

**CONDICIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LOS VENDEDORES DE LA
TERCERA EDAD DE LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE
PASTO 2014**

KAREN MARILIN GOMEZ DEL CASTILLO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
SAN JUAN DE PASTO
2014**

**CONDICIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LOS VENDEDORES DE LA
TERCERA EDAD DE LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE
PASTO 2014**

KAREN MARILIN GOMEZ DEL CASTILLO

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:
ECONOMISTA**

**Asesor académico:
VICENTE MARIA FIGUEROA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
SAN JUAN DE PASTO
2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores”.

Artículo 1 del Acuerdo número 324 de octubre de 1966 emanado por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Firma del presidente de Tesis

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Octubre de 2014

RESUMEN

En la plaza de mercado el Tejar existen un sin número de necesidades sobre las cuales la gobernación e incluso la misma alcaldía no se han manifestado, en este caso el interés está basado en la importancia que deben de presentar para todos las personas de la tercera edad y sus aportes para la sociedad.

Finalmente se pretende una articulación de la comunidad con los diferentes entes organizacionales, con el fin de buscar medidas que lleven a una concientización de la población hacia a aquellas personas que de una u otra manera han hecho que muchos de los profesionales de hoy lo sean, así como la responsabilidad de saber llevar a cabo la buena crianza de los niños.

ABSTRACT

In the marketplace the Tiled there are a number of requirements on which the government and even the same mayor have not manifested , in this case the interest is based on the importance must present for all those seniors and their contributions to society.

Finally a joint community seeks to different organizational entities , in order to seek measures that lead to an awareness of the population towards those people who in one way or another have made many of today's professionals they are, and the responsibility to know to perform good parenting .

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	15
1. MARCO GENERAL.....	16
1.1 TEMA	16
1.2 TITULO	16
1.2.1 Antecedentes.	16
1.2.2 Situacion actual.....	17
1.2.3 Formulación del problema.....	18
1.2.3.1 Pregunta general.....	18
1.2.3.2 Preguntas Específicas	18
2. JUSTIFICACION	19
3. OBJETIVOS	20
3.1 OBJETIVO GENERAL	20
3.2 ESPECÍFICOS	20
3.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
3.3.1 Universo de estudio.	20
3.3.2 Espacio geográfico.....	20
3.3.3 Tiempos a emplear e investigar.	20
4. MARCO REFERENCIAL.....	21
4.1 MARCO TEÓRICO	21
4.2 MARCO CONTEXTUAL.....	24
4.2.1 Aspecto físico del municipio.	24
4.2.1.1 Demografía.	24
4.2.1.2 Economía.....	24
4.3 MARCO LEGAL	25
4.4 MARCO CONCEPTUAL	27
4.4.1 Área rural.	27
4.4.2 Área urbana.	27

4.4.3	Corregimiento.....	27
4.4. 4	Condiciones socio- económicas.....	27
4.4.5	Prestaciones sociales.	27
4.4.6	Tercera edad.....	27
4.4.7	Precio natural	27
4.4.8	Mercado	27
4.4.9	Plaza de mercado	28
4.4.10	OIT:	28
5.	METODOLOGIA	29
5.1	TIPO DE ESTUDIO.....	29
5.1.1	Tamaño de la muestra.	29
5.1.2	Diseño procedimiento y métodos.	30
5.1.3 T	écnicas de análisis y presentación de resultados.	30
6.	DEMOSTRACION DE LOS OBJETIVOS.....	31
6.1	CONDICIONES SOCIALES DEL ADULTO MAYOR TRABAJADOR EN LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE PASTO 2014	31
6.1.1	Aspectos generales.....	31
6.1.1.1	Distribución de la población por sexo y manejo de lectoescritura.	31
6.1.1.2	Estado civil de los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar.	32
6.2	NIVEL EDUCATIVO	33
6.2.1	Tipo de vivienda.	34
6.2.2	Personas que habitan la vivienda y los cuartos que dispone.....	35
6.2.3	Cuartos que utiliza para dormir.	36
6.2.4	DISTRIBUCIÓN DE LOS MATERIALES DE LA VIVIENDA.....	37
6.2.4.2	Distribución de los pisos.	38
6.2.4.3	Distribución del techo de las viviendas.	39
6.3	DISTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS.....	40
6.4	MEDIO QUE UTILIZAN PARA COCINAR.....	41

6.4.2	Tipo de régimen de salud.....	43
6.4.3	Afiliación al régimen de pensiones.....	44
6.5	ESTUDIO AMBIENTAL.....	45
6.5.1	Conocimiento del manejo de basura y separación de los residuos.....	45
7.	CONDICIONES ECONÓMICAS DEL ADULTO MAYOR TRABAJADOR EN LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE PASTO 2014	47
7.1	DISTRIBUCIÓN DE LOS HOGARES EXISTENTES EN LA VIVIENDA Y PERSONAS QUE TRABAJAN.....	47
7.2	INGRESO DEL NÚCLEO FAMILIAR	48
7.3	PUESTO DE VENTA	49
7.3.1	Días de venta en el puesto.	49
7.3.2	Venta semanal.	49
7.3.3	Servicios públicos de los puestos.	50
7.4	CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO.....	51
7.4.1	Paredes del puesto de venta.....	51
7.4.3	Piso de los puestos de venta	53
7.5	COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS	54
7.5.1	Tipo de productos en los puestos de venta.....	54
7.5.2	Procedencia de los productos	55
7.5.3	Determinante del precio de los productos	56
7.5.4	Abastecimiento del puesto.	57
7.6	REGISTRA CONTABILIDAD	61
7.7	CAPACITACIÓN EN VENTAS.....	62
7.6	SERVICIO AL CLIENTE	63
7.7	TIEMPO EN CAPACITACIÓN.....	64
7.8	DISTRIBUCION DE LOS GASTOS	65
7.8.1	Distribución de los gastos de alimentación.	65
7.8.2	Distribución de los gastos de vivienda.	66
7.8.3	Distribución de los gastos de Educación.....	67

7.8.4	Distribución de los gastos de Salud.	68
7.8.5	Distribución de los gastos de Transporte.	69
7.8.7	Distribución de los gastos de Recreación.	71
7.8.8	Distribución de los gastos de pago de salario de empleados.	72
7.8.9	Destino mensual para Ahorro.....	73
7.8.10	Distribución de otros gastos.	74
8.	PROBLEMAS CAUSADOS POR LAS RELACIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS DEL ADULTO MAYOR DE LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE PASTO 2014.....	76
8.1	PROBLEMAS PRINCIPALES DE LOS VENDEDORES	76
9.	ALTERNATIVAS DE MEJORAMIENTO FRENTE A LOS PROBLEMAS SOCIALES Y ECONÓMICOS DEL ADULTO MAYOR TRABAJADOR DE LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR.	78
9.1	ALTERNATIVA DE MEJORAMIENTO.....	78
	CONCLUSIONES	80
	RECOMENDACIONES.....	82
	BIBLIOGRAFIA	84
	NETGRAFIA	85
	ANEXOS.....	86
	ANEXO 1. ENCUESTA:.....	87

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1.	Distribución por Genero de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar con el manejo de lectoescritura. San Juan de Pasto. 2013.....	32
Cuadro 2.	Distribución de las personas que habitan la vivienda y los cuartos que disponen los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	36
Cuadro 3.	Distribución de los materiales de las paredes de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	38
Cuadro 4.	Distribución de los materiales del techo de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	40
Cuadro 5.	Distribución de los servicios públicos de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	41
Cuadro 6.	Distribución del Tipo de carnet de salud de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	43
Cuadro 7:	Conocimiento del manejo de basura y separación de los residuos de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	46
Cuadro 8.	Distribución de los hogares existentes en la vivienda	47
Cuadro 9.	Distribución del material de las paredes del puesto de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	52
Cuadro 10.	Techo de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	53
Cuadro 11:	Distribución del material del Piso de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	54
Cuadro 12.	Tipo de producto de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	55
Cuadro 13.	Procedencia de los producto de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	56
Cuadro 14.	Forma de abastecimiento de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	56
Cuadro 15.	Perdidas en los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	61
Cuadro 16.	Solicitud de créditos para los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	61
Cuadro 17.	Tiempo en capacitación de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	65

Cuadro 18. Distribución de los gastos de vivienda de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	67
Cuadro 19: Distribución de los gastos de Salud de los vendedores de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	69
Cuadro 20. Distribución de los gastos de Transporte de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	70
Cuadro 21. Distribución de los gastos de Servicios Públicos de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	71
Cuadro 22. Distribución de los gastos de Recreación de los vendedores de los puestos de ventas de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	72
Cuadro 23. Destino mensual para Ahorro de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	74
Cuadro 24. Distribución de otros gastos de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	75

LISTA DE GRAFICOS

Pág.

Grafico 1.	Distribución del Estado civil de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	33
Grafico 2.	Distribución del Nivel Educativo de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	34
Grafica 3.	Distribución del Tipo de vivienda de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	35
Grafico 4.	Distribución de los cuartos que utilizan para dormir los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	37
Grafico 5.	Distribución de los materiales de los pisos de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	39
Grafico 6.	Distribución del medio que utilizan para cocinar los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	42
Grafico 7.	Distribución del Tipo de régimen de salud de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	44
Grafico 8.	Afiliación al régimen de pensiones de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	45
Grafico 9.	Distribución del ingresos del núcleo familiar de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	48
Grafico 10:	Distribución de los días de venta en el puesto de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	49
Grafico 11.	Distribución de la venta semanal de los vendedores de la Plaza de Mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	50
Grafico 12.	Distribución de los Servicios Públicos de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	51
Grafico 13:	Distribución de los Determinante del precio de los producto de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	57
Grafico 14:	Distribución de los Días de mayor venta de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	59
Grafico 15:	Distribución del Mes más bajo en venta de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	60
Grafico 16.	Distribución del Registro de contabilidad de las ventas en los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	62
Grafico 17.	Capacitación en ventas de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	63
Grafico 18.	Servicio al cliente de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	64

Grafico 19.	Distribución de los gastos de alimentación de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	66
Grafico 20:	Distribución de los gastos de Educación de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	68
Grafico 21.	Distribución de los gastos de pago de salario de empleados de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	73
Grafico 22.	Problemas de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013.....	77
Grafico 23.	Alternativas de mejoramiento de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013	79

INTRODUCCION

Por todos los problemas con los que a diario se enfrenta la sociedad, las personas se ven obligadas a recurrir al ingreso extra para sus hogares, como el trabajo que realizan las personas de la tercera edad, del cual aquellos que conviven con ellos deben hacer uso, por considerar que lo poco que ellos aporten es una manera de hacer que la situación económica se haga más llevadera, aun aceptando que los ancianos son una fuente de soluciones en la disminución de carga que esto implica.

Es por todo lo anterior como nace la investigación denominada “CONDICIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LOS TRABAJADORES DE LA TERCERA EDAD DE LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DEL MUNICIPIO DE PASTO 2014”, en la cual se buscó indagar sobre las situaciones sociales y económicas de esos vendedores de la tercera edad de la Ciudad de Pasto, de la misma manera buscar propuestas de solución antes los posibles problemas que se encuentren presentes en esta parte de la población.

Por otro lado la investigación muestra los posibles problemas que surgieron por las diferentes condiciones sociales y económicas, considerando que estas personas son determinadas por el resto de la sociedad como inútiles y las cuales son denominadas cargas; además de analizar las implicaciones que esto trae consigo y que no ayudan a un adecuado desarrollo en todo lo relacionado con la plaza de mercado el Tejar.

1. MARCO GENERAL

1.1 TEMA

El trabajo como fuente de bienestar

1.2 TITULO

Condiciones Sociales y Económicas de los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014

1.2.1 Antecedentes. En la Ciudad de Pasto hasta el año 1975 existía una plaza de mercado que se ubicaba en la calle 18 y carreras 20 y 21 que era conocida como el mercado central en el lugar que en estos momentos se encuentra ubicado el Banco de la República lugar que en ese año fue producto de un incendio que consumió todas las instalaciones llevando a que las personas entre las que se encontraban los vendedores y compradores, se vieran en la necesidad de invadir unos lotes que se hallaban ubicados en el Tejar y los Dos Puentes, en el caso del Potrerillo este era un centro construido con el fin de brindar ocasionalmente exposiciones de ferias artesanales y cuyos propietarios eran la gobernación de Nariño y la Corporación Plaza de Ferias, quienes ante la necesidad y emergencia fue cedida como parte de préstamo para seis meses de los cuales se estima han pasado hasta la fecha 39 años.

La Ciudad de Pasto según los datos del Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015 la población total para el 2012 es de 423.277 habitantes que estaría representando el 25,07% del total de la población de Nariño¹, este a su vez es considerado como un Municipio intrarregional ya que por medio de él se da la comercialización de diversos productos entre una parte del Cauca, Putumayo y el vecino país del Ecuador que desplazan dichos productos a las tres importantes plazas de mercado entre ellas la del Tejar ubicada en la calle principal del barrio Lorenzo.

Los mercados del Tejar, Potrerillo, Dos Puentes y Obrero son consideradas empresas ya que en ellos se ubica la mayor parte del empleo generada en la Ciudad de Pasto, con más de 5015 puestos de ventas permanentes y con aproximaciones de 715 puestos que lo hacen de manera eventual, de la misma manera se presentan 132 mercados móviles eventuales. Según datos entregados por la Alcaldía Municipal.

¹ Ver: <http://narino.gov.co/index.php/plan-de-desarrollo-2012-2015>

En los días considerados movidos o de gran comercialización como son los lunes , jueves y sábados los compradores acuden a estos mercados con el fin de abastecerse de los diversos productos, en pequeñas o grandes proporciones, ya sea para sus grandes abarrotes, pequeñas tiendas y consumos familiares, donde se estima que son alrededor de 35.000 personas .

Teniendo en cuenta que el trabajo es considerado para muchos como un mal necesario, ya que son muchas las personas que han dedicado su vida entera a esta actividad y ven día a día que todo su esfuerzo se encuentra resaltado en la única realidad que es el pan vivir, donde sus ingresos se encuentran disminuidos con la dificultad que presentan en el manejo de estos debido a su edad que los pone en muchas ocasiones en el ojo de aquellos que buscan simplemente estafarlos e incluso hacerlos ver inútiles.

No obstante muchos de los ancianos que se dedican a estas actividades consideran de mucha importante el tener que realizarlos debido al alto nivel de pobreza que presentan en sus hogares, aceptando el hecho de que en su totalidad no perciben una vida digna.

“En nuestro sistema social tradicional, los ancianos eran considerados la sabiduría personificada y el fruto de una vida bien vivida y ostentaban un poder, una autoridad y un respeto incuestionable. La seguridad de una familia unida constituía la tranquilidad para los ancianos” (Kaur et al. 1987).²

“Un informe sobre la situación familiar de los trabajadores migrantes de uno de los pueblos jóvenes que rodean Lima, comenta que allí donde las personas mayores viven con sus hijos adultos, la presencia de una persona extra obliga a estirar aún más los limitados recursos de la familia, y refuerza el sentimiento por el que las personas mayores se ven a sí mismas como una carga” (Help Age International, 1993a).³

1.2.2 Situación actual. La plaza de mercado el Tejar en estos momentos es considerada una de las fuertes en cuanto a comercio de la Ciudad de Pasto ya que en este se da gran cantidad de intercambios; aunque en estos momentos presentan conflictos a causa de los constantes robos internos y externos.

En la plaza de mercado el Tejar se llegan a encontrar ventas en bodegas, restaurantes, cacharrería y todo lo que esté en la necesidad del comprador.

²Ver:

http://books.google.es/books?id=i95_gz0G9_8C&pg=PA41&lpg=PA41&dq=#v=onepage&q&f=false

³ Ibíd.

Es importante resaltar que estos vendedores en su mayoría están compuestos por menores de edad y adultos mayores que están constituidas por numerosas familias.

Por otra parte según información de datos confidenciales, los puestos de ventas del mercado el Tejar, Potrerillo y los Dos Puentes, no cuenta hasta el momento con un registro legal en el cual se manifieste el pago de impuestos por los puestos de venta, comprendiendo en muchas ocasiones que por estas consecuencias no puedan hacer uso de los préstamos que les posibilite el avance de su situación económica, laboral y por ende social, por considerar como ellos lo manifiestan imposible la cancelación de dichos pagos; por lo anterior cabe aclarar que los puestos que se encuentran en funcionamiento, lo han venido efectuando por la intervención de muchos políticos que llegan a ellos y manifiestan su apoyo quedando de esta manera como simples permisos para ejercer el servicio a la población.

1.2.3 Formulación del problema

1.2.3.1 Pregunta general

¿Cuál es la situación social y económica del adulto mayor trabajador en la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014?

1.2.3.2 Preguntas Específicas

- ¿Cuáles son las condiciones sociales que presenta el adulto mayor trabajador en la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014?
- ¿Cuáles son las condiciones económicas que presenta el adulto mayor trabajador en la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014?
- ¿Cuáles son los problemas causados por las relaciones sociales y económicas del adulto mayor de la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014?
- ¿Qué alternativas de mejoramiento se pueden adoptar frente a los problemas sociales y económicos del adulto mayor trabajador de la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto?

2. JUSTIFICACION

El análisis de las diferentes poblaciones y de sus características a nivel Social y Económico es el que lleva a indagar los diferentes problemas inmersos en la actualidad, donde se evidencia el lugar que se le está dando a los adultos mayores que como todo ser humano lo que pretende es ganar con su esfuerzo un tiempo para descansar.

La importancia de estudiar esta parte de la población, es porque hasta el momento en la Ciudad de Pasto no existen estudios que involucren a estas personas desde la base de sus trabajos, por lo cual se ve la necesidad de esta investigación para guiar así al gobierno y a las diferentes organizaciones, a adoptar nuevas políticas que se encaminen a disminuir y mejorar las condiciones del adulto mayor y en especial sobre el trabajo que ellos realizan en la plaza de mercado el Tejar.

La marginación de la cual son sujetas las personas de la tercera edad es aún mayor para los que no tienen propiedades importantes, y que a causa de ello no tienen recursos para hacer uso, asegurarse cuidados y seguridad en la vejez. De la misma manera contribuyen a la focalización de nuevos y mejores procesos de desarrollo económico y social, que han sufrido gran descuido y desarticulación, todo a causa de no brindarles la protección que ellos necesitan y que la población en general debe estar dispuesta a darles.

En la plaza de mercado el Tejar existen un sin número de necesidades sobre las cuales la gobernación e incluso la misma alcaldía no se han manifestado, en este caso el interés está basado en la importancia que deben de presentar para todos las personas de la tercera edad y sus aportes para la sociedad.

Finalmente se pretende una articulación de la comunidad con los diferentes entes organizacionales, con el fin de buscar medidas que lleven a una concientización de la población hacia a aquellas personas que de una u otra manera han hecho que muchos de los profesionales de hoy lo sean, así como la responsabilidad de saber llevar a cabo la buena crianza de los niños.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la situación social y económica del adulto mayor trabajador en la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto y proponer alternativas de solución 2014.

3.2 ESPECÍFICOS

- Estudiar las condiciones sociales del adulto mayor trabajador en la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014
- Estudiar las condiciones económicas del adulto mayor trabajador en la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014
- Analizar los problemas causados por las relaciones sociales y económicas del adulto mayor trabajador de la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014
- Plantear alternativas de mejoramiento que se pueden adoptar frente a los problemas sociales y económicos del adulto mayor trabajador de la plaza de mercado el Tejar.

3.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

3.3.1 Universo de estudio. El universo de estudio está constituido por los 780 puestos de venta de la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto de los cuales se priorizan los propietarios y vendedores en su gran mayoría campesinos de la región.

3.3.2 Espacio geográfico. La investigación se desarrolló en la plaza de mercado el Tejar localizada en la Ciudad de Pasto (N).

3.3.3 Tiempos a emplear e investigar. El tiempo investigado hizo corte de información estadística al año 2014.

El tiempo a emplear corresponde al periodo comprendido entre Agosto del 2013 y junio 2014

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

Todas las situaciones negativas por las que a diario se enfrenta el adulto mayor son evidenciadas de países menos desarrollados donde las remuneraciones de salario, no compensan los gastos que a diario deben presentar los hogares, siendo los causantes de que el adulto mayor deba dejar sus tierras o el hogar, para enfrentarse a una realidad que a diario demuestra la falta de oportunidades que se presentan en este país.

Del mismo modo se analiza la conclusión a la que llegó Adam Smith en su obra “La naturaleza y causa de las riquezas de las naciones” donde plantea: “*el trabajo anual de cada nación es el fondo que en principio lo provee de todas las cosas necesarias y convenientes para la vida, y que anualmente consume el país*”⁴, se puede analizar que en la actualidad aquellas cosas que todo ser humano requiere cada vez está más lejos y para ello muchas familias deben recurrir a la ayuda que pueden brindarle aquellas personas que por su edad deben estar gozando de una vida digna. Existen muchos de los escritos de Adam Smith que llevan a reflexionar y a hacer muchas preguntas, entre ellas se encuentra una frase que él plantea “*un hombre ha 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*”⁵, está más que claro que según Smith el hombre háblese de hombre o mujer adulto, con entera responsabilidad debe de estar en la capacidad de mantener a su familia y en el caso del adulto mayor que ya no se encuentran con las facultades para generar trabajo debe dedicarlo a descansar o si fuera necesario a la ayuda en el cuidado de los menores.

Aquello que los trabajadores de la plaza de mercado el Tejar realiza es algo similar respecto a lo que Smith plantea ya que, con lo poco que obtienen con la jornada la única capacidad que presentan es la de administración, por ser tan ágiles en lograr que su escaso ingreso logre cubrirle en parte sus necesidades básicas.

Del mismo modo se puede ver como las situaciones presentes en los trabajadores de la plaza de mercado el Tejar han dado cabida a la mención necesaria de un desarrollo rural, con el propósito de poder cumplir, y satisfacer no solo sus necesidades básicas, además sus aspiraciones personales, permitiendo el auto desarrollo de las personas, tal y como lo plantea en sus postulados Maslow. Por otro lado, los trabajadores adultos mayores exigen dentro de su cosmovisión no solo un desarrollo rural, tal y como lo menciona el Banco Mundial en donde “e/

⁴ SMITH, Adam. Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones. Madrid: Alianza. p. 2.

⁵ Ibíd., p. 112-113.

*desarrollo rural reconoce, que una mejora en los suministros alimenticios y en la nutrición, junto con unos servicios básicos, como la salud y la educación, no solo pueden mejorar directamente el bienestar físico y la calidad de vida de los campesinos pobres, sino que también puede aumentar directamente su productividad y su capacidad para contribuir a la economía nacional*⁶. Del mismo modo David Ricardo se refiere al trabajo:

*El trabajo crea el valor, pero no solo presente, sino también el pasado, incorporado en los instrumentos, las herramientas, los edificios, etc. Considera un trabajo como mercancía cuyo valor debe determinarse del mismo modo que el de cualquier otra mercancía. Su “precio natural” es el “necesario que permite a los trabajadores uno con otro subsistir y perpetuar a su raza sin incremento ni disminución”*⁷.

Esto lo que manifiesta es que la población debe de crecer en cuanto crece su medio de subsistencia, lo cual se entendería que en países donde presentan un mayor nivel de desarrollo y por ende crecimiento económico la población debe situarse en la misma proporción, pero la realidad es que los países en los que los medios de subsistencia es más escaso la población tiende a crecer, podría plantearse que uno de los fenómenos es el bajo nivel educativo, que debido al poco ingreso que perciben es de más difícil acceso, llevando este factor a que muchos de los adultos mayores lleven a concebir sus hijo hasta avanzada edad y de llegar a tenerlos antes son estos individuos quienes tendrían que tomarlos como su responsabilidad.

En consideración, la OIT manifiesta *“a falta de un adecuado sistema pensional, el sostenimiento de los viejos corre principalmente por cuenta de las familias. Las transferencias interfamiliares permiten sostener la población vieja y equilibran los ingresos per cápita entre hogares con y sin viejos. La diferencia entre ricos y pobres es que en los hogares ricos los viejos son no solo una carga sino también fuente de patrimonio e ingresos (pensionales y, sobre todo, no pensionales). Entre los hogares pobres los viejos son principalmente gasto*⁸. Lo anterior muestra de manera clara que en la realidad las personas de la tercera edad pobres, además de presentar gastos para el hogar, es un aportador del ingreso que percibe la familia, por lo que ellos son considerados como la base de la familia o un pilar importante para el progreso de estos.

La ley 100 de 1993 busco unificar los regímenes de pensión, seguridad social, salud y protección profesional, donde las personas de la tercera edad estarían

⁶ Banco Mundial, op. Cit, pág. 20. Ver también Banco Mundial, Desarrollo Rural. Experiencias del Banco Mundial. 1965- 1986. Washington DC, 1988.

⁷ ROLL, Eric. Historia de las Doctrinas Económicas México: Fondo de Cultura Económica. P. 179-181

⁸ Visitar: <http://www.redadultosmayores.com.ar/buscador/files/COLOM005.pdf>

vinculadas como cotizantes. Además, la ley 100 manifiesta que el bienestar de las personas de la tercera edad depende en gran medida de la manera como son tratadas por las personas que los rodean, es decir, que las personas con edad avanza dependen de muchas formas, de las personas que conviven con ella no solo de manera económica sino también en la parte social y afectiva, ya que son ellos los encargados de brindarles cariño y atención.

Por otro lado la ley 100 incluye en sus referencias motivos por los cuales se presenta como problema al envejecimiento, que depende del país o las costumbres presentes en estos desde donde catalogan el inicio del envejecimiento como el punto desde el cual se deja de un lado la fuerza de trabajo. Anteriormente cuando se hablaba o pensaba en una persona de la tercera edad se denotaba la imagen de una persona enferma que representaba una carga tanto para la familia como para la sociedad en la que se hallaba.

Respecto al bienestar que presenten las personas de la tercera edad depende en gran medida de aquellos que conviven con ellos desde su parte afectiva o emocional y no solo desde el lado económico.

Dada la política discriminatoria, es difícil la situación de los ancianos ante las diferentes empresas ya que estas en su plataforma de empleo ubican a estas personas en una situación no apta para la vinculación laboral y en la cual se ubican en la clase de trabajadores independientes.

La CEPAL manifestó mediante un documento para las directrices caribeñas, que *“en el 2005 las personas de 60 años y más representaban entre el 12% y el 16% del total de la población en los países de transición muy avanzada; entre el 8% y el 14% en los de transición avanzada (con las excepciones de Colombia y El Salvador, que tenían menos del 8%, y de Martinica, Uruguay y Puerto Rico, que estaban por encima del 15%); entre el 5% y el 9% en los de transición plena (con excepción de Jamaica, con 10%) y alrededor del 6% en los de transición moderada”*⁹.

Por otro lado vale la pena no ignorar que las pensiones han estado mal distribuidas dado que solo el 27% estaban asignadas a los menores de 50 años y el 51% a los menores de 60 años¹⁰. Debido a las diferentes inquietudes presentes en la sociedad, la Asamblea Nacional Constituyente de 1991¹¹ se promulgo un intenso debate sobre la evaluación de la seguridad social en el país, la cual se estipularon dos puntos principales, en el primero se une la seguridad social y asistencia pública como conceptos y un segundo punto en el que se plantea la

⁹ Visitar: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/34995/lcl2969-P.pdf>

¹⁰ LÓPEZ Hugo, La vejez Urbana en Colombia, FAUS-FESCOL, Bogotá 1992.

¹¹ JARAMILLO PÉREZ, Iván. El Futuro de la Salud, FESCOL, FES, CORONA y Restrepo Barco, Bogotá 1997.

seguridad social desde el mercado; lo anterior se miró reflejado mediante la aprobación del Artículo 48 constitucional en el cual se modifica la Seguridad Social.

4.2 MARCO CONTEXTUAL

4.2.1 Aspecto físico del municipio. La Ciudad de Pasto lugar donde se encuentra la plaza de mercado el Tejar sujeto de esta investigación presenta ciertas características, entre las que se menciona:

Se encuentra ubicado al suroeste de Colombia en la frontera con la Republica del Ecuador; en el departamento de Nariño siendo la capital del departamento, con una extensión de 1.128,4 km², con un área urbana de 26,4 km². Limita por el Norte con el departamento del Cauca, por el Este con el departamento del Putumayo, por el Sur con la Republica del Ecuador y por el Oeste con el océano Pacífico.¹²

La Ciudad de Pasto está conformada por un área urbana que se compone de doce (12) comunas compuestas por barrios y un área rural conformada por 13 veredas y corregimientos.

4.2.1.1 Demografía. La población de la Ciudad de Pasto está compuesta según la estimación del 2012 es de 423.277 habitantes, de los cuales el 89,72% habita en las 12 comunas que comprenden la Ciudad de Pasto y el 10,28% en los 13 corregimientos que conforman la zona rural.

4.2.1.2 Economía. En el área urbana las principales actividades económicas son el comercio y los servicios con algunas pequeñas industrias o microempresas, de las cuales cerca del 50% corresponden a la manufactura artesanal. Las empresas nariñenses de mayor tamaño se localizan en Pasto, y corresponden principalmente a productos alimenticios, bebidas y fabricación de muebles. En la zona rural predominan las actividades agrícolas y de ganadería. En pequeña escala hay actividad minera.

En la zona urbana, para desarrollo de la actividad comercial principalmente con el vecino país de Ecuador, existen varios centros comerciales. La Cámara de Comercio de Pasto fue instituida en 1918 y según su anuario estadístico para el

¹² Visitar <http://www.todacolombia.com/departamentos/narino.html>

2008 contaba con 14.066 establecimientos comerciales de los cuales el 58.5 % estaban dedicados al comercio y reparación de vehículos.¹³

En cuanto a la plaza de mercado el Tejar, esta cuenta con una actividad comercial amplia, ya que se llegan a encontrar desde verduras como la principal fuente de ingreso de los trabajadores, hasta restaurantes en su interior facilitando así que las condiciones de trabajo de estas personas se encuentren más completa, además de la distribución de productos de temporada como son los pesebres, papel paja y demás artículos útiles para la época de navidad.

4.3 MARCO LEGAL

El progreso de un municipio se logra a través de los diversos cambios positivos que puedan surgir en la población, y con ello se cree necesaria la lucha por los diferentes derechos; entre uno de los principales son aquellos que poseen las personas de la tercera edad y se hallan registrados en la Legislación Colombiana mediante la ley 29 de 1975 que fue modificada por la ley 687 del 2001 en la cual se manifiesta la protección de la ancianidad creando el Fondo Nacional de la Ancianidad Desprotegida, la cual pretende buscar disposiciones que favorezcan a los mayores de 60 años que carezcan de recursos económicos que les permitan subsistir dignamente, el cual fue sustituida por la constitución de 1991.

Por otro lado se encuentra en la Legislación de Colombia, la Ley 48 de 1986 que fue modificada por la Ley 687 del 2001 la cual establece la autorización a las asambleas departamentales para cobrar estampillas que contribuyan a la construcción, dotación y funcionamiento de los centros que conlleven a la atención del adulto mayor en cada una de las entidades territoriales.

Mediante el decreto 57 de 1988 se establece reglamentar el fondo de salud mental y asistencia al anciano desamparado, creado por el acuerdo 17 de 1988 de la constitución política de 1991, se debe además analizar el acuerdo 46 que manifiesta que el estado, la sociedad y la familia concurrirán para la protección y la asistencia de las personas de la tercera edad promoviendo su integración a la vida activa y comunitaria.

La resolución 7020 de 1992 muestra claramente los 16 derechos de los ancianos, en los que se encuentran en manifiesto según el artículo 46 de la constitución política de Colombia, donde se puede constatar que los ancianos como son consideradas las personas de la tercera edad tienen derecho a ser respetados, a

¹³ Visitar:

<http://orgullonarinense.wikispaces.com/Economia+en+el+municipio+de+SAN+JUAN+DE+PASTO>

no ser discriminados, a tener servicio de salud y seguridad, a una muerte digna entre otras.

En la ley 1171 del 2007 denominada Beneficios a los mayores de 62 años SISBEN I y II mediante la cual manifiesta que los ancianos tienen un descuento del 50% en la boletería para espectáculos públicos, en el costo de la matrícula en instituciones oficiales de educación superior, en el transporte público, servicios de Turismo entre otros.

A partir de una serie de inconformismos y lucha contra la indiferencia que presentan frente a las personas mayores de edad, se dio lugar a otras leyes que buscan la correcta atención de estas personas. En el artículo 5 de la ley 1251 de 2008 según el artículo 13 de la constitución política de Colombia, busca brindar protección a los adultos mayores que a causa de su condición económica, física o mental son marginados y sufren constantemente rechazos ante la sociedad.

De la misma manera se crearon una serie de deberes que debe cumplir el Estado, la Familia, la sociedad civil; donde se halla que es deber del Estado garantizar y hacer cumplir los derechos del adulto mayor, así como generar espacios adecuados de concentración que permitan el adecuado desempeño de este.

Por otro lado es deber de la sociedad civil respetar y aceptar los derechos del adulto mayor, dar un trato especial y preferencial, y propiciar la participación del adulto mayor.¹⁴

De acuerdo al libro IV de la Ley 100 de 1993, se manifiesta que este contempla servicios sociales complementarios para el anciano en materia de educación, cultura, recreación, turismo y preparación para la jubilación. Establece los requisitos para acceder a los subsidios y las razones de pérdida de este beneficio. De lo anterior se debe reconocer que existen casos en los cuales se hace el adecuado uso de estos beneficios donde las ayudas por parte de las familias les facilitan la aportación de estos; de igual manera la Ley 100 Determina la administración y control de la prestación y requiere que los municipios y distritos garanticen la infraestructura de bienestar y elaboren el plan de servicios complementarios para la tercera edad, como parte del plan de desarrollo municipal o distrital.¹⁵

Por la ley 29 de 1973 y el decreto 2011 de 1976 se facultó al Gobierno Nacional para establecer la protección de los ancianos que carecen de recursos económicos para subsistir dignamente y se creó el Fondo Nacional de la

¹⁴ Visitar <http://www.colombialider.org/wp-content/uploads/2011/03/Ley-1251-de-2008.pdf>

¹⁵ Ley 100 de 1993. S.G.S.S. Libro IV

Ancianidad Desprotegida, el cual a la larga no funciona¹⁶ mediante esta ley se estipula y clarifica la necesidad que se tiene en prestarle el adecuado cuidado a las personas que requieren de la ayuda de la comunidad en general.

4.4 MARCO CONCEPTUAL

4.4.1 Área rural. estructura con recursos naturales, comprendida de manera productiva en las actividades agrícolas, pecuarios, forestal, mineros entre otros, así como la adecuada armonía entre sus habitantes.

4.4.2 Área urbana. Ciudad reestructurada en su organización físico espacial, equilibrada, habitable con sistema de infraestructura y amenazas en sus riquezas naturales.

4.4.3 Corregimiento. una división del área rural que está compuesta por una parte principal de la población, con el fin de mejorar condiciones de servicios públicos.

4.4. 4 Condiciones socio- económicas. son aquellas situaciones que inciden en la forma de vida tales como: condiciones de la vivienda, servicios públicos, educación, salud, nivel de ingreso.

4.4.5 Prestaciones sociales. son aquellos pagos otorgados a las familias con fines sociales, por parte de los organismos públicos o de la empresa.

4.4.6 Tercera edad. son las personas que se encuentran en una edad mayor a 60 años según la información obtenida del DANE.

4.4.7 Precio natural. es aquel precio real de un producto, es decir, aquel precio que es asignado al vendedor y desde el cual este asignara sus ganancias.

4.4.8 Mercado. es el lugar donde se realiza el intercambio entre el vendedor y el comprador de productos.

¹⁶ Plan Para la Tercera Edad, Presidencia de la Republica, Programa para la juventud, la mujer y la familia, área tercera edad, Bogotá, Abril de 1992.

4.4.9 Plaza de mercado. es el lugar donde está ubicado el mercado

4.4.10 OIT: es una Organización Internacional de Trabajo que nace desde las Naciones Unidas, la cual vela por el trabajo y las relaciones laborales.

Comercialización: es la acción de comprar y vender productos destinados al consumo de la necesidad humana mediante las negociaciones equitativas de ambas partes.

5. METODOLOGIA

5.1 TIPO DE ESTUDIO

Esta información presenta un tipo de estudio descriptivo dentro del diseño de la investigación, ya que este tiene como fin presentar la descripción de las condiciones sociales y económicas de los trabajadores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar así como buscar las razones por las cuales se tiene presencia de dicha situación.

Además es cuantitativo porque es necesario analizar las condiciones sociales y económicas de los trabajadores de la tercera edad ya que se analizan las variables como: ingreso, nivel de educación, condiciones laborales, salud, seguridad social y gastos.

Es un tipo de estudio propositivo, por lo que busca alternativas de solución ante posibles problemas.

Es una investigación de campo ya que para la realización de la investigación se debe dirigir hacia el lugar a investigar; y es cualitativo por que la investigación presenta sus propios caracteres, es decir, tanto la problemática que enfrenta como la solución que se le dé, son propios de ella.

5.1.1 Tamaño de la muestra. Para la aplicación de la encuesta se tomó una muestra aleatoria, donde se analizara el 30% del total de la población de adultos mayores existente en la plaza de mercado el Tejar, la cual luego de investigar se encontró que existía solo una parte de los vendedores que se ubicaban en el rango de la población que se necesitó. Dentro de los datos suministrados se halló que existen 780 puestos de ventas¹⁷ de donde se determinó la población real correspondiente a los vendedores de la tercera edad, es decir, aquellas personas que se encuentran en edad igual o mayor a 60 años.

Se estableció de esta manera que aquellos que se hallaban dentro de este rango son solo 405 puestos de vendedores¹⁸

$$N = 405 * 0,3 = 121$$

¹⁷ Alcaldía de Pasto. Oficina de desarrollo. Información de plazas de mercado y puestos de venta. 2013

¹⁸ Propia investigación

5.1.2 Diseño procedimiento y métodos. Fuente primaria: la investigación es realizada mediante informaciones de primera instancia como las obtenidas mediante encuestas a los trabajadores que laboran en los puestos de mercado y mediante la observación directa del lugar de trabajo, en este caso la plaza de mercado el Tejar.

Fuente secundaria: se pretende obtener información de trabajos de grado o investigaciones relacionadas con el tema, documentos, libros, planes de gobierno municipal; por otro lado es necesaria la información terciaria que se obtendrá de páginas de internet a la cual se tiene acceso.

5.1.3 Técnicas de análisis y presentación de resultados. La información primaria que se recoja será contrastada con la información secundaria y terciaria para el estudio e identificación de las condiciones sociales y económicas en las cuales viven los trabajadores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto.

Para lo anterior se recopilara de manera textual en Microsoft Word, los datos se tabularan mediante Microsoft Excel; además para los escenarios futuros, será necesario de la utilización de herramientas para el análisis de datos, para lo cual se podrá escoger entre Gretl, Stata 11.1

6. DEMOSTRACION DE LOS OBJETIVOS

6.1 CONDICIONES SOCIALES DEL ADULTO MAYOR TRABAJADOR EN LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE PASTO 2014

6.1.1 Aspectos generales

6.1.1.1 Distribución de la población por sexo y manejo de lectoescritura. De acuerdo con la información obtenida en la plaza de mercado el Tejar, se encontró que los de género femenino realizan la mayor actividad con 84 vendedores del total de los encuestados que representan el 81%, quienes a pesar de un bajo nivel académico presentan un alto nivel de lectoescritura con un 69%, frente al grupo que no lo tienen con un 12% o lo que es lo mismo (86% y 14% del gran total); por otra parte se encuentran los de género masculino que son 23 representando solo el 19% de los vendedores con un nivel de lectoescritura de 17% frente a los que no lo tienen con un 2%, o lo que se entendería (91% frente a un 9% del gran total). (Ver cuadro 1).

Lo anterior analiza como en la actualidad, en esta plaza la mayoría de los vendedores son mujeres y que a pesar de lo que muchos han pensado, la diferencia entre hombres y mujeres se encuentra muy marcada en esta parte de la Ciudad, no obstante se debe comentar que el porcentaje de los vendedores que saben leer es mayor en hombres que en mujeres llevándose la información a un análisis general donde se interprete como la falta de oportunidades que anteriormente existía para las mujeres, quienes debían dedicarse a los labores del hogar y al cuidado de los hijos quienes día a día incrementaban por la falta de conocimiento que tenía la población.

Cuadro 1. Distribución por Genero de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar con el manejo de lectoescritura. San Juan de Pasto. 2013

GENERO	MANEJO DE LECTOESCRITURA			
		SABE LEER Y ESCRIBIR	NO SABE LEER Y ESCRI	TOTAL
	FEMENINO	84	14	98
	MASCULINO	21	2	23
	TOTAL	105	16	121

GENERO	MANEJO DE LECTOESCRITURA EN PORCENTAJE			
		SABE LEER Y ESCRIBIR	NO SABE LEER Y ESCRI	TOTAL
	FEMENINO	86%	14%	100%
	MASCULINO	91%	9%	100%

FUENTE: actual investigación

6.1.1.2 Estado civil de los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar. Teniendo en cuenta esta investigación, el 11% de los encuestados que comprende 13 vendedores con estado civil Soltero, el 37% correspondiente a 45 personas son de estado civil Casado, el 16% son 19 vendedores Viudos, y Unión libre son el 36% correspondiente a 44 vendedores de la tercera edad.

Lo anterior permite analizar que en los años anteriores las personas compartían su vida con un conyugue, por lo que se le daba una gran importancia al matrimonio, comprendiendo que era considerado como un prototipo de la generación, sin dejar de un lado que de la misma manera existe un alto nivel de parejas que dedicaron sus vidas a convivir en Unión libre, siguiendo aquellas parejas que quedaron viudas antes de lo previsto por ellos, y por último se encuentran los solteros(as) como aquellas personas que dedicaron su vida a trabajar y estar solos.

A su vez la información obtenida, muestra que la mayoría de los puestos están conformados por familiares, es ahí donde se llega a entender el motivo por el cual estos vendedores son dueños de más de un puesto de venta.

Los bajos ingresos que reportan estas familias, demuestra como en lugar de que las personas de la tercera edad obtengan un descanso gratificante, estas deben dedicar el resto de sus días a colaborar e incluso llegar a ser los únicos que llevan el sustento a sus hogares que en muchas ocasiones es causado por la llegada tarde de los hijos o la alejada de estos (Ver grafica 1).

Grafico 1. Distribución del Estado civil de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

6.2 NIVEL EDUCATIVO

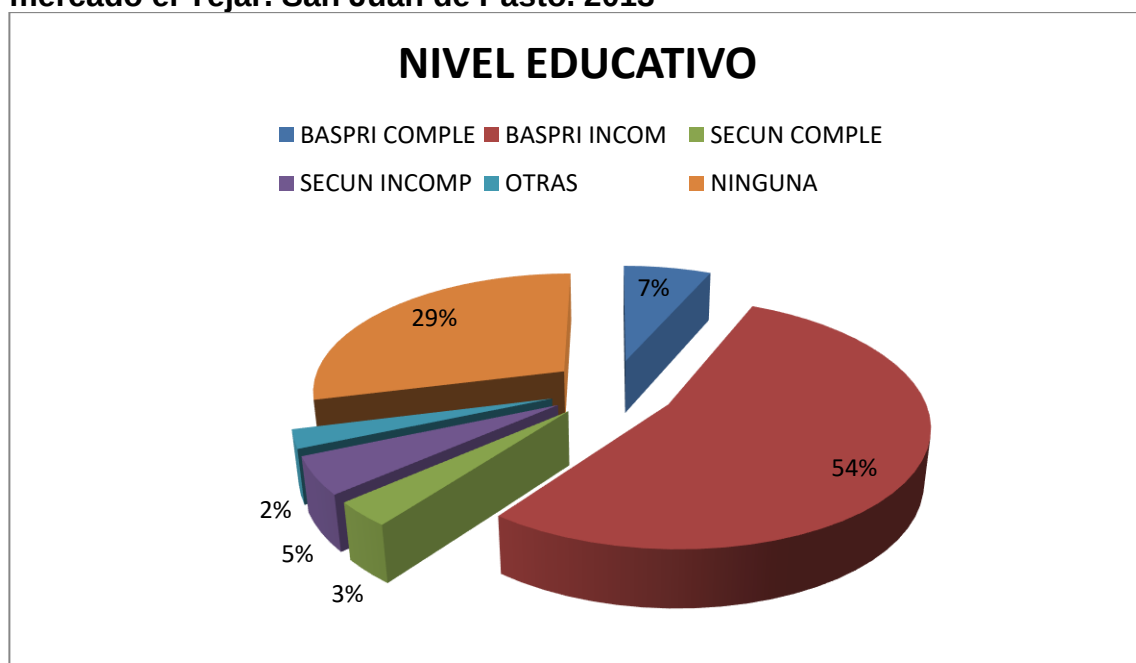
La educación es considerada como una fuente principal de desarrollo en el ser humano. Lamentablemente en la plaza de mercado el Tejar, las personas de la tercera edad no han tenido grandes oportunidades para acceder a esta, por lo que se determinó según la información obtenida durante la encuesta, que de los 121 encuestados 7% que equivale a 8 personas llegaron a la primaria completándola y un 54% que son 65 personas no la terminaron, un 5% que corresponde a 6 personas cursaron la secundaria sin concluirla, 35 vendedores correspondiente a un 29% manifestó no haber recibido educación alguna y solo 3 personas que comprenden el 2% llegaron a cursar otros estudios.

El grado de educación en la plaza de mercado es bajo y en muchas ocasiones esta dada la respuesta en las responsabilidades que adquieren, evidenciando el

bajo nivel de vida del cual son objeto ya que en muchas situaciones de este depende el nivel de ingreso que perciben estas personas.

Para muchos de los vendedores el hecho de no tener estudios no implica que sus ingresos sean bajos, ya que mediante la investigación se obtuvo la información de que años anteriores su situación era diferente y que la respuesta estaba basada en la falta de oportunidades que los mismos entes administrativos no le brindaban a la población de campesinos como ellos se catalogan. (Ver grafica 2).

Grafico 2. Distribución del Nivel Educativo de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

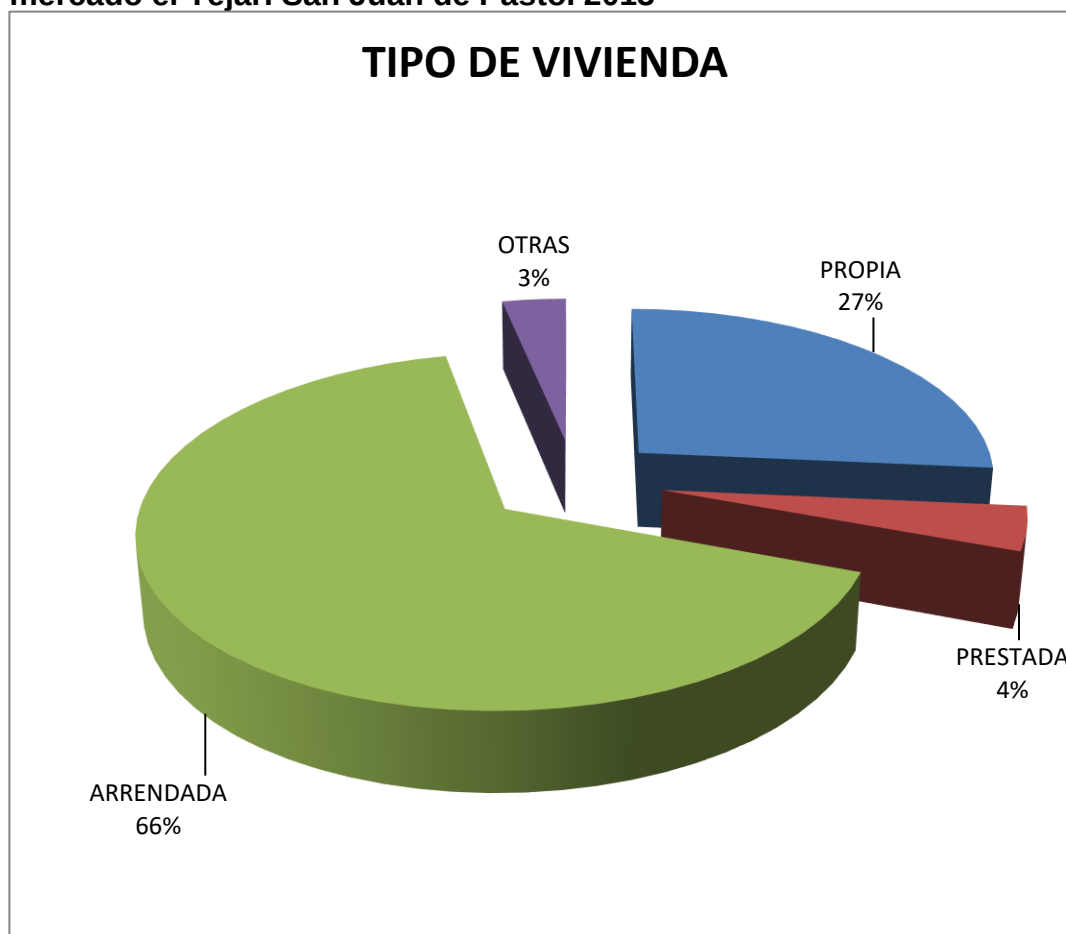


FUENTE: Esta investigación

6.2.1 Tipo de vivienda. Dentro de la investigación desarrollada se encontró que del total de la población encuestada son muy pocas las que poseen vivienda propia, analizándose desde la perspectiva que implica para un ser humano no vivir en un completo inquilinato por considerarse esta como una de las necesidades más importantes para el ser humano, se halló que solo el 26% poseen vivienda propia. Se consideró que al carecer estas personas de esta necesidad, se ven obligados a arrendar en los barrios más populares y alejados de la ciudad para no tener que estar sujetos a un pago alto por este concepto, ubicándose el 66% del total de los vendedores en esta característica y con el más alto porcentaje; así mismo se encontró que existe una población que se encarga de cuidar viviendas, por lo que se los considera como prestada cuyo porcentaje está en un 4%, y

finalmente se encontró otras formas de viviendas que se las catalogo como otras y que se ubica con un 3% del total de su población (ver gráfico 3).

Grafica 3. Distribución del Tipo de vivienda de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

6.2.2 Personas que habitan la vivienda y los cuartos que dispone. analizando la población y los cuartos que dispone, se puede analizar claramente que en las familias que se encuentran conformadas por 2 o menos de dos integrantes el 13% poseen 2 o menos de dos cuartos y un 2% poseen 3 cuartos, de la misma manera se halló que donde existen 3 integrantes las habitaciones presentan en un 27% dos o menos de dos cuartos, un 8% con tres cuartos y un 2% con cinco o más de cinco habitaciones; también se determinó que donde existen 4 integrantes están compuestos en un 10% por dos o menos de dos cuartos las viviendas y un 12% por 3 habitaciones. Así mismo en las viviendas que están conformadas por cinco o más de cinco integrantes un 16% presentan 2 o menos de dos habitaciones, un

33% por 3 habitaciones, un 3% por cuatro y solo un 2% presentan cinco o más habitaciones (ver cuadro 2). Lo anterior muestra como en mucho de los hogares existe un alto hacinamiento que puede estar basada por el bajo nivel de ingresos que perciben estas personas, así como sus altos gastos mensuales. De igual manera se analiza que el número de integrantes presentes en los hogares, no compensan el número de habitaciones que debe disponer una vivienda empeorando la calidad de vida de la cual son sujetas las personas de la tercera edad.

Cuadro 2. Distribución de las personas que habitan la vivienda y los cuartos que disponen los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

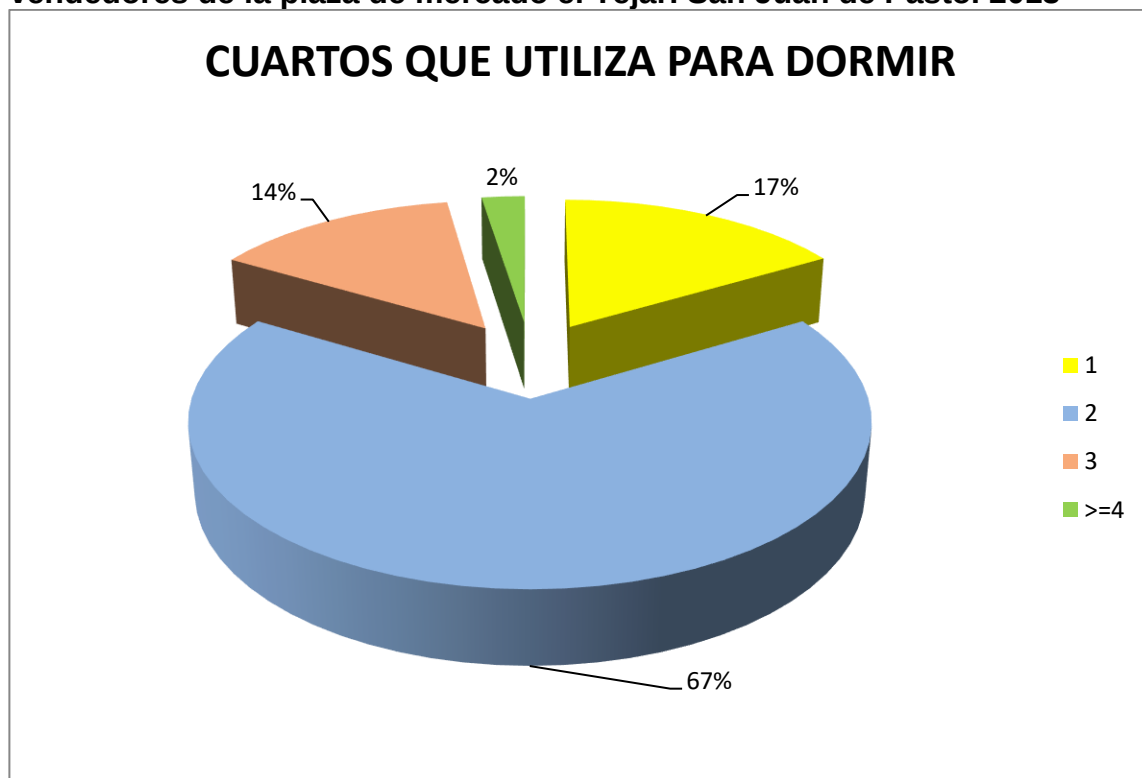
PERSONAS QUE HABITAN LA VIVIENDA	CUARTOS QUE DISPONE LA VIVIENDA					TOTAL
		<=2	3	4	>=5	
	<=2	7	1	0	0	8
	3	14	5	0	2	21
	4	12	14	0	0	26
	>=5	19	40	4	3	66
	TOTAL	52	60	4	5	121
PERSONAS QUE HABITAN EN LA VIVIENDA	CUARTOS QUE DISPONE LA VIVIENDA EN PORCENTAJES					TOTAL
		<=2	3	4	>=5	
	<=2	6%	1%	0%	0%	7%
	3	12%	4%	0%	2%	17%
	4	10%	12%	0%	0%	21%
	>=5	16%	33%	3%	2%	55%
	TOTAL	43%	50%	3%	4%	100%

Fuente: Esta investigación

6.2.3 Cuartos que utiliza para dormir. El 16% del total de la población duermen en 1 solo cuarto, el 67% en 2 habitaciones lo cual desde el punto de vista de los integrantes de las familias se analiza que viven en un alto hacinamiento ya que el mayor número de la población encuesta indico que su familia está compuesta por 5 o más de 5 integrantes, el 14% de esta población presenta en su vivienda 3 cuartos destinados para dormir y solo un 2% presentan cuatro o más de cuatro habitaciones.

Debido a los grandes problemas que enfrenta la sociedad actual, gracias a sus ingresos la mayoría de los casos no alcanza a cubrir sus necesidades básicas insatisfechas descubriéndose de esta manera un alto nivel de hacinamiento en los hogares de los vendedores (ver gráfico 4).

Grafico 4. Distribución de los cuartos que utilizan para dormir los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



fuelle: Esta investigación

6.2.4 DISTRIBUCIÓN DE LOS MATERIALES DE LA VIVIENDA

6.2.4.1 Distribución de las paredes. De acuerdo a la investigación realizada la mayor parte de las viviendas están elaboradas en ladrillo con un 84% de los 102 vendedores de la plaza de mercado que así lo manifestaron, en madera 16 personas respondieron con un 13% de las encuestas, y solo 3 vendedores confirmaron el cemento como el material predominante en un 2% del porcentaje (ver cuadro 3)

Mediante un breve análisis se llega a determinar que las condiciones de vida de los vendedores se ve maximizada en el hecho de que sus paredes en la mayoría corresponde a materiales resistentes aun sin manifestar que la calidad de vida es buena por esta situación, ya que la mayoría de ellas son en arrendo, prestadas o en otras condiciones que no precisamente se deba referir a que estas sean propias.

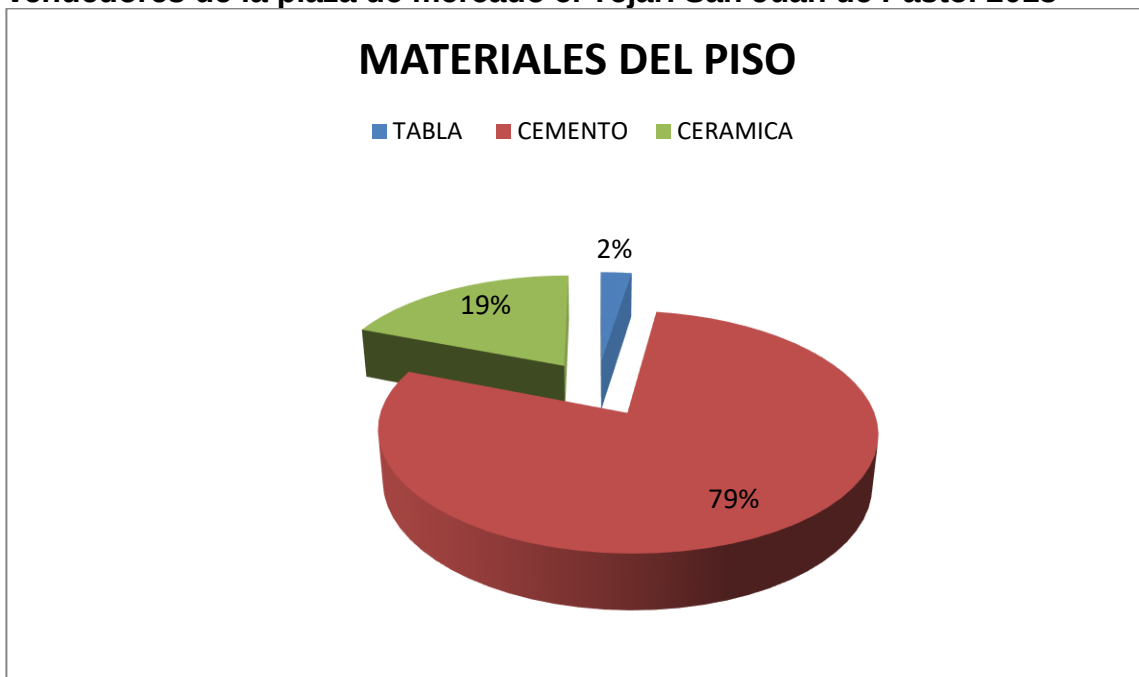
Cuadro 3. Distribución de los materiales de las paredes de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

PAREDES DE LA VIVIENDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MADERA	16	13%
LADRILLO	102	84%
CEMENTO	3	3%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

6.2.4.2 Distribución de los pisos. Tomando en cuenta la información obtenida y el análisis respectivo se concluyó que el material de los pisos en que reside la población de vendedores encuestados es predominante en un 79% son en cemento, baldosa/cerámica un 19% y solo un 2% correspondiente a tabla/madera, lo cual puede evidenciar que la mayor parte de estos vendedores son humildes sin que a su vez esto se entienda como una vivencia inadecuada por lo que al menos han buscado un lugar donde albergarse con sus respectivos miembros de su familia (ver gráfico 4).

Grafico 5. Distribución de los materiales de los pisos de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

6.2.4.3 Distribución del techo de las viviendas. En el diseño efectuado en las viviendas de los vendedores se determinó que prevalece el Eternit con un 76% con un seguimiento de la teja con una participación porcentual del 15% y en último lugar y con una menor proporción está el Zinc con un 9% (ver cuadro 4).

Mediante lo anterior se interpreta que a pesar de que las condiciones en las que viven estos trabajadores de la tercera edad no son las mejores, es de aclarar que a través de los años se han esforzado por llevar una vida digna o que les cubra por lo menos las necesidades básicas, aunque con razonamientos más exactos se llega a decir de que esas necesidades han sido muy mínimas y que en la actualidad los ubican como la clase de extracto 0 o 1 en la que día a día deban esforzarse más para prevalecer bajo ese techo que con tanto sacrificio llevan.

Cuadro 4. Distribución de los materiales del techo de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

TECHO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TEJA	18	15%
ETERNIT	92	76%
ZINC	11	9%
TOTAL	121	100%

FUENTE: actual investigación

6.3 DISTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

A pesar de que los servicios públicos son un derecho del cual debemos gozar las personas, mediante esta investigación se analizó que no todos los hogares gozan de estos servicios primordiales, ya sea por el costo que esto les generaría o el lugar donde ellos actualmente residen; es así, como el servicio de energía eléctrica se encuentra en casi todos los hogares de los vendedores encuestados tienen una cobertura porcentual del 78%, seguido de este servicio encontramos el de acueducto que a pesar de ser esencial las familias no cuentan completamente con él y se encuentra con un porcentaje de 49%, este según la información brindada manifiestan que prefieren llenar cisternas, tanques, tarros o baldes que adquieren de donde los vecinos ya que así su valor es mínimo, el 45% corresponde a alcantarillado, el 41% a la recolección de basura y en menor proporción telefonía fija e internet con un 10%.

Como debería de ser poco normal, a esta población de vendedores de la tercera edad les pasa como el hecho de que aunque cuentan con estos servicios, manifiestan que no son de buena calidad y son muy defectuosos deteriorando así su calidad de vida (ver cuadro 5).

Cuadro 5. Distribución de los servicios públicos de las viviendas de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

SERVICIOS PUBLICOS	SI	NO	TOTAL
--------------------	----	----	-------

ALCANTARILLADO	55	66	121
ENERGIA	94	27	121
RECOLECCION DE BASURA	50	71	121
ACUEDUCTO	59	62	121
TELEFONO FIJO, INTERNET	12	109	121

SERVICIOS PUBLICOS	SI	NO	TOTAL
--------------------	----	----	-------

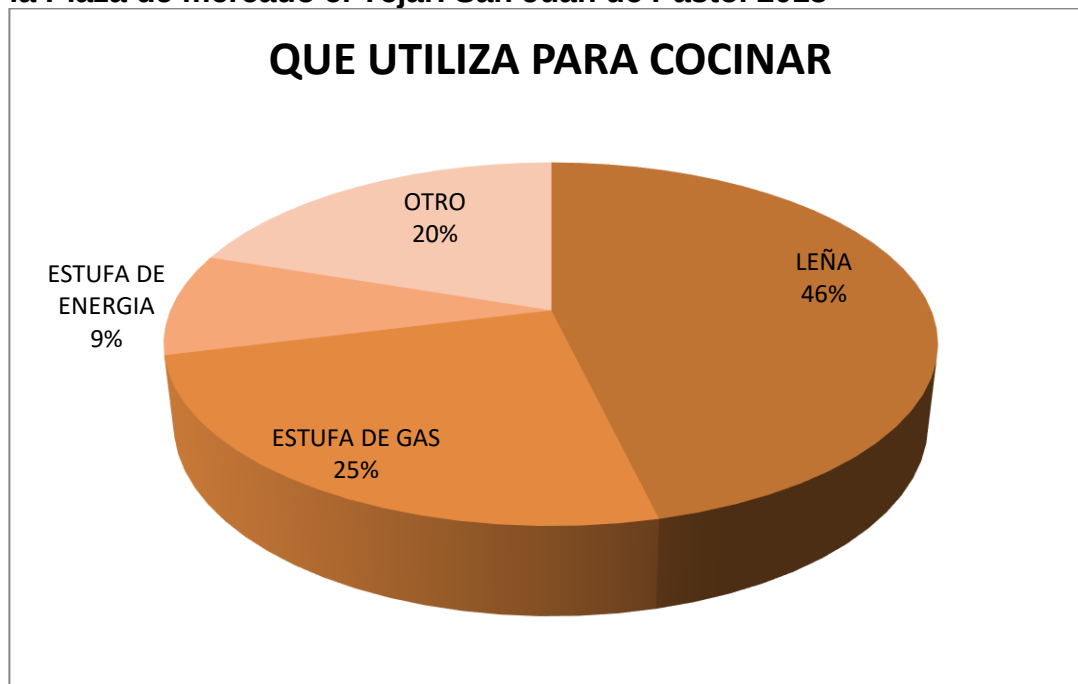
ALCANTARILLADO	45%	55%	100%
ENERGIA	78%	22%	100%
RECOLECCION DE BASURA	41%	59%	100%
ACUEDUCTO	49%	51%	100%
TELEFONO FIJO, INTERNET	10%	90%	100%

FUENTE: Esta investigación

6.4 MEDIO QUE UTILIZAN PARA COCINAR

Durante la recolección de la información se obtuvieron datos que ayudarían para las diferentes conclusiones, una información poco normal en una población que pertenece a la zona urbana es que un 46% de la población encuestada aun cocinan en leña, un 25% en estufa de gas, un 9% en estufa de gas quienes se los puede considerar como unos de los vendedores con mayor ingreso en ventas y por ultimo un 20% de otro medio como es utilizar el cartón que queda de los puestos del mercado con el fin de disminuir costos y gastos (ver gráfico 11).

Grafico 6. Distribución del medio que utilizan para cocinar los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

6.4.1 Tipo de carnet de salud. En los datos obtenidos el 27% de los vendedores encuestados presentan carnet de salud con afiliación en Caprecom, 22% Comfamiliar, 16% en Sisben, 21% de Emssanar correspondiendo al régimen subsidiado, así mismo en otros tipos se encuentra el 9% y finalmente es lamentable ver como en la actualidad aún existen personas que no se encuentran en ninguno ocupando un 8% de la población de vendedores encuestados (ver cuadro 6).

Cuadro 6. Distribución del Tipo de carnet de salud de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

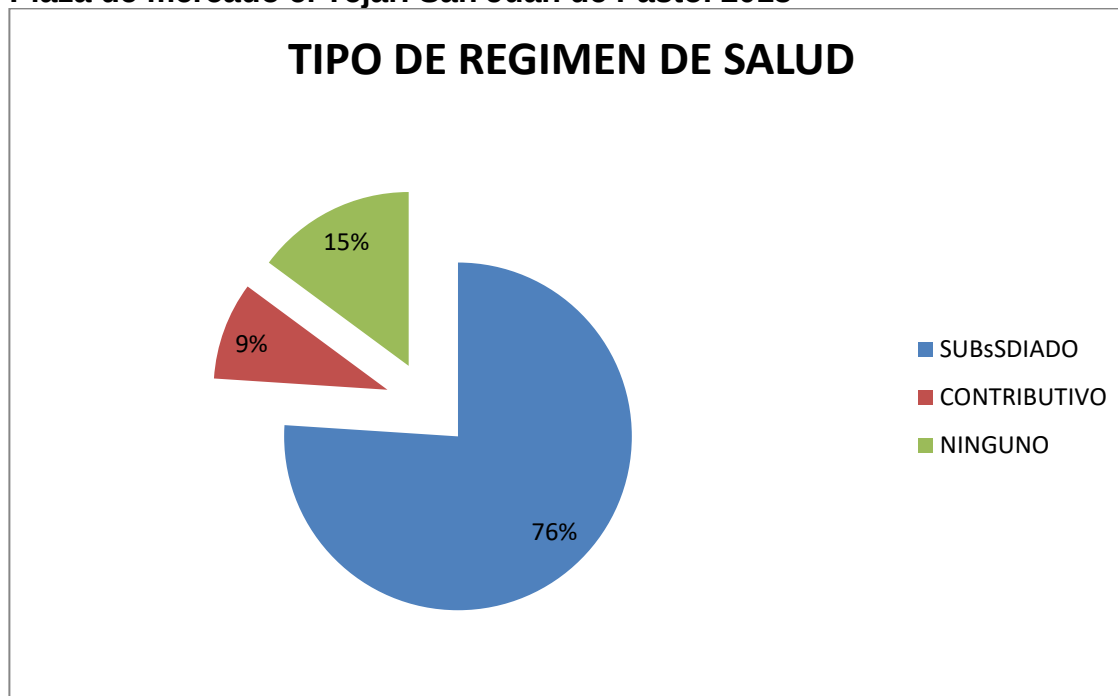
TIPO DE CARNET DE SALUD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SISBEN	19	16%
CAPRECOM	33	27%
COMFAMILIAR	27	22%
EMSSANAR	21	17%
NINGUNO	10	8%
OTRO	11	9%
TOTAL	121	100%

FUENTE: Esta investigación

6.4.2 Tipo de régimen de salud. Es necesario plantear el concepto adecuado al referirnos a salud que está dada como la situación físico, mental social que presenta todo ser humano y no solo a la ausencia o carencia de esta mediante enfermedades o diversos trastornos, uno de los problemas más grandes que ha presentado la población colombiana es el proceso de carnetización, mediante la cual se le brinda a todo ser humano el derecho a la salud.

Es así, como de muchas maneras se ha buscado incentivar a las personas para realizar las inscripciones y es hasta la fecha que Un se hallan personas que no lo poseen, y mediante esta investigación se tuvo conocimiento de que en esta parten de la población existe un porcentaje del 15%, se encontró que un 9% de los vendedores encuestados están en un régimen de salud contributivo con Salucoop como el principal, y finalmente con una cobertura mayos se encuentran 76% personas en subsidiado (ver gráfico 7).

Grafico 7. Distribución del Tipo de régimen de salud de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

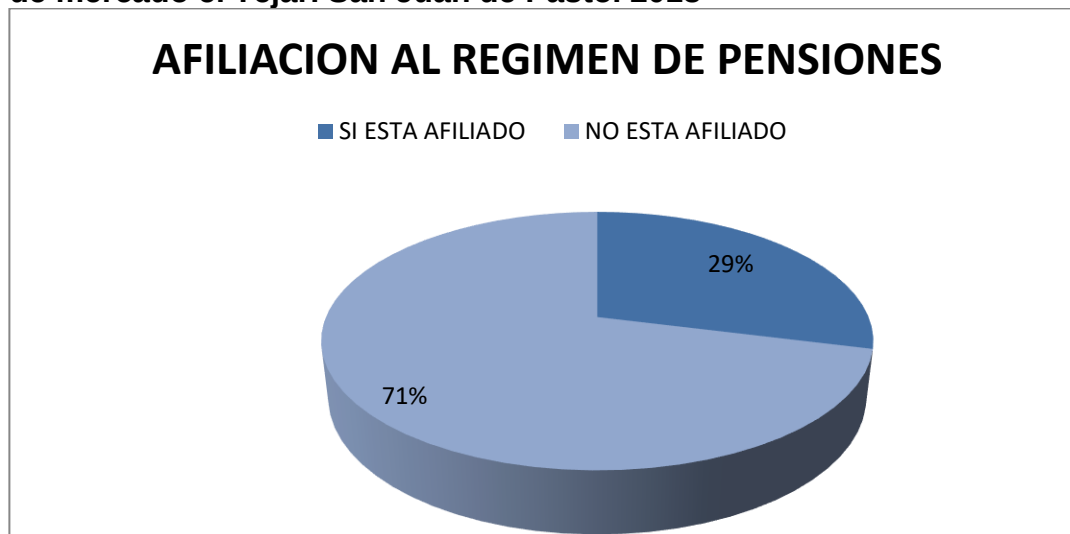


FUENTE: Esta investigación

6.4.3 Afiliación al régimen de pensiones. Según la información registrada solo un 29% de los vendedores encuestados se encuentran en un régimen de pensión correspondiente a 35 personas, mientras que el 71% no lo están con una representación de 86 personas (ver gráfico 8).

Lo anterior demuestra la situación que enfrenta el país en cuanto a los ingresos que perciben las personas, ya que aun queriendo les es imposible realizar dichos aportes imposibilitando la tranquilidad que resulta llegar hasta esta edad y poder gozar del fruto de tanto sacrificio.

Grafico 8. Afiliación al régimen de pensiones de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

6.5 ESTUDIO AMBIENTAL

6.5.1 Conocimiento del manejo de basura y separación de los residuos. En la plaza de mercado el Tejar se encuentra una grave situación ambiental debido a la falta de conciencia o conocimiento de los vendedores, ya que se visualiza un notable desaseo, sumado con el hecho de que no existen adecuados mecanismos de recolección dentro de la plaza.

Según los datos 64% de los vendedores tienen conocimiento del manejo de las basuras, mas sin embargo el 60% de ellos no separa los residuos y el 4% restante lo realiza con el fin de destinar los cartones como medio para cocinar; por otro lado se encontró que el 36% de los vendedores no tiene conocimiento pero que por las mismas razones anteriores el 2% la separa con el fin de que les sirva como medio de cocina (ver cuadro 7).

Cuadro 7: Conocimiento del manejo de basura y separación de los residuos de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

CONOCIMIENTO DEL MANEJO DE BASURA	SEPARA LOS RESIDUOS SOLIDOS			
		SI SEPARA	NO SEPARA	TOTAL
	SI	4	73	77
	NO	3	41	44
	TOTAL	7	114	121

CONOCIMIENTO DEL MANEJO DE BASURA	SEPARA LOS RESIDUOS SOLIDOS PORCENTAJES			
		SI SEPARA	NO SEPARA	TOTAL
	SI	3%	60%	64%
	NO	2%	34%	36%
	TOTAL	6%	94%	100%

Fuente: Esta investigación

7. CONDICIONES ECONÓMICAS DEL ADULTO MAYOR TRABAJADOR EN LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE PASTO 2014

7.1 DISTRIBUCIÓN DE LOS HOGARES EXISTENTES EN LA VIVIENDA Y PERSONAS QUE TRABAJAN

En la plaza de mercado el Tejar existe un numero alto de hogares en una misma familia, se evidencio que de 3 o más hogares que existen solo llegan a trabajar 2 personas entre las que se ubican los vendedores de la tercera edad con un porcentaje de 59%, con 2 hogares el número máximo de personas que trabajan son 2% y en las familias que están conformados por un único hogar trabajan 3 o más de 3 personas en el caso de presentar el número de integrantes de cinco o más de cinco personas (ver cuadro 8).

Cuadro 8. Distribución de los hogares existentes en la vivienda y personas que trabajan de los vendedores de la plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

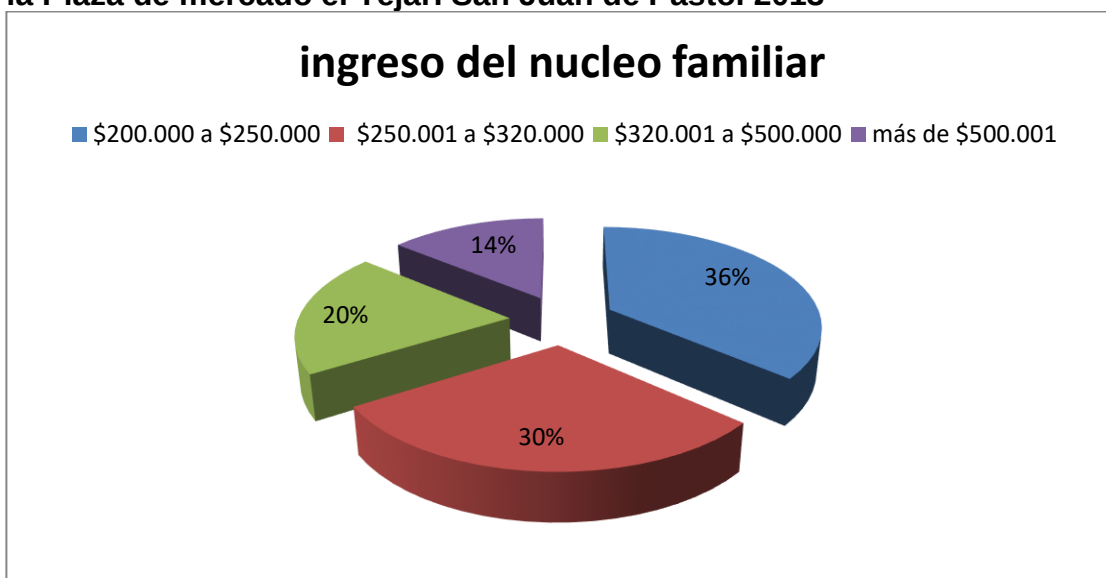
HOGARES QUE HABITAN LA VIVIENDA	PERSONAS QUE TRABAJAN				
		1	2	>=3	TOTAL
	1	19	0	8	27
	2	3	14	5	22
	>=3	0	71	1	72
	TOTAL	22	85	14	121
HOGARES QUE HABITAN LA VIVIENDA	PERSONAS QUE TRABAJAN				
		1	2	>=3	TOTAL
	1	16%	0%	7%	22%
	2	2%	12%	4%	18%
	>=3	0%	59%	1%	60%
	TOTAL	18%	70%	12%	100%

FUENTE: Esta investigación

7.2 INGRESO DEL NÚCLEO FAMILIAR

En la investigación se analizaron los ingresos mensuales del núcleo familiar y se pudo establecer que en un 36% oscilan de \$200.000 a \$250.000 con 44 vendedores encuestados lo que a simple vista se determina que con estos ingresos es muy difícil que las personas cumplan con todas sus necesidades y tengan que priorizar de tal manera que puedan cubrir algunas, así mismo se encontró que un 30% encuentra que sus ingresos están entre \$250.000 y \$320.000, un 20% entre \$320.000 y \$500.000, y por ultimo solo un 14% más de \$500.001 (ver gráfico 9).

Gráfico 9. Distribución del ingresos del núcleo familiar de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

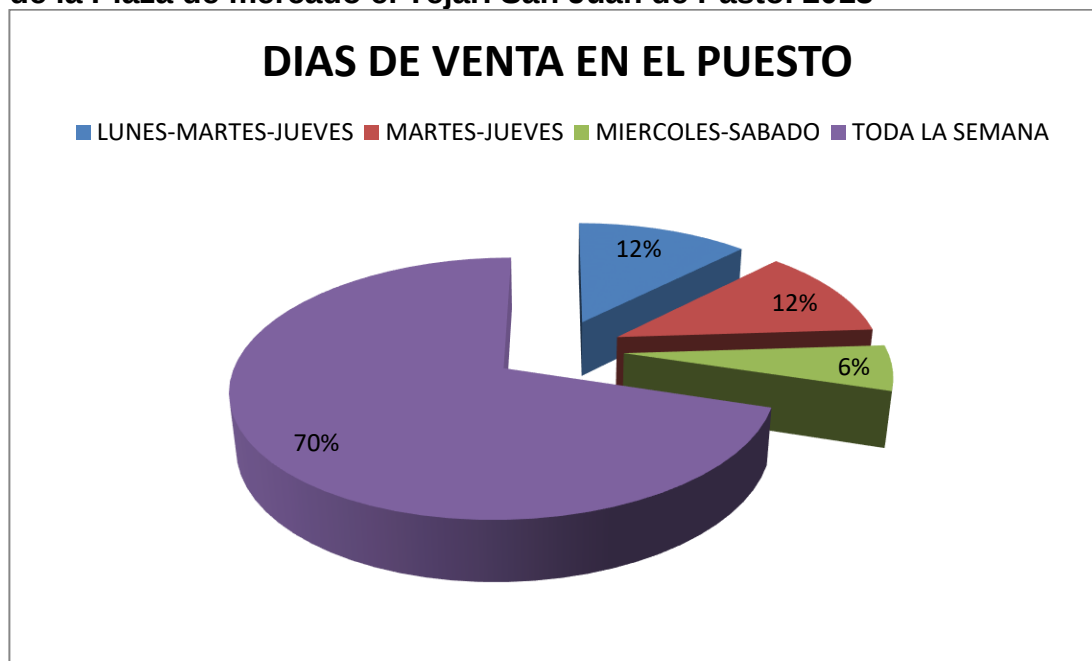


FUENTE: Esta investigación

7.3 PUESTO DE VENTA

7.3.1 Días de venta en el puesto. El estudio estableció que en la plaza de mercado el Tejar 80 vendedores de los encuestados trabajan todos los días de la semana con un 70%, el 12% lo hace el lunes-martes-jueves quienes manifiestan que son los días en que sus productos saldrían completamente de los puesto y así no invertirían mucho dinero en transporte, otro 12% con los mismos argumentos lo hacen el martes y el jueves, por ultimo están aquellos vendedores que lo hacen el miércoles y sábado cuyo porcentaje está en un 6% (ver gráfico 10).

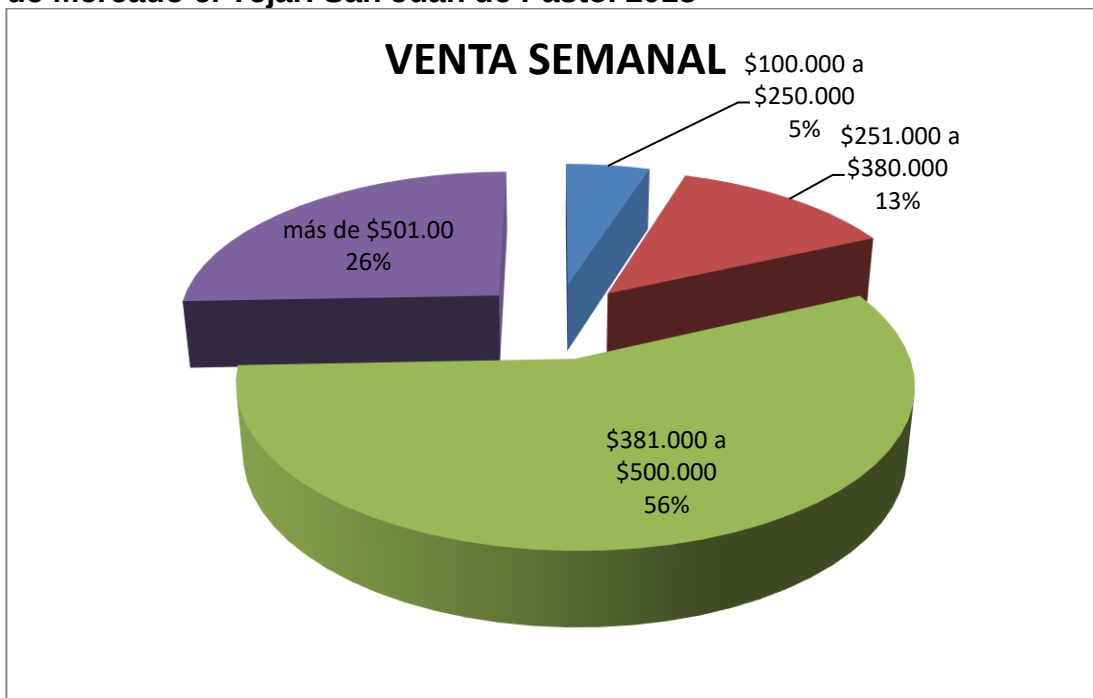
Gráfico 10: Distribución de los días de venta en el puesto de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

7.3.2 Venta semanal. Dentro de las ventas que generan en la plaza de mercado el tejar los vendedores de la tercera edad, se haya que en un 56% de los encuestados correspondiente a 68 personas tienen una venta semanal de \$381.000 a \$500.000, un 26% reciben más de \$501.000 semanales, un 13% tienen sus ventas semanales de \$251.000 a \$380.000 y finalmente con una participación porcentual del 5% correspondiente a 6 encuestados su venta semanal esta de \$100.000 a \$250.000 (ver gráfico 11).

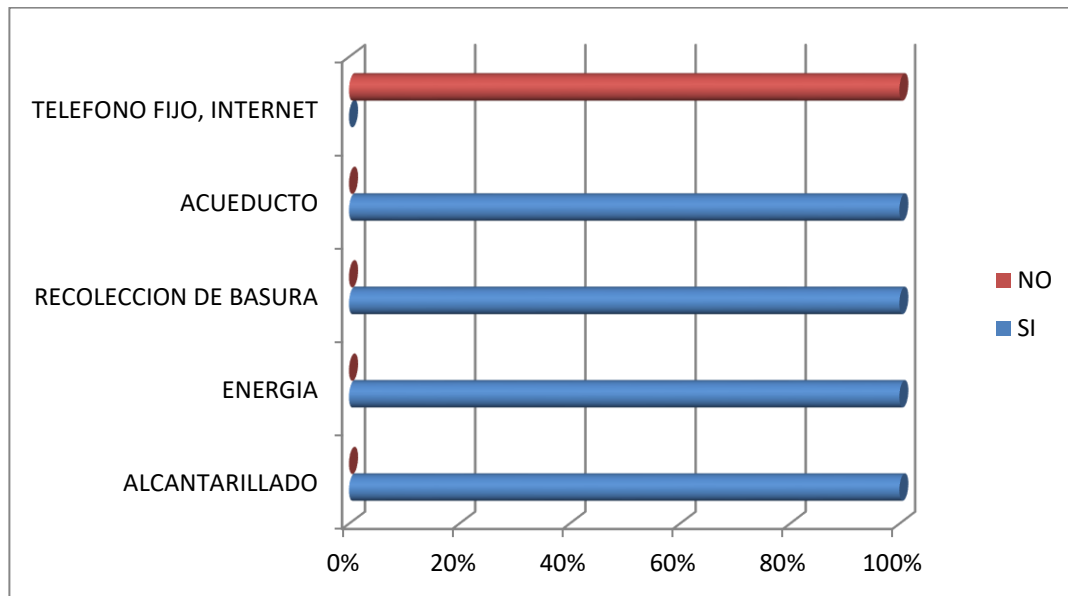
Grafico 11. Distribución de la venta semanal de los vendedores de la Plaza de Mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

7.3.3 Servicios públicos de los puestos. Una de las mayores sorpresas que se encontró durante esta investigación es el hecho de que los puestos de ventas cuentan con los servicios públicos necesarios para un mejor manejo de los productos con un 100% en todos los encuestados, sin embargo aún se visualiza la falta de una telecomunicación ya que en la plaza de mercado ningún vendedor cuenta con telefonía fija o servicio de internet quedando las respuestas negativas en todos los encuestados con un 100% en el servicio no presente (ver gráfico 12).

Grafico 12. Distribución de los Servicios Públicos de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

7.4 CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

7.4.1 Paredes del puesto de venta. En cuanto a las características del puesto de venta encontramos que el 61% de los encuestados manifestaron que sus puestos no poseen paredes, el 19% están elaborados con ladrillo y un 20% en madera (ver cuadro 9).

Se evidencia que a pesar de que muchos políticos cada vez que se acercan las elecciones, llegan hasta estos lugares a prometer mejoras para la prestación de servicio está claro que ninguna de las promesas que en la cual año a año se esmeran por hacer creer, por convencer, son aquellas personas cuyos puestos están basados en los de consumo diario, cárnicos o algunos variados las que deben sacar de sus ganancias para tratar de mejorar el lugar que día a día les brinda la oportunidad de obtener mejores e incluso los mismos ingresos.

Cuadro 9. Distribución del material de las paredes del puesto de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

PAREDES DEL PUESTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MADERA(TABLA TABLON)	24	20%
LADRILLO	23	19%
CEMENTO	0	0%
NINGUNO	74	61%
TOTAL	121	100%

FUENTE: Esta investigación

7.4.2 Techo de los puestos de venta. Los puestos de venta en su mayoría no presentan techo con una variación porcentual del 56% que corresponde a 68 de los vendedores de la tercera edad encuestados, un 24% sus puestos presentan Eternit, y solo el 20% están compuestos por zinc (ver cuadro 10).

Cuadro 10. Techo de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

TECHO DEL PUESTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TEJA	0	0%
ETERNIT	29	24%
ZINC	24	20%
NINGUNO	68	56%
TOTAL	121	44%

FUENTE: actual investigación

7.4.3 Piso de los puestos de venta . En general el piso de todos los puestos de venta están compuestos por cemento con un porcentaje del 100%, todo esto gracias a un trabajo conjunto de los vendedores y propietario de los puestos de venta que lucharon por hacer de la plaza de mercado el tejar un lugar con menos problemas infraestructurales respecto a los otros dos mercados principales de la Ciudad (ver cuadro 11).

Cuadro 11: Distribución del material del Piso de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

PISO DEL PUESTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MADERA	0	0%
CEMENTO	121	100%
BARRO	0	0%
NINGUNO	0	0%
TOTAL	121	100%

FUENTE: Esta investigación

7.5 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS

7.5.1 Tipo de productos en los puestos de venta. Se debe considerar el comercio como el principal acto que se realiza en toda plaza de mercado, por lo que estos lugares se convierten en uno de los eslabones principales en el crecimiento económico, social y laboral de una sociedad, ya que en estén fuera de brindar el servicio de venta se realiza el intercambio, y en muchas ocasiones la disminución del desempleo como tal.

En esta plaza de mercado se realiza la comercialización de diferentes productos que para el estudio y mejor entendimiento se lo dividió en cinco sectores donde se encuentra el de mayor oferta con un 38% que está compuesto por verduras y comprende 46 vendedores encuestados, un 31% que se basa en frutas, un 8% de cárnicos donde están incluidas las aves en esta selección, un 12% de productos varios entre los que están los cacharros, desechables entre otros, y por último se denomina a los de consumo diario más conocidos como las tiendas o mini mercados con un 10% (ver cuadro 12).

Cuadro 12. Tipo de producto de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

TIPO DE PRODUCTO QUE VENDE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VERDURAS	46	38%
FRUTAS	38	31%
CARNICOS	10	8%
VARIOS	15	12%
CONSUMO DIARIO	12	10%
TOTAL	121	100%

FUENTE: Esta investigación

7.5.2 Procedencia de los productos. La gran mayoría de los productos que se venden en la plaza de mercado el Tejar provienen principalmente del municipio y veredas cercanas a la Ciudad de Pasto con una variación porcentual del 95% con 115 encuestados, un 2% manifiesta que provienen de otro departamento que equivalen solo a 2 encuestados y un 3% de otro país, principalmente del vecino país del Ecuador con productos de consumo diario que equivalen a 4 vendedores de los encuestados (ver cuadro 13).

Cuadro 13. Procedencia de los productos de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

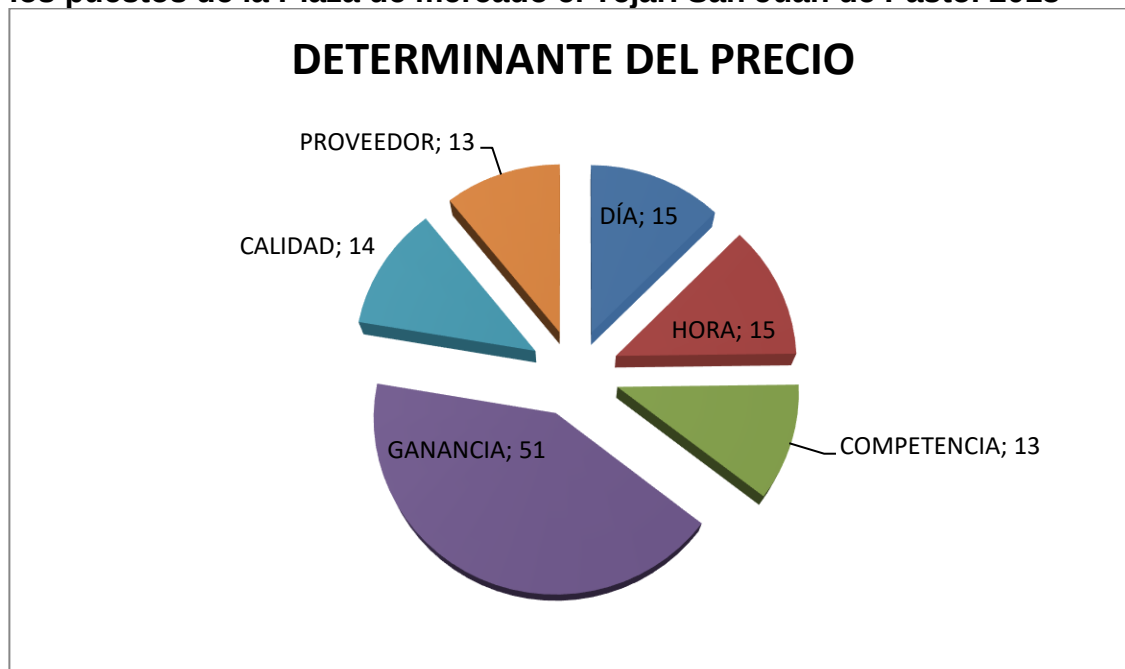
DE DONDE VIENEN LOS PRODUCTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEL MUNICIPIO	115	95%
OTRO DEPARTAMENTO	2	2%
OTRO PAIS	4	3%
TOTAL	121	100%

FUENTE: Esta investigación

7.5.3 Determinante del precio de los productos . Según el estudio y los datos asignados en el grafico 13, se logró establecer que el 42% equivale a 51 encuestados que determinan sus precios por las ganancias que generan sus productos, es decir, que a pesar de carecer de un completo conocimiento sobre contabilidad, centran sus visiones comerciales al hecho de obtener ganancias significativas mediante la cual puedan equilibrar su capital y gastos semanales.

Un 12% está determinado por la hora que a diferencia de otras plazas de mercado sus ventas incrementan los días lunes, luego de las 5 de la tarde debido a que muchos de los vendedores no son residentes de la ciudad y deben procurar terminar con el producto más perecedero, otro 12% lo comprenden días específicos como es el lunes en el cual se asignan promociones a nivel general y bajos precios en productos perecederos, el 12% está basado por la calidad de los productos, y por ultimo están aquellos vendedores que determinan sus precios por la competencia es decir no exagerar los precios existentes sino por el contrario que estén acorde a los demás o en ciertas ocasiones mejor y los proveedores que le facilitan los productos en un 11% en ambos.

Grafico 13: Distribución de los Determinante del precio de los producto de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

7.5.4 Abastecimiento del puesto. La investigación realizada en la plaza de mercado el Tejar a los vendedores de la tercera edad, estableció que en su mayoría la comercialización de los productos se efectúa mediante crédito y contado con una participación de 64 vendedores que corresponden a un 53%, quienes manifiestan no tener cargos adicionales en sus deudas ya que los proveedores utilizan esta modalidad como una forma de ayudar a los vendedores y a su vez obtener ganancias en tiempo y dinero a su favor, por lo que sus inversiones no se ven estancadas sino por lo contrario experimentan un flujo de cambio en el que a corto plazo invierten capital con ganancias en las cuales los intereses son menores. En lo anterior no cabe duda de que en una economía no estructurada existe un alto número de personas o empresas dedicados a las finanzas clandestinas a los cuales se les suele denominar acaparadores por las grandes cantidades de dinero que aprietan gracias a las tasas de interés de usura que obtienen por cada préstamo por mínimo que sean.

De la misma manera están los 33 vendedores, con una participación porcentual de 27% que obtienen sus productos de contado considerando las altas tasas de interés de la cual son sujeto y que les impide ver la realidad de sus ganancias además de manifestar que prefieren no adeudarse dado que sus ingresos y ventas son mínimos, y finalmente con un 20% de 24 vendedores respectivamente abastecen sus puestos con créditos debido al bajo nivel de compras y capital que

les impide ahorrar para mermar de esta manera el nivel tan alto de pago en deudas a proveedores (ver cuadro 14).

Cuadro 14. Forma de abastecimiento de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

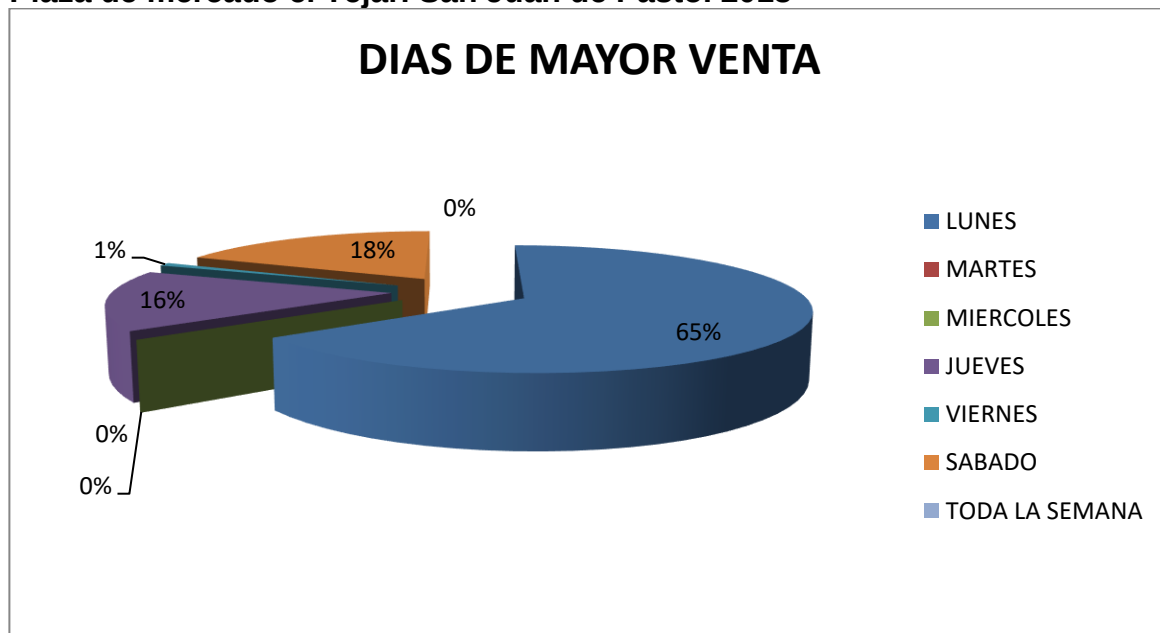
COMO ABASTECE EL PUESTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CREDITO	24	20%
CONTADO	33	27%
CREDITO Y CONTADO	64	53%
TOTAL	121	100%

FUENTE: Esta investigación

7.5.6 Días de mayor venta en el puesto. El análisis de la investigación estableció que en la plaza de mercado el Tejar existen días en los cuales las ventas son mayores.

Los resultados demostraron que a diferencia de otras plazas de mercado, en esta son los días lunes donde se llega a ventas mayores y cuyo valor porcentual en respuestas esta dado en un 65% que corresponde 79 encuestados de los vendedores quienes acertaron, así mismo se estableció de manera descendiente que el día sábado corresponde al siguiente día con un 18% de 22 encuestados y con un 16% correspondiente a 19 vendedores manifestaron ser el día jueves (ver gráfico 14).

Grafico 14: Distribución de los Días de mayor venta de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

7.5.7 Mes más bajo en ventas del año. En la investigación también se analizó el mes en el cual las ventas tienen un descenso amplio y en el cual muchos de los vendedores prefieren surtir muy poco y otro escoger los días en los que abre.

Los meses de menor venta son Enero con un 66% que corresponde a 80 vendedores de la tercera edad encuestados, seguido del mes de febrero con un 11% de 13 vendedores quienes manifestaron que la caída en las ventas está dada por el inicio de año y carnavales de la ciudad.

Posteriormente se encuentra el mes de marzo con un 11% que comprenden 13 vendedores y el mes de abril con un 9% correspondiente a 11 vendedores, quienes manifestaron el bajo nivel por entrada de semana santa.

Finalmente estaban los meses de julio con un 1% correspondiente a 1 persona y agosto en un 3% que comprende a 3 vendedores que basaban sus respuestas a los que llaman los vendedores de verduras, frutas o campesinos como las heladas de mitad de año (ver gráfico 15).

Grafico 15: Distribución del Mes más bajo en venta de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

7.5.8 Pérdidas en los puestos de venta. Se estableció mediante los resultados de que a pesar de tener los productos una gran acogida por una parte de la población, no son de óptima calidad y que continuamente los vendedores de la tercera edad presentan pérdidas en sus productos en un 53% correspondiente a 76 vendedores encuestados que se determinó como motivo de que son productos perecederos y por otro lado se hallan los vendedores que no presentan pérdidas continuas entre los que se hallan aquellos productos de uso varios (ver cuadro 15).

Cuadro 15. Perdidas en los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

PRESENTA PERDIDA CONTINUA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	63%
NO	45	37%
TOTAL	121	100%

FUENTE: Esta investigación

7.5.9 Solicitud de créditos. Así mismo en la plaza de mercado la solicitud de crédito sería la mejor opción para la compra de productos, pero en esta plaza la situación es lo contrario ya que los vendedores prefieren no hacerse a deudas que saben claramente les será muy complicado cumplir completamente por lo que solo 31% correspondiente a 38 personas los han solicitado mientras que lo contrario ha sucedido con aquellos que prefieren no solicitarlo y que están en un 69% que comprende a 83 vendedores de los encuestados (ver cuadro 16).

Cuadro 16. Solicitud de créditos para los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

HA SOLICITADO CREDITOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	38	31%
NO	83	69%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

7.6 REGISTRA CONTABILIDAD

En la plaza de mercado el Tejar, el 87% de los vendedores encuestados correspondientes a 105 no registra contabilidad en sus ventas, mientras que 13% correspondiente a 16 vendedores si lo tiene tal y como se encuentra en el grafico 16.

Todo lo anterior lo que muestra y evidencia es el grave desorden con que cuentan los vendedores de la plaza de mercado, por lo que no llevar correctamente las cuentas de su negocio implica en muchas ocasiones no poder detectar las pérdidas que puedan presentarse. Por otro lado conocer a tiempo el excedente

que generan las ventas se puede determinar qué tan conveniente es guiar su negocio por el rumbo en el que iban.

Grafico 16. Distribución del Registro de contabilidad de las ventas en los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



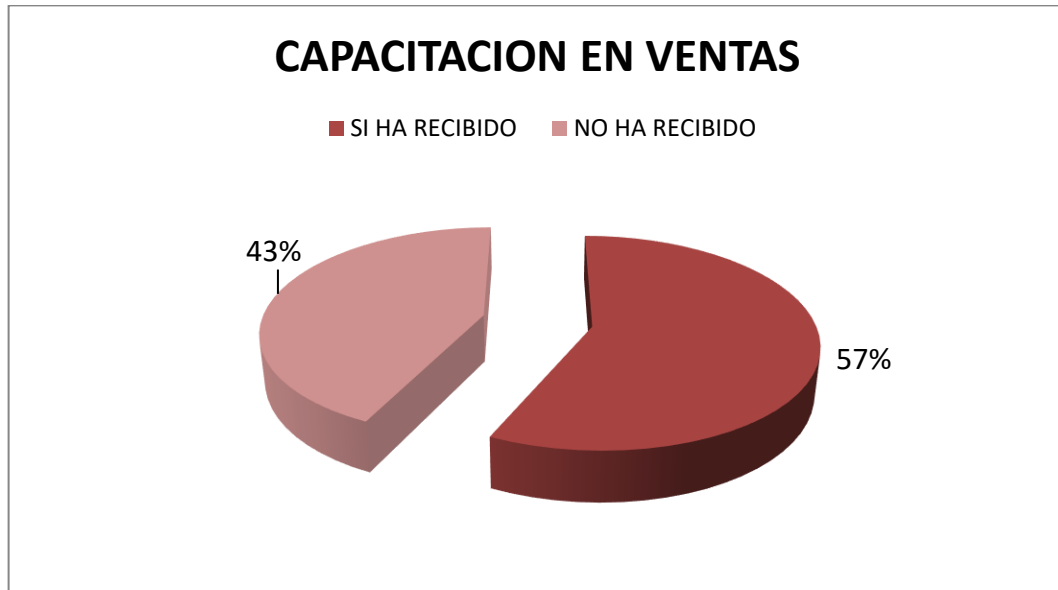
Fuente: Esta investigación

7.7 CAPACITACIÓN EN VENTAS

Según el estudio un 57% de los vendedores han recibido capacitación en ventas correspondiente a 69 vendedores demostrando así la necesidad y prioridad que para ellos significa, en efecto se muestra una gran preocupación que ellos poseen por el mejoramiento de sus negocios y por ende su calidad de vida. Es claro que tener conocimientos sobre las diferentes estrategias de ventas que existan se ha convertido en una obligación para los vendedores para maximizar así sus ganancias.

Por el contrario de lo anterior los que no han recibido capacitación son un 43% que comprende 52 de los vendedores, quienes manifiestan como una pérdida de tiempo y a su vez de ingresos para sus negocios, visualizado en la gráfica 17.

Grafico 17. Capacitación en ventas de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

7.6 SERVICIO AL CLIENTE

Claramente se ve como día a día los vendedores hacen uso de la atención al cliente y más sin embargo 33% de ellos correspondiente a 40 vendedores no tienen conocimiento sobre lo que significa servicio al cliente, por otro lado se hallan los vendedores que si tienen conocimiento que comprenden 81 vendedores con una variación porcentual de 67% (ver gráfico 18).

Mediante lo anterior se debe manifestar el alto desinterés que existe en los vendedores de la tercera edad por la buena atención a aquellas personas que permiten que día a día su constante trabajo tenga sentido, así como el hecho de que tengan un lugar en la sociedad que lo único que les da es abandono. Está demostrado que el una empresa que progresa, una empresa que crece solo es capaz de hacerlo si toman en cuenta aquellos que a pesar de que no invierta capital si les da ganancia que es lo que les ayuda sin duda alguna a que se enfrenten a la continua competencia a la que se ven enfrentados; es así, como el trabajo que realizan esta parte de la población en la plaza de mercado es considerado un progreso para ellos aunque no se les mire el constante crecimiento

Grafico 18. Servicio al cliente de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

7.7 TIEMPO EN CAPACITACIÓN

Según el estudio 19% de los vendedores de la plaza correspondiente a 23 vendedores si invertiría tiempo para asistir y participar de la capacitación.

Contrario de lo anterior 81% de los vendedores comprendido por 98 vendedores de la plaza si invertirían tiempo en asistir y participar de la capacitación (ver cuadro 17).

La investigación lo que da a entender es que a pesar de sus edades los vendedores de la tercera edad buscan a diario que sus utilidades incrementen y que sus beneficios se noten con las continuas ventas que esto implique, es por ello que no dudan en el momento de hacer lo posible para que esto suceda aunque implique tener que perder parte de su tiempo.

Cuadro 17. Tiempo en capacitación de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

INVERTIRIA TIEMPO EN CAPACITACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI LO HARIA	23	19%
NO LO HARIA	98	81%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

7.8 DISTRIBUCION DE LOS GASTOS

7.8.1 Distribución de los gastos de alimentación. Considerándose la alimentación como la principal necesidad que debe cubrir el ser humano, ya que esta permite recuperar las energías que a diario se pierde en el esfuerzo que se realiza y es ahí donde se debe invertir el mayor ingreso que se percibe (ver gráfico 19).

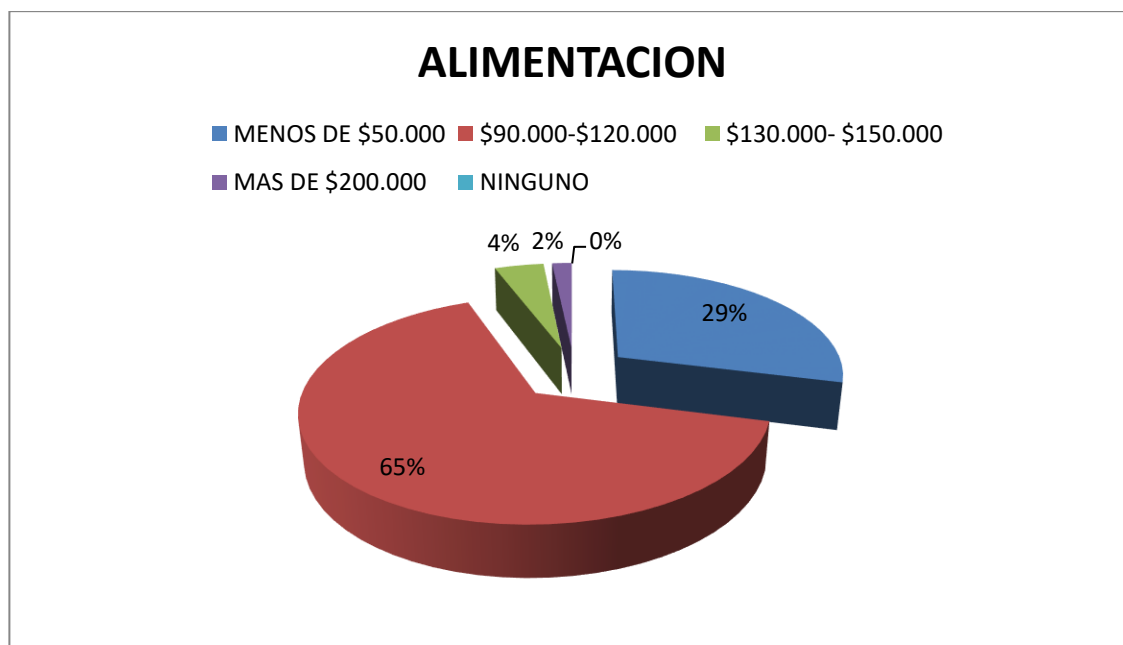
Por lo anterior existe un 65% de los vendedores que destinan entre \$90.000 y \$120.000 de sus ingresos mensuales para cubrir esta necesidad, comprendiendo el fuerte desabastecimiento del que son victima los hogares teniendo en cuenta el número de integrantes que lo conforman; de igual manera es de tener claro que los vendedores a pesar de que no invierten mucho de sus ingresos un motivo de este hecho es a causa de que obtienen parte de sus alimentos del mismo puesto y que su alimento diario lo reciben de locales como restaurantes a los cuales con frecuencia abastecen.

Lo anterior demuestra que debido a los bajos niveles de ingresos con los que cuentan los vendedores de esta plaza de mercado para cubrir todas sus necesidades, hace que el gasto en alimentación no sea acorde al tamaño del grupo familiar, por lo cual buscan la manera de minimizarlos a través de la utilización de los diferentes restaurantes presentes en el mercado ya que el tiempo que utilizan en llegar hasta sus hogares son utilizados en las ventas de sus productos.

Es importante anotar que el nivel del gasto destinado en alimentación es mayor por considerarse como la primera necesidad de todo ser humano mediante el cual se asegura la supervivencia, así mismo cabe destacar de que a pesar que el nivel

de ingreso aumente no implicaría que el gasto en alimentación incremente sino por lo contrario este se ve afectado por gasto adicionales en los cuales se ve manifestado en la disminución de este.

Grafico 19. Distribución de los gastos de alimentación de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

7.8.2 Distribución de los gastos de vivienda. Aun con el conocimiento de que existe un 27% que poseen vivienda propia, se debe analizar el 66% que corresponde a aquellos que deben arrendar y que en consecuencia presentan que en su mayoría correspondiente a 49% deben destinar más de \$200.000 al pago de este concepto y que es el gasto que absorbe el mayor nivel del ingreso y por ello muchos de los vendedores se ven obligados a reducir los ingresos destinados a otras actividades para lograr cubrir este gasto (ver cuadro 18)

Cuadro 18. Distribución de los gastos de vivienda de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

DISTRIBUCION DE VIVIENDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$50.000	3	2%
\$90.000-\$120.000	7	6%
\$130.000- \$150.000	20	17%
MAS DE \$200.000	59	49%
NINGUNO	32	26%
TOTAL	121	100%

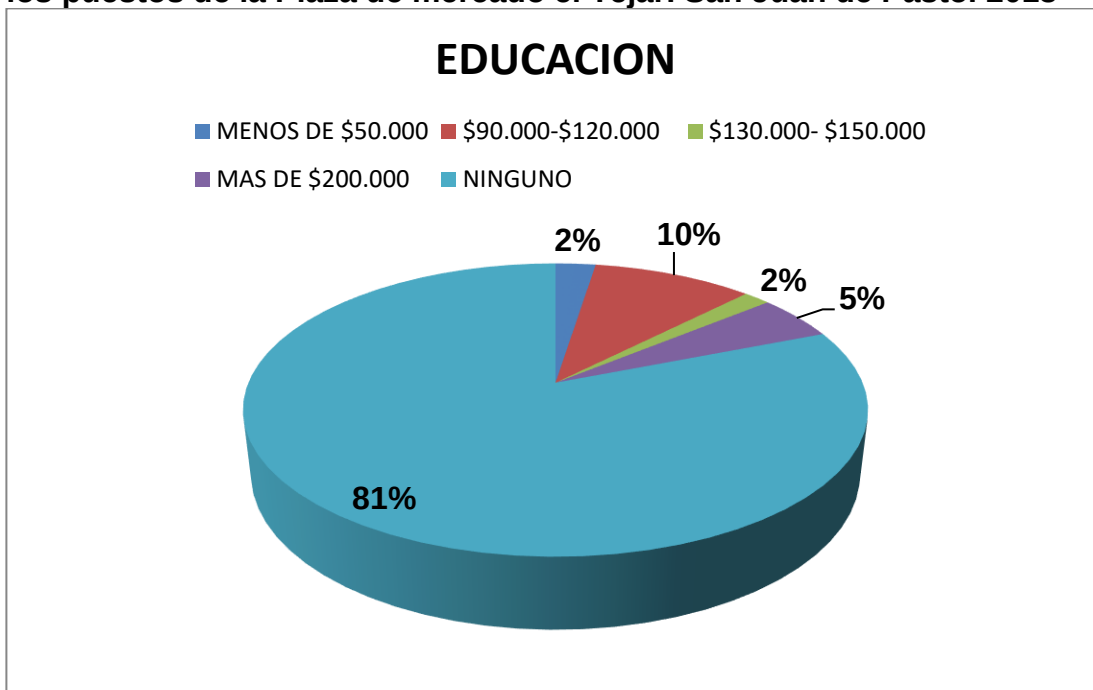
Fuente: Esta investigación

7.8.3 Distribución de los gastos de Educación. Muchos de los vendedores de la tercera edad de la plaza tienen a su cargo más de una persona que están cursando estudio y por las cuales mensualmente deben destinar cierto dinero para poder costear esta necesidad.

Es así, como 12 de los vendedores correspondientes al 10% manifiestan tener gastos entre \$90.000 y \$120.000, un 5% que comprende 6 vendedores gastan más de \$200.000 que por lo general equivalen a aquellos que tienen hijos estudiando en la universidad y por los cuales deben pagar sumas mayores que costeen los semestres, existen 2 vendedores que gastan entre \$130.000 y \$150.000 y 3 vendedores con valor menor de \$50.000 ambos con una variación porcentual del 2% (ver gráfico 20).

Lo anterior demuestra con claridad de que los gastos no están determinados por reales y firmes necesidades ni por el número de personas que conforman el hogar que estudien sino que por el contrario está fijado por el nivel de ingresos que lo componen, comprendiendo que en la mayoría de los casos son menores de edad o se encuentran en educación primaria y secundaria en la cual presentan sus mayores gastos al inicio del año escolar debido a la compra de útiles escolares sin tomar en cuenta el pago de matrícula ya que en general estos no presentan dichos gastos.

Grafico 20: Distribución de los gastos de Educación de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

7.8.4 Distribución de los gastos de Salud. A pesar de que los que poseen un régimen de salud contributivo son menores y que toda persona debe designar cierta cantidad de dinero para cubrir cualquier eventualidad como es el pago de medicamentos de venta libre y el 91% responde que no lo asignan ya que lo que ganan es muy poco y que deben cubrir muchas necesidades (ver cuadro 19).

Cuadro 19: Distribución de los gastos de Salud de los vendedores de los puestos de venta de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

DISTRIBUCION DE SALUD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$50.000	9	7%
\$90.000-\$120.000	2	2%
\$130.000- \$150.000	0	0%
MAS DE \$200.000	0	0%
NINGUNO	110	91%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

7.8.5 Distribución de los gastos de Transporte. Los vendedores que a diario trabajan en la plaza deben de asignar recursos mediante los cuales se trasladen hasta sus puestos y luego a sus hogares, por tal motivo de sus ganancias diariamente sacan para sus respectivos desplazamientos , encontrando de esta manera un 30% debe cubrir de sus ingresos el pago de este gasto por encontrarse en zonas alejadas a su lugar de trabajo, y por otro lado se hallan aquellos que no ven la necesidad de cubrir dicho gasto con una participación porcentual del 69% del total de los vendedores (ver cuadro 20)

Cuadro 20. Distribución de los gastos de Transporte de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

DISTRIBUCION DE TRANASPORTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$50.000	36	30%
\$90.000-\$120.000	2	2%
\$130.000- \$150.000	0	0%
MAS DE \$200.000	0	0%
NINGUNO	83	69%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

7.8.6 Distribución de los gastos de Servicios Públicos. Los servicios de los cuales gozan los vendedores en sus hogares poseen un valor monetario para lo cual mensualmente deben designar de sus ingresos para el pago de estos y que se ven reflejados en el cuadro 21, donde se visualiza que el mayor porcentaje se encuentra en los gastos menores a \$50.000 donde se entiende que estas personas en su mayoría hacen parte de los extractos más bajos de la ciudad de Pasto y por ende su gasto es menor en estos servicios.

Esto manifiesta que la mayor parte de la vivienda de los vendedores de la plaza de mercado utilizan en gran medida los diferentes servicios públicos en sus respectivos lugares de residencia, por lo que llegan a asignar hasta una cuarta parte de sus ingresos para costear estos gastos.

Cuadro 21. Distribución de los gastos de Servicios Públicos de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

DISTRIBUCION DE SERVICIOS PUBLICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$50.000	89	74%
\$90.000-\$120.000	29	24%
\$130.000- \$150.000	3	2%
MAS DE \$200.000	0	0%
NINGUNO	0	0%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

7.8.7 Distribución de los gastos de Recreación. Aunque la plaza de mercado está compuesto por un gran número de vendedores, es claro que la gran mayoría de ellos no practican ningún deporte ya sea por su avanzada edad o porque simplemente no les es de ningún interés gastar de los pocos ingresos que perciben con sus ventas ya que sus necesidades son mayores notando que solo el 12% de ellos invierten en esta necesidad (ver cuadro 22).

Mediante un análisis más minucioso se concluye que debido a las cifras antes descritas los ingresos que provienen de las ventas de los puestos de la plaza de mercado es destinada a subsanar los gastos del hogar, situación que plasma la realidad que viven los vendedores en lo cual se los ubica como un pilar importante y no sustituto ya que ellos deben salir a trabajar y en la mayoría de los casos a ubicarse como la cabeza del hogar quienes subsanan las necesidades básicas insatisfechas ya que muchos de ellos manifiestan que les gustaría poder salir a pasear con sus familias, comprar golosina o juguetes a sus hijos para su diversión, pero que más sin embargo la situación económica no es un limitante para que muchos de ellos tomen las idas al parque como una forma de recreación sin que con esto incurran a gastos extras.

Cuadro 22. Distribución de los gastos de Recreación de los vendedores de los puestos de ventas de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

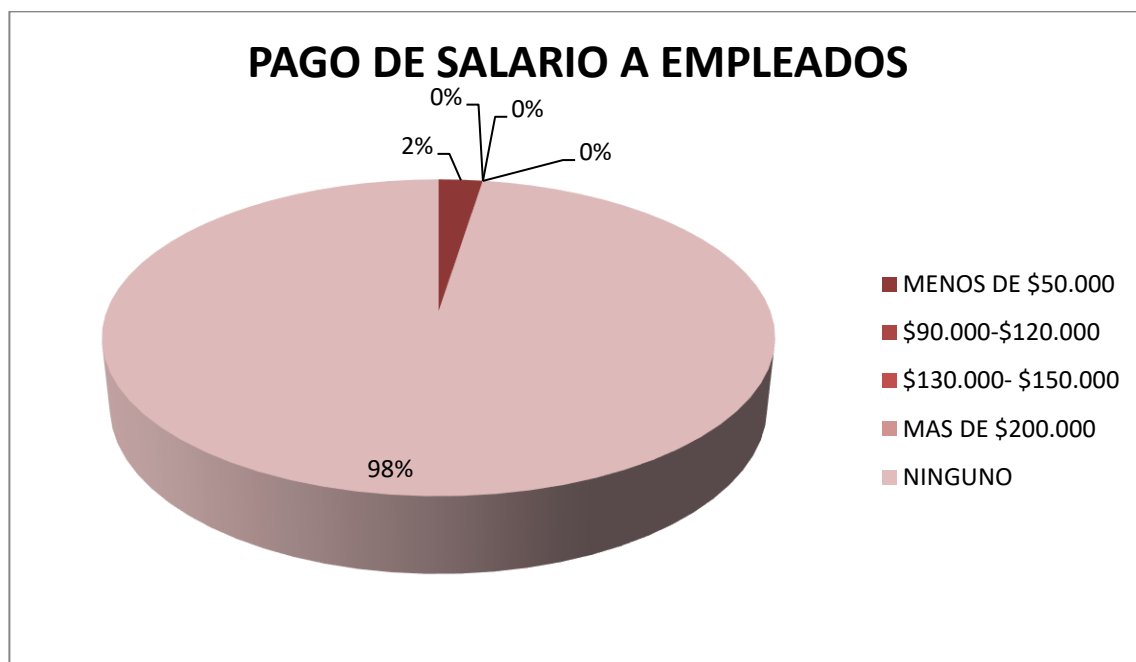
DISTRIBUCION DE RECREACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$50.000	15	12%
\$90.000-\$120.000	0	0%
\$130.000- \$150.000	0	0%
MAS DE \$200.000	0	0%
NINGUNO	106	88%
TOTAL	121	100%

Fuente: actual investigación

7.8.8 Distribución de los gastos de pago de salario de empleados. A pesar de que la mayoría de los vendedores poseen sus propios puestos y requieren ayuda ya sea porque les resulta muy pesado atenderlo ellos mismos por su edad o porque son tantas las ventas que deben realizar en los días principales, ellos prefieren llevar a sus familiares ya sea hijos, nietos o personas que estén a su cargo, para que de esta manera no tener que realizar un gasto extra como es el de pago a empleados que sería disminuir del poco ingreso que perciben (ver gráfico 21).

A pesar de la realidad que presentan estos vendedores, es necesario no afirmar que el gasto a empleados se vea disminuido por el bajo nivel de ingresos, ya que en este caso se aseguraría que es una necesidad prioritaria pero que este no se lo puede subsanar, siendo lo contrario de esta afirmación lo que los vendedores afirman como un gasto no requerido ya que el nivel de ventas en sus puestos es solventado por ellos o los familiares.

Grafico 21. Distribución de los gastos de pago de salario de empleados de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



FUENTE: Esta investigación

7.8.9 Destino mensual para Ahorro. En la actualidad son muy pocas las personas que asignan una parte de sus ingresos para el ahorro y los vendedores de la plaza de mercado no son la excepción.

Todo se mira evidenciado en la simple respuesta que estas personas manifestaron en la que dicen, que la totalidad de sus ingresos los deben invertir en el pago de las principales necesidades y en la compra de productos para surtir sus puestos mediante los cuales día a día se sienten útiles, encontrando de esta manera que el hecho de que con el poco ingreso que estas familias perciben logren sobrevivir sería tomado como un milagro que lleguen a destinar parte de sus ingresos en este gasto pero al contrario de los pensamientos individuales hay quienes manifestaron poder hacerlo (ver cuadro 23).

Cuadro 23. Destino mensual para Ahorro de los vendedores de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

DISTRIBUCION DE AHORRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$50.000	35	29%
\$90.000-\$120.000	21	17%
\$130.000- \$150.000	0	0%
MAS DE \$200.000	0	0%
NINGUNO	65	54%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

7.8.10 Distribución de otros gastos. Aunque muchos de los vendedores encuestados afirmaban no saber porque designar un porcentaje de sus ingresos a este concepto, es claro que luego de un análisis, determinaron que la gran mayoría durante el mes debían asignar al pago de calamidades que se encontraban fuera de su alcance así como para muchos al pago por concepto de préstamos pero que terminaban por ocupar en actividades diferentes a las imaginadas.

Así mismo en esta categoría está el vestuario que sin ser considerado como un gasto obligatorio mensual, debe ser efectuado y como tal tomado como parte de otros gastos para lo cual 45% del total de los vendedores afirman destinarlo normalmente cada mes destacando que no es posible para los trabajadores de la plaza de mercado suministrar todas las necesidades que tienen todos los miembros del hogar, y solo es posible adquirir lo que sea realmente prioritario para ellos (ver cuadro 24).

Cuadro 24. Distribución de otros gastos de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013

DISTRIBUCIN DE OTROS GASTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$50.000	6	5%
\$90.000-\$120.000	5	4%
\$130.000- \$150.000	17	14%
MAS DE \$200.000	27	22%
NINGUNO	66	55%
TOTAL	121	100%

Fuente: Esta investigación

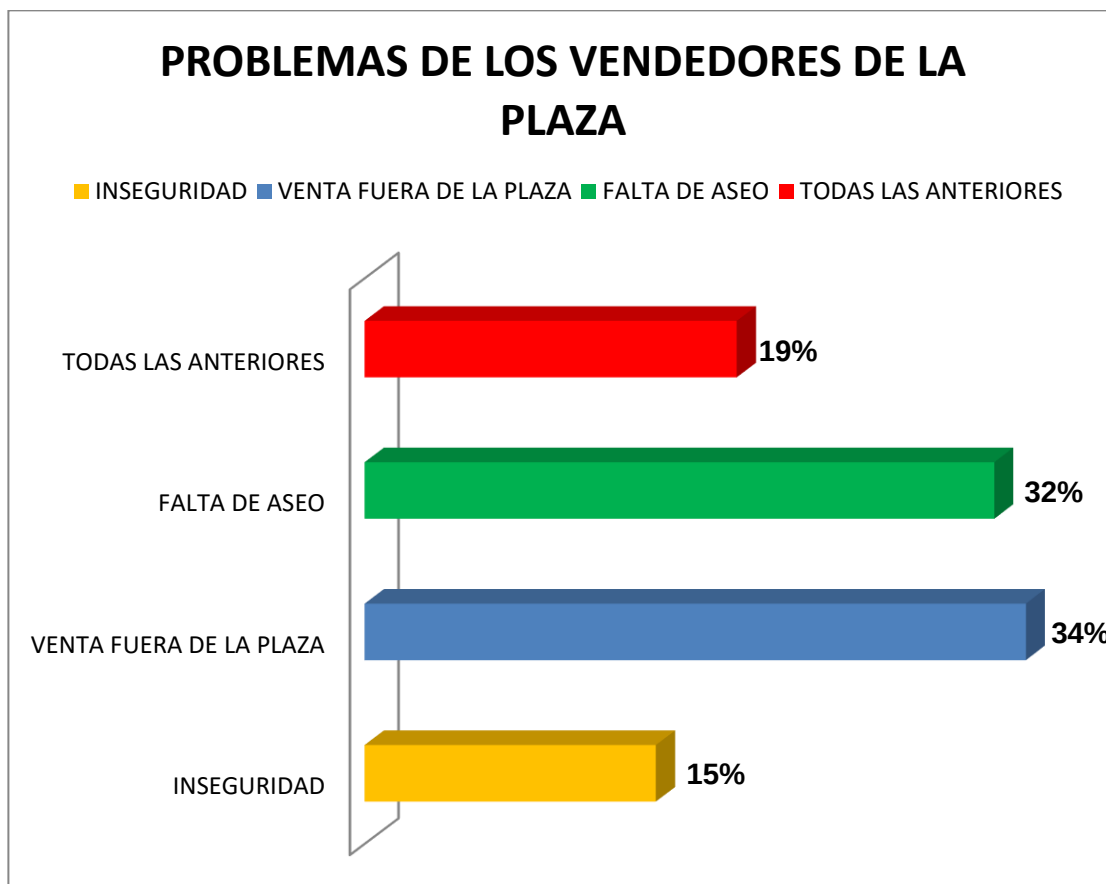
8. PROBLEMAS CAUSADOS POR LAS RELACIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS DEL ADULTO MAYOR DE LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR DE LA CIUDAD DE PASTO 2014

8.1 PROBLEMAS PRINCIPALES DE LOS VENDEDORES

- Frecuentemente las plazas de mercado se ven afectadas por problemas de infraestructura y movilidad, pero este no es el caso de la plaza de mercado el Tejar, mas sin embargo es objeto de muchas problemáticas que a pesar de no mirarse como sinónimo de gravedad es un determinante del progreso del lugar.
- Como el estudio está encaminado a analizar los problemas causados por la situación social y económica de los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado el tejar, se observa que estos dependen en su mayoría del trabajo que realizan y a las ventas que generan sus negocios.
- Entre los principales problemas que afectan a los vendedores de esta plaza según la información obtenida está dada por la inseguridad, ventas fuera de la plaza de mercado y falta de aseo.
- La actual investigación afirma que 18 de los vendedores de la tercera edad correspondiente al 15% afirman que la inseguridad es el principal problema con el cual se deben enfrentar a diario lo cual es comprensible por considerarse como la mayor debilidad de la ciudad, ya que deben de hacer sus recorridos a altas horas de la noche y muy temprano del día, hasta los diferentes sectores de la ciudad y que en su mayoría corresponde a barrios considerados de cuidadosa atención y de los cuales muchos han sido producto de estos delincuentes, situación que se ve incrementada en temporadas altas.
- Así mismo con un 34% correspondiente a 41 vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado manifiestan que el principal problema con el que cuentan son las ventas que se realizan fuera de la plaza ya que esto les quita la sana competencia y en muchas ocasiones los compradores no alcanzan a llegar hasta el interior, comprendiendo de que las opiniones por parte de los clientes no está limitada a las personas que se encuentran en la plaza de mercado como tal sino también a aquellos que se hallan fuera de esta llevando así, a que en muchas de las ocasiones los resultados no sean los mejores.
- Otro problema que enfrentan los vendedores es el continuo desaseo del cual ellos mismos son producto con un 32% de su valor porcentual correspondiente a 39 vendedores, y con un 19% que comprende 23 vendedores respondieron

que todas las anteriores son problemas graves que enfrentan a diario, así como el desorden del cual son sujetos (ver gráfico 22).

Gráfico 22. Problemas de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

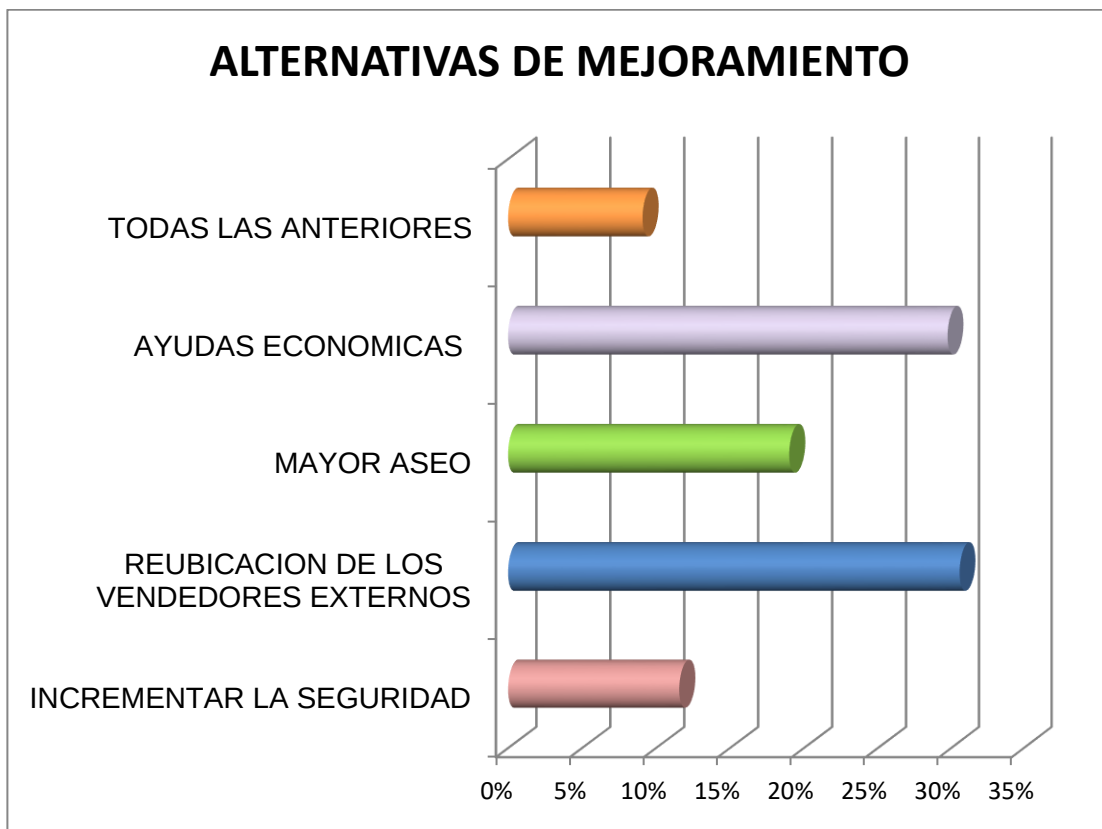
9. ALTERNATIVAS DE MEJORAMIENTO FRENTE A LOS PROBLEMAS SOCIALES Y ECONÓMICOS DEL ADULTO MAYOR TRABAJADOR DE LA PLAZA DE MERCADO EL TEJAR.

9.1 ALTERNATIVA DE MEJORAMIENTO

- Existen muchas soluciones que se pueden implementar para el mejoramiento de las condiciones de los vendedores de la tercera edad, ya que para ellos contar con un lugar apto para realizar sus tareas diarias es primordial y en consecuencia se han priorizado algunas de ellas.
- Según manifiestan los vendedores de la plaza de mercado, para ellos es de suma importancia el acompañamiento que les de la administración municipal con el fin de mejorar sus realidades y su inseguridad diaria mediante la continua vigilancia al inicio y final de cada jornada en el interior y exterior de la plaza de mercado.
- Al ser considerados los vendedores como informales es necesario crear cooperativas que los incentiven mediante programas y proyectos que se dirijan al mejoramiento de sus ingresos con la ayuda conjunta de entes gubernamentales con que cuenta la ciudad de Pasto con el fin de promoverlos a abrir mercados nacionales e internacionales por encontrarse a pocas horas de la frontera con el Ecuador.
- Que se planteen mesas de trabajo de la administración municipal para el mejoramiento de la organización en el interior del mercado con reuniones en los que se involucre a juntas de vendedores o vendedores en general para ayudarlos a una mejor orientación.
- Para los vendedores es de suma importancia que la organización municipal mediante los administradores de orden público se sensibilicen ante la problemática que los aqueja y les brinde la organización que ellos requieren, reubicando a los vendedores que ejercen fuera de la plaza para aportar de esta manera a una sana competencia y si es necesario imponer multas que deban pagar por el desacato a la norma que ellos impongan como organización destinada al servicio de las personas.
- Que la plaza de mercado se encuentre completamente aseada durante y después de las labores ejercidas por los vendedores ya que por su edad a muchos les es difícil el continuo acto de este, y el aseo es un determinante en las ventas e imagen del mercado.

- Que hagan parte de las diferentes ayudas que da el gobierno sin necesidad de desarrollar las filas y que les permitan incrementar el capital de sus puestos, de igual manera en el grafico 23 se muestra claramente el orden de las principales alternativa de mejoramiento para los principales problemas que requieren los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado.

Grafico 23. Alternativas de mejoramiento de los vendedores de los puestos de la Plaza de mercado el Tejar. San Juan de Pasto. 2013



Fuente: Esta investigación

CONCLUSIONES

La plaza de mercado el Tejar está compuesto en su gran mayoría por mujeres, quienes día a día demuestran que son las encargadas de llevar las riendas del hogar, aunque vale la pena afirmar de que durante años han sido menospreciadas y alejadas de la educación, encontrando que presentan un bajo nivel educativo llevándolas a realizar el trabajo que en estos momento ejecutan.

Según la investigación se llegó a confirmar que los nivel de vida de estos vendedores de la tercera es bajo, ya que carecen completamente de los servicios públicos básicos que en todo hogar debe existir, vinculándose el bajo ingreso del cual son sujeto y que se convierte en el factor principal para llevar una vida digna, entre los que se hallan las bajas ganancias que obtienen por venta en sus puestos sin equilibrar los gastos que mensualmente estas personas deben tener. Además hay que tener claro que los puestos donde estos vendedores realizan su trabajo no les pertenece legalmente, y que si la administración no ha hecho uso de ellos ha sido por que año tras año es el haz que todos los políticos tienen bajo la manga en la cual se poyan para hacer uso de los votos que ellos les da a cambio de continuar con sus labores en el lugar; así mismo, cabe comentar que aparte de que los puestos no están legalmente conformados, los vendedores no pagan los impuestos que como trabajadores que ocupan un espacio público deben cancelar.

Otro factor que afecta notoriamente a que los niveles de vida sean escasos o bajos, es el hecho de que gran parte de la población no estén afiliados ni a régimen de salud, ni a régimen de pensión que les dé la oportunidad llegada la edad en la que se encuentren de gozar tranquilamente de un salario digno y que de presentarse cualquier enfermedad estarían completamente desamparados. Todo lo anterior se verifica en el hecho de que algunos de los vendedores que trabajan en los puestos no cuentan con los suficientes ingresos que les brinde la oportunidad de realizar los aportes antes mencionados.

Por lo contrario de la situación por la que pasan los vendedores desde sus hogares, está el hecho de presentar en sus puestos productos variados, con buena calidad y precios que hacen de esta plaza de mercado atractiva. Sin embargo es de confirmar que el Tejar a través de los años se ha convertido en una de las plazas de mercado de la Ciudad de Pasto con mayor afluencia de compradores y proveedores que desde el país vecino buscan la forma de realizar mayores intercambios de productos.

El hecho de que hasta la fecha la plaza de mercado el Tejar no tiene mucho conocimiento por parte de los habitantes de la Ciudad de Pasto, está en la razón de que en sus mentes lo primero que se les viene a la cabeza cuando se menciona dónde queda es el hecho de la inseguridad que en años anteriores los barrios cercanos a este han tenido pero que las personas no se dan la oportunidad de confirmar o aclarar los malos entendidos que han surgido respecto a este tema.

A esto podemos sumarle la grave desorganización que existe en la plaza por aquellos vendedores que se ubican en la parte externa de esta, formando de esta manera caos que evidencian la presencia de muchos actos que en la multitud aprovechan los delincuentes. Tratando de corregir algunos o todos los problemas que enfrentan en este momento los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado, ayudarían a incrementar la comercialización de los productos que dentro de la plaza se ofrecen.

Los vendedores de la tercera edad presentan grandes problemas de contabilidad, atención al cliente y la adecuada separación de los residuos que quedan luego de la venta de los productos; en cuanto a la contabilidad se manifiesta que el hecho de que no hagan uso de este medio para llevar en orden todas sus entradas y salidas de dinero es lo que los lleva a obtener sus productos a través del crédito o crédito y contado perjudicando notablemente a estos vendedores.

Finalmente se estableció que la mala organización que los vendedores llevan dentro de sus puestos es lo que causa que sus ganancias no sean las adecuadas, afectando así la calidad de vida de las personas. Así mismo es de manifestar que en el comercio el hecho de que los vendedores estén dispuestos a invertir parte de su tiempo en capacitaciones ayuda notablemente a un mejoramiento en el trato de los clientes y compañeros de trabajo, demostrando que poseen un alto interés de superación, progreso personal y laboral que se miren evidenciado con la estabilidad emocional y la buena salud.

RECOMENDACIONES

Dentro del estudio Social y Económico de los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar, se llegó a la conclusión de que ellos juegan un papel importante dentro de la sociedad y que pese a todos sus esfuerzos no tienen la oportunidad de una gratificación para su descanso digno en el cual no deban gastar sus pocas fuerzas para sacar adelante un puesto de venta y con ello a su familia, para ello es necesario dar algunas recomendaciones:

La administración municipal como ente gubernamental, debe brindar tranquilidad a sus ciudadanos entre los que se encuentran estos vendedores que pese a su edad deben desplazarse a diario desde y hasta sus hogares teniendo que enfrentarse en muchas ocasiones a aquellos delincuentes que los esperan para hacer uso de lo poco que ganaron en su jornal, lo cual con ayuda de las fuerzas públicas y servicios de vigilancia pagado por los administradores se controlaría un poco hasta desterrar por completo esta situación, es decir, se requiere de mucha colaboración por parte de los entes gubernamentales mediante la asignación de un CAI cercano a la plaza y no a cuadras de donde se ubica en estos momento, donde las fuerzas públicas (policías) puedan corregir las diferentes actitudes frente a los vendedores.

Se hace necesaria la implementación de subsidios para el abastecimiento de sus puestos de ventas y crédito que les ayude, mediante los cuales a pesar de tener que cancelar intereses estos estén acorde a los ingresos que perciben estas personas. De la misma manera que se les brinde un adecuado seguro en el que sean beneficiados ante cualquier calamidad llegando a entender esto como cubrir un mínimo riesgo profesional. Lo anterior podría lograrse con la aplicación de un censo en el cual se logre determinar el número exacto de vendedores de la tercera edad para la creación de una línea de créditos que los beneficie, manifestando que el dinero destinado a préstamos surja desde ellos mismos con cuotas bases mensuales incentivando así a futuros vendedores, y obteniendo de esta manera derecho a capacitarse en inversión y contabilidad con el fin de lograr un desarrollo micro y de pequeños negocios.

Los vendedores de la plaza de mercado el Tejar requieren de campañas de capacitación en las cuales se les involucre en las necesidades de los clientes y el adecuado trato que deben de tener, todo esto puede ser realizado si se involucran a las universidades o centros tecnológicos que estén cursando sobre el tema, así mismo organismos encargados con el medio ambiente y el adecuado manejo de los residuos sólidos, todo esto con el fin de que la plaza de mercado sea un lugar aseado donde las personas que se dirigen a él se sientan satisfechas y los vendedores de la tercera edad se sientan saludables. Existen muchas maneras con las cuales contar como es la capacidad de marketing ya que la mejor estrategia con la que cuentan los vendedores es el buen trato a los clientes y es lo que los caracteriza y apoya en las ventas diarias que ellos adquieren.

Es de suma importancia que la administración haga convenios con las diferentes universidades con el fin de llevar hasta los vendedores propuestas de microempresas en las cuales vean sus ganancias maximizadas y se crea el espíritu empresarial que aunque los vendedores de la tercera edad no se vean identificados puedan manejar sus negocios desde sus hogares, llevando a cabo el manejo de libros contables o formas mediante las cuales se sientan útiles. lo anterior no significa limitarlos sino más bien que estos se sientan útiles a través de la ampliación de sus respectivos puestos con la ayuda conjunta del gobierno.

Finalmente y luego de la breve investigación los vendedores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar requieren de la ayuda de la administración municipal en la creación de diseños de publicidad con el fin de hacer conocer con mayor profundidad los diferentes productos que se encuentran en la plaza de mercado y sus diferentes atractivos internos.

BIBLIOGRAFIA

ALCALDÍA DE PASTO. Oficina de desarrollo. Información de plazas de mercado y puestos de venta. 2013.

BANCO MUNDIAL, Ver también Banco Mundial, Desarrollo Rural. Experiencias del Banco Mundial. 1965- 1986. Washington DC, 1988.

CAMARA DE COMERCIO. El comercio informal estacionario en Pasto. San Juan de Pasto: Observatorio del Empleo, 2000. 76p.

LEY 100 de 1993. S.G.S.S. Libro IV

LÓPEZ Hugo, La vejez Urbana en Colombia, FAUS-FESCOL, Bogotá 1992.

PLAN PARA LA TERCERA EDAD, Presidencia de la Republica, Programa para la juventud, la mujer y la familia, área tercera edad, Bogotá, Abril de 1992.

ROLL, Eric. Historia de las Doctrinas Económicas México: Fondo de Cultura Económica. P. 179-181

SMITH, Adam. Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones. Madrid: Alianza. p. 2.

NETGRAFIA

Visitar: <http://narino.gov.co/index.php/plan-de-desarrollo-2012-2015>

Visitar:

http://books.google.es/books?id=i95_gz0G9_8C&pg=PA41&lpg=PA41&dq=#v=onepage&q&f=false

Ver:

http://books.google.es/books?id=i95_gz0G9_8C&pg=PA41&lpg=PA41&dq=#v=onepage&q&f=false

Visitar: <http://www.redadultosmayores.com.ar/buscador/files/COLOM005.pdf>

Visitar: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/34995/lcl2969-P.pdf>

Visitar <http://www.todacolombia.com/departamentos/narino.html>

Visitar:

<http://orgullonarinense.wikispaces.com/Economia+en+el+municipio+de+SAN+JUAN+DE+PASTO>

Visitar: <http://www.colombialider.org/wp-content/uploads/2011/03/Ley-1251-de-2008.pdf>

ANEXOS



ANEXO 1. ENCUESTA: dirigida a los trabajadores de la tercera edad de la plaza de mercado el Tejar de la Ciudad de Pasto 2014

OBJETIVO: obtener la información necesaria que permita identificar las condiciones sociales y económicas de los vendedores de la tercera edad.

NOTA: Esta información solo tiene fines académicos.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Edad: años cumplidos

1.2. Genero

A. Masculino

B. Femenino

1.3. Estado civil

A. Soltero(a)

B. casado(a)

C. viudo(a)

D. unión libre

2. NIVEL DE EDUCACIÓN Y NÚCLEO FAMILIAR

2.1. ¿Sabe leer y escribir?

A. Si

B. No



2.2.

NIVEL DE EDUCACION		COMPLETO	INCOMPLETO
	BASICA PRIMARIA		
	SECUNDARIA		
	MEDIA TECNICA		
	NORMALISTA		
	SUPERIOR Y/O POSGRADO		
	NINGUNA		

2.3.

NUCLEO FAMILIAR	Personas que habitan la vivienda	1	2	3	4	5	6	7
	Cuartos que dispone la vivienda							
	Cuartos que utilizan para dormir							
	Hogares que habitan en la casa							
	Personas que trabajan							

3. VIVIENDA

3.1. La vivienda en la que reside es:

- A.** Propia
- B.** prestada
- C.** Arrendada
- D.** Otra. ¿Cuál?



3.2.

MATERIALES DE LA VIVIENDA	Paredes	Madera, tablón	Barro, tierra, arena	Ladrillo	Cemento, gravilla	Baldosa, cerámica	Teja	Eternit	Zinc	ninguna
	Piso									
	tech									

3.3.

SERVICIOS DE LA VIVIENDA	Alcantarillado	SI	NO
	Energía eléctrica		
	Recolección de basura		
	Acueducto		
	Telefonía fija Internet		

3.4. ¿En su familia que utilizan para cocinar?

- A. Leña
- B. estufa de gas
- C. Estufa de energía
- D. otro. ¿Cuál?

3.5. ¿En cuánto están los ingresos del núcleo familiar?

- A. \$200.000 a \$250.000
- B. \$250.001 a \$320.000
- C. \$320.001 a \$500.000



D. más de \$500.001

3.6. ¿Usted o algún miembro de su familia recibe apoyo por parte del estado o de otra institución?

A. Si

B. No

¿Cuánto?

A. \$1 a \$10.000

B. \$11.000 a \$100.000

C. \$101.000 a \$200.000

D. más de \$201.000

E. Ninguno

4. SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL

4.1. ¿Posee carnet de salud?

A. Si

B. No.

4.2. ¿Qué carnet de salud posee?

A. Sisben

B. Caprecom

C. Comfamiliar

D. Emssanar

E. otro. ¿Cuál?

4.3. ¿Cubre riesgos profesionales?

A. Si

B. No

4.4. ¿Está afiliado actualmente a un régimen de pensiones?

A. Si

B. No

4.5. Tipo de afiliación

A. Subsidiado

B. Contributivo

5. DATOS SOBRE EL PUESTO DE VENTA EN EL MERCADO

5.1. ¿Cuántos puestos tiene?

A. 1

B. 2

C. 3 o mas

D. ninguno

5.2. ¿Qué tiempo demora en llegar hasta el puesto?

A. 5 a 10 minutos

B. 10 a 15 minutos

C. 15 a 30 minutos



D. Más de 30 minutos

5.3. ¿Qué medio utiliza para transportarse?

A. Bicicleta

B. Carro

C. Moto

D. Otro. ¿Cuál?

5.4. ¿Qué días vende en el puesto?

A. Lunes- Martes- Jueves

B. Martes- Jueves

C. Miércoles- Sábado

D. Toda la semana

5.5. ¿Es el propietario del puesto?

A. Si

B. No

5.6. ¿De cuánto es la venta semanal?

A. \$100.000 a \$250.000

B. 251.000 a \$380.000

C. \$381.000 a \$500.000

D. más de \$501.000

5.7. ¿Con que servicios cuenta su puesto?

SERVICIOS DEL PUESTO		SI	NO
	Alcantarillado		
	Energía eléctrica		
	Recolección de basura		
	Acueducto		
	Telefonía fija Internet		



5.8. CARACTERISTICAS DEL PUESTO

MATERIALES DEL PUESTO	Paredes	Madera, tabla, tablón	Barril, tierra, arena	Ladrillo	Cemento, gravilla	Baldosa, cerámica	Teja	Eternit	Zinc	ninguna
	Piso									
	techo									

6. ESTUDIO AMBIENTAL

6.1. ¿Tiene conocimiento de manejo de basura?

- A. Si
- B. No

6.2. ¿Separa los residuos sólidos de las basuras?

- A. Si
- B. No

7. COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS EN EL PUESTO DE VENTA

8.

7.1. ¿Qué Tipo de producto vende?

- A. Verduras
- B. Frutas
- C. Cárnicos(carnes y pollo)
- D. Variados
- E. Consumo diario(tienda)

7.2. ¿De dónde vienen los productos que comercializa?

- A. Del municipio
- B. Otro departamento ¿cuál?
- C. Otro país ¿cuál?

7.3. Determinantes del precio

- A. Día
- B. Hora
- C. Competencia
- D. Ganancia
- E. Calidad
- F. Proveedor



- 7.4. ¿Cómo abastece el puesto de venta?
- A. Crédito
 - B. Contado
 - C. Crédito y contado
- 7.5. ¿Cuál es el día que más se vende?
- A. Lunes
 - B. Martes
 - C. Miércoles
 - D. Jueves
 - E. Viernes
 - F. Sábado
 - G. Domingo
- 7.6. ¿Cuál es el mes más bajo en ventas del año?
- A. Enero
 - B. Febrero
 - C. Marzo
 - D. Abril
 - E. Mayo
 - F. Junio
 - G. Julio
 - H. Agosto
 - I. Septiembre
 - J. Octubre
 - K. Noviembre
 - L. Diciembre
- 7.7. **Información del producto**
- 7.7.1. **¿Presenta pérdidas continuas del producto?**
- A. Si
 - B. No



7.8. administración del puesto

ADMINISTRACION DEL PUESTO		SI	NO
	Ha solicitado crédito para incrementar el capital		
	Lleva algún tipo de contabilidad en las ventas		
	Ha realizado capacitación en ventas y promoción		
	Sabe que es servicio al cliente		
	Invertiría tiempo en capacitación		

7.8. ¿Cómo distribuye las ganancias?

GASTOS	VALOR MENSUAL
Alimentación	
Vivienda	
Educación	
Salud	
Transporte	
Servicios públicos	
Recreación	
Pago salario a empleados	
Ahorro	
Otros gastos	
TOTAL	



9. ¿Qué sugerencias tiene para mejorar las condiciones sociales?
10. ¿Qué sugerencias tiene para mejorar las condiciones de rentabilidad?