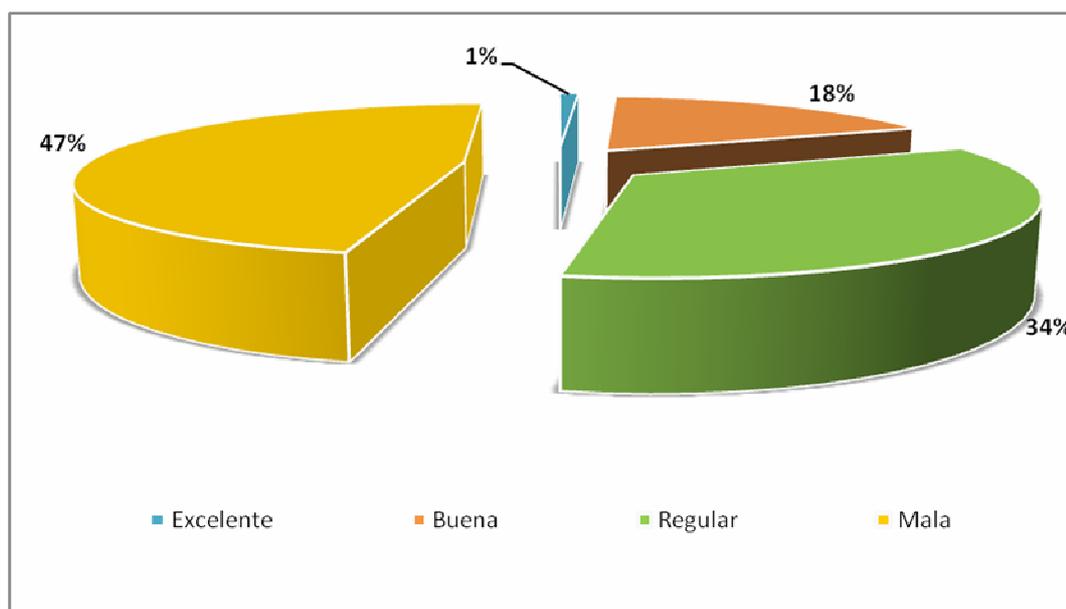
La mayoría de mujeres trabajadoras en las plazas de mercado trabajan jornadas extenuantes tanto por la cantidad de horas diarias como por los horarios frecuentes. El 47% de la población manifiesta trabajar 8 horas diarias horas que comienzan generalmente a las 1 o 2 de la mañana, un 21% de la población trabaja más de 10 horas lo cual significa un agotamiento tanto de su estado anímico como de igual manera el físico. Los porcentajes con menor participación no bajan de 3 horas al día. Quienes trabajan menos horas manifestaron tener obligaciones con más empleos de igual manera que quienes trabajan mayor tiempo.

Al realizar la pregunta de cuál era la razón principal por la cual trabajan en las plazas de mercado, se encontró que el 78% de mujeres se dedican a esta labor por que no existen más oportunidades de empleo, muchas de ellas admiten que su falta de educación puede ser una de las causas principales, como también las reducidas oportunidades que hay a nivel nacional, en menor porcentaje pero segundo en importancia se encuentran aquellas personas que manifiestan tener tiempo disponible en este trabajo, tiempo que puede ser utilizado para realizar otras labores. En menor porcentaje se encuentran personas que trabajan por necesidad, por tradición familiar, porque se les ha brindado la oportunidad de trabajar en el puesto y por las bajas tarifas manejadas por concepto de usufructo del puesto. Esta información se encuentra en el anexo 3. Tabla No 85. Si se habla de tradición familiar se observa en el anexo 3 tabla No 86 que un 54% de estas mujeres tienen familiares trabajando dentro de la plaza de mercado, esta respuesta ratifica la existencia de raíces difíciles de abandonar, muchas

generaciones han subsistido y seguirán manteniéndose del trabajo brindado en las plazas de mercado.

La situación de convivencia en las plazas de mercado suele ser bastante conflictiva, más sin embargo al preguntar cómo es la relación con sus compañeros de trabajo el 84% de las mujeres manifestó tener buenas relaciones, no obstante con la experiencia y la observación directa que brinda la realización del trabajo de campo se registró cierto malestar a la hora de dar su respuesta muchas de las mujeres después de contestar admitieron que la respuesta aunque no cierta prevenía posibles disputas. Un 13% de la población se mostró medianamente conforme con la relación con sus compañeros de trabajo, el 3% restante dio a conocer que su relación se encontraba en muy malas condiciones, las razones de estas riñas se debe principalmente a la competencia que entre ellas existe. Esta información puede observarse con mayor claridad en el anexo3 tabla No 87.

### Gráfico 50. Estado de la Seguridad en las Plazas de Mercado

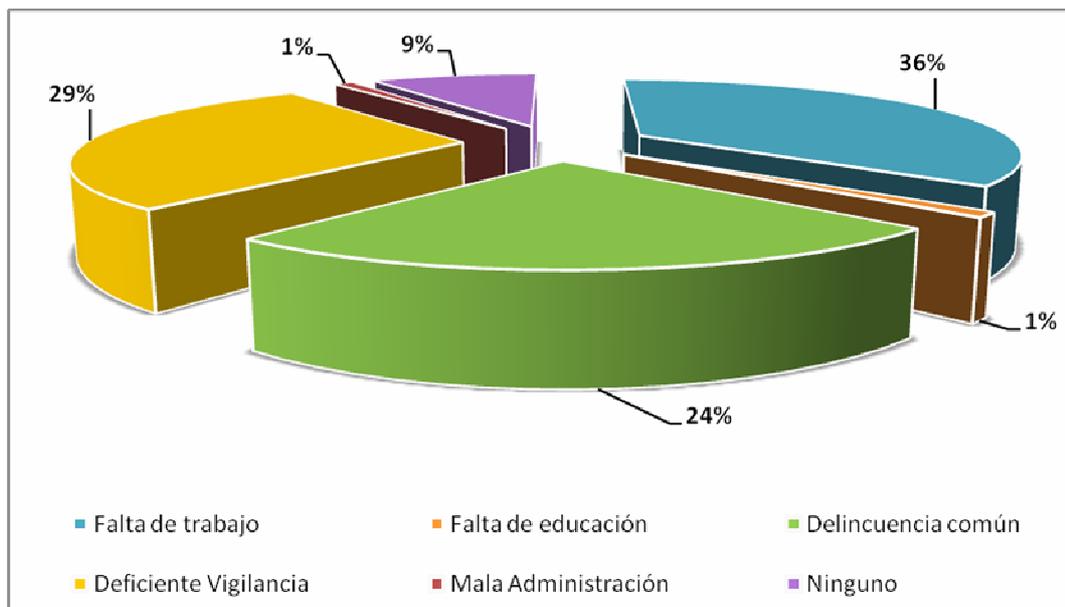


Fuente: Esta investigación

La seguridad en las plazas de mercado es una de las variables que poseen mayor incidencia sobre el desarrollo normal de la comercialización, como también la calidad de vida tanto de los usuarios como de los clientes. Esta seguridad para las mujeres encuestadas como también para muchos de los clientes es una seguridad obsoleta. El 47% de la población objeto de estudio opina que la seguridad es de pésima calidad, de igual manera un 34% se encuentra regularmente conforme con la seguridad en las plazas. Más sin embargo existen quienes opinan que la seguridad ha mejorado favorablemente. Con la observación directa se obtuvo una disminución en los robos, más sin embargo esta seguridad depende

principalmente de la llegada de grupos al margen de la ley, quienes ofrecen protección a cambio de una cuota diaria. Existen algunas causas directas de la inseguridad, nombradas por las mujeres encuestadas, las cuales se verán a continuación.

**Gráfico 51. Causas de la Inseguridad en las Plazas de Mercado**

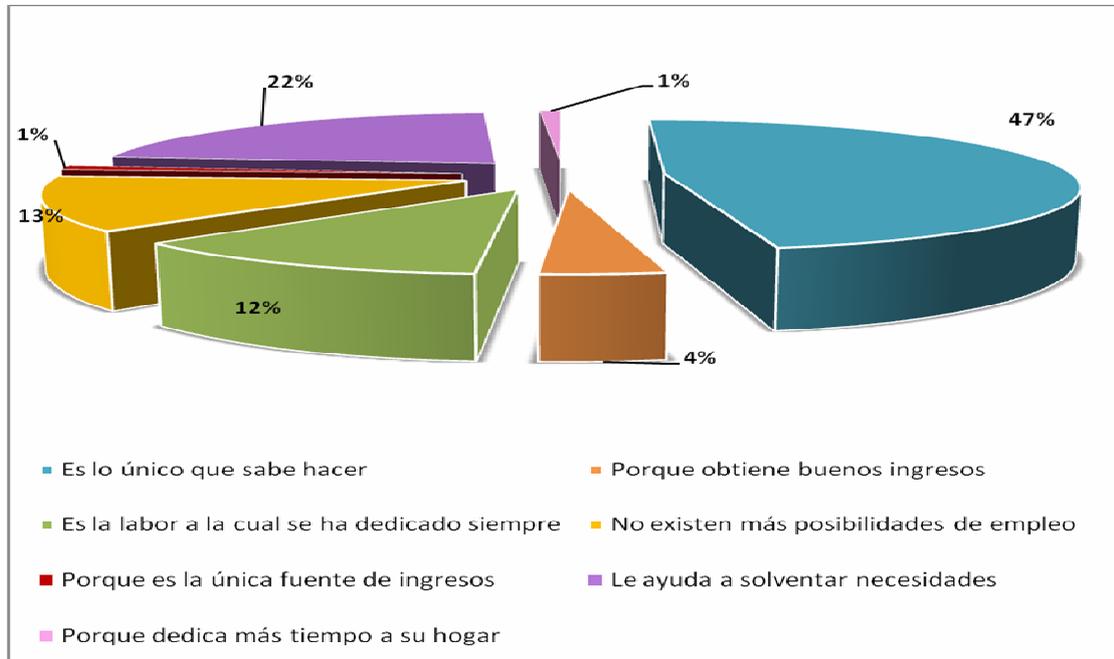


Fuente: Esta investigación

Las mujeres trabajadoras en las plazas de mercado opinan que el principal factor que influye sobre el estado de seguridad, es la falta de trabajo. Los hurtos para ellas surgen de la desesperación de quienes no tienen como sostener sus hogares, sin embargo ellas no justifican la manera en que los dueños de lo ajeno satisfacen sus necesidades. El 29% de la población manifiesta su disconformidad con la vigilancia, para ellas el trabajo realizado tanto por policías como por controles no es suficiente. En orden de importancia se encuentra un 24% de mujeres que aseguran que los delincuentes comunes son el problema principal en las plazas. En menor proporción están quienes piensan que no existe ninguna razón de peso y aquellas que culpan a la falta de educación como también la mala administración.

Con la investigación se buscó saber entre otras cosas, que tan satisfechas se encuentran las mujeres con su trabajo en las plazas, se obtuvo que el 77% de la población se encuentra satisfecho con el trabajo realizado, más sin embargo como se verá más adelante, la aparente satisfacción hace referencia a la conformidad característica de quienes no poseen alternativas diferentes para el sostenimiento de todas sus necesidades. Esta información puede consultarse en el anexo 3. Tabla No 90.

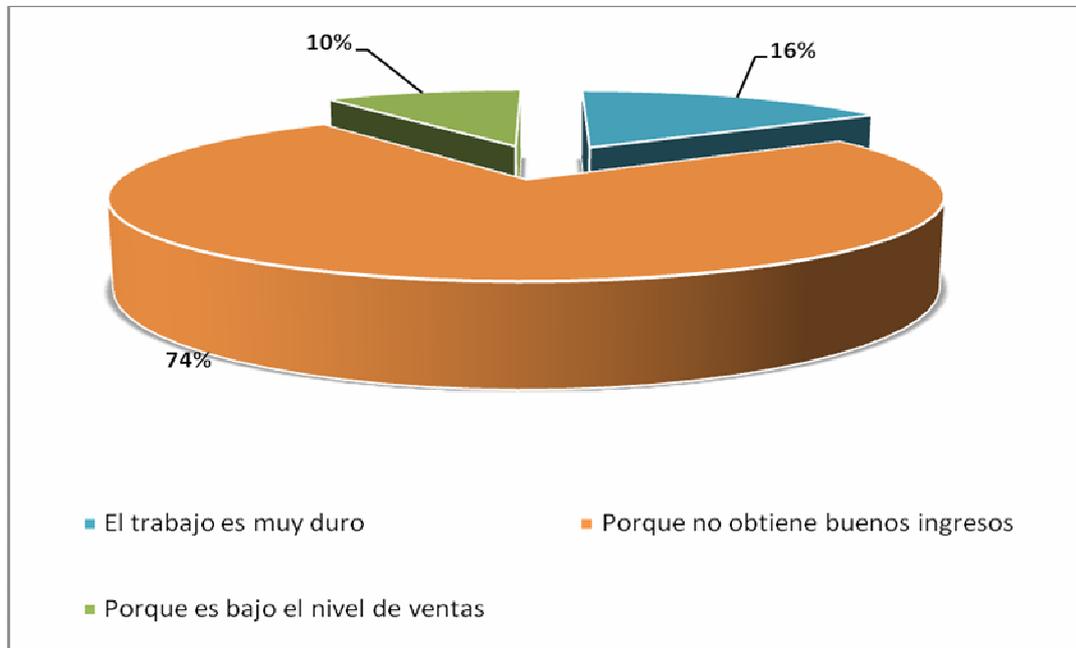
**Gráfico 52. Razones / Está Satisfecha con su Trabajo en las Plazas de Mercado**



**Fuente: Esta investigación**

Como puede observarse de manera clara, el grado de satisfacción corresponde a tendencias marcadas de conformidad, la única razón de satisfacción se encuentra en la obtención de buenos ingresos, ítem que solamente tuvo un 4% de participación. De esta manera podría decirse que el 96% de encuestadas no se encuentra satisfecha con su trabajo actual. De acuerdo al análisis de las respuestas encontradas, la mayoría de estas no hacen referencia a una satisfacción como tal, sino más bien a la resignación como consecuencia directa de condiciones de vida establecidas, como por ejemplo; la falta de oportunidades de trabajo, la carencia de experiencia en otras ramas y derivado de este su única fuente de ingresos.

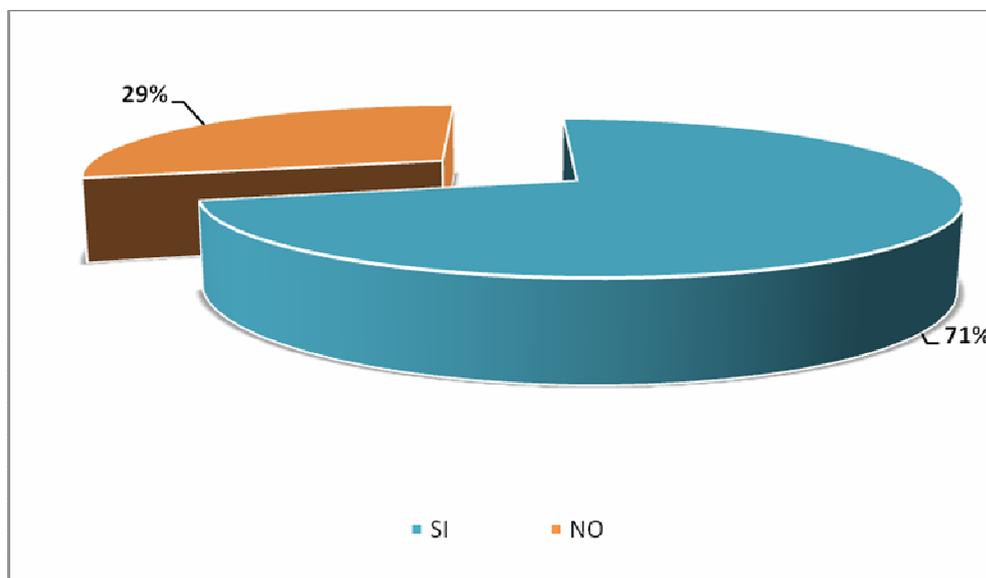
**Gráfico 53. Razones / Está Insatisfecha con su Trabajo en las Plazas de Mercado**



**Fuente: Esta investigación**

Del 23% de personas que mostraron su inconformidad con el trabajo realizado en las plazas de mercado se encuentra que existe un 74% que no se encuentra satisfecha por las bajas utilidades conseguidas. La siguiente variable en orden de importancia hace referencia a las enormes dificultades presentadas a la hora de ejercer sus actividades normales, las jornadas extenuantes son una de las razones principales de la severidad de estos trabajos. Por último se encuentran las bajas ventas realizadas, variable que cuenta con un 10% de votación.

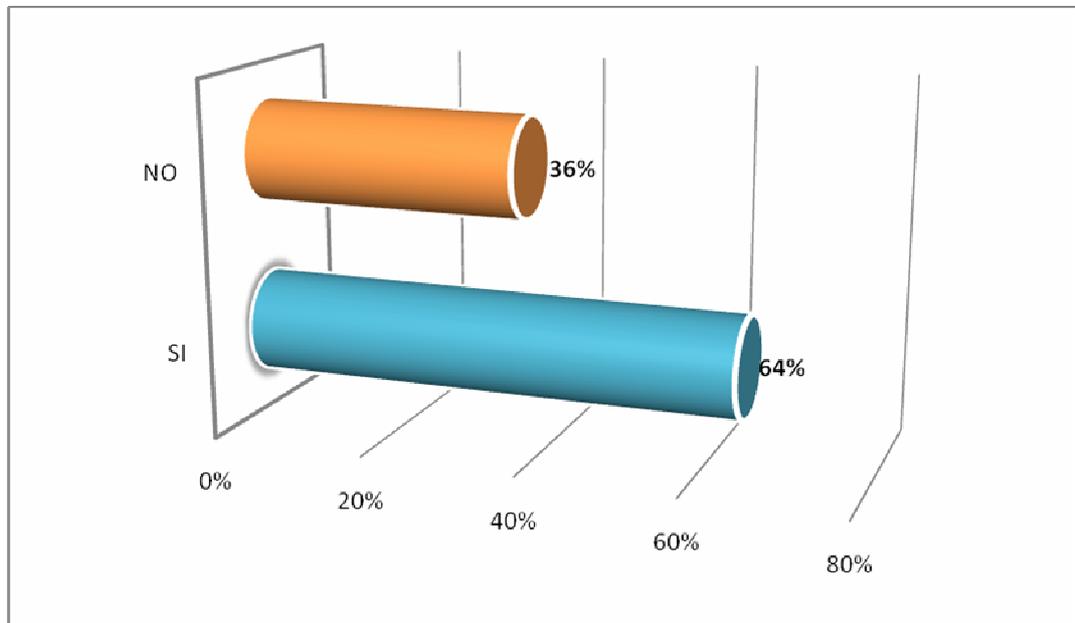
**Gráfico 54. Mujeres que Cambiarían su Trabajo en las Plazas de Mercado**



Fuente: Esta investigación

Al realizar la pregunta de que si se les brindara la oportunidad de cambiar de trabajo lo harían el 71% de la población respondió que si lo haría y el 29% restante respondió que no. Haciendo relación al anexo 3. Tabla No 90 que hace referencia a la satisfacción con su trabajo actual se confirma la hipótesis planteada inicialmente en la cual se deducía que la mayor parte de la población no se encuentra satisfecha sino conforme, porque si habría un mínimo de satisfacción las personas no pensarían en cambiar de trabajo. De igual manera aquellas personas que no cambiarían de trabajo establecieron como razón principal la falta de oportunidades, piensan que es casi imposible que se brinde posibilidades para que ellas tomen la decisión de cambiar de trabajo.

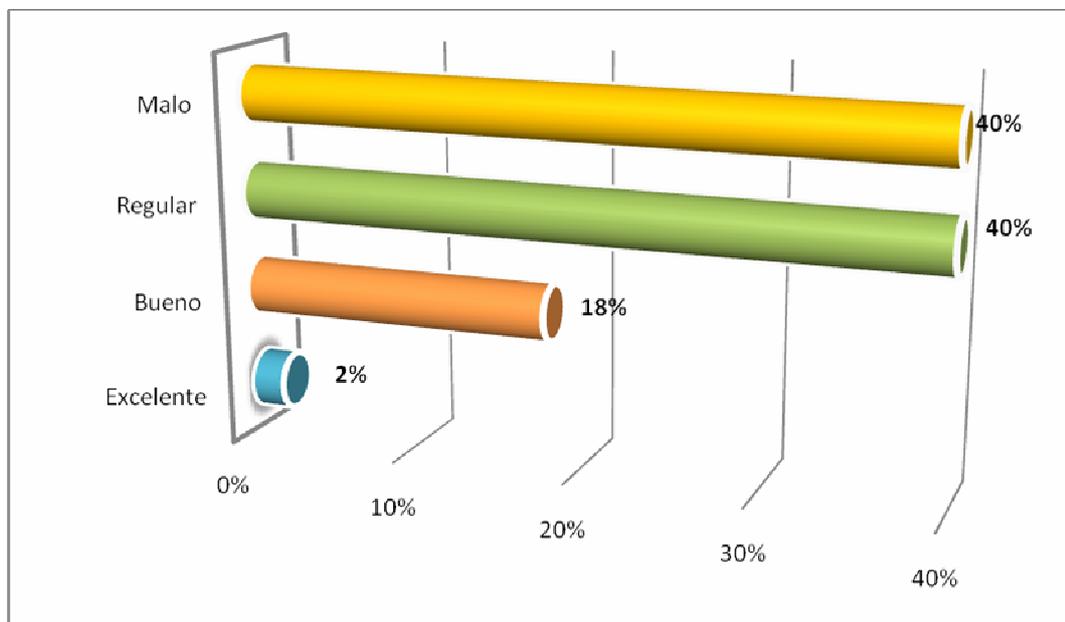
**Gráfico 55. Conocimiento del Manejo Adecuado de Basuras por Parte de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado**



**Fuente:** Esta investigación

Teniendo en cuenta que una de las preocupaciones principales en la actualidad es el deterioro ambiental se preguntó a las mujeres su conocimiento acerca del adecuado manejo de las basuras, el 64% de la población respondió que si conoce sobre el tema, el 36% restante admite no conocer información alguna sobre este factor. Más sin embargo al preguntar si ellas manejaban adecuadamente los residuos, el 84% respondió que no recicla y tampoco trata de manera especial las basuras. Esa información puede observarse en el anexo 3. Tabla No 94.

**Gráfico 56. Manejo Adecuado de las Basuras en las Plazas de Mercado**

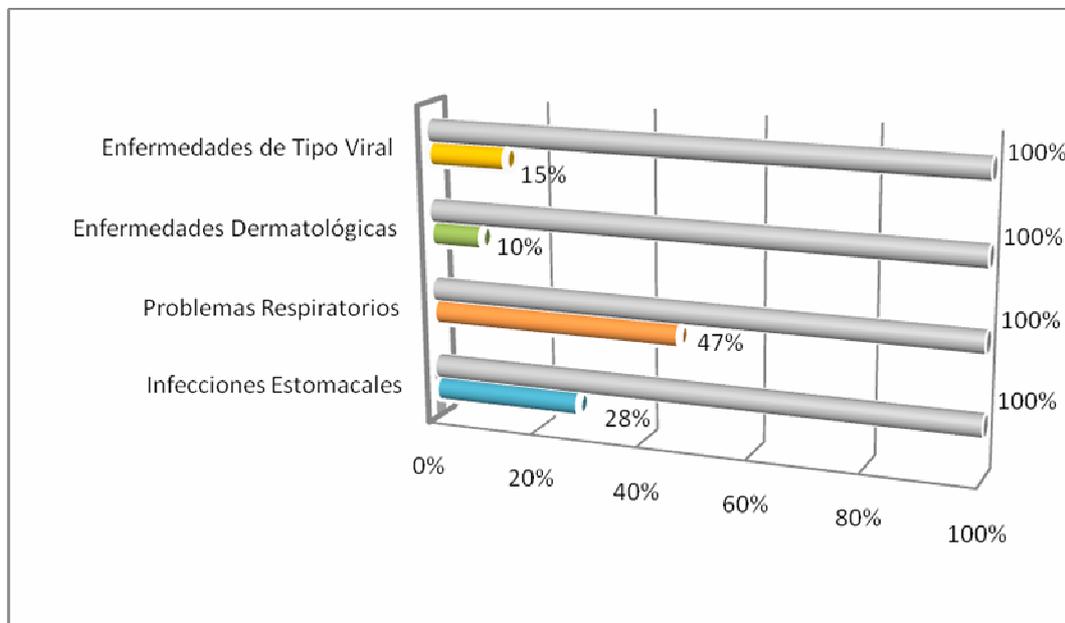


Fuente: Esta investigación

De igual manera se preguntó acerca de que tan bueno era el manejo de las basuras en las plazas de mercado se obtuvo que el 40% de la población se encuentra insatisfecho con el manejo de los residuos, otro 40% se encuentra regularmente satisfecho. El mal manejo de las basuras en las plazas es lo que en muchas ocasiones causa malestar a los clientes, quienes prefieren dirigirse a otros establecimientos a realizar sus compras. De igual manera causa malestar físico a quienes permanecen ofreciendo sus diferentes productos y servicios.

De las totalidad de mujeres a quienes se les preguntó si sufren enfermedades por el contacto con las basuras en las plazas de mercado se encontró que el 63% de población no se encuentra afectada por causa del contacto con las basuras, más sin embargo un 37% si se ve afectada por el mal manejo de los residuos. La culpabilidad recae al personal administrativo como también sobre los usuarios y clientes, quienes por su falta de colaboración hacen que el desaseo en las plazas de mercado se incremente. Esta información puede consultarse en el anexo 3. Tabla No 97.

**Gráfico 57. Clase de Enfermedades que Afectan a las Mujeres Por Contacto con las Basuras en las Plazas**



Fuente: Esta investigación

De aquellas mujeres que sufren enfermedades por contacto con las basuras, se encuentra que el 47% posee problemas respiratorios, un 28% infecciones estomacales consecuencia del consumo de alimentos contaminados. En menor proporción se encuentran enfermedades de tipo viral y enfermedades dermatológicas.

En el capítulo de las condiciones sociales de la población femenina trabajadora en las Plazas de Mercado de la ciudad de San Juan de Pasto se encuentran muchos aspectos generales que resaltar, la mujer en su condición actual dentro de las plazas se encuentra en una situación muy difícil debido a sus múltiples carencias económicas que la llevan a sobrevivir y laborar en condiciones bastante precarias, todo esto muestra que la teoría planteada por Dionis Gregorio en su artículo titulado Discriminación de la Mujer en donde afirma: " Como en la mayoría de los países en vías de desarrollo, la población pobre la constituye la mayoría de las mujeres fenómeno conocido como la "feminización de la pobreza", se cumple tal afirmación, ya que coincide con la situación actual de esta población, quienes en su gran mayoría se ubican en los estratos más bajos dentro de la ciudad, se observa que el 97% pertenece a los estratos 0,1 y 2, además de presentar gran cantidad de problemas dentro de sus hogares, la falta de educación es un aspecto relativo que ha marcado las condiciones de vida de aquellas mujeres que se dedican a labores dentro de las plazas, en su gran mayoría presentan niveles de escolaridad bajos, la mayoría de esta población apenas a cursado la primaria, muy

pocas han alcanzado niveles educativos más altos, se encuentra dentro de la totalidad de la población un 8% que manifiesta no saber leer ni escribir, condición que las hace vulnerables porque se tienen que defender en un ambiente laboral bastante difícil.

La educación ha jugado sin duda un papel importante en la sociedad actual en donde la mujer ha aumentado su participación en las actividades económicas a nivel mundial, sin embargo esto no garantiza que las condiciones de la mujer hoy se encuentren a la par con la situación de los hombres debido a que como dice Ximena Peña, profesora asistente de la Universidad de los Andes, quien encontró en uno de los estudios realizados para su doctorado en la Universidad de Georgetown, Estados Unidos, los siguientes resultados: "A pesar de que las mujeres que trabajan son en promedio el grupo más educado de la población, se les siguen pagando mucho menos que a los hombres". El resultado evidenció que la brecha para los estratos más bajo es alrededor del 35%. Sin embargo, cuando se realizó la medición entre los salarios medios se encontró que hombres y mujeres ganan casi lo mismo, "pero en los niveles salariales más altos la diferencia vuelve a subir y alcanza hasta el 30%", asegura Peña. Esta afirmación coincide con la situación de la población femenina trabajadora en las Plazas de Mercado, porque la realidad es que sus bajos niveles educativos las han llevado a trabajar en las condiciones en las cuales se encuentran hoy en día, con bajos ingresos, con carencias de vivienda, salud, educación, con jornadas laborales extensas y poco adecuadas, una labor que solo les ayuda con el sustento diario y nada más.

El papel de la mujer en la sociedad ha ido cambiando, antes solo se la limitaba a la crianza de los hijos y a labores domésticas, como lo afirma Adam Smith: "Se les enseña lo que sus padres o guardianes juzgan útil y necesario que aprendan y no se les enseña nada más. Cada parte de su educación sirve, evidentemente, a algún propósito útil: a mejorar el atractivo natural de su persona o a preparar su mente para la reserva, la modestia, la castidad y la economía; a prepararla adecuadamente para que llegue a ser ama de casa de una familia y para que se comporte debidamente cuando llegue a serlo".

El rol de la mujer en la sociedad ha evolucionado y actualmente no puede negarse que el papel de la mujer poco a poco ha cambiado, de manera favorable, cada día se hace más común ver como la mujer desempeña cargos que anteriormente no se permitía realizar a esta población, un ejemplo claro de su mayor participación es su incursión en la política respecto a la cual se han logrado grandes avances, se hace muy común encontrar hoy en día mujeres ocupando cargos políticos que hace algún tiempo eran considerados trabajos para el género masculino. Esto lastimosamente no ha logrado extenderse en todas las regiones por la conservación de algunas culturas discriminatorias de la mujer, sin embargo se evidencia a lo largo de este capítulo que las condiciones de las mujeres de las plazas de mercado a pesar de encontrarse casadas o de convivir con su pareja en

unión libre, asumen la jefatura de sus hogares, son ellas quienes hoy en día trabajan para el mantenimiento total de sus viviendas, antes el papel de la mujer se limitaba a labores domesticas, hoy en día la mujer tiene la libertad de salir a buscar un empleo, para satisfacer sus necesidades, sin embargo el papel de los hombres en los hogares y su responsabilidad con ellos ha disminuido, es la mujer quien además de encargarse de las labores domesticas, se encarga de cubrir los gastos del hogar, como se evidencia en este capítulo el 84% de la población trabajadora en las plazas de mercado manifestaron ser jefes de hogar. Hecho que no era de esperarse ya que la gran mayoría de ellas se encuentra casada o en unión libre.

En general las condiciones sociales de las mujeres trabajadoras en las Plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto son bastante difíciles porque presentan condiciones de vida muy bajas como lo son: bajos niveles educativos, condiciones laborales extensas, y mal remuneradas, inadecuados sitios de trabajo, condiciones de vivienda inapropiada en algunos casos con hacinamiento, un ambiente laboral desfavorable, problemas sociales dentro de los hogares, hechos que sin duda van enlazados a las condiciones económicas tan precarias que tienen estas mujeres.

#### **4.4 ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFRONTA LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO**

Como se observa en el desarrollo general de la investigación, los aspectos socioeconómicos vividos por las mujeres trabajadoras en las plazas de mercado afectan significativamente su estilo de vida. Las dificultades vividas por la mujer en general para poder ocupar un lugar dentro de la sociedad, inciden con mayor fuerza sobre aquellas que no gozan de posibilidades económicas y sociales. Tal y como se manifiesta en la política integral para las mujeres Colombianas: *“Aún así, las mujeres de las ciudades y los campos a lo largo de la historia, han jugado un papel fundamental en la generación de desarrollo económico y social, pero este ha sido insuficientemente reconocido o invisible hasta muy reciente fecha”*.<sup>39</sup> De tal modo una sociedad como la colombiana y de manera particular la pastusa, con una marcada visión de diferenciación de género, dónde se conserva absurdas ideas machistas, agrede con mucha más fuerza a las mujeres pobres. La mujer entre más problemas tenga mayormente será rezagada por la sociedad. Esta situación se ve reflejada claramente sobre las mujeres objeto de estudio de esta investigación, las pocas herramientas educativas sumadas a la escasez de recursos, hacen que las oportunidades sean para ellas inalcanzables.

---

<sup>39</sup> PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Política integral para las mujeres Colombianas, consejería para la juventud, la mujer y la familia. Santa Fe de Bogotá. Marzo 8 de 1993.p.19-20.

El presente capítulo se enfoca en las condiciones de vida de las mujeres trabajadoras en las plazas de mercado, los problemas encontrados de manera general pertenecen tanto al ámbito económico como el social. Una de las principales preocupaciones para la población objeto de estudio es la falta de dinero, las ganancias percibidas por estas mujeres no logran satisfacer la totalidad de sus necesidades, los ingresos que para varias de ellas son menores que los gastos las incapacitan para mantener adecuadamente sus hogares, esta condición se deriva principalmente de la ausencia de organización. Al no existir un orden tanto para el manejo de los costos de inversión, como para las ventas y la distribución adecuada de sus ganancias, se presentan pérdidas que se ven reflejadas en su inestabilidad económica.

Como se demuestra a lo largo de la investigación la mayoría de mujeres son madres cabeza de familia quienes tienen que asumir la mayor parte de gastos en sus hogares, las ayudas recibidas por parte de sus familiares no son nada significativas. Aunque más de la mitad de las mujeres se encuentran casadas o en unión libre son quienes asumen de manera directa la dirección del hogar.

De igual manera aquellas que expresaron no ser jefes, se encuentran encargadas en gran medida de solventar las necesidades propias y las de los suyos. Dicha situación obliga a las mujeres a conseguir empleos extras que proporcionen entradas adicionales de igual manera las obligan a endeudarse a costos muy altos con el fin de proporcionar a sus familias algo cercano a una vida digna.

De la presencia de problemas económicos en la mayoría de los hogares de las mujeres trabajadoras en las plazas, se derivan gran cantidad de fenómenos negativos de tipo social. En primer lugar se encuentra la falta de educación, un 42% asegura no tener algún título obtenido y de aquellas personas 27 no poseen ni un solo año de escolaridad lo que posiblemente deteriora más sus deseos de progreso. Esta falta de educación se ve reflejada en su manera de ver el mundo, no es extraño encontrar que muchas de estas mujeres tengan pensamientos machistas que deterioran su autoestima y las ubican en mayor desigualdad.

Otro de los problemas presentes aunque no generalizado es la cobertura en salud teniendo en cuenta que la población objeto de estudio pertenece a los estratos más bajos debería estar afiliada al régimen subsidiario Sisben, más sin embargo existe un 14% perteneciente al régimen contributivo, de este un 2% cotiza salud directamente, el 12% restante es resultado de la buena fe de algunas personas, quienes en varias ocasiones han falsificado documentos para poderles brindar una ayuda. De igual manera existen quienes no cotizan el servicio y aunque el gobierno brinda la posibilidad de afiliarse sin realizar ningún gasto, los trámites son de gran complejidad, trámites que imposibilitan el acceso a estas personas.

Aunque en la actualidad la inseguridad es generalizada para todas las clases sociales, existen ciertas zonas, dónde los conflictos afectan con mayor fuerza.

Este es uno de los problemas derivados de la falta de recursos económicos, las viviendas en las cuales residen la mayoría de mujeres trabajadoras en las plazas de mercado se encuentran ubicadas en sectores difíciles, donde la delincuencia siempre está presente. Además del peligro existente para sus pertenencias, se encuentra el temor constante de que sus hijos o familiares caigan en ese terrible mundo delincencial y de drogas.

Otro de los problemas presentes y que afecta a esta población es la insatisfacción con su trabajo actual, tanto las condiciones laborales como de ambientación en las instalaciones dónde desarrollan sus tareas diarias, hacen que sea más difícil sobrellevar sus problemáticas.

El contexto en el cual desarrollan su trabajo presenta los siguientes problemas.

Los altos índices de inseguridad dentro como alrededor de las plazas son uno de los principales factores de insatisfacción de las mujeres, la existencia de delincuencia común como también de indigentes hace que estas pierdan en doble sentido por una parte peligran sus productos de comercialización y por otra aleja a los posibles consumidores. Las ventas se ven afectadas enormemente, las significativas disminuciones en la actividad comercial deterioran aún más las bajas ganancias percibidas por las mujeres.

El desaseo característico de las plazas de mercado, también causa malestar a la hora de desarrollar las diferentes actividades comerciales. Este problema perturba a quienes día a día buscan el sustento para sus familias, como a las personas que adquieren los diferentes productos para su consumo. De igual manera se refleja en el bajo nivel de ventas. Pero la contaminación del ambiente no se atribuye únicamente al mal manejo de las basuras. En el caso particular de Potrerillo el bullicio existente ocasionado por los carros y personas que concurren habitualmente, causa un ambiente de estrés afectando a usuarios y consumidores.

Las plazas de mercado como todos lo saben han existido desde muchos años atrás, día a día se observa cómo llegan cientos de personas buscando conseguir el sustento para sus familias, personas que por su condición humilde y la falta de posibilidades se dedican al rebusque. Las plazas nunca fueron planificadas, nunca se proyectaron con el pasar del tiempo se han quedado pequeñas existe un hacinamiento de usuarios lo cual confirma que su vida útil simplemente ya terminó. De lo anterior se deriva la gran desorganización de los puestos, prácticamente se encuentran uno sobre otro, con la existencia de puestos de venta eventuales que varían dependiendo de las personas que asistan a comercializar sus productos se genera gran desorden y estancamiento en las diferentes vías internas de las plazas. Lo anterior aunado a una deteriorada infraestructura provoca malestar en la población en general.

#### **4.5. PROPUESTAS ENCAMINADAS A LA SOLUCION DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFRONTA LA POBLACIÓN FEMENINA TRABAJADORA DE LAS PLAZAS DE MERCADO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO**

Existen varias propuestas de solución encaminadas a resolver tanto aspectos sociales como económicos de la población objeto de estudio. Más sin embargo dichas soluciones tienen como actor principal al Estado. La teoría del Estado manifiesta el deber del gobierno con la comunidad, la obligación de brindar bienestar social y garantizar condiciones de vida favorables. Tal y como lo expresa Thanya Patricia Méndez Beltrán Estudiante de Licenciatura en Derecho en la Universidad Nacional Autónoma de México, en uno de sus ensayos: *“La principal razón de ser del Estado está motivada por el hecho de que ha sido creado como una forma de organización política. Esto se debe a que desde los principios del nacimiento de la humanidad, se ha suscitado el problema de la organización, hablando desde la era primitiva hasta la actualidad. Por ello se han creado diversas instituciones para dicha tarea...Es en este momento en el que hablamos de la vasta institución que es el Estado, y no podemos imaginar al Estado sin sus elementos, la población, el gobierno, la soberanía y el territorio...Y así como el Estado fue creado de una sociedad se debe entender por su objeto, el bien de esta misma sociedad, es decir, que se encargará primordialmente de la seguridad, y bienestar social, ayudándose de los medios que para ello le convengan más”*.<sup>40</sup>

Como puede observarse, el Estado ha sido creado como una forma de organización política, de la cual se desprenden un sin número de instituciones, a quienes se les delega diferentes actividades encaminadas a lograr un buen funcionamiento de los diversos sectores de la sociedad. El ente principal por así decirlo se encuentra manifiesto en el gobierno tal y como lo dice Thanya Patricia Méndez Beltrán: *“El gobierno es esencialmente la acción por la cual la autoridad impone una línea de conducta, un precepto, a individuos humanos; su misión principal es ordenar, naturalmente que esas órdenes no deben ser arbitrarias, sino que han de dirigirse hacia la consecución del bien público. El gobierno está obligado a tomarse de tal suerte que ningún partido, grupo o individuo este en posibilidad de combatir con el Estado. El poder del gobierno satisface la necesidad de dirección propia de todo agrupamiento humano, es decir, no hay vida social sin orden, ni orden sin dirección”*.<sup>41</sup>

De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta las diferentes problemáticas a solucionar en plazas de mercado, se encuentra que el Estado puede intervenir activamente en el mejoramiento de los mismos. Por ejemplo: Esta población

---

<sup>40</sup>. MÉNDEZ BELTRÁN, Thanya Patricia. Análisis Estructural de la teoría del Estado [en línea] Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/teoria-del-estado/teoria-del-estado.shtml>. Citado 27 de Octubre de 2009.

<sup>41</sup> *Ibid.*

requiere de manera urgente capacitaciones mínimas sobre aspectos contables que direccionen sus acciones de comercialización a la búsqueda de una ganancia y eviten la dilapidación de sus ingresos, de acuerdo con lo anterior, el Estado puede intervenir mediante una de sus instituciones como lo es la academia, y de manera particular la Universidad de Nariño, entidad de carácter oficial, que con sus múltiples programas podría brindar ayuda a las mujeres trabajadoras en plazas de mercado, también se encuentran otras instituciones, de carácter estatal, direccionadas en el mismo camino, como por ejemplo la entidad del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA que con todas las herramientas disponibles podría ayudar a esta población. De la totalidad de encuestadas se encuentra que la mayor parte desea recibir alguna clase de capacitación e incluso continuar con sus estudios, las personas que por el contrario muestran su desinterés en este aspecto, tienen como principal argumento su “avanzada edad”, no creen importante como ellas lo expresan “a estas alturas de la vida dedicarse a estudiar”. La implementación de capacitaciones en urbanidad aplicadas por los mismos entes, contribuiría a mejorar la tolerancia disminuyendo los problemas que entorpecen las relaciones laborales. De la solución de este primer aspecto podría derivarse una mayor organización de los puestos de venta, como la reducción de la violencia y la falta de solidaridad, brindando una mayor satisfacción a las mujeres con su trabajo.

El Estado teniendo entre una de sus funciones primordiales *“el de encaminarse hacia la conservación de la paz y el orden dentro de su propio territorio”*<sup>42</sup> deberá también intervenir por medio de la Policía Nacional, organización estatal que vela por la seguridad de la sociedad, en plazas de mercado, con el fin de aplicar correctivos de fuerza y de acción inmediata a la inseguridad, ya que dentro en estos lugares se cometen varios actos delictivos, que incurren de manera directa y negativa sobre los niveles de comercialización dentro de los negocios, esta solución causaría incidencia sobre los niveles de ventas en cada plaza, si se corrige dicha problemática, el número de personas que decidirían realizar sus compras aumentaría significativamente, mejorando de igual manera los ingresos de la población objeto de estudio, el Estado podría implementar cámaras de seguridad en las plazas de mercado que ayuden a una mejor prestación del servicio por parte de las fuerzas armadas.

La mala infraestructura se evidencia a simple vista en las plazas de mercado, problema que también incide en las condiciones de bienestar de las mujeres. Con la experiencia adquirida de la observación directa, se evidencia el mal estado de la infraestructura general de las tres plazas, aunque en Potrerillo la situación es aún más deplorable. Se presentan sitios de comercialización inadecuados, con condiciones notables de insalubridad y desaseo, las condiciones higiénicas no son aptas para la comercialización de la mayoría de los productos, el alcantarillado es obsoleto presentándose así frecuentemente inundaciones que ocasionan pérdidas

---

<sup>42</sup> Ibid.

invaluables a los comerciantes, de igual manera el tamaño reducido de estos lugares demarca una gran desorganización de los puestos. Las mujeres encargadas de las conocidas zorras, como también las carretilleras, requieren lugares que les permita desarrollar sus actividades normales sin entorpecer el trabajo de los demás. En este sentido el Estado debe participar mediante los organismos relacionados principalmente con el desarrollo de las plazas, como lo son la Administración Central de Plazas de Mercado y la Alcaldía Municipal de San Juan de Pasto, procurando una mejor distribución de los recursos recaudados, priorizando la realización de actividades de mayor peso y contribuyendo de esta manera a la instauración de un mejor ambiente laboral. El estado también saldría beneficiado, ya que un mejoramiento en las plazas significaría una mayor rentabilidad. Teniendo en cuenta que las plazas de mercado nunca fueron planificadas y de manera particular la plaza de mercado Potrerillo la cual cumplió su vida útil, sumado al incremento de la cantidad de usuarios, se plantea la posibilidad de crear una nueva central de abastos, proyecto que se encuentra actualmente en discusión en las mesas administrativas, dicha central brindaría mejores condiciones de trabajo, evitando la concentración de comerciantes en un solo lugar. Esta plaza deberá cumplir con toda la normatividad, garantizando buenos productos para los consumidores como también un ambiente de trabajo agradable. Para mejorar el contexto laboral de esta población, el Estado también mediante su capacidad de gestión puede realizar acuerdos, tanto con la empresa metropolitana de aseo Emas, como con las diferentes empresas de transporte para disminuir el desaseo y los altos niveles de contaminación auditiva. Con lo anterior no solo garantiza bienestar para los trabajadores en las plazas de mercado sino para la población en general. No obstante es necesario que el Estado con todos sus parámetros y normas exija a los usuarios de plazas de mercado un mantenimiento adecuado de su lugar de trabajo.

*“Para que el Estado logre sus fines debe imponer normas jurídicas, por lo tanto se hace necesario que se ayude de medios coercitivos para el cumplimiento de éstas, con el fin de mejorar el desarrollo de su población”.*<sup>43</sup> Basándose en la anterior afirmación el Estado debe corregir mediante la delegación a la Administración Central de Plazas de Mercado la problemática presentada por los denominados, “gota a gota”, quienes prestan dinero a altas tasas de interés. Se hace necesaria la creación de un fondo que permita a los usuarios de las plazas, el fácil acceso a préstamos con bajos intereses logrando así una disminución significativa de los abusos por parte de los agiotistas. Sin embargo se debe hacer un estudio exhaustivo por parte de la Administración de las plazas de mercado para ver quiénes pueden ser beneficiados con esta clase de créditos, de la misma forma es necesario pactar un tiempo prudente para el pago de los mismos. Esta acción va encaminada a un mejor rendimiento de las ganancias de los usuarios quienes aprovecharían los préstamos a menores costos. Con lo anterior la Administración

---

<sup>43</sup> *Ibid.*

de Plazas podría resultar favorecida, por una parte las deudas existentes de los usuarios por el pago de impuestos se cancelarían más fácilmente y por otro lado las nuevas entradas, se utilizarían para una mejor adecuación de las plazas de mercado. No obstante para aquellas personas incapaces de cubrir en su totalidad los pagos por concepto de usufructo del puesto de venta, la Administración deberá pactar un tiempo prudencial para el cumplimiento de sus compromisos; sin llegar al cierre del establecimiento, ofreciendo la oportunidad de continuar con sus labores para que puedan así sufragar la totalidad de la deuda. No obstante se requiere de la misma forma colaboración de ambas partes para la solución de los problemas referentes a este tema.

El estado también mediante su normatividad debe legalizar la existencia de vendedores ambulantes buscar una manera pertinente de organizar a esta población para que pueda vender sus artículos dentro de las plazas pagando tarifas menores, se entiende la crítica situación de estas personas, mas sin embargo quienes pagan por sus puestos dentro de las plazas expresaron su disgusto ante esta situación, porque de esta manera están perdiendo clientela.

Más sin embargo el Estado no se encuentra solo al momento de dar solución a las problemáticas de las plazas, existen algunas mujeres que mostraron su interés en colaborar con las alternativas de solución antes mencionadas, de igual manera se hace necesario reconocer que ellas debido a sus bajos ingresos en muchos casos no pueden colaborar económicamente a la solución de los principales problemas, sin embargo manifestaron la intención de conformar grupos de ayuda para solucionar gran parte de la problemática hoy existente. A continuación se presentan ciertos aportes por parte de estas mujeres:

Se observa que a pesar de que la mayoría de la población obtiene pocas ganancias dentro de las plazas, además de tener bajos ingresos en sus hogares, se demuestra gran interés en solucionar estas dificultades incluso pagando un valor extra que además de ser un gasto para ellas, es una forma de inversión porque de esta manera se van a mejorar sus ventas.

Al aplicar todas las soluciones anteriormente planteadas, se lograra mejorar la situación de la mayor parte de la población trabajadora en plazas de mercado y teniendo en cuenta que más del 75% de la población son mujeres se ayudaría a mitigar muchas de las necesidades que tienen en la actualidad y que inciden de manera directa sobre sus condiciones de vida.

## 5. CONCLUSIONES

A lo largo de la investigación, se ha logrado observar las grandes dificultades asumidas por la población trabajadora en las plazas de mercado, tanto hombres como mujeres sufren el fenómeno de la pobreza, que en la actualidad afecta a un porcentaje significativo de colombianos. Tal y como lo expresa Luis Carlos Narváez Tulcán, Director del Departamento de investigaciones, Facultad de Economía, Universidad la Gran Colombia; en uno de sus artículos: *“El problema de la pobreza para América Latina y en particular Colombia ha tomado dimensiones que sobrepasan la tenue mirada de ver este flagelo como un simple problema de ingreso, de exclusión o de faltante de bienes materiales”...*<sup>44</sup>

La pobreza generalizada dentro de las plazas de mercado de la ciudad, no simplemente hace referencia a una baja en el nivel de ingresos, sino también a una pobreza social, que aparta a esta población del resto de la comunidad y vislumbra de manera notoria sus limitadas perspectivas de vida.

Tal situación es aún más visible en la población femenina trabajadora en las plazas. Estas mujeres a quienes por una u otra razón les ha sido negada la posibilidad de educarse, de hacerse merecedoras de un empleo de calidad que brinde salarios apropiados para cubrir la totalidad de sus necesidades y ofrezca a sus familias una vida digna, luchan día a día por conseguir el sustento propio y el de los suyos. Son ellas, muchas madres solteras, cabezas de familia y sus testimonios, la prueba fehaciente de la falta de políticas gubernamentales decisivas, que modifiquen tan cruel realidad.

La posibilidad de trabajo que brindan las diferentes plazas de mercado a estas mujeres es colosal, es más, las plazas para la población pastusa y en muchos casos desplazada por la violencia, se ha convertido en una fuente fundamental de ingresos. No obstante se han presentado significativos crecimientos demográficos que se han visto reflejados en la sobreutilización de las mismas.

Más sin embargo dicha posibilidad de trabajo, no significa buena calidad de vida, la población y en el caso especial de la investigación, la femenina trabajadora en las plazas de mercado, debido a su desorganización no percibe rendimientos representativos por las labores desarrolladas, día a día comercializan sus variados productos sin siquiera controlar las cantidades vendidas, reciben el producto de las ventas y lo destinan a gastos de primera necesidad, que surgen de manera espontánea y cotidiana. La mayor parte de las mujeres no prevén dineros para la inversión en sus negocios, simplemente dejan todo a manos del destino.

---

<sup>44</sup> NARVÁEZ TULCÁN, Luis Carlos, “Observatorio de la Economía Latinoamericana” [en línea] Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/>. Citado 17 Octubre de 2009.

El día que no puedan adquirir sus productos por falta de dinero, se endeudan, de igual manera el día que no puedan comprar sus alimentos, nuevamente, se endeudan y si no tienen para cubrir sus obligaciones con los prestamistas buscan otras personas quienes les brinden crédito y contraen nuevas deudas. Ese es un círculo vicioso que a ellas las envuelve de manera habitual. Lo anterior hace que existan personas que aprovechen la situación y busquen su propio beneficio, este es el caso de aquellos agiotistas llamados “Gota a Gota” quienes observando tal comportamiento, facilitan dinero cobrando altas tasas de interés que muchas veces sobrepasan el 10% diario lo cual mensualmente alcanzaría un 300%. A pesar de ser hoy en día, la usura un acto rechazado por el gobierno y las autoridades, no existe ninguna demanda hacia estas personas, la población agradece la ayuda brindada por los prestadiarios, pues aseguran que ellos muchas veces los “sacan de apuros”.

En cuanto a aspectos sociales se trata y muy relacionado con lo anterior, se encuentra la poca educación recibida por las señoras, una parte significativa de esta población como se reveló en la investigación no posee ningún título educativo, de lo cual puede derivarse el no conocimiento de registros básicos de contabilización. Las capacitaciones que podrían ser un punto a su favor se desperdician por falta de tiempo. Hay que aclarar que las mujeres al contrario de lo manifestado por algunas de las personas pertenecientes a la administración de plazas de mercado, sienten mucho interés en asistir y sugieren por lo tanto se realicen en horarios flexibles para ellas. La falta de convivencia también es una clara consecuencia de su escasa formación.

De igual manera en las aulas se aprenden valores que muchas de ellas no conocen y por lo tanto no aplican en sus vidas. El contacto directo con ellas revela su baja autoestima, su equívoca visión de tener un hombre al lado para sentirse seguras. En muchos casos sus parejas son la mayor causa de su inseguridad, más sin embargo ellas no los denuncian y prefieren que esto siga sucediendo. Aunque cerca del 50% de la población se encuentra casada no recibe apoyo por parte de su compañero sentimental, es más muchas de estas mujeres sostienen el hogar y nombran como jefe a su conyugue. Este comportamiento tiene mucho que ver con el ambiente en el cual se desarrollaron, las costumbres religiosas inculcadas, el machismo característico existente en los estratos más bajos, entre otras. Lo más doloroso de estos acontecimientos por así decirlo es el legado dejado para sus hijos que augura un igual porvenir.

Además de estos inconvenientes, se encuentra el contexto inadecuado en el cual desarrollan su trabajo, las plazas poseen múltiples problemáticas que afectan sus condiciones sociales y económicas. En primer término se encuentra la inseguridad característica de estos lugares, que como se explicaba en el informe disminuyen sus ventas y afectan muchas veces su integridad, una clara diferenciación entre mujeres y hombres, difícil de negar es la contextura que impide su defensa contra sus atacantes (en mayor proporción de tipo masculino). Existe mucha delincuencia

infantil, además el consumo de sustancias psicoactivas que perjudica tanto a vendedoras como a clientes. El desaseo, que muchas veces amenaza con el cierre de las plazas, dejaría en el borde del precipicio a muchos trabajadores.

Plazas de mercado debería significar una alta rentabilidad para los usuarios y el municipio, siendo una fuente tan grande de trabajo y con tanta capacidad de comercialización, pero debido a su gran desorganización, ha dejado hasta el momento simplemente pérdidas, existe un déficit cercano a los 4.000 millones de pesos dato conseguido por entrevistas realizadas a diferentes personas relacionadas con la Administración Central de las Plazas, de igual manera las ganancias para los usuarios en muchos de los casos son muy bajas.

Como es de esperarse toda la problemática ataca en mayor medida a la población femenina, que por su condición de ser mujer la ubica en un contexto de desigualdad. Una clara evidencia frente al tema es lo manifestado por la Señora Martha Lía Velásquez Toro conferencista PNUD Objetivos del Desarrollo del Milenio al afirmar que: “La ONU denuncia que ningún país del mundo trata igual a mujeres y a hombres. Las mujeres son el 40% de la fuerza laboral mundial. Los trabajos de tiempo parcial o temporal son ejercidos casi un 80% de los casos por mujeres. Las mujeres sólo ocupan el 14% de los escaños parlamentarios”....

Por lo tanto las acciones contempladas deben ser realizadas con la mayor brevedad de tiempo posible, en procura de un ambiente sano para las mujeres de las plazas y de la comunidad en general.

## 6. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta las diversas soluciones a aplicar para el mejoramiento de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado caracterizada por su gran vulnerabilidad, el Estado debe asumir la responsabilidad. Debe ser el principal actor en la implementación de soluciones, interviniendo mediante sus organismos públicos para resolver prontamente la problemática que oprime actualmente a estas personas. Entraría a participar como uno de los entes fundamentales del Estado, la academia, en el caso particular la Universidad de Nariño ya que es una institución del Estado que puede intervenir en las diferentes soluciones mediante sus facultades y programas los cuales pueden desarrollar capacitaciones enfocadas a cada problemática. Por ejemplo, la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas podría bajo la creación de un proyecto y la colaboración de un grupo de profesores y estudiantes encargarse de preparar a las mujeres carretilleras en Economía Solidaria y Cooperativismo, con el fin de buscar mejores condiciones laborales, de igual manera realizar capacitaciones encaminadas a mejorar el manejo de los recursos, capacitaciones básicas que permitan ejercer control sobre la cantidad de productos vendidos y las ganancias obtenidas de la comercialización.

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, siendo otra entidad de tipo oficial, mediante sus cursos de capacitación puede ofrecer a estas mujeres la oportunidad de aprender un oficio el cual les ayude a desenvolverse en el campo comercial en el cual laboran e incluso manejar de manera más adecuada sus ingresos y gastos para evitar que sus condiciones de vida sigan en decadencia.

Los diferentes grupos de investigación, pertenecientes a la Universidad, junto con la Administración Central de Plazas que es otro organismo del Estado el cual se encuentra como una de las dependencias de la Alcaldía Municipal de la ciudad de San Juan de Pasto, lograría evaluar la factibilidad de crear un fondo, que permita el acceso a préstamos por parte de las usuarias de plazas de mercado, dicho fondo evitaría la usura, beneficiando a las mujeres y representando una entrada para el mejoramiento de las plazas. De igual manera la Universidad con todas sus herramientas de aprendizaje analizaría la población a ser beneficiada por tales préstamos. Otra de las alternativas sería reunir a los prestadiarios buscando un consenso de tasas de interés que les permita seguir funcionando pero bajo parámetros de legalidad.

De igual manera programas como el de Agronomía, analizando la situación de insalubridad existente en estos lugares, mejoraría el contexto de trabajo de las mujeres con la realización de proyectos que incidan positivamente sobre el manejo de las basuras.

De la misma forma mediante conferencias concientizarían a la población sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.

Psicólogos con colaboración de la unidad médica ayudarían a solucionar problemas sociales y de salud. Los primeros, mediante pláticas podrían crear conciencia en las mujeres sobre lo importante de su integridad, promoviendo denuncias contra el maltrato, inculcando valores que les recuerden el papel primordial jugado por ellas en la sociedad. La unidad médica y el programa de Medicina y Promoción de la Salud de igual manera realizando campañas y diferentes actividades que logren infundir la idea de mantenerse sanas, de aprovechar los diferentes programas que el gobierno brinda para tener un perfecto estado de salud.

Como se puede observar la academia es uno de los actores principales para generar alternativas de solución en las plazas de mercado. De manera particular la Universidad de Nariño y el SENA, siendo entidades públicas que se deben a la comunidad, deben participar activamente ayudando a la población más vulnerable generando un verdadero desarrollo dentro de la región ya que este, es en realidad el fin último de la existencia de estas instituciones. Esta investigación se convierte en un pequeño aporte, un informe de consulta que abre puertas a quienes se interesen en el mejoramiento de la calidad de vida de esta comunidad.

## BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA MUNICIPAL DE PASTO, Manual Historia de Pasto. Tomo VI 2003 300 p.

\_\_\_\_\_. Boletín informativo No 13 de la secretaría de Agricultura y Mercadeo del Municipio de Pasto. 2003. 15 p.

\_\_\_\_\_. Reglamento interno de las plazas de mercado y centros comerciales de Pasto. Decreto 0088 de 27 Febrero de 1997. 40 p.

\_\_\_\_\_. Oficina de Género y Derechos Humanos. Política Pública para las Mujeres y la Equidad de Género en el municipio de Pasto. 2007. 60 p.

\_\_\_\_\_. Informativo de divulgación de la política de equidad y participación de la mujer. Una Mirada Diferente en equidad y género. Santafé de Bogotá 1995. 15 p.

BASTIDAS, Diana y CHAMORRO, Angélica. Condiciones socio-económicas laborales del menor trabajador en la plaza de mercado el potrerillo del municipio de Pasto. 2007

CAPUTTO, Luz Amparo. La mujer en Colombia: educación para la democracia y democracia en la educación. En: Revista Educación y Desarrollo Social. Bogotá, D.C., Colombia - Volumen II - No. 1. (Enero - Junio de 2008): 350 p.

CERÓN, Esperanza. Como trabajar perspectiva de género, estrategias y metodologías. Popayán: s.n, 1994. 120 p.

KEYNES, John. Teoría general del interés el empleo y el dinero. México: Mc-Graw Hill, 2003. 250 p.

NASH, Mary y TAVERA, Susana. Experiencias Desiguales: Conflictos Sociales y Respuestas Colectivas. Madrid: Mc-Graw Hill, 1995. 320 p.

NUET, Juan. Federación local barcelonesa de la AIT. Bogotá: Arbeloa, 1972. 227 p.

PELÁEZ MEJÍA, Margarita M. Derechos políticos y ciudadanía de las mujeres en Colombia: 50 años del voto femenino. 2004. 60 p.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Política integral para las mujeres Colombianas, consejería para la juventud, la mujer y la familia. Santa Fe de Bogotá. Marzo 8 de 1993.

\_\_\_\_\_. Diario oficial No. 28576. Acto legislativo numero 3 de 1954 reformatorio de la constitución nacional Bogotá, septiembre 14 de 1954.

\_\_\_\_\_. Ley 51 de 1981 Junio 2. Diario oficial. Año. CXVIII. No. 35794. 7, julio, 1981.

\_\_\_\_\_. Ley 581 de 2000, Mayo 31. Dada en Santa Fe de Bogotá, D. C., a 31 de mayo de 2000.

RODRIGUEZ ORBES, Mauricio. Análisis situacional social y económico de los vendedores de la plaza de mercado el potrerrillo de la ciudad de Pasto: 2003.

SECRETARIA DE AGRICULTURA Y MERCADEO, Municipio de Pasto, Dirección Plazas de Mercado. Kárdex 2008.

SMITH, Adam. Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones. Barcelona: Alianza, 1934. 720 p.

VELÁSQUEZ M. Condición Jurídica y social de la mujer: Nueva Historia de Colombia. Tomo 4. Bogotá: Planeta, 1989. 370 p.

## NETGRAFÍA

CONSEJERÍA PRESIDENCIAL PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER. Respeto a los Derechos de las Mujeres. Bogotá. Viernes, 20 de febrero de 2006. Disponible en: [http://www.presidencia.gov.co/equidad/observatorio\\_genero.htm](http://www.presidencia.gov.co/equidad/observatorio_genero.htm)

DANE, Entes territoriales, Áreas y grupos de edad. 2008. Disponible en: <http://www.dane.gov.com>. Citado 22, Septiembre

EQUIDAD DE GÉNERO. Cuaderno Político. Citado 16 de febrero de 2009. Disponible en: [http://www.pnud.org.co/img\\_upload/196a010e5069f0db02\\_ea921815b8aec/Cuaderno\\_Politico\\_EQUIDAD\\_DE\\_GENEROPNUD.\\_PDF.pdf](http://www.pnud.org.co/img_upload/196a010e5069f0db02_ea921815b8aec/Cuaderno_Politico_EQUIDAD_DE_GENEROPNUD._PDF.pdf)

DIÓNIS, Gregorio. Discriminación de la Mujer, propósito de la presentación del Gobierno argentino por el art. 40 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Disponible en: <http://www.derechos.org/nizkor/arg/onga/mujer.htm>. Citado 22 Septiembre de 2008

DUEÑAS NARVÁEZ, José. Nariño 93 Años: Sinopsis Histórica, Geográfica, Económica y Social del Departamento. Disponible en: <http://www.umariana.edu.co/sanjuandepasto.htm>. Citado 8 Noviembre de 2008

GOBERNACIÓN MUNICIPAL DE NARIÑO, Plan de desarrollo municipal 2001-2003. Disponible en: [http://www.gobernacion.gov.co/Plan de desarrollo municipal 2001-2003.pdf](http://www.gobernacion.gov.co/Plan%20de%20desarrollo%20municipal%202001-2003.pdf)

MARX, Carlos. Salario y salario mínimo. Periódico Nueva Democracia. Disponible en: [http://www.nuevademocracia.unc.edu.ar/ND18/ND18\\_Art09.htm](http://www.nuevademocracia.unc.edu.ar/ND18/ND18_Art09.htm). Citado 26 de Septiembre de 2008.

MÉNDEZ BELTRÁN, Thanya Patricia. Análisis Estructural de la teoría del Estado. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/teoria-del-estado/teoria-del-estado.shtml>. Citado 27 de Octubre de 2009

NARVÁEZ TULCÁN, Luis Carlos, "Observatorio de la Economía Latinoamericana". Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/> p.1.

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. Balance de la consejería presidencial para la equidad de la mujer. 2007. Disponible en: [www.presidencia.gov.co](http://www.presidencia.gov.co). Citado marzo 5 de 2009.

SALAZAR, Angélica. Ser Mujer Paga Menos. 20 de noviembre de 2007. Disponible en: <http://www.elespectador.com/impreso/cuadernilloa/negocios/articuloimpreso-ser-mujer-paga-menos>. Citado 5 de marzo de 2009

UNIVERSIA Colombia, Sectores Sociales - Mujeres. Disponible en: <http://www.universia.net.co/florence-thomas>

WIKIPEDIA, Enciclopedia libre. 2008. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Mujer>. Citado 22, Septiembre

**ANEXOS**

## Anexo A. FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO

No de la Encuesta: \_\_\_\_\_

**ENCUESTA:** Dirigida a la población femenina trabajadora en las plazas de mercado El Potrerillo, El Tejar y los Dos Puentes, de la ciudad de San Juan de Pasto, con el fin de realizar un estudio de las condiciones socio-económicas de la población a investigar. Año 2009.

**OBJETIVO:** Conocer, describir y analizar las características socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto. Año 2009.

**NOTA:** Aplicación exclusivamente académica.

Fecha de la Encuesta      DIA \_\_\_\_\_      MES \_\_\_\_\_      AÑO \_\_\_\_\_

Plaza de Mercado \_\_\_\_\_

### 1. ASPECTOS GENERALES:

1.1 Nombre del Encuestado: \_\_\_\_\_

1.2 Dirección de Residencia: \_\_\_\_\_

1.3 Estrato: \_\_\_\_\_

1.4 Teléfono: \_\_\_\_\_

1.5 Edad:

10-20 años

21-30 años

31-40 años

41-50 años

51-60 años

61-70 años

71-80 años

81-90 años

<input type="checkbox"/>

**1.6 LUGAR DE PROCEDENCIA:**

**1.6.1** ¿Cuál es su lugar de origen?

- a. Pasto
- b. Otro Lugar
- c. NS/NR
- Dpto.  Mcpio.  País
- ¿Cuál? \_\_\_\_\_

***Si su respuesta es Pasto continúe con la pregunta No 1.6.3***

**1.6.2** ¿Cuáles fueron las causas que lo obligaron o incitaron a cambiar de localidad?

- a. Trabajo
- b. Educación
- c. Salud
- d. Violencia
- e. Personales
- f. Familiares

**1.6.3** ¿Cuánto tiempo continuo hace que vive aquí en este municipio? \_\_\_\_\_

**2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS Y COMPOSICIÓN FAMILIAR**

**2.1** Actualmente ¿usted se encuentra?

- a. Soltera
- b. Casada
- c. Unión Libre
- d. Separada
- e. Viuda
- f. Divorciada

**2.2** ¿Cuál es el número de personas incluida usted, que conforman su hogar? \_\_\_\_\_

**2.3** ¿En su hogar es usted la jefe encargada? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

***Si su respuesta es NO especifique quien es el jefe de hogar***

JEFE DE HOGAR \_\_\_\_\_

**2.4** ¿De las personas que conforman su hogar que parentesco tienen con usted?

Parentesco Nº	PADRE Y/O MADRE	CONYUGUE	HIJOS	NIETOS	OTROS
UNO					
DOS					
TRES					
CUATRO					
CINCO					
SEIS					
SIETE					

**2.5** ¿Hay personas menores de seis años en su hogar? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

*(Si su respuesta es NO pase a la pregunta No 2.9)*

**2.5 A)** ¿Que parentesco tiene usted con los menores de seis años? \_\_\_\_\_

**2.6** ¿Quién se encarga de cuidar y responder por estas personas?

- a. Padre o madre
- b. Hermano (a)
- c. Abuelo (a)
- d. Familiar
- e. Otro.

**2.7** ¿Los niños menores de seis años asisten a algún instituto de cuidado especial?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**Si (Continúe)**

**No (Pase a 2.9)**

**2.8** Especifique que Institución lo atiende

- a. Guardería o Jardín Infantil
- b. Hogar comunitario
- c. Centro especial
- d. Colegio

**2.9** De los siguientes problemas ¿cuales se presentan principalmente en su núcleo familiar?

- a. Alcoholismo
- b. Drogadicción
- c. Tabaquismo
- d. Conflictos de pareja
- e. Maltrato infantil
- f. Ninguno

### 3. DATOS DE LA VIVIENDA

3.1 ¿En qué tipo de vivienda reside?

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| Casa terminada           | <input type="checkbox"/> |
| Apartamento              | <input type="checkbox"/> |
| Cuarto                   | <input type="checkbox"/> |
| Inquilinato              | <input type="checkbox"/> |
| Vivienda en construcción | <input type="checkbox"/> |

3.2 ¿Cuál es el material predominante de las paredes de su vivienda?

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| a. Ladrillo | <input type="checkbox"/> |
| b. Tapia    | <input type="checkbox"/> |
| c. Madera   | <input type="checkbox"/> |
| d. Cartón   | <input type="checkbox"/> |

3.3 ¿Cuál es el material predominante de los pisos de su vivienda?

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| a. Tierra       | <input type="checkbox"/> |
| b. Cemento      | <input type="checkbox"/> |
| c. Madera Burda | <input type="checkbox"/> |
| d. Baldosa      | <input type="checkbox"/> |
| e. Ceramica     | <input type="checkbox"/> |

3.4 La vivienda en la que reside es:

- |                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| a. Propia con escritura pública | <input type="checkbox"/> |
| b. Propia sin escritura         | <input type="checkbox"/> |
| c. Propia la está pagando       | <input type="checkbox"/> |
| d. Arrendada                    | <input type="checkbox"/> |
| e. Anticresis                   | <input type="checkbox"/> |
| f. Usufructo                    | <input type="checkbox"/> |

Valor estimado \$ \_\_\_\_\_

3.5 ¿De los siguientes servicios, con cuales cuenta la vivienda?

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| a. Energía Eléctrica   | <input type="checkbox"/> |
| b. Teléfono            | <input type="checkbox"/> |
| c. Acueducto           | <input type="checkbox"/> |
| d. Alcantarillado      | <input type="checkbox"/> |
| e. Recolección Basuras | <input type="checkbox"/> |
| f. TV Contratada       | <input type="checkbox"/> |
| g. Internet            | <input type="checkbox"/> |

3.6 ¿De cuantos cuartos en total dispone la vivienda? \_\_\_\_\_  
(Sin incluir cocina, baño ni garaje)

3.7 ¿En cuántos de estos cuartos duermen las personas? \_\_\_\_\_

#### 4. ASPECTOS ECONÓMICOS

4.1 ¿Cuántas personas en el hogar perciben ingresos mensualmente?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. Más de 3

4.2 ¿En cuánto estima el valor de los ingresos del hogar?

- a. 200.000 a 300.000
- b. 300.001 a 400.000
- c. 400.001 a 500.000
- d. 500.001 a 600.000
- e. 600.001 a 800.000
- f. 800.001 a 1.000.000
- g. Más de 1.000.000
- h. NS/NR

4.3 ¿En cuánto estima el total de gastos mensuales del hogar?

- a. 200.000 a 300.000
- b. 300.001 a 400.000
- c. 400.001 a 500.000
- d. 500.001 a 600.000
- e. 600.001 a 800.000
- f. 800.001 a 1.000.000
- g. Más de 1.000.000
- h. NS/NR

4.4 ¿Cómo considera usted los ingresos de su hogar?

- a. Más que suficientes para cubrir gastos básicos
- b. Suficientes para cubrir gastos básicos
- c. No alcanzan para los gastos básicos

4.5 ¿Cuál sería el ingreso mínimo mensual para satisfacer todas las necesidades del hogar?

- a. 200.000 a 300.000
- b. 300.001 a 400.000
- c. 400.001 a 500.000
- d. 500.001 a 600.000
- e. 600.001 a 800.000
- f. 800.001 a 1.000.000
- g. Más de 1.000.000

4.6 ¿Por quién deben ser asumidos, los siguientes gastos en su hogar?

	Usted	Compartido	Otro	¿Quién?
a. Alimentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
b. Vestuario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
c. Educación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
d. Recreación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
e. Salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
f. Servicios Públicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
g. Transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
h. Créditos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

4.7 ¿Usted o algún miembro de su familia recibe apoyo por parte del estado o de otra institución? (Si su respuesta es sí estime el valor)

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_

4.8 ¿Por falta de dinero deje de consumir alguna o algunas de las tres comidas básicas uno o más días de la semana?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

(Si su respuesta es sí)

No días sin comer \_\_\_\_\_

## 5. NIVEL DE EDUCACIÓN

5.1 ¿Sabe leer y escribir?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

5.2 ¿Actualmente asiste a una institución educativa?

a. Escuela	<input type="checkbox"/>
b. Colegio	<input type="checkbox"/>
c. Instituto	<input type="checkbox"/>
d. Universidad	<input type="checkbox"/>
e. Ninguno	<input type="checkbox"/>

**Si su respuesta es Ninguno continúe de lo contrario pase a la pregunta No 5.5**

5.3 ¿Cuáles son las causas que impiden su asistencia a estudiar?

a. Falta de dinero	<input type="checkbox"/>
b. Debe Trabajar	<input type="checkbox"/>
c. Razones personales	<input type="checkbox"/>

5.4 ¿Le gustaría continuar con sus estudios? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**5.5** ¿Cuál es el título o diploma de mayor nivel educativo que ha recibido o el mayor grado alcanzado?

	COMPLETA	AÑOS ALCANZADOS
Primaria	<input type="checkbox"/>	_____
Bachiller	<input type="checkbox"/>	_____
Técnico	<input type="checkbox"/>	_____
Tecnológico	<input type="checkbox"/>	_____
Universitario	<input type="checkbox"/>	_____
Ninguno	<input type="checkbox"/>	_____

**5.6** ¿Dentro de su núcleo familiar existen personas estudiando?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ Cuantas \_\_\_\_\_

**5.7** ¿Asume usted los gastos de educación de estas o alguna de estas personas? (si su respuesta es sí estime el valor anual)

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_

## 6. DATOS SOBRE SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL

**6.1** ¿Está afiliado, es cotizante o beneficiario de alguna entidad de seguridad social en salud?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

***Si su respuesta es SI continúe de lo contrario pase a la pregunta 6.7***

### ***Para Afiliados***

**6.2** ¿A cuál de los siguientes regímenes de seguridad social en salud está afiliado?

- |                                  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|
| a. Contributivo cotizante EPS    | <input type="checkbox"/> |
| b. Contributivo beneficiario EPS | <input type="checkbox"/> |
| c. Especial (Fuerzas armadas)    | <input type="checkbox"/> |
| d. SISBEN                        | <input type="checkbox"/> |

**6.3** ¿Quién paga mensualmente por su afiliación?

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| a. Parte y parte entre empresa y empleador | <input type="checkbox"/> |
| b. Descuento en pensión                    | <input type="checkbox"/> |
| c. Pago independiente                      | <input type="checkbox"/> |
| d. Es beneficiario                         | <input type="checkbox"/> |

***(Si es beneficiario pase a la pregunta 6.5)***

6.4 ¿Cuánto paga o le descuentan por concepto de seguridad social en salud?

\$ \_\_\_\_\_

6.5 ¿Cuándo fue la última vez que asistió al médico?

- a. Menos de un mes
- b. De 1 a 3 meses
- c. De 4 a 6 meses
- d. De 6 meses a 1 año
- e. Más de 1 año

6.6 Discrimine en pesos los gastos para salud que por otras cuestiones fuera de lo pagado a su seguro debe asumir.

- a. 100 a 10.000
- b. 10.000 a 20.000
- c. 20.001 a 30.000
- d. 30.001 a 40.000
- e. 40.001 a 50.000
- f. Mas de 50.000
- g. No Gasta

*(Si su respuesta es NO GASTA pase a la pregunta 6.10)*

**Con que frecuencia**

- a. 1 vez al mes
- b. 2 a 4 veces al mes
- c. Cada 2 meses
- d. Cada 3 meses
- e. Cada 6 meses
- f. Cada año

**Para No Afiliados**

6.7 ¿Cuánto tiempo hace que no está afiliado o no cotiza salud?

- a. Menos de un mes
- b. De 1 a 3 meses
- c. De 4 a 6 meses
- d. De 6 meses a 1 año
- e. Más de 1 año
- f. Nunca ha estado afiliado

**6.8** ¿Cuál es la razón por la cual no está afiliado al sistema de seguridad social en salud?

- a. Desconocimiento del servicio
- b. Falta de recursos económicos
- c. No le interesa cotizar el servicio
- d. Desconfianza en el sistema
- e. Dificultad en los trámites

**6.9** Estime el valor que usted debe asumir por concepto de salud mensualmente.

- a. 100 a 10.000
- b. 10.000 a 20.000
- c. 20.001 a 30.000
- d. 30.001 a 40.000
- e. 40.001 a 50.000
- f. Mas de 50.000
- g. No Gasta

**(Si su respuesta es NO GASTA pase a la pregunta 6.10)**

**Con que frecuencia**

- a. 1 vez al mes
- b. 2 a 4 veces al mes
- c. Cada 2 meses
- d. Cada 3 meses
- e. Cada 6 meses
- f. Cada año

**6.10** ¿Está usted afiliado a algún sistema de pensiones y cesantías?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

Años Cotizados \_\_\_\_\_ años

## 7. BIENESTAR GENERAL

7.1 ¿Cómo considera se encuentra la situación de las siguientes variables? Siendo la calificación la siguiente:

- a. Excelente                      b. Buena                      c. Regular                      d. Mala

VARIABLES	CALIFICACIÓN AÑO 2009			
	a	b	c	d
Situación Económica				
Empleo o Demanda Laboral				
Oportunidades que Ofrece la Ciudad				
Relación con Familiares				
Relación con Amigos				
Seguridad en su Barrio				

7.2 ¿Cómo calificaría la seguridad en la plaza de mercado en la cual labora?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular
- d. Mala

7.3 ¿Cuáles considera como las principales causas de inseguridad en la plaza?

- a. Falta de Trabajo
- b. Falta de educación
- c. Delincuencia común
- d. Deficiente Vigilancia
- e. Ninguna
- f. Otra

¿Cuál? \_\_\_\_\_

7.4 ¿Cuál de los siguientes variables considera como el principal problema para usted?

- a. Falta de Dinero
- b. Falta de Educación
- c. Falta de Trabajo
- d. Falta de Vivienda
- e. Problemas de Salud
- f. Ninguno

## 8. ASPECTOS DE LAS PLAZAS DE MERCADO

**8.1** ¿Usted se encuentra inscrito en el registro que lleva la Administración Central de Plazas de Mercado?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ (si es no) ¿PORQUE? \_\_\_\_\_

**8.2** ¿Cuál es el monto mensual pagado a la Alcaldía Municipal por la utilización de su puesto en la plaza de mercado?

- |                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| a. 1000 a 20.000     | <input type="checkbox"/> |
| b. 20.001 a 50.000   | <input type="checkbox"/> |
| c. 50.001 a 100.000  | <input type="checkbox"/> |
| d. 100.001 a 150.000 | <input type="checkbox"/> |
| e. Más de 150.000    | <input type="checkbox"/> |
| f. No paga           | <input type="checkbox"/> |

**8.3** Dentro de la plaza de mercado, ¿Qué clase de servicio ofrece el puesto de venta?

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| a. Venta de Raleo       | <input type="checkbox"/> |
| b. Venta de frutas      | <input type="checkbox"/> |
| c. Venta de mote        | <input type="checkbox"/> |
| d. Venta de Papa        | <input type="checkbox"/> |
| e. Venta Animales       | <input type="checkbox"/> |
| f. Venta de Ropa        | <input type="checkbox"/> |
| g. Venta Artesanías     | <input type="checkbox"/> |
| h. Venta de comidas     | <input type="checkbox"/> |
| i. Venta Cárnicos       | <input type="checkbox"/> |
| j. Servicio carretillas | <input type="checkbox"/> |
| k. Venta Varios         | <input type="checkbox"/> |
| l. Venta de Calzado     | <input type="checkbox"/> |
| m. Venta de Hojalatería | <input type="checkbox"/> |
| n. Otro                 | <input type="checkbox"/> |

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**8.4** ¿En el puesto de venta usted es? a. Dueño  b. Empleado

**8.4 A)** ¿Posee artículos que representen alguna clase de patrimonio en su puesto de trabajo?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ **Artículos:**

\_\_\_\_\_

**8.5** ¿Cuánto gana usted mensualmente por su trabajo?

- a. Menos de 100.000
- b. 100.000 a 200.000
- c. 200.001 a 300.000
- d. 300.001 a 400.000
- e. 400.001 a 500.000
- f. 500.001 a 600.000
- g. 600.001 a 800.000
- h. 800.001 a 1'000.000
- i. Mas de 1'000.000

**8.6** ¿Cuántas horas labora diariamente en la plaza de mercado?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6
- g. 7
- h. 8
- i. 9
- j. De 10 en Adelante

**8.7** ¿Qué días dedica a la atención de su negocio?

- a. De Lunes a Viernes
- b. De Lunes a Domingo
- c. De Lunes a Sábado
- d. Días a la Semana  L  M  M  J  V  S  D

**8.8** ¿Sus ventas se realizan de manera?

- a. Permanente
- b. Eventual

**8.9** ¿Su puesto de venta cuenta con los servicios de?

- a. Agua
- b. Energía Eléctrica
- c. Las dos anteriores
- d. Ninguna

**8.10** ¿Cuánto paga mensualmente en servicios en su puesto de venta?

- a. 1000 a 20.000
- b. 20.001 a 50.000
- c. 50.001 a 100.000
- d. 100.001 a 150.000
- e. Más de 150.000
- f. No Paga

<input type="checkbox"/>

**8.11** ¿Hace cuanto tiempo labora en el negocio? \_\_\_\_\_

**8.12** ¿Es el mismo tiempo que lleva trabajando dentro de las plazas de mercado?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**(Si su respuesta es no continúe, Si no pase a la pregunta No 8.15)**

**8.13** ¿Cuánto hace que trabaja en esta plaza de mercado? \_\_\_\_\_

**8.14** ¿Cuál es la razón principal por la cual usted trabaja en esta plaza de mercado?

- a. Porque no existen más oportunidades de empleo
- b. Por Necesidad
- c. Por las bajas tarifas de alquiler de los puestos
- d. Por la disponibilidad de tiempo
- e. Por tradición familiar
- f. Porque se le brindó ahí la oportunidad de trabajar
- g. Otra

<input type="checkbox"/>

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**8.15** ¿Cómo calificaría su relación con sus compañeros de trabajo?

- a. Buena
- b. Mala
- c. Regular

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

**8.16** ¿Se encuentra satisfecho con su trabajo actual? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**(Si su respuesta es sí)** ¿Por Cuál de las siguientes razones?

- a. Es lo único que sabe hacer
- b. Obtiene buenos ingresos
- c. Es a lo que siempre se ha dedicado
- d. No existen más posibilidades de empleo
- e. Porque es la única fuente de ingresos
- f. Otra
- g. Solventar Necesidades
- h. Porque dedica más tiempo a su hogar

<input type="checkbox"/>

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**(Si su respuesta es no)** ¿PorCuál de las siguientes razones?

- a. El trabajo es muy duro
- b. No obtiene buenos ingresos
- c. Es bajo el nivel de ventas
- d. Otra

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**8.17** Si se le brindará la oportunidad de cambiar de trabajo ¿lo haría?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**8.18** ¿Tiene familiares que se encuentren trabajando en esta plaza de mercado?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ Cuantos \_\_\_\_\_

## 9. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN EL PUESTO DE VENTA

*Las preguntas de 9.1 a 9.4 van dirigidas a quienes comercializan productos.*

**9.1** La inversión que realiza para desarrollar su trabajo en el puesto de venta proviene de

- a. Recursos de Crédito
- b. Recursos Propios
- c. Las dos anteriores

**9.2** ¿Qué valores son invertidos semanalmente en el puesto de venta?

En dinero \$ \_\_\_\_\_

**9.3** ¿Qué valores son vendidos semanalmente en el puesto de venta?

En dinero \$ \_\_\_\_\_

*Preguntas para comercialización tanto de productos como de servicios.*

**9.4** ¿Cómo establece el precio del producto ó servicio?

- a. Según Precio de compra
- b. Según precios competencia
- c. Por porción
- d. Al ojo
- e. Otra

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**9.5** ¿Se Presentan Perdidas en la Comercialización o en la prestación de sus servicios?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**9.6** ¿Cuáles son las posibles causas de dichas pérdidas?

- a. No venta del producto
- b. No contratación del servicio
- c. El producto se daña
- d. El producto es robado
- e. La carga transportada es robada
- f. Bajas en los precios del producto
- g. Animales se enferman
- h. Otra

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**9.7** ¿Tiene usted en la actualidad solicitado algún tipo de crédito?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**9.7 A)** ¿En qué entidad?

- a. Entidad financiera
- b. Particular

**9.8** ¿Cuál es el valor de la cuota de pago de intereses?

Valor del Préstamo \$ \_\_\_\_\_

Valor cuota \$ \_\_\_\_\_

Frecuencia de pago \_\_\_\_\_

Tiempo Pactado \_\_\_\_\_

**9.9** ¿Lleva algún tipo de registro en su negocio? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

*(Si su respuesta es sí de que tipo)*

- a. Anotación en cuaderno
- b. Registros contables
- c. Otra

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**9.10** ¿Cuáles son los días de mayor comercialización de Productos y servicios en la plaza?

L  M  M  J  V  S  D

**9.11** ¿Cuál es el mes de menor comercialización de productos y servicios en la plaza?

E  F  M  A  M  J  JL  AG  S  O  N  D

9.12 Especifique el destino final de las ganancias mensuales de acuerdo a lo siguiente.

**VALOR MENSUAL**

- a. Alimentación \_\_\_\_\_
- b. Vivienda \_\_\_\_\_
- c. Educación \_\_\_\_\_
- d. Salud \_\_\_\_\_
- e. Transporte \_\_\_\_\_
- f. Servicios Públicos \_\_\_\_\_
- g. Recreación \_\_\_\_\_
- h. Pagos salarios 3ros \_\_\_\_\_
- i. Ahorro \_\_\_\_\_
- j. Otros Gastos \_\_\_\_\_
- k. Créditos \_\_\_\_\_

9.13 ¿Sabe usted que es el servicio al cliente? SI\_\_\_\_NO\_\_\_\_

9.14 ¿Está usted dispuesta a capacitarse? SI\_\_\_\_NO\_\_\_\_

**9.15 MANEJO DE RESIDUOS**

9.15.1 ¿Tiene conocimiento del manejo de basuras? SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

9.15.2 ¿Separa los residuos sólidos de las basuras? SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

9.15.3 ¿Cómo considera el manejo de las basuras dentro de la plaza de mercado?

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo

9.15.4 ¿Ha sufrido alguna enfermedad por causa del contacto con las basuras?

SI\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

*(Si su respuesta es sí responda cual de las siguientes)*

- a. Infecciones estomacales
- b. Problemas respiratorios
- c. Enfermedades dermatológicas
- d. Enfermedades de tipo viral
- e. Otra

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**9.15.5** Las enfermedades que usted ha sufrido han sido.

- a. Leves
- b. Graves


**9.16** ¿Cuáles considera usted que son los principales problemas que se presentan al interior de las plazas de mercado?

---

---

---

---

**9.17** ¿Qué alternativas piensa podrían plantearse para el mejoramiento de la organización interna de las plazas de mercado?

---

---

---

---

**9.18** ¿Cuál sería su aporte personal para un mejor funcionamiento de la plaza de mercado donde usted labora?

---

---

---

---

**¡Gracias por su colaboración!**

## Anexo B. FORMATOS DE ENTREVISTA

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ECONOMÍA**  
**SAN JUAN DE PASTO**

**ENTREVISTA:** Dirigida a diferentes entes con el fin de realizar un estudio de las condiciones socio-económicas de la población a investigar. Año 2009.

**OBJETIVO:** Conocer, describir y analizar las características socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

**NOTA:** Aplicación exclusivamente académica.

**Fecha de la Encuesta**      **DIA** \_\_\_\_\_      **MES** \_\_\_\_\_      **AÑO** \_\_\_\_\_

**Lugar de Aplicación:** Administración central de las Plazas de mercado de la Ciudad de San Juan de Pasto.

**Señor:** \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es el cargo que ocupa a nivel interno de la entidad?
2. ¿Hace cuanto tiempo que trabaja en la presente institución?
3. ¿Cuáles son las labores realizadas por usted?
4. ¿El contacto que usted tiene con las personas trabajadoras en las plazas de mercado es directo?
5. ¿Bajo qué parámetros se realiza la administración de las plazas de mercado?
6. ¿Cuál es el destino de los recursos recaudados por la Dirección administrativa de las ya nombradas plazas de mercado?
7. ¿Cómo se beneficia la administración municipal mediante el manejo de estos recursos?
8. ¿Cómo califica la situación actual en las plazas de mercado?
9. ¿En el desempeño de su cargo, ha fomentado políticas para el mejoramiento de la situación que vive la población trabajadora en las plazas de mercado? ¿Qué clase de políticas?
10. ¿Cuáles son los proyectos que viene adelantando la administración de las plazas de mercado, para ayudar a la población femenina trabajadora en las plazas de mercado?

**11.** Desde su punto de vista, ¿cual piensa puede ser la principal causa de la mayor concentración de la población femenina, en el trabajo desarrollado en las plazas de mercado?

**12.** Desde su experiencia por los años que lleva trabajando en la presente institución, ¿Cuáles cree son los principales problemas que enfrenta la población femenina trabajadora en las plazas de mercado?

**13.** ¿Qué alternativas de solución plantea frente a los problemas que se presentan en las plazas de mercado y que afectan en mayor medida a la población femenina trabajadora?

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ECONOMÍA**  
**SAN JUAN DE PASTO**

**ENTREVISTA:** Dirigida a diferentes entes con el fin de realizar un estudio de las condiciones socio-económicas de la población a investigar. Año 2009.

**OBJETIVO:** Conocer, describir y analizar las características socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

**NOTA:** Aplicación exclusivamente académica.

**Fecha de la Encuesta**      **DIA** \_\_\_\_\_      **MES** \_\_\_\_\_      **AÑO** \_\_\_\_\_

**Lugar de Aplicación:** Dirección Administrativa de Plazas de Mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

**Señora:** \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es el cargo que ocupa a nivel interno de la entidad?
2. ¿Hace cuanto tiempo que trabaja en la presente institución?
3. ¿Cuáles son las labores realizadas por usted?
4. ¿El contacto que usted tiene con las personas trabajadoras en las plazas de mercado es directo?
4. ¿Bajo qué parámetros se realiza la administración de las plazas de mercado?
5. ¿Sabe cuál es el destino de los recursos recaudados por la Dirección Administrativa de las ya nombradas plazas de mercado?
6. ¿Cómo cree se beneficia la administración municipal mediante el manejo de estos recursos?
7. ¿Cómo califica la situación actual en las plazas de mercado?
8. Desde su experiencia por los años que lleva trabajando en la presente institución, ¿Cuáles cree son los principales problemas que enfrenta la población femenina trabajadora en las plazas de mercado?
9. ¿Cuál es la ayuda brindada por usted para resolver los problemas que aquejan a la población femenina trabajadora en las plazas de mercado?

- 10.** ¿Tiene conocimiento acerca de las organizaciones internas existentes en las diferentes plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto?
- 11.** Dichas organizaciones, ¿Cómo ayudan a resolver los problemas existentes en las plazas de mercado?
- 12.** ¿Tiene conocimiento de los proyectos que se han llevado a cabo para la mejora de las plazas de mercado?
- 13.** De los proyectos realizados ¿cuales han dado resultado y cuáles no? Y ¿Cuál cree es la razón principal del fracaso de algunos de estos proyectos?
- 14.** ¿Qué proyectos conoce usted están a la espera de implementarse en las plazas de mercado?
- 15.** ¿Cuál es la visión a futuro sobre las plazas de mercado, se plantea una posible reconstrucción o traslado?

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ECONOMÍA**  
**SAN JUAN DE PASTO**

**ENTREVISTA:** Dirigida a diferentes entes con el fin de realizar un estudio de las condiciones socio-económicas de la población a investigar. Año 2009.

**OBJETIVO:** Conocer, describir y analizar las características socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

**NOTA:** Aplicación exclusivamente académica.

**Fecha de la Encuesta**      **DIA** \_\_\_\_\_      **MES** \_\_\_\_\_      **AÑO** \_\_\_\_\_

**Lugar de Aplicación:** Administración Central de Plazas de Mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

**Señor:** \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es el cargo que ocupa a nivel interno de la entidad?
2. ¿Hace cuanto tiempo que trabaja en la presente institución?
3. ¿Cuáles son las labores realizadas por usted?
4. ¿El contacto que usted tiene con las personas trabajadoras en las plazas de mercado es directo?
4. ¿Bajo qué parámetros se realiza la administración de las plazas de mercado?
5. ¿Sabe cuál es el destino de los recursos recaudados por la Dirección Administrativa de las ya nombradas plazas de mercado?
6. ¿Cómo cree se beneficia la administración municipal mediante el manejo de estos recursos?
7. ¿Cómo califica la situación actual en las plazas de mercado?
8. Desde su experiencia por los años que lleva trabajando en la presente institución, ¿Cuáles cree son los principales problemas que enfrenta la población femenina trabajadora en las plazas de mercado?
9. ¿Cuál es la ayuda brindada por usted para resolver los problemas que aquejan a la población femenina trabajadora en las plazas de mercado?

- 10.** ¿Tiene conocimiento acerca de las organizaciones internas existentes en las diferentes plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto?
- 11.** Dichas organizaciones, ¿Cómo ayudan a resolver los problemas existentes en las plazas de mercado?
- 12.** ¿Tiene conocimiento de los proyectos que se han llevado a cabo para la mejora de las plazas de mercado?
- 13.** De los proyectos realizados ¿cuales han dado resultado y cuáles no? Y ¿Cuál cree es la razón principal del fracaso de algunos de estos proyectos?
- 14.** ¿Qué proyectos conoce usted están a la espera de implementarse en las plazas de mercado?
- 15.** ¿Cuál es la visión a futuro sobre las plazas de mercado, se plantea una posible reconstrucción o traslado?

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ECONOMÍA**  
**SAN JUAN DE PASTO**

**ENTREVISTA:** Dirigida a diversos entes con el fin de realizar un estudio de las condiciones socio-económicas de la población a investigar. Año 2009.

**OBJETIVO:** Conocer, describir y analizar las características socio-económicas de la población femenina trabajadora en las plazas de mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

**NOTA:** Aplicación exclusivamente académica.

**Fecha de la Encuesta**      **DIA** \_\_\_\_\_      **MES** \_\_\_\_\_      **AÑO** \_\_\_\_\_

**Lugar de Aplicación:** Administración Central de Plazas de Mercado de la ciudad de San Juan de Pasto.

**Señor:** \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es el cargo que ocupa a nivel interno de la entidad?
2. ¿Cuáles son las formas de cobro que se realiza tanto para trabajadores permanentes como eventuales?
3. ¿Qué clase de inconvenientes se presentan en el cobro tanto para trabajadores permanentes como eventuales?
4. ¿Los valores cobrados varían de acuerdo a la ubicación del puesto, a la clase de producto comercializado...y bajo que otros parámetros?
5. ¿Desde qué mínimo hasta que máximo valor varían los cobros realizados?
6. ¿Cree que este valor es justo de acuerdo a las ganancias que puede presentar cada trabajador?
7. En el caso de que alguna de las personas no pague el valor del puesto, ¿Cuál es su posición frente a esta situación?
8. Desde su punto de vista ¿cuales piensa son los problemas que afectan a la población femenina trabajadora en las plazas de mercado?
9. ¿Qué soluciones piensa usted son las más adecuadas para ayudar a esta población?

### Anexo C. CUADROS ESTADÍSTICOS

Tabla No 1. Rangos de edad de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado.

RANGOS DE EDAD	# Encuestados	% Porcentaje
De 10 a 20	1	0.6
De 21 a 30	12	7
De 31 a 40	40	24.3
De 41 a 50	49	30
De 51 a 60	39	24
De 61 a 70	21	13
De 71 a 80	2	1.1
De 81 a 90	0	0
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 2. Lugar de Origen de las Mujeres Trabajadoras de las Plazas de Mercado

LUGAR DE ORIGEN	# Encuestados	% Porcentaje
Pasto	136	83
Otro Municipio	27	16,4
Otro Departamento	1	0,6
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 3. Estado Civil de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

ESTADO CIVIL	# Encuestados	% Porcentaje
Soltera	36	22
Casada	77	47
Unión Libre	18	11
Separada	20	12.2
Viuda	12	7.2
Divorciada	1	0.6
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 4. Número de Personas que Aportan al Ingreso de los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1	87	53
2	66	40
3	7	4
Más de 3	4	3
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 5. Ingresos Mensuales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

<b>INGRESOS MENSUALES EN LOS HOGARES DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
200.000 a 300.000	8	5
300.001 a 400.000	3	2
400.001 a 500.000	35	21.3
500.001 a 600.000	31	19
600.001 a 800.000	30	18
800.001 a 1.000.000	28	17
Más de 1.000.000	24	14.7
NS/NR	5	3
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 6. Gastos Mensuales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

<b>GASTOS MENSUALES EN LOS HOGARES DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
200.000 a 300.000	8	5
300.001 a 400.000	3	1.8
400.001 a 500.000	29	17
500.001 a 600.000	36	22
600.001 a 800.000	20	12
800.001 a 1.000.000	30	18.2
Más de 1.000.000	32	19
NS/NR	9	5
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 7. Persona que Asume los Gastos en el Hogar

<b>PERSONA QUE ASUME LOS GASTOS EN EL HOGAR</b>	<b>Usted</b>	<b>Otro</b>	<b>Compartido</b>	<b>No Gasta</b>	<b>NS/NR</b>	<b>Total</b>
Alimentación	123	7	34	0	0	<b>164</b>
Vestuario	111	9	40	4	0	<b>164</b>
Educación	90	11	29	31	3	<b>164</b>
Recreación	97	7	25	35	0	<b>164</b>
Salud	105	6	23	30	0	<b>164</b>
Servicios Públicos	119	11	34	0	0	<b>164</b>
Transporte	121	4	22	17	0	<b>164</b>
Créditos	85	2	10	65	0	<b>164</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 8. Ingresos Mensuales Ideales en los hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

<b>INGRESOS MENSUALES IDEALES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
200.000 a 300.000	0	0
300.001 a 400.000	0	0
400.001 a 500.000	11	7
500.001 a 600.000	10	6
600.001 a 800.000	45	27
800.001 a 1.000.000	49	30
Más de 1.000.000	49	30
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 9. Ingresos Mensuales Adecuados en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>INGRESOS MENSUALES ADECUADOS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Más que suficientes para cubrir gastos básicos	0	0
Suficientes para cubrir gastos básicos	15	9
No alcanzan para los gastos básicos	149	91
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 10. Valor de Ayudas dadas Por Parte del Estado

<b>VALOR DE AYUDAS DADAS POR PARTE DEL ESTADO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1.000 a 50.000	20	47
50.001 a 100.000	19	44
100.001 a 200.000	3	7
200.001 a 300.000	0	0
300.001 a 400.000	0	0
Más de 400.000	1	2
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 11. Mujeres Que Han Recibido Apoyo Por Parte Del Estado

<b>MUJERES CON APOYO POR PARTE DEL ESTADO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	43	26
NO	121	74
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 12. Valor pagado por concepto de Arrendamiento

<b>VALOR PAGADO POR ARRENDAMIENTO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
20.000 a 100.000	15	33
100.001 a 150.000	15	33
150.001 a 200.000	10	22
200.001 a 250.000	3	7
Más de 250.000	2	5
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 13. Valor Pagado Por Concepto De Anticresis

<b>VALOR PAGADO POR ANTICRESIS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1.000.000 A 5.000.000	4	80
5.000.001 a 10.000.000	1	20
10.000.001 a 20.000.000	0	0
20.000.001 a 30.000.000	0	0
Más de 30.000.000	0	0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 14. Mujeres Que Asumen Los Gastos De Educación De Los Integrantes De Su Hogar

<b>MUJERES QUE ASUMEN GASTOS DE EDUCACION DE SU HOGAR</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	97	79
NO	26	21
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 15. Valor Anual Estimado en Educación

<b>VALOR ANUAL ESTIMADO EN EDUCACIÓN</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
10.000 a 50.000	1	1
50.001 a 100.000	10	10
100.001 a 200.000	18	19
200.001 a 300.000	25	26
300.001 a 400.000	2	2
Más de 400.000	41	42
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 16. Cobertura Mensual de Gastos Por Cotización de Seguridad Social en Salud

<b>COBERTURA MENSUAL DE GASTOS POR SALUD</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Parte y parte entre empresa y empleador	0	0
Descuento en pensión	0	0
Pago independiente	3	2
Es beneficiario	157	98
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 17. Valor Mensual De Gastos En Seguridad Social En Salud Para Independientes

<b>VALOR MENSUAL DE GASTOS EN SALUD PARA INDEPENDIENTES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
10.000 a 50.000	1	33
50.001 a 100.000	2	67
100.001 a 200.000	0	0
200.001 a 300.000	0	0
300.001 a 400.000	0	0
Más de 400.000	0	0
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 18. Gastos Adicionales en Salud Para Mujeres Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud

<b>GASTOS ADICIONALES PARA MUJERES AFILIADAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
100 a 10.000	71	44
10.001 a 20.000	17	11
20.001 a 30.000	6	4
30.001 a 40.000	4	2
40.001 a 50.000	6	4
Más de 50.000	21	13
No gasta	35	22
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 19. Frecuencia De Gastos Adicionales En Salud Para Mujeres Afiliadas

<b>FRECUENCIA DE GASTOS ADICIONALES PARA MUJERES AFILIADAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1 vez al mes	85	68
De 2 a 4 veces al mes	11	9
Cada 2 meses	13	10
Cada 3 meses	6	5
Cada 6 meses	6	5
Cada año	4	3
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 20. Gastos en Salud Para Mujeres No Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud

<b>GASTOS MUJERES NO AFILIADAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1 a 10.000	0	0
10.001 a 20.000	0	0
20.001 a 30.000	0	0
30.001 a 40.000	0	0
40.001 a 50.000	0	0
Más de 50.000	2	50
No gasta	2	50
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 21. Frecuencia de gastos en Salud Mujeres no afiliadas al Sistema

<b>FRECUENCIA DE GASTOS MUJERES NO AFILIADAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1 vez al mes	1	50
De 2 a 4 veces al mes	0	0
Cada 2 meses	0	0
Cada 3 meses	0	0
Cada 6 meses	1	50
Cada año	0	0
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 22. Inscripción Mujeres en el Kárdex De Plazas de Mercado

<b>INSCRIPCION KÁRDEX</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	138	84
NO	11	7
NS/NR	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 23. Razones por las que las Mujeres Trabajadoras en las Plazas No se Encuentran Inscritas en el Kárdex de la Administración de Plazas

RAZÓN NO INSCRIPCIÓN KÁRDEX	# Encuestados	% Porcentaje
Es Vendedora Ambulante	3	27.3
Alquila una Parte del Puesto al Dueño	2	18.2
Es eventual	1	9
El Puesto es Prestado	3	27.3
NS/NR	2	18.2
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 24. Actividad económica Desarrollada por las Mujeres en las Plazas de Mercado.

ACTIVIDAD ECONOMICA	# Encuestados	% Porcentaje
Venta de Raleo	80	49
Venta de Frutas	25	15
Venta de Mote	1	1
Venta de Papa	4	2
Venta de Animales	5	3
Venta Ropa	8	5
Venta de Artesanías	4	2
Venta de Comidas	10	6
Venta de Cárnicos	2	1
Servicio de Carretillas	2	1
Venta Variedades	3	1.8
Venta de Calzado	4	2
Venta de Hojalatería	1	1
Venta de Granos	2	1
Venta de Veladoras	1	1
Venta de Productos Ferretería	7	4.2
Venta de Plásticos	1	1
Venta de Productos para Granero	2	1
Venta Chatarra	1	1
Venta de Dulces	1	1
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 25. Cargo desempeñado en el Puesto de Venta

<b>CARGO DESEMPEÑADO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Dueño	149	91
Empleado	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 26. Mujeres que Poseen Patrimonio de Trabajo

<b>POSESION PATRIMONIO DE TRABAJO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Si	26	15
No	138	85
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 27. Clase de Artículos Patrimoniales que Poseen las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>CLASE DE ARTÍCULOS PATRIMONIALES</b>	<b>Frecuencia Respuesta</b>	<b>% Porcentaje</b>
Estantería en Madera	11	38
Estantería Metálica	3	10.3
Carritos de Comidas Rápidas	3	10.3
Vitrinas	1	3.4
Estufa	3	10.3
Horno	2	7
Televisor	1	3.4
Grabadora	1	3.4
Báscula	1	3.4
Carrito de Dulces	1	3.4
Termo	1	3.4
Brasero	1	3.4
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 28. Atención del Puesto por las Mujeres en las Plazas

<b>ATENCIÓN DEL PUESTO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Permanente	163	99
Eventual	1	1
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 29. Días de atención cliente.

<b>DIAS DE ATENCIÓN</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
De Lunes a Viernes	27	17
De Lunes a Sábado	87	26
De Lunes a Domingo	43	53
Días a la Semana	7	4
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 30. Días de mayor comercialización en las Plazas

<b>DIAS DE MAYOR COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>Frecuencia Respuesta</b>	<b>% Porcentaje</b>
Lunes	86/164	52
Martes	0/164	0
Miércoles	4/164	2
Jueves	81/164	49
Viernes	0/164	0
Sábado	113/164	69
Domingo	3/164	1.8
<b>Total</b>	<b>287</b>	<b>%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 31. Días de mayor comercialización en la Plaza de Mercado Potrerillo

<b>DIAS DE MAYOR COMERCIALIZACION EN POTRERILLO</b>	<b>Frecuencia Respuesta</b>	<b>% Porcentaje</b>
Lunes	45/113	40
Martes	0/113	0
Miércoles	2/113	2
Jueves	79/113	70
Viernes	0/113	0
Sábado	103/113	91
Domingo	3/113	2.6
<b>Total</b>	<b>232</b>	<b>%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 32. Días de mayor comercialización en la Plaza de Mercado Tejar

<b>DIAS DE MAYOR COMERCIALIZACION EN TEJAR</b>	<b>Frecuencia Respuesta</b>	<b>% Porcentaje</b>
Lunes	41/41	100
Martes	0/41	0
Miércoles	0/41	0
Jueves	2/41	5
Viernes	0/41	0
Sábado	2/41	5
Domingo	0/41	0
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 33. Días de mayor comercialización en la Plaza de Mercado Dos Puentes

<b>DIAS DE MAYOR COMERCIALIZACION EN DOS PUENTES</b>	<b>Frecuencia Respuesta</b>	<b>% Porcentaje</b>
Lunes	0/10	0
Martes	0/10	0
Miércoles	0/10	0
Jueves	2/10	20
Viernes	0/10	0
Sábado	8/10	80
Domingo	0/10	0
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 34. Mes de Menor Comercialización en las Plazas de Mercado

<b>MES DE MENOR COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>Frecuencia Respuesta</b>	<b>% Porcentaje</b>
Enero	59	35
Febrero	48	29
Marzo	21	12
Abril	8	5
Mayo	6	4
Junio	6	4
Julio	3	2
Agosto	6	4
Septiembre	3	2
Octubre	0	0
Noviembre	3	2
Diciembre	1	0.6
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 35. Valor Cancelado Por Utilización del Puesto de Venta

<b>VALOR CANCELADO POR EL PUESTO DE VENTA</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1000 a 20.000	122	82
20.001 a 50.000	20	13
50.001 a 100.000	1	1
100.001 a 150.000	0	0
Más de 150.000	0	0
No paga	6	4
<b>Total</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 36. Financiamiento Del Puesto de Venta

<b>FINANCIAMIENTO PUESTO DE VENTA</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Recursos de Crédito	40	24
Recursos Propios	73	45
Las dos anteriores	36	22
NS/NR	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 37. Valor Costo Mensual en Insumos y gastos del Puesto de Venta

<b>VALOR COSTO MENSUAL EN INSUMOS Y GASTOS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
100.000 a 200.000	15	9
200.001 a 300.000	27	17
300.001 a 400.000	10	6
400.001 a 500.000	15	9
500.001 a 600.000	2	1
600.001 a 800.000	40	24
800.001 a 1'000.000	30	19
Más de 1'000.000	10	6
NS/NR	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 38. Valor Ventas Mensuales en el Puesto de Venta

<b>VALOR VENTAS MENSUALES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
100.000 a 200.000	6	4
200.001 a 300.000	9	6
300.001 a 400.000	21	13
400.001 a 500.000	14	8
500.001 a 600.000	2	1
600.001 a 800.000	16	10
800.001 a 1'000.000	36	22
Más de 1'000.000	45	27
NS/NR	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 39. Determinación del Precio del Producto o Servicio Por las Mujeres en las Plazas

<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Según precio de compra	130	79
Según precios competencia	16	10
Por Porción	7	4
Al ojo	8	4.8
Por Kilos Bultos y Arrobas	1	1
NS/NR	2	1.2
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 40. Existencia de Pérdidas en la Comercialización.

<b>EXISTENCIA DE PÉRDIDAS EN LA COMERCIALIZACION</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	139	85
NO	25	15
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 41. Causas de las Pérdidas en la Comercialización en las Plazas de Mercado

CAUSAS DE LAS PÉRDIDAS	# Encuestados	% Porcentaje
No venta del producto	57	41
No contratación del servicio	0	0
El producto se daña	62	45
El producto es robado	12	7
La carga transportada es robada	2	1.4
Bajas en los precios del producto	3	2.1
Animales se enferman	2	1.4
Brindar crédito	1	1
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 42. Ganancia o Salario Mensual de las Mujeres Por su Trabajo en las Plazas de Mercado

GANANCIA MENSUAL DE LAS MUJERES	# Encuestados	% Porcentaje
Menos de 100.000	9	6
100.000 a 200.000	38	23
200.001 a 300.000	12	7
300.001 a 400.000	10	6
400.001 a 500.000	32	20
500.001 a 600.000	23	14
600.001 a 800.000	17	10
800.001 a 1.000.000	5	3
Más de 1.000.000	3	2
NS/NR	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 43. Mujeres que Tienen Algún Crédito Recibido

MUJERES QUE TIENEN ALGÚN CRÉDITO	# Encuestados	% Porcentaje
SI	90	55
NO	74	45
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 44. Entidad a la cuál Solicitaron y Recibieron Créditos las Mujeres de las Plazas de Mercado

<b>ENTIDAD A LA CUAL SOLICITARON Y RECIBIERON CRÉDITOS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Entidad Financiera	17	19
Particular	73	81
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 45. Frecuencia de Pago de Intereses Por las Mujeres de las Plazas de Mercado

<b>FRECUENCIA DE PAGO DE INTERESES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Pago Mensual	20	22
Pago Diario	70	78
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 46. Manejo De Registros Contables Por Las Mujeres Trabajadoras En Las Plazas

<b>MANEJO DE REGISTROS CONTABLES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	53	32
NO	111	68
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 47. Tipo de registros contables que Manejan

<b>TIPO DE REGISTRO CONTABLE</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Anotación en Cuaderno	52	98
Registros Contables	1	2
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 48. Estrato de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

<b>ESTRATO DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Nivel 00	3	2
Nivel 01	84	51
Nivel 02	73	44
Nivel 03	4	3
Nivel 04	0	0
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 49. Número de Integrantes de los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

<b>NÚMERO DE INTEGRANTES DE LOS HOGARES DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1	2	0.6
2	13	8
3	28	17
4	31	19
5	27	16.4
6	29	18
7	11	7
8	7	4
9	6	4
MAS DE 10	10	6
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 50. Parentesco de los Integrantes de los Hogares, con las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

<b>PARENTESCO DE LOS INTEGRANTES CON LAS MUJERES</b>	<b># Mujeres Encuestadas</b>	<b>% De Participación</b>
Padre Y/O Madre	25/164	15,24
Conyugue	89/164	54,26
Hijos	148/164	90,24
Nietos	45/164	27,43
Otros	27/164	16,46

Fuente: Esta investigación

Tabla No 51. Mujeres Jefes de Hogar

<b>MUJERES JEFES DE HOGAR</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	137	84
NO	27	16
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 52. Existencia de Menores de 6 años en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>MENORES DE 6 AÑOS EN LOS HOGARES DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	56	34
NO	108	66
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 53. Personas encargadas del cuidado y sostenimiento de los Niños

<b>PERSONA ENCARGADA DE LOS MENORES DE 6 AÑOS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Padre o Madre	45	80
Hermano(a)	1	2
Abuelo(a)	10	18
Familiar	0	0
Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 54. Problemas En Los Hogares De Las Mujeres Trabajadoras De Las Plazas

<b>PROBLEMAS EN LOS HOGARES</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>	<b>% Porcentaje</b>
Alcoholismo	29	18
Drogadicción	2	1
Tabaquismo	20	12
Conflictos de pareja	3	2
Maltrato Infantil	0	0
Ninguno	110	67
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 55. Tipo de Vivienda de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>TIPO DE VIVIENDA DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Casa Terminada	132	80
Apartamento	11	7
Cuarto	2	1
Inquilinato	5	3
Vivienda en construcción	14	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 56. Material de las Paredes en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>MATERIAL DE LAS PAREDES EN LOS HOGARES DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Ladrillo	144	88
Tapia	17	10
Madera	3	2
Cartón	0	0
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 57. 3.3 Material de los Pisos en los Hogares de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>MATERIAL DE LOS PISOS EN LOS HOGARES DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Tierra	8	5
Cemento	110	67
Madera	3	2
Baldosa	28	17
Cerámica	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 58. Tenencia de la Vivienda Por Parte de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>TENENCIA DE LA VIVENDA POR PARTE DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Propia con escritura publica	101	62
Propia sin escritura	4	2
Propia la está pagando	0	0
Arrendada	45	27
Anticresis	5	3
En Usufructo	9	6
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 59. Servicios con los que Cuentan las Viviendas de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>SERVICIOS CON LOS QUE CUENTAN LAS VIVIENDAS DE LAS MUJERES</b>	<b>Frecuencia Respuestas</b>	<b>% Total</b>
Energía eléctrica	163/164	99%
Teléfono	36/164	22%
Acueducto	164/164	100%
Alcantarillado	160/164	98%
Recolección de Basuras	106/164	65%
TV contratada	31/164	19%
Internet	4/164	2.4%

Fuente: Esta investigación

Tabla No 60. Cuartos con los que cuentan las viviendas De Las Mujeres Trabajadoras De Las Plazas

<b>CUARTOS CON LOS QUE CUENTAN LAS VIVIENDAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1	10	6
2	17	10
3	44	27
4	42	26
Más de 4	51	31
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 61. Dormitorios con los que Cuentan las Viviendas de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>DORMITORIOS CON LOS QUE CUENTAN LAS VIVIENDAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1	27	16
2	62	38
3	40	24
4	26	16
Más de 4	9	6
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 62. Mujeres que no han Consumido alguna de las Comidas Básicas Uno o más días de la semana.

<b>MUJERES QUE NO HAN CONSUMIDO ALGUNA DE LAS COMIDAS BÁSICAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	59	36
NO	105	64
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 63. Mujeres Afiliadas al sistema de seguridad social en salud.

<b>MUJERES AFILIADAS A SALUD</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	160	98
NO	4	2
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 64. Régimen de Seguridad Social en Salud al Cual Pertenecen las Mujeres Trabajadoras en las Plazas

<b>REGIMEN DE SALUD AL CUAL PERTENECEN</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Contributivo cotizante EPS	3	2
Contributivo beneficiario EPS	19	12
Especial (Fuerzas armadas)	0	0
SISBEN	138	86
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 65. Asistencia Médica Mujeres Afiliadas al Sistema de Seguridad Social en Salud

<b>ASISTENCIA MÉDICA MUJERES AFILIADAS A SALUD</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Menos de un mes	70	44
De 1 a 3 meses	33	20
De 4 a 6 meses	15	9
De 6 meses a 1 año	25	16
Más de 1 año	17	11
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 66. Tiempo que llevan sin cotizar el servicio de seguridad social en salud

<b>TIEMPO SIN COTIZAR EL SERVICIO DE SALUD</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Menos de un mes	0	0
De 1 a 3 meses	0	0
De 4 a 6 meses	0	0
De 6 meses a 1 año	0	0
Más de 1 año	2	50
Nunca ha estado afiliado	2	50
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 67. Razón Por la Cual No Cotiza el Servicio de Seguridad Social en Salud

<b>RAZÓN POR LA CUAL NO COTIZA EL SERVICIO EN SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Desconocimiento del servicio	1	25
Falta de recursos Económicos	1	25
No le interesa cotizar el servicio	0	0
Desconfianza en el sistema	0	0
Dificultad en los trámites	2	50
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 68. Mujeres cotizantes del Sistema de Pensiones y Cesantías

<b>MUJERES CON PENSIONES Y CESANTÍAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	2	1
NO	162	99
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 69. Años de cotización del Sistema de Pensiones y Cesantías

<b>AÑOS DE COTIZACIÓN DE PENSIONES Y CESANTÍAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Menos de 1 año	0	0
De 1 a 10 años	1	50
De 11 a 20 años	0	0
De 21 a 30 años	0	0
De 31 a 40 años	1	50
Más de 40 años	0	0
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 70. Mujeres Trabajadoras en las Plazas que Saben Leer y Escribir

<b>MUJERES QUE SABEN LEER Y ESCRIBIR</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	150	92
NO	14	8
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 71. Mujeres que actualmente Asisten a una institución educativa

<b>MUJERES QUE ASISTEN A UNA INSTITUCION EDUCATIVA</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Escuela	0	0
Colegio	2	1
Instituto	0	0
Universidad	0	0
Ninguno	162	99
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 72. Causas de inasistencia a instituciones educativas

<b>CAUSAS DE INASISTENCIA</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Falta de dinero	34	21
Debe trabajar	78	48
Razones personales	50	31
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 73. Mujeres Con Interés de Continuar sus Estudios

<b>MUJERES CON INTERÉS DE CONTINUAR SUS ESTUDIOS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	75	46
NO	89	54
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 74. Mujeres con interés de capacitarse

<b>MUJERES CON INTERÉS DE CAPACITARSE</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	135	82
NO	29	18
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 75. Título educativo de mayor nivel obtenido

<b>TITULO EDUCATIVO DE MAYOR NIVEL OBTENIDO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Primaria	77	47
Bachiller	16	9.8
Técnico	0	0
Tecnológico	1	0.6
Universitario	1	0.6
Ninguno	69	42
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 76. Años Alcanzados por las Mujeres sin Ningún Título Educativo

<b>AÑOS ALCANZADOS POR LAS MUJERES SIN NINGÚN TÍTULO EDUCATIVO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1 Primaria	7	10
2 Primaria	11	16
3 Primaria	17	25
4 Primaria	7	10
Ningún año alcanzado	27	39
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 77. Años Alcanzados Por las Mujeres Con Título en Básica Primaria

<b>AÑOS ALCANZADOS POR LAS MUJERES CON TÍTULO EN BÁSICA PRIMARIA</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
6 Bachiller	1	9
7 Bachiller	4	36.4
8 Bachiller	3	27.3
9 Bachiller	2	18.3
10 Bachiller	1	9
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 78. Otros Títulos Obtenidos por las Mujeres de las Plazas

<b>OTROS ESTUDIOS REALIZADOS POR LAS MUJERES DE LAS PLAZAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Tecnólogo	1	50
Universitarios	1	50
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 79. Existencia en el hogar de familiares estudiando

<b>EXISTENCIA EN EL HOGAR DE FAMILIARES ESTUDIANDO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	123	75
NO	41	25
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 80. Mayor Problema en la Actualidad Para las Mujeres en las Plazas de Mercado

<b>MAYOR PROBLEMA ACTUALMENTE</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Falta de Dinero	128	78
Falta de Educación	3	2
Falta de Trabajo	24	14
Falta de Vivienda	5	3
Problemas de Salud	3	2
Ninguno	1	1
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 81. Calificación Condiciones Bienestar General Por las Mujeres en las Plazas de Mercado

<b>CALIFICACIÓN CONDICIONES BIENESTAR GENERAL</b>					
<b>VARIABLE / CALIFICACIÓN</b>	<b>EXCELENTE</b>	<b>BUENO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>MALO</b>	<b>TOTAL %</b>
Situación Económica	--	2/164 1%	57/164 35%	105/164 64%	100
Empleo o Demanda Laboral	--	2/164 1%	52/164 32%	110/164 67%	100
Oportunidades que Ofrece la Ciudad	--	8/164 5%	49/164 30%	107/164 65%	100
Relación con Familiares	19/164 12%	122/164 74%	20/164 12%	3/164 2%	100
Relación Con Amigos	9/164 5%	126/164 77%	24/164 15%	5/164 3%	100
Seguridad en su Barrio	3/164 2%	27/164 17%	40/164 24%	94/164 57%	100

Fuente: Esta investigación

Tabla No 82. Tiempo de Labores en el Negocio

<b>TIEMPO DE LABORES EN EL NEGOCIO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Menos de 1 año	2	1
De 1 a 10	66	40.2
De 11 a 20	43	26.2
De 21 a 30	15	9
De 31 a 40	20	13
De 41 a 50	9	5.4
Más de 50	2	1
NS/NR	7	4.2
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 83. Tiempo que lleva trabajando en la plaza.

<b>TIEMPO TRABAJANDO EN LA PLAZA</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	131	80
NO	26	15
NS/NR	7	5
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 84. Horas Laborales Diarias de las Mujeres en las Plazas de Mercado

<b>HORAS LABORALES DIARIAS DE LAS MUJERES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
1	0	0
2	0	0
3	1	0.60
4	3	2
5	4	2.4
6	8	5
7	18	11
8	77	47
9	19	11
De 10 horas en Adelante	34	21
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 85. Razón Por La Cual Trabaja En Las Plazas

<b>RAZÓN POR LA CUAL TRABAJA EN LAS PLAZAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Porque no existen más oportunidades de empleo	128	78
Por Necesidad	9	5.4
Por las bajas tarifas de alquiler de los puestos	1	0.6
Por la disponibilidad de tiempo	15	9
Por tradición familiar	8	5
Por que se le brindo ahí la oportunidad de trabajar	3	2
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 86. Mujeres Que Tienen Familiares Trabajando En Las Plazas

<b>MUJERES QUE TIENEN FAMILIARES EN LAS PLAZAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	88	54
NO	76	46
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 87. Relación de las Mujeres con sus Compañeros de Trabajo

<b>RELACION CON SUS COMPAÑEROS DE TRABAJO</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Buena	138	84
Mala	5	3
Regular	21	13
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 88. Estado de la Seguridad en las Plazas de Mercado

<b>ESTADO DE SEGURIDAD EN LAS PLAZAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Excelente	1	1
Buena	30	18
Regular	56	34
Mala	77	47
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 89. Causas de la Inseguridad en las Plazas de Mercado

CAUSAS DE LA INSEGURIDAD	# Encuestados	% Porcentaje
Falta de trabajo	59	36
Falta de educación	2	1
Delincuencia común	40	24
Deficiente Vigilancia	47	29
Mala Administración	1	1
Ninguno	15	9
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 90. Satisfacción de las mujeres con su trabajo en las Plazas

SATISFACCIÓN DE LAS MUJERES CON SU TRABAJO	# Encuestados	% Porcentaje
SI	126	77
NO	38	23
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 91. Razones / Está Satisfecha con su Trabajo en las Plazas de Mercado

RAZONES /ESTÁ SATISFECHA	Frecuencia Relativa	% Porcentaje
Es lo único que sabe hacer	59	47
Porque obtiene buenos ingresos	5	4
Es la labor a la cual se ha dedicado siempre	15	12
No existen más posibilidades de empleo	17	13
Porque es la única fuente de ingresos para vivir	1	1
Le ayuda a solventar sus necesidades	28	22
Porque puede dedicar más tiempo a su hogar	1	1
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 92. Razones / Está Insatisfecha con su Trabajo en las Plazas de Mercado

RAZONES/ ESTÁ INSATISFECHA	Frecuencia Relativa	% Porcentaje
El trabajo es muy duro	6	16
Porque no obtiene buenos ingresos	28	74
Porque es bajo el nivel de ventas	4	10
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 93. Mujeres que Cambiarían su Trabajo en las Plazas de Mercado

MUJERES QUE CAMBIARÍAN SU TRABAJO	# Encuestados	% Porcentaje
SI	117	71
NO	47	29
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 94. Conocimiento del Manejo Adecuado de Basuras por Parte de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado

CONOCIMIENTO DEL MANEJO ADECUADO DE BASURAS	# Encuestados	% Porcentaje
SI	105	64
NO	59	36
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla no 95. Manejo adecuado de las basuras por parte de las mujeres en las plazas

MANEJO ADECUADO DE LAS BASURAS POR PARTE DE LAS MUJERES	# Encuestados	% Porcentaje
SI	26	16
NO	138	84
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 96. Manejo Adecuado de las Basuras en las Plazas de Mercado

<b>MANEJO ADECUADO DE LAS BASURAS EN LAS PLAZAS</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Excelente	3	2
Bueno	31	18
Regular	65	40
Malo	65	40
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 97. Mujeres afectadas por enfermedades causadas por el inadecuado manejo de las basuras

<b>MUJERES AFECTADAS POR ENFERMEDADES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
SI	61	37
NO	103	63
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

Tabla No 98. Clase de Enfermedades que Afectan a las Mujeres Por Contacto con las Basuras

<b>CLASE DE ENFERMEDADES</b>	<b># Encuestados</b>	<b>% Porcentaje</b>
Infecciones Estomacales	17	28
Problemas Respiratorios	29	47
Enfermedades Dermatológicas	6	10
Enfermedades de tipo Viral	9	15
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>100%</b>

Fuente: Esta investigación

## Anexo D. CRUCES DE VARIABLES

### Cruce de Variables No 1. Mujeres Jefes de Hogar Vs Número de Personas en el Hogar

NUMERO DE PERSONAS CON INGRESOS EN EL HOGAR					
Es Usted la jefe de hogar	1 Persona	2 Personas	3 Personas	Más de 3 personas	TOTAL
<b>no</b>		20	4	3	27
%Fila		74,1	14,8	11,1	100
%Columna		30,3	57,1	75	16,5
<b>si</b>	87	46	3	1	137
%Fila	63,5	33,6	2,2	0,7	100
%Columna	100	69,7	42,9	25	83,5
<b>TOTAL</b>	87	66	7	4	164
%Fila	53	40,2	4,3	2,4	100
%Columna	100	100	100	100	100

**Fuente: Esta investigación**

## Cruce de Variables No 2. Ingresos de los Hogares de las Mujeres Vs Gastos de los Hogares de las Mujeres.

Ingresos del hogar	GASTOS DEL HOGAR							Ns/Nr	TOTAL
	200.000 a 300.000	300.001 a 400.000	400.001 a 500.000	500.001 a 600.000	600.001 a 800.000	800.001 a 1'000.000	Más de 1'000.000		
200.000 a 300.000	8								8
%Fila	100								100
%Columna	100								4,9
300.001 a 400.000		3							3
%Fila		100							100
%Columna		100							1,8
400.001 a 500.000			29	6					35
%Fila			82,9	17,1					100
%Columna			100	18,2					21,3
500.001 a 600.000				27				4	31
%Fila				87,1				12,9	100
%Columna				81,8				44,4	18,9
600.001 a 800.000					20	10			30
%Fila					66,7	33,3			100
%Columna					100	33,3			18,3
800.001 a 1'000.000						20	8		28
%Fila						71,4	28,6		100
%Columna						66,7	25		17,1
Más de 1'000.000							24		24
%Fila							100		100
%Columna							75		14,6
Ns/Nr								5	5
%Fila								100	100
%Columna							0	55,6	3
<b>TOTAL</b>	8	3	29	33	20	30	32	9	164
%Fila	4,9	1,8	17,7	20,1	12,2	18,3	19,5	5,5	100
%Columna	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Esta investigación

**Cruce de Variables No 3. Estado Civil de las Mujeres en las Plazas de Mercado Vs Mujeres Jefes de Hogar.**

<b>ES USTED LA JEFE DE HOGAR</b>			
<b>Estado Civil de las Mujeres en las Plazas</b>	<b>No</b>	<b>si</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Soltera</b>	6	30	36
%Fila	16,7	83,3	100
%Columna	22,2	21,9	22
<b>Casada</b>	14	63	77
%Fila	18,2	81,8	100
%Columna	51,9	46	47
<b>Unión Libre</b>	4	14	18
%Fila	22,2	77,8	100
%Columna	14,8	10,2	11
<b>Separada</b>	3	17	20
%Fila	15	85	100
%Columna	11,1	12,4	12,2
<b>Viuda</b>		12	12
%Fila		100	100
%Columna		8,8	7,3
<b>Divorciada</b>		1	1
%Fila		100	100
%Columna		0,7	0,6
<b>TOTAL</b>	27	137	164
%Fila	16,5	83,5	100
%Columna	100	100	100

Fuente: Esta investigación

**Cruce de Variables No 4. Estado Civil de las Mujeres en las Plazas de Mercado Vs Problemas en el Núcleo Familiar de las Mujeres Trabajadoras en las Plazas de Mercado.**

<b>Estado Civil de las Mujeres en las Plazas</b>	<b>Alcoholismo</b>	<b>Drogadicción</b>	<b>Tabaquismo</b>	<b>Conflictos de Pareja</b>	<b>Ninguno</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Soltera</b>	5	2	5		24	36
%Fila	13,9	5,6	13,9		66,7	100
%Columna	17,2	100	26,3		21,6	22
<b>Casada</b>	14		11	2	50	77
%Fila	18,2		14,3	2,6	64,9	100
%Columna	48,3		57,9	66,7	45	47
<b>Unión Libre</b>	2		1	1	14	18
%Fila	11,1		5,6	5,6	77,8	100
%Columna	6,9		5,3	33,3	12,6	11
<b>Separada</b>	3				17	20
%Fila	15				85	100
%Columna	10,3				15,3	12,2
<b>Viuda</b>	4		2		6	12
%Fila	33,3		16,7		50	100
%Columna	13,8		10,5		5,4	7,3
<b>Divorciada</b>	1					1
%Fila	100					100
%Columna	3,4					0,6
<b>TOTAL</b>	29	2	19	3	111	164
%Fila	17,7	1,2	11,6	1,8	67,7	100
%Columna	100	100	100	100	100	100

Fuente: Esta investigación