



Pensamiento & Gestión

ISSN: 1657-6276

ISSN: 2145-941X

Fundación Universidad del Norte - Barranquilla, Colombia.

Cáceres Mayorga, Jennifer Xiomara; Cubillos Calderón, Carlos Hernán
MUJERES, CALLES Y EMPODERAMIENTO1 Caso:
vendedoras informales de la ciudad de Ibagué (Colombia)
Pensamiento & Gestión, núm. 54, 2023, Enero-Junio, p. 1
Fundación Universidad del Norte - Barranquilla, Colombia.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64678795001>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

MUJERES, CALLES Y EMPODERAMIENTO¹

Caso: vendedoras informales de la ciudad de Ibagué (Colombia)

WOMEN, STREETS, AND EMPOWERMENT

Case: women informal vendors in the city of Ibagué (Colombia)

Jennifer Xiomara Cáceres Mayorga

jcaceres@ut.edu.co

Administradora Financiera, especialista en Pedagogía y magíster en Educación de la Universidad del Tolima, magíster en Innovación de la Fundación Universitaria del Área Andina. Investigadora del Grupo de Investigación en Pensamiento Estratégico e Innovación Empresarial (GIPE), profesora y funcionaria de la Universidad del Tolima.

Carlos Hernán Cubillos Calderón

chcubi@ut.edu.co

Administrador financiero de la Universidad del Tolima y magíster en Administración de la Universidad Nacional de Colombia. Coordinador del Grupo de Investigación en Pensamiento Estratégico e Innovación Empresarial (GIPE), profesor de la Universidad del Tolima.

¹ Este artículo es producto del proyecto de investigación titulado “Mujer, inequidad y comercio informal. Empoderamiento laboral para la equidad de género de las vendedoras informales de Ibagué (Colombia)”, aprobado por la Vicerrectoría de Investigación-Creación, Innovación, Extensión y Proyección Social de la Universidad del Tolima bajo el código 670121, liderado por la investigadora Jennifer Xiomara Cáceres Mayorga del Grupo de Investigación en Pensamiento Estratégico e Innovación Empresarial –GIPE– de la Universidad del Tolima.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Resumen

Esta investigación se realizó con el propósito de determinar las principales problemáticas que afrontan las mujeres vendedoras informales de la zona centro de Ibagué (Colombia) y proponer recomendaciones que contribuyan al mejoramiento de su actividad laboral. Para ello se empleó el enfoque cualitativo, con alcance explicativo. Inicialmente se aplicó un cuestionario a 110 vendedoras informales que permitió establecer sus características sociodemográficas de mayor representatividad asociadas a una clasificación por grupos etarios. Posteriormente, haciendo uso de la metodología investigación-acción-participación (IAP), las comerciantes informales, a través de un ejercicio de empoderamiento, develaron como principales problemas la pérdida de confianza en la administración municipal, la conflictividad en/y por el espacio público y el limitado acceso a fuentes de recursos financieros. Sobre estas problemáticas realizaron recomendaciones para subsanarlas.

Palabras clave: Mujeres, comercio informal, espacio público, empoderamiento.

Abstract

This research was carried out with the purpose of determining the main problems faced by women informal vendors in the downtown area of Ibagué (Colombia) and to propose recommendations that contribute to the improvement of their labor activity. For this purpose, a qualitative approach was used, with an explanatory scope. Initially, a questionnaire was applied to 110 informal saleswomen to establish their most representative sociodemographic characteristics associated with a classification by age groups. Subsequently, using the (IAP), research-action-participation methodology, the informal traders, through an empowerment exercise, revealed as main problems: loss of confidence in the municipal administration, conflict in/and over public space and limited access to sources of financial resources. They made recommendations to solve these problems.

Keywords: Women, informal trade, public space, empowerment.

Fecha de recepción: 22 de junio de 2022

Fecha de aceptación: 23 de diciembre de 2022

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los efectos más devastadores que ha sufrido la economía del municipio de Ibagué por efecto de la pandemia originada por la Covid-19 es el incremento desproporcionado en el índice de desempleo pues; de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE–, para el trimestre abril-junio de 2020 la tasa de desempleo de la capital tolimense reflejó un preocupante 37.6 %. No obstante, como resultado de la reactivación económica para el mismo período de 2021 la cifra se ubicó en 19.8 %, dejando a Ibagué como la quinta ciudad del país como mayor número de desempleados. Si bien la reducción en la tasa de desempleo ha ido disminuyendo en el panorama nacional (10.0 % para marzo de 2023), Ibagué ocupó la segunda posición, entre las 13 ciudades y áreas metropolitanas, con 19.2 %, luego, de Quibdó (Chocó), lo que indica que aún no es suficiente para alcanzar el nivel de empleo de los ibaguereños antes de la pandemia ocasionada por el Covid-19.

Ahora bien, si de informalidad se trata, el panorama no es alentador, pues en un país con una media del 58 % de trabajadores informales, la ciudad de Ibagué se ubica en la posición 18, entre las 23 ciudades y áreas metropolitanas durante el trimestre móvil comprendido entre diciembre de 2022 a febrero de 2023, con una proporción de 45.5 % de población ocupada informalmente, según el DANE (2023). El desempleo es un detonante de la informalidad y de los modelos de negocio que tienen como centro de operaciones el espacio público, denominados comúnmente “rebusque”, pues las personas se ven obligadas a buscar nuevas alternativas laborales para garantizar su supervivencia y las de su núcleo familiar, como es el caso particular de las mujeres vendedoras informales, que por falta de alternativas deben recurrir a ese tipo de ocupación para poder llevar comida al hogar y brindar el sustento a sus hijos.

En línea con lo planteado anteriormente, es pertinente referenciar el estudio realizado por Fuentes et al. (2012) en seis ciudades de México, en el que se concluyó que los hombres que se dedican al comercio informal provienen, en mayor medida, del mercado laboral formal, del que han sido excluidos, mientras que las mujeres generalmente no tienen experiencia laboral previa y proceden del hogar o del servicio doméstico dada la necesidad de contribuir con el ingreso familiar o por la necesidad de hacerse cargo de sus hijos al pasar a la condición

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

de madres cabeza de hogar. El comercio en vía pública se ha convertido en una alternativa laboral para las mujeres, dado que hay pocas barreras para entrar a esta actividad, debido a que se requiere poco capital, no demanda experiencia o preparación previa.

A lo anterior debe sumarse que el impacto de la pandemia en las mujeres comerciantes informales ha sido mayor que en los hombres, pues, de acuerdo con el DANE, en Colombia se mantiene la brecha de género en materia de desempleo, ya que por cada tres hombres que recuperaron su empleo para junio de 2021, solo dos mujeres lo lograron. Esto coincide con lo planteado por Orellana et al. (2021), quienes afirman que “el comportamiento del desempleo es diferente según sea el sexo” (p. 284), pues la pandemia presionó notablemente el desempleo de las mujeres ecuatorianas, ya que son más vulnerables que los hombres en el ámbito laboral y los empleadores han prescindido mayormente de sus servicios, lo que las ha llevado a re-buscar otras formas de generar ingresos para el sostenimiento de sus hogares.

A pesar de la importancia que reviste esta problemática para la sociedad actual, existen muy pocos estudios que analicen a profundidad las alternativas de intervención con enfoque de género para las comerciantes informales. Si bien se dedican a la informalidad por ser la única opción laboral, el trabajo que actualmente hacen no debe considerarse su proyecto de vida. Por el contrario, es necesario empoderar a cada mujer para que transforme su vida, a pesar de las opciones limitadas que tienen, hacia una en la que tengan poder para tomar decisiones dentro del hogar y en el mercado laboral (OIT, 2018), lo que se corresponde con el quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible, que tiene como propósito lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas, a fin de terminar con el marcado predominio de la desigualdad de género. Este empoderamiento inicia con el descubrimiento de problemáticas y posibles soluciones por parte de las mismas vendedoras, labor que pretende el proyecto de investigación que dio origen a este documento.

De acuerdo con la indagación realizada a fuentes orales de manera preliminar a la elaboración de este proyecto, y como producto de la observación ejecutada en el centro de la ciudad de Ibagué, territorio urbano en el que históricamente se ha congregado una cantidad significativa de comerciantes informales, se pudo determinar un notable número de mujeres que se dedican a las ventas en la vía pública, muchas de ellas acompañadas por sus hijos menores, que llevan en coches, que a su vez emplean para trasladar la mercancía que comercializan, lo

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

que implica realizar su actividad laboral a la vez que atienden a sus pequeños. Estas mujeres, en términos generales, cuentan con bajo nivel de escolaridad y limitada capacidad financiera, lo que ocasiona que no todas comercialicen productos de su propiedad, sino que trabajan al servicio de personas que les entregan mercancías y les pagan un porcentaje de acuerdo con las ventas diarias. Asimismo, desconocen la existencia de asociaciones de mujeres que se dediquen al comercio informal, pues consideran que su condición de informalidad no les permite acceder a beneficios producto de los programas con enfoque de género auspiciados por el Gobierno.

En cuanto al contexto local, el municipio de Ibagué carece de programas focalizados al empoderamiento laboral de las mujeres dedicadas a las ventas informales que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida, progreso social y económico (Ministerio del Trabajo [Mintrabajo], 2020); a lo que debe sumarse la inexistencia de estudios actualizados de caracterización socioeconómica de los vendedores informales de la ciudad, con enfoque de género, al igual que la exclusión de las comerciantes informales en programas del gobierno local enfocados al empoderamiento laboral, pues los realizados hasta el momento se han orientado a trabajadoras de actividades diferentes al comercio informal, limitando, a la postre, las iniciativas de emprendimiento y las posibilidades de formalización laboral. Esta situación no es exclusiva de la capital tolimense, pues el estudio de Perilla et. al. (2022) desarrollado en Villavicencio (Colombia) refleja “la ausencia total de las políticas de gobierno en torno al fortalecimiento del emprendimiento femenino, por cuanto se promulgan políticas generales, pero no existen lineamientos o estrategias que fortalezcan la actividad de género como motora del crecimiento económico” (p. 22).

De no resolverse esta problemática mediante un programa de empoderamiento laboral para las vendedoras informales, continuará la conflictividad por el uso del espacio público, así como la pérdida de confianza de las comerciantes informales en el gobierno municipal, no se incrementará la capacidad del gobierno local para reducir la brecha de pobreza en el municipio y se desaprovecharán iniciativas y esfuerzos para generar emprendimientos formalizados, aspectos que se verán representados en condiciones de calidad de vida laboral cada vez más precarias.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

2. TRASFONDO TEÓRICO

La primera categoría conceptual de este proyecto corresponde al espacio público, entendido como aquel territorio de la ciudad donde cualquier persona tiene derecho a estar y circular libremente, constituido por sitios abiertos, entre los que se cuentan calles, plazas y parques, entre otros, y lugares cerrados, como bibliotecas públicas, centros comunitarios, etc. El espacio público tiene, por tanto, una dimensión física que define sus particularidades. Esta dimensión se complementa con la dimensión política, pues todos somos seres políticos, en la medida en que como ciudadanos poseemos derechos políticos dentro del territorio, y el espacio público hace parte de ese territorio. Asimismo, en el espacio público se reconoce una tercera dimensión: la relacional, “por ser el lugar donde nos relacionamos, hacemos vida urbana y donde se construye ciudadanía” (Egea et al., 2021, p. 6). Bajo esta perspectiva, las dimensiones física, política y relacional configuran el espacio público.

Lo anterior se corresponde con lo expuesto por Madanipour et al. (2014) en el análisis realizado sobre la importancia de las políticas de espacio público en ciudades europeas, surgido a partir de estudios de caso de Amberes, Belfast, Berlín, Budapest, Dresde, Estambul, Londres, Milán, Nápoles, París, Viena, Varsovia y seis ciudades suizas. En este estudio se reconoce la importancia económica del espacio público, cimentada en la estrategia europea para el ambiente urbano. Los autores proponen retos fundamentales, como la expansión urbana, la protección del medio ambiente, la diversidad cultural y la exclusión social. Asimismo, reivindican el espacio público como “un lugar de encuentro en el que los interesados interactúan en el contexto de grandes desafíos económicos, políticos, sociales, ambientales y culturales” (p. 125).

Es tal la relevancia del espacio público, que la Constitución Política de Colombia establece en el artículo 82 que “es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual tiene prevalencia sobre el interés particular”. Así mismo, que “las entidades públicas tienen la obligación de participar y de regular la utilización del suelo y del espacio en defensa del interés común” (Congreso de la República, 1991). En función de este mandato constitucional se expidió la Ley de Desarrollo Territorial bajo el número 388 de 1997, al igual que el Decreto 1504 de 1998, que reglamentó

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

el manejo del espacio público en los planes de ordenamiento territorial. Estas normas definieron espacio público como “el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por naturaleza, usos o afectación a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de los habitantes” (Presidencia de la República, 1998).

Entre de la diversidad de acciones que se llevan a cabo en el espacio público, “las ventas ambulantes representan la actividad más numerosa que se realiza en la vía pública y es una de las ocupaciones sobre la que enfoques como el de la informalidad han tratado como caso paradigmático al ser la manifestación más palpable de ese sector económico” (Yatmo, 2008; Busso, 2004; Velada, 2003, citados en Sánchez, 2017), y dada su importancia para nuestro país, el Congreso de la República promulgó la Ley 1988 de 2019, por la cual se establecen los lineamientos para la formulación, implementación y evaluación de una política pública de los vendedores informales.

Otra categoría conceptual la constituye el enfoque de género, que se deriva del principio de igualdad entre mujeres y hombres, reconocido en muchos documentos y a través de variadas acciones, entre los que se pueden mencionar el de creación de las Naciones Unidas en 1945, la declaración de los derechos humanos de 1948 y la designación de 1975 como el año internacional de la mujer, orientados a la problemática de la mujer, que a partir de la década de 1990 se trasladó a la perspectiva de género, toda vez que el sexo corresponde a una condición biológica que diferencia a mujeres de hombres y el género a las diferencias construidas socialmente, es decir, a aquellas condiciones culturales que asignan responsabilidades y roles diferentes a mujeres y hombres, tales como la división del trabajo doméstico, las responsabilidades familiares, las oportunidades de promoción profesional, por mencionar tan solo unos ejemplos. Tal como plantea la antropóloga mexicana Marta Lamas, el género actualmente se reconoce como el conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres para simbolizar y construir socialmente lo que es propio de los hombres (lo masculino) y propio de las mujeres (lo femenino) (Lamas, 2000, p. 2). El género hace parte de una visión particular del mundo, originada además de las ideas por tradiciones, deberes, valores, prejuicios e interpretaciones sobre la vida de las mujeres y los hombres.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Ahora bien, una tercera categoría de trabajo corresponde al empoderamiento, concepto que tuvo su origen en las estrategias de la educación popular desarrolladas por el pedagogo Paulo Freire en los años sesenta. El empoderamiento puede entenderse como un "proceso por el cual las personas fortalecen sus capacidades, confianza, visión y protagonismo como grupo social para impulsar cambios positivos de las situaciones que viven" (Murguialday , 2005, p.1) lo que se corresponde con el planteamiento de Rappaport (1984), en tanto considera al empoderamiento como "el mecanismo [o proceso] a través del cual las personas, organizaciones y comunidades adquieren dominio sobre sus vidas" (p. 47), y aunque es aplicable a todos los grupos vulnerables o marginados, buena parte de su desarrollo teórico se ha relacionado con las mujeres. El empoderamiento como concepto ha ampliado su campo de aplicación; "por un lado, de su inicial utilización exclusivamente en los análisis de género, ha pasado a aplicarse al conjunto de colectivos vulnerables, habiendo adquirido una amplia utilización en los estudios sobre el desarrollo, el trabajo comunitario y social, o la cooperación para el desarrollo" (Murguialday, 2005).

Sin embargo, a pesar de que el "término se ha convertido en un concepto central en el discurso de la cooperación para el desarrollo, es un término complejo que no tiene una definición universal, lo que ha permitido que hay un sinnúmero de interpretaciones con divergencias y similitudes" (Senso, 2011, p. 8). Por ejemplo, Vega y Bermúdez (2019), en su estudio sobre informalidad, emprendimiento y empoderamiento femenino en Quito (Ecuador), asocian el empoderamiento femenino al doble papel que asumen las mujeres como trabajadoras y amas de casa ya que "el empoderamiento femenino reside justamente en esta capacidad de multiplicar las posibilidades sin eximirse de las cargas" (p. 360). Aunque, desde el discurso empresarial, el empoderamiento femenino se ha asumido como el anhelo de abandonar el papel de ama de casa, y asumir el rol de trabajadora para lograr mayor autonomía en términos de consumo y acceso al crédito. A su vez, Saavedra y Camarena (2021) asocian el empoderamiento como un proceso de adquirir poder, ligado a capacidad de las mujeres para tomar decisiones de manera autónoma y participar activamente para demandar y ejercer sus derechos.

Por su parte, la Entidad para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres de la Organización de Naciones Unidas establece como empoderamiento que "las personas tanto

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

mujeres como hombres puedan tomar control de sus vidas: definir sus propias agendas, adquirir habilidades (o que sus habilidades y conocimiento sean reconocidos), aumentar la confianza en sí mismos, resolver problemas, y ser autosuficientes” (Organización de Naciones Unidas, 2011, p. 11). En este sentido, se puede afirmar que el empoderamiento es el mecanismo por el cual un individuo tiene el control de sí mismo, lo que permite tomar sus propias decisiones con el propósito de resolver sus problemas de forma autosuficiente. A su vez, en Colombia la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (2017) señala que el empoderamiento de las mujeres no es solo una cuestión de derechos humanos, del derecho de las mujeres a participar en igualdad frente a los hombres en el mercado laboral y ser autosuficientes, sino “un asunto de eficiencia económica, al lograr que las mujeres participen en el mercado laboral puede llevar también a que la economía crezca más, ya que se estarían aprovechando mucho mejor las habilidades de las mujeres” (p. 6).

Lo anteriormente planteado toma sentido, dado que, si bien es fácil percibir la falta de empoderamiento en las mujeres en condición de vulnerabilidad, no es tan sencillo definir el cómo se contribuye a su empoderamiento, debido a las particularidades y limitaciones en cada una de ellas, lo que da lugar a variadas interpretaciones y aplicaciones, como el empoderamiento educativo, laboral, político, social, económico, entre otros. Lo realmente importante es que “la falta de una definición se convierte en un problema en las políticas y programas de desarrollo porque permiten instrumentalizar el término” (Senso, 2011, p. 9). Ahora bien, para el proyecto sobre empoderamiento laboral con enfoque de género, que dio origen a este escrito, se entiende como las capacidades y habilidades que desarrollan las mujeres a través de un proceso investigativo, en el que toman el rol de investigadoras de su propia realidad para identificar problemas y posibles soluciones en la búsqueda de condiciones laborales más dignas.

Por otra parte, algunos de los antecedentes que se han tenido en cuenta para este proceso investigativo son el libro *Directrices y guía de conceptos del Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD) de la OCDE sobre la igualdad entre mujeres y hombres*, publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores de España (1998), en el que se recopilan las directrices de este organismo para la igualdad entre mujeres y hombres y el empoderamiento de la mujer en la cooperación para el desarrollo; los *Principios para el empoderamiento de las mujeres*,

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

publicado por la ONU Mujeres en 2010; el trabajo realizado por la profesora Clara Murguialday (2005), quien, bajo el título *Las mujeres en la Cooperación para el desarrollo* plantea la estrategia de empoderamiento de las mujeres como la “capacidad personal para incrementar su propia autoestima y fortaleza, e influir en la dirección del cambio, mediante el control de recursos fundamentales” (p.92).

Igualmente, el documento *El progreso de las mujeres en Colombia 2018: Transformar la economía para realizar los derechos*, publicado por la ONU Mujeres Colombia; el documento de la Organización Internacional del Trabajo, preparado para la segunda reunión de la Comisión Mundial sobre el Futuro del Trabajo celebrada en febrero de 2018, *Empoderar a las mujeres que trabajan en la economía informal*, en el que se presentan los factores que favorecen el empoderamiento de las mujeres (ver gráfico 1), así como el libro *Precarización y feminización del mercado laboral en Colombia. Corolarios de las reformas de ajuste estructural en clave de género*, publicado en 2011, como producto de un ejercicio investigativo realizado por el Colectivo Interdisciplinario de Conflictos de Género de la Universidad del Tolima.

A su vez, la profesora Marta Zaragoza (2020) propone una estrecha relación entre desarrollo de competencias y empoderamiento femenino al afirmar: “Hemos constatado que las competencias son los recursos más importantes que tenemos para lograr nuestros objetivos y que las adquirimos a través de la formación y la experiencia profesional o empresarial, pero también en la experiencia familiar, personal, etc.” (p. 61). Esto se sustenta en el hecho de que la sociedad históricamente le ha asignado a la mujer, en razón a su género, responsabilidades que le confieren un papel protagónico en la familia y que le demandan, a su vez, una serie de competencias como la comunicación, la organización y la negociación, entre otras, que pone en práctica en el desarrollo de su actividad laboral.



Fuente: OIT (2018).

Gráfico No. 1. Factores que favorecen el empoderamiento de las mujeres

Por su parte, Restrepo y Cuadra (2022), a partir de un estudio efectuado en Chile sobre el empoderamiento femenino y las redes de trabajo, consideran que los programas de acompañamiento a las mujeres son fundamentales para desarrollar el empoderamiento, de tal manera que reconozcan su importancia en el ecosistema empresarial de una región y un país. “Para ello se deben superar obstáculos relacionados con cultura, redes de trabajo, responsabilidades como mujer, administración del tiempo, percepción de sí misma y aversión al riesgo” (p. 675). De manera particular, estas investigadoras proponen el “mentoring” como mecanismo para generar relacionamiento y crear redes de trabajo colaborativo que permitan avanzar en la reducción de las brechas de género en el mundo empresarial.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Objetivo

Determinar, mediante un ejercicio de investigación participativa, las principales problemáticas que afrontan las mujeres vendedoras informales de la ciudad de Ibagué y proponer posibles soluciones que contribuyan al mejoramiento de su actividad laboral.

3.2 Tipo de investigación

Toda investigación cumple “dos propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada)” (Hernández et al., 2014, p. 25) o realizar innovaciones. La investigación pura también denominada básica, origina las leyes generales que deben aplicarse (investigación aplicada) esta la realidad para mejorar las organizaciones y la sociedad. Bajo esta perspectiva, la investigación se inscribe como aplicada, pues se realizó un estudio con el propósito de empoderar a las vendedoras que se dedican al comercio informal en la ciudad de Ibagué, en el sentido que ellas mismas descubrieron las problemáticas que las aquejan y propusieron alternativas de solución.

De acuerdo con las fuentes de investigación se clasifica como investigación mixta, pues comprendió investigación documental, realizada a través de fuentes secundarias (bases de datos, revistas científicas, portales de entidades públicas, documentos de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico y de la Dirección de Mujer, Género y Diversidad Sexual, entre otros), e investigación de campo, llevada a cabo empleando fuentes primarias (mujeres vendedoras informales de Ibagué, funcionarios y funcionarias de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico y la Dirección de Mujer, Género y Diversidad Sexual).

3.3 Enfoque investigativo

Esta investigación de enfoque cualitativo se valió de la investigación-acción-participativa (IAP). como metodología que transforma las relaciones entre el investigador y los investigados, pues estos últimos se convierten en investigadores y el primero en un agente de transformación; en palabras de Orlando Fals Borda (1987): “Una de las características

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

propias de este método, que lo diferencia de todos los demás, es la forma colectiva en que se produce el conocimiento, y la colectivización de ese conocimiento” (p. 18), pues “no se podría hablar con propiedad de necesidades sociales partiendo de esquemas formales y ahistóricos, ya que siempre se trata de fenómenos históricos, que ocurren en el seno de formaciones sociales concretas que es preciso caracterizar en cada momento” (Perea et al., 2003, p. 3), es decir, los procesos en los cuales representantes del Gobierno direccionan profesionales y técnicos que, a través de mecanismos tradicionales como las encuestas, consultan las necesidades de la población presentan serias limitaciones para develar la realidad social.

3.4 Trabajo de campo

Toda vez que, de acuerdo con la información suministrada por funcionarios de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico y de la Dirección de Mujer, Género y Diversidad Sexual de Ibagué, en conversaciones que se realizaron durante tres jornadas, se estableció la inexistencia de registros sobre el número de mujeres que se dedican al comercio informal en el centro de Ibagué, se planteó inicialmente la realización de un censo poblacional mediante la aplicación de un cuestionario no probabilístico con el propósito de tener mayor comprensión del caso por indagar y no porque se requiera estrictamente significatividad estadística. Sin embargo, algunos factores, como el desplazamiento de las vendedoras por el espacio público, los horarios en los que trabajan, así como la disposición para responder las preguntas y participar en la investigación, limitaron este propósito inicial. Se consultó a 110 vendedoras informales, luego del diligenciamiento de un consentimiento informado, sobre las variables edad, estado civil, número de hijos, vivienda, escolaridad y seguridad social. Esta información fue complementada con observaciones, registro fotográfico e información adicional suministrada voluntariamente por las comerciantes informales.

Esta última información permitió detectar las lideresas de las vendedoras ambulantes, quienes fueron contactadas por medio de otras comerciantes informales, generando así un ambiente de confianza para la realización de espacios conversacionales. Estas conversaciones fueron registradas en audio, transcritas textualmente, conservando su fidedignidad, sometidas a un análisis técnico de frase por frase que originó las primeras categorías emergentes. Posteriormente, se realizaron otros espacios conversacionales con las

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

lideresas con el propósito de aclarar, ampliar y corroborar la información, es decir, se realizó una dinámica cíclica de trabajo de campo-análisis de la información-trabajo de campo-análisis de la información.

3.5 Alcance de la investigación

De acuerdo con Hernández et al. “algunas veces, una investigación puede caracterizarse como básicamente exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa, pero no situarse únicamente como tal. Esto es, aunque un estudio sea en esencia exploratorio, contendrá elementos descriptivos; o bien, un estudio correlacional incluirá componentes descriptivos” (p. 96). No obstante, el verdadero alcance de la IAP supone que el conocimiento también puede ser producido a partir de la gente del común y que ese conocimiento puede servir para transformar la realidad social que viven las personas que participan no como sujetos de estudio sino como investigadores.

4. HALLAZGOS MÁS RELEVANTES

Como se mencionó en la metodología, al inicio del trabajo de campo fueron consultadas 110 vendedoras informales, de las cuales el 40.0 % correspondió a vendedoras ambulantes reconocidas como aquellas que recorren el espacio público comercializando productos y servicios sin estacionarse de manera temporal o permanente en un lugar específico el 25.5 % a vendedoras estacionarias, que son quienes tienen un lugar fijo para la comercialización de sus productos, para lo cual emplean casetas, toldos, kioscos o similares, y el 34.5 % representado por las vendedoras semiestacionarias, quienes usan carretas, cajones rodantes, carretillas o elementos semejantes para recorrer el espacio público y estacionarse provisionalmente en un lugar para luego desplazarse a otro en el que encuentren mayor afluencia de potenciales compradores.

4.1 Caracterización sociodemográfica de las vendedoras informales del centro de la ciudad de Ibagué

En este acápite se presentan las características socioeconómicas más importantes de las vendedoras informales del centro de Ibagué, relacionadas en la tabla 1. Como puede

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

observarse, aunque las ventas informales corresponden a una actividad desarrollada por mujeres de diversos grupos etarios, la mayor concentración corresponde a las mujeres entre 27 y 59 años de edad (71.8 %), mientras que una participación menor se refleja en las mujeres más jóvenes, menores de 27 años (22.7 %) y las mujeres mayores de 60 años, que representan un porcentaje inferior (5.5 %) respecto de los grupos anteriores.

Tabla 1. Características sociodemográficas de las vendedoras informales del centro de Ibagué

	Característica	Porcentaje
Edad	Menores de 27 años	22.7
	De 27 a 59 años	71.8
	Mayores de 60 años	5.5
Estado civil	Soltera	52.7
	Unión libre	26.4
	Casada	11.8
	Divorciada	3.6
	Viuda	5.5
Número de hijos	Ninguno	19.1
	1	22.6
	2	15.5
	3	29.1
	4	7.3
	5	2.8
	6 o más	3.6
	Vivienda	Arrendada
Propia		20.0
Familiar y paga arriendo		0.9
Familiar y no paga arriendo		6.4

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Fuente: los autores a partir de los resultados de la investigación (2022).

Al indagar por el estado civil se encontró que alrededor de la mitad de las mujeres consultadas no tiene pareja permanente (52.7 %), mientras que las demás mujeres viven en unión libre (26.4 %), son casadas (11.8 %), viudas (5.5 %) y divorciadas (3.6 %) y tienen entre uno y tres hijos (67.2 %), más de tres hijos (13.7 %) y no tienen hijos (19.1 %). En el tema de vivienda, la gran mayoría (72.7 %) vive en habitaciones o apartamentos en los que pagan arriendo a personas no familiares, mientras que las demás vendedoras consultadas cuentan con vivienda propia (20 %), viven con familiares, principalmente los padres, y no pagan arriendo (6.4 %) y conviven con familiares a quienes les pagan arriendo (0.9 %).

Tabla 2. Escolaridad de las vendedoras informales del centro de Ibagué

Escolaridad	Ninguna	1.8
	Primaria incompleta	8.2
	Primaria completa	20.0
	Bachillerato incompleto	24.6
	Bachillerato completo	33.6
	Técnico profesional	4.7
	Pregrado incompleto	6.3
	Profesional universitario	0.9

Fuente: los autores a partir de los resultados de la investigación (2022).

Igualmente, se establece que un porcentaje muy significativo (54.6 %) de las vendedoras informales tiene baja escolaridad, algunas no han cursado estudios (1.8 %), otras estudiaron algunos grados de primaria (8.2 %), mientras que un porcentaje superior terminó la educación básica primaria (20.0 %) o cursaron algunos grados de bachillerato (24.6%). A su vez, el 33.6% de las vendedoras consultadas terminó la educación media, obteniendo el título de bachiller, algunas otras realizaron estudios técnicos profesionales (4.7%), otras iniciaron carreras profesionales (6.3%) pero desertaron y solo una proporción mucho menor (0.9%) cuenta con título profesional.

Al realizar el cruce de las variables correspondientes a las características anteriormente enunciadas se encontró lo siguiente:

Vendedoras informales jóvenes

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Este grupo de vendedoras menores de 27 años, que corresponde al 22.7 % del total de las participantes en el estudio, mayoritariamente son solteras (19.1 %) y las demás viven en unión libre (3.6 %). Principalmente pagan arriendo (15.5 %), mientras algunas tienen casa propia (6.4 %) y las demás viven con familiares, generalmente los padres (0.9 %). Buena parte de ellas (13.6 %) no tiene hijos, mientras que un porcentaje menos representativo (7.3 %) tiene un hijo y una proporción mucho menor (1.8 %) es madre de tres hijos. En cuanto al nivel de escolaridad, el porcentaje más representativo corresponde a quienes cuentan con título de bachiller (10.9 %), seguido de las vendedoras que no finalizaron la formación básica secundaria (6.4 %), aquellas que iniciaron estudios profesionales y no los terminaron (3.6 %) y, finalmente, las que obtuvieron títulos técnicos profesionales (2.0 %). De estos datos se puede inferir que la mayoría de las vendedoras informales denominadas “jóvenes” son solteras, realizaron estudios de básica primaria y avanzaron algunos grados en el bachillerato (básica secundaria) o lo terminaron, no tienen hijos o solamente tienen uno y viven en habitaciones o pequeños apartamentos que toman en arriendo.

Vendedoras informales adultas

Para el caso de las vendedoras informales adultas, entre 27 y 59 años, que representan el 71.8 %, se observa un equilibrio entre las mujeres solteras (31.8 %) y las que tienen pareja estable (33.6 %), que corresponden a las casadas (10.9 %) y las que conviven en unión libre (22.7 %), aunque también se identifican divorciadas (2.7 %) y viudas (3.6 %). A diferencia del grupo etario anterior, un número representativo de estas mujeres (35.5 %) tiene tres o más hijos, el 30.9 % entre uno y dos hijos, y una menor proporción (5.5 %) la ocupan aquellas que no tienen hijos. El nivel educativo de estas mujeres tiene una importante concentración en educación secundaria completa (20.9 %), educación básica primaria completa (19.1 %) y básica secundaria incompleta (16.4 %). En cuanto a la vivienda, se mantiene la tendencia del pago de arriendo (53.6 %), aunque algunas tienen casa propia (11.8 %), otras comparten la vivienda con familiares, especialmente hijos, y un porcentaje inferior (0.9) vive en residencias de familiares y paga arriendo. Así las cosas, las vendedoras informales adultas son mujeres solteras o que tienen esposo (unión libre o casadas) e hijos con quienes viven en apartamentos pequeños que toman en arriendo y algunas en casas de su propiedad, realizaron

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

estudios hasta la educación secundaria, pero varias desertaron por diversas razones, como dedicarse a las ventas informales.

Vendedoras informales adultas mayores

Este grupo de mujeres con edades superiores a los 60 años, que representan el grupo menos numeroso (5.5 %) de las vendedoras informales consultadas, no tienen pareja permanente (4.5 %) pues son solteras (1.8%), viudas (1.8 %) o divorciadas (0.9 %), mientras que las casadas corresponden a un porcentaje menor (0.9 %), tienen tres (2.7 %) o más hijos (2.7 %) y viven en casas arrendadas (3.6 %) o en inmuebles propios (1.8 %). Las adultas mayores que se dedican a las ventas informales son principalmente mujeres sin pareja permanente, que viven con sus hijos en casas o apartamentos de alquiler, tienen baja escolaridad, pues solo algunas lograron culminar la educación media.

4.2 Problemática de las vendedoras informales de Ibagué

De acuerdo con la indagación realizada a fuentes orales y como producto de la observación ejecutada en el centro de la ciudad de Ibagué, enmarcado espacialmente entre las calles 9 y 17 y las carreras 1ª y 5ª, donde históricamente se ha localizado el mayor número de comerciantes informales de la capital tolimense, se develó la problemática que se expone a continuación por sus propios protagonistas: tres lideresas de las vendedoras informales, a quienes llamaremos Jacqueline, Gloria y Mary.

Un problema de confianza

El 20 de enero de 1994 el diario de circulación nacional *El Tiempo* registró, bajo el sugestivo titular. “Adiós a las ventas callejeras en Ibagué”, que “el acuerdo alcanzado ayer entre las autoridades de Ibagué y los vendedores informales, que surgieron hace treinta años, convertirá a esta ciudad en la primera capital colombiana sin ventas ambulantes”. La nota periodística además resaltaba las palabras del alcalde de la época, quien se refería a este suceso como “uno de los hechos más destacados de su administración”, y remataba con una frase contundente: “A ciudad quedará sin ventas ambulantes y el multicentro se convertirá en un nuevo centro comercial para los ibaguereños, que ayer estaban radiantes de felicidad por la recuperación de su espacio público”.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

No obstante, casi tres décadas después de la firma de aquel entusiasta acuerdo y de numerosos intentos por parte de las administraciones municipales que han regido los destinos de la ciudad musical, la situación de los vendedores ambulantes sigue sin resolverse. Por ejemplo, el 24 de abril 2006 la Alcaldía de Ibagué, por medio del Decreto 0314, estableció los requisitos para la configuración del reconocimiento del principio de confianza legítima a los vendedores informales con el propósito de recuperar el espacio público atendiendo a la “coexistencia de los derechos, el de la sociedad de gozar del espacio público y el del individuo a obtener un trabajo” (Alcaldía de Ibagué, 2006, p. 2). Así, esta normativa determinó un procedimiento para el reconocimiento de los comerciantes, así como acciones para su reubicación y formalización.

Igualmente, el 27 de enero de 2012 los representantes de los vendedores informales y el funcionario de la administración municipal, que para la época ejercía el cargo de director de Espacio Público y Control Urbano, suscribieron un acta de compromiso en la que se regulan condiciones para las ventas informales en el centro de la ciudad, tales como: “el vendedor ubicado en la calle 14 con carrera 3, el señor Teófilo Ramírez a quien llaman El indio, solo podrá tener una (1) tabla o un (1) puesto para ubicar los productos o bienes que ofrece a la venta” (Secretaría de Gobierno y Seguridad Ciudadana, 2012, p. 1). Igualmente, el acta exceptúa de algunas obligaciones a los vendedores informales que suscribieron el principio de confianza legítima establecido en el Decreto 11-0314: “No se permitirán las ventas de comida en ninguna calle del centro de la ciudad, en especial, en la calle 14 entre 3 y 2. Se exceptúan de este compromiso aquellos vendedores que tienen confianza legítima” (p.1).

Sin embargo, estos acuerdos, según las comerciantes informales, no se han materializado en la práctica: “Este documento es un acta que se sacó, tiene mi firma como veedora de espacio público...Mire los puntos de esa acta, donde se sacó hasta el metraje que debe llevar cada puesto del vendedor y no lo tienen ahorita en cuenta ni la alcaldía ni los vendedores, entonces pa'qué se firma eso” (Jacqueline, comunicación personal, 12 marzo de 2022). Bajo esta perspectiva, el incumplimiento sistemático a lo pactado ha sido de ambas partes, tal como afirma Jacqueline:

Hay Cuatro permisos en el año, que se llaman eventuales; el primero en navidad para los alumbrados públicos, sigue el permiso en Semana Santa para las iglesias,

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

sigue el permiso de las fiestas del folclor y el día de la Virgen del Carmen el 16 de junio. De resto no hay orden para dar permiso porque ese se quitó desde el 91. Están suspendidos los permisos. ¡La alcaldía no puede dar permisos nuevos! ¿Entonces que se inventó la Gestora pa'robar? Se inventó una figura, el Decreto 389, aprovechamientos del espacio público. Entonces voy yo y sale una señora vendiendo fruta con un carro grandísimo y llamo al Espacio Público y le digo: ¿qué pasa con esa señora si es que allá no hay permiso? como veeduría estoy reclamando. Entonces ellas pagan, le pagan al Espacio Público, pero el permiso dice privado pa'la casa, no pa'venir al espacio público. Y entonces se llama a Espacio Público y no pasa nada...Ahí siguen. (Comunicación personal, 21 marzo de 2022)

Este problema de confianza en la institucionalidad se acentúa con la percepción que tiene de funcionarios que deben ejercer el control del espacio público: “Son las personas que se ganan el sueldo más fácil de la vida. Si mira allá al señor del Espacio Público...allá está hablando con una vendedora, eso chatea todo el día y cuando ven que va pasando el revisor [supervisor], entonces lo quitan a uno...pero si allí el vendedor le da un manguito o le dice: ‘yo le doy pa'los buses’, entonces ya no lo quita” (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022).

Aunque los comerciantes informales fueron reubicados, no se realizó un manejo del entorno en cuanto a las condiciones de seguridad y salubridad: “Ese centro comercial no funcionó ni siquiera para el mes, porque eso era el orinadero de los locos, el cagadero de los locos, el robadero de los locos, el torcido de los malandros. Baje a esta hora al parque Galarza y mire que hay. No hay sino solo malandros y personas esperando qué novato pasa por ahí con su bolsito pa'robarlo...entonces por eso no funciona” (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022). Versión que coincide con lo planteado por las otras lideresas: “todo iba a estar bien; nos mandaron para el Centro Comercial de Chapinero. Yo fui reubicada en Chapinero y lo entregué al otro día de habérmelo entregado... se lo entregué a la administración con documentos y todo, por condiciones como que me dejaron al pie de los baños, no porque los baños olieran a feo, la gente no usaba los baños, sino que se hacían en cualquier lado y olía horrible. Ahora, la gente no entraba, los dos primeros años en Chapinero...fueron pérdidas”

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

(Jacqueline, comunicación personal, 12 de marzo de 2022). “Yo no seguí en el centro comercial porque en el camino hay muchos ladrones... eso allá es un ladronismo, porque mantiene solo [en referencia a las autoridades] y los locos fumando, cagándose y haciendo de todo” (Gloria, comunicación personal, 2 de marzo de 2022).

La convivencia en el espacio público

A lo anterior debe sumarse el incremento en el número de vendedores extranjeros con quienes se disputan el espacio público y, por supuesto, los clientes: “Eso es otra cuestión. Ibagué está llena de *venecos*, gente de Venezuela y gente que está enseñada, como le dijera, a vivir con monedas y...las monedas ya no alcanzan” (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022); e igualmente otros actores que están inmersos en la problemática son los comerciantes formales: “Ellos son lo más hipócritas que hay... los más fariseos; eso le hablan a usted y por otro lado están entutelando... por lo menos en Totto ponen ese plástico sin saber que va a llover ni nada... entonces, imagínese, tapan publicidad” (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022).

Por otro lado, aunque nuestro país cuenta con Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana, que regula las obligaciones constitucionales del habitante de Colombia, las vendedoras informales tienen su propia apreciación respecto de la fuerza pública: “Si ellos a veces son pasados, ellos se amparan que porque tiene el uniforme. Ahora esa mano de comparendos, bien pobres que estamos, *fritando con agua porque ya ni con aceite podemos*. Imagínese, ¡las ventas bien duras... el invierno que nos tiene jodidos y sacando comparendos!, porque de pronto esta muchacha saca la carretilla cinco minutos y él [agente de policía] viene ahí a media cuadra, la pilló que está afuera, entonces de una vez a ella su comparendo” (Mary, comunicación personal, 18 de marzo de 2022). Lo informado contrasta con los resultados de un estudio sobre las dinámicas de relacionamiento entre los vendedores informales y la fuerza pública en tiempos de pandemia realizado en Argentina, pues dichas relaciones se perciben a partir de “acuerdos y negociaciones informales, ocasionalmente convertidas en arreglos entre policías, inspectores y quienes venden en las calles” (Belcic, 2022, p. 169).

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Para la realización de la actividad de comercio informal en el espacio público coexisten clientes, comerciantes formales, funcionarios al servicio de la administración municipal, fuerza pública, extranjeros y vendedoras informales, algunas de ellas con sus hijos, tal como la experiencia que relata Gloria, quien lleva aproximadamente dos décadas como vendedora informal en el centro de Ibagué:

En ese entonces, yo tenía dos niñas pequeñitas; tenía una niña de seis años y una casi de tres, entonces no tenía pa'pagar arriendo, no tenía pa'comer, no tenía pa'nada y... empecé con 10 películas en la mano y con mis dos hijas de la mano...no dejaba una pa'ninguna parte... Yo a ellas por la mañanítica las dejaba allá en el colegio y yo me venía a trabajar. Ellas salían y se venían de una vez para acá. Ya acá yo les daba el almuercito y agarraba a mis dos hijas de la mano y pa'arriba y pa'bajo. (Comunicación personal, marzo 2 de 2022)

Igualmente, esta situación es compartida por Mary, quien tiene dos hijas menores de edad: “Mi niña, la pequeña, sale ahorita a las once o a las once y cuarto; la grande sale a la una y veinte. Ellas vienen para acá, pero yo las mando para la casa a estudiar, porque, imagínese, con estos aguaceros que me toca aguantarme, cómo será a ellas. Entonces si hace invierno yo no las mantengo acá” (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022). El espacio público ha sido el sitio en los niños han pasado buena parte de sus vidas: “Yo crié a mis hijas aquí, las tuve en el jardín del ICBF², allá abajo cerca a Chapinero. Ella entraba a las ocho y salía a las tres de la tarde y a las tres yo me la traía para acá porque ¿qué más hacía?” (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022).

El acceso a recursos financieros

Aunque las vendedoras no desconocen las iniciativas de la administración municipal por acercarlas al sistema financiero, reconocen las limitantes para acceder a servicios formales como el crédito, tales como las garantías: “Ellos en la Feria de la Oportunidad, sí la han hecho, traen la gestora, traen unos bancos. Que los bancos nos van a hacer préstamos, pero

² Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

vamos a los bancos y nos piden fiador, entonces la gente dice, bueno... gracias, pero... un gota-gota³ viene y dice cuánto necesita sin fiador ni nada; ese no le pide codeudor ni nada a nadie” (Jacqueline, comunicación personal, 21 de marzo de 2022). “Póngale cuidado lo que me pasó a mí: llevé 50 de los de mi sindicato a la biblioteca del parque deportivo, desde temprano nos fuimos para allá, a las siete estábamos allá, nos hicieron el estudio del SENA, estudiamos emprendimiento... fuimos... hicimos todo con la gestora. Luego, en mi caso, que era la que tenía plata, no salió nada que porque no tenía codeudor” (Jacqueline, comunicación personal, 12 de marzo de 2022).

Otra de las restricciones la constituyen el reporte en las centrales de riesgo: “Si usted tiene deudas y si usted está reportado... nos llevan a unos bancos pa’unos préstamos... llevan a Actuar⁴ a fulano, pero hay gente reportada hace años hasta por un celular” (Jacqueline, comunicación personal, 21 de marzo de 2022); además del bajo monto de los recursos que se asignan a programas para fortalecimiento y formalización de las comerciantes: “que día había unos papeles para firmar que disque del plan semilla...y le daban a uno \$1.500.000... ¿qué hace usted con \$1.500.000?, pues nada... no estamos diciendo que 30 o 40 millones, pero al menos que uno se sostenga” (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022).

³ Prestamista informal, denominado también “paga diario”.

⁴ Actuar Famiempresas es una corporación para el apoyo financiero de los empresarios.



Fuente: los autores a partir de los resultados de la investigación (2022).

Gráfico 2. Actores y principales problemáticas en el espacio público

4.3 Posibles soluciones a la problemática de las vendedoras informales de Ibagué

Luego que las comerciantes informales redescubrieran sus problemas, que fueron analizados y agrupados en tres dimensiones: confianza, convivencia y financiación, plantearon posibles soluciones, que se enuncian a continuación.

El primer elemento de relevancia es el cumplimiento de la sentencia del 17 de febrero de 2000, en cuya parte motiva se cita en el Decreto 314 de 2006:

en este asunto relacionado con la recuperación del espacio público hay coexistencia de dos derechos, el de la sociedad de gozar del espacio público y del individuo a obtener un trabajo y contar con ubicación laboral de donde se desprende la necesidad de conciliar los intereses, los de carácter general que priman sobre el particular y que deben ser protegidos en su integridad, y los de carácter individual que son fundamentales y que deben ser protegidos con la reubicación del trabajador en otros lugares que señale la autoridad local. (Alcaldía de Ibagué, 2006, p. 2)

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

El cumplimiento de la mencionada sentencia contribuiría a recuperar la confianza de estas mujeres en el gobierno local, pues de acuerdo con Jacqueline:

La solución que hay es lo que dice la sentencia: reubicar al vendedor ambulante en una parte céntrica y comercial con un crédito blando pa' que el vendedor pague su local. Nosotros no necesitamos que nos regalen, pero sí que nos reubiquen en una parte céntrica y comercial, como dice la sentencia, no donde no se venda. La sentencia es muy clara, dice que donde mejore la calidad de vida del vendedor, porque si al vendedor lo reubican en una parte donde no va a vender, pues nunca mejora la calidad de vida de él. (comunicación personal, 2 de abril de 2022)

Como solución de corto plazo para el ordenamiento del espacio público proponen la implementación de módulos de medidas regulares, pero con acompañamiento de la Administración pública en acciones de recuperación y cuidado del espacio público en el que se involucren voluntariamente las comerciantes informales

Yo creo que la alcaldía debe establecer unos módulos... módulos de cierta medida. Vea, uno aquí no tiene sino fijo: que, si hace sol, se pega uno una resolana o un solazo, y si llueve, se pega uno una lavada. Los de Espacio Público hicieron un estudio de una medida de 1.20 por 1.50, o algo así, pero uno, al ver que nadie hizo nada, entonces para qué hace uno eso. Pero le digo algo nosotros como adultos, como seres humanos que somos, nosotros mismos deberíamos tomar conciencia de no invadir tanto el espacio público. (Comunicación personal, 2 de abril de 2022)

Igualmente plantean la necesidad de la seguridad en el espacio público, con mayor efectividad de la fuerza pública:

Que haya un control sobre las calles y un control sobre los parques, que es que se están llenando mucho de venezolanos, de gente que no es de Ibagué, gente que viene a robar, a vender vicio, a hacer de todo y que viene a robar al transeúnte. Porque los antiguos no hacemos nada de eso, los antiguos tenemos muy definidas las cosas y nuestro trabajo siempre ha sido trabajar. Pero el nuevo es el que viene siempre a hacer desorden, a robar, a vender vicio y ahí es donde están las peleas con ellos. (Jacqueline, comunicación personal, 2 de abril de 2022)

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Otro tema que consideran prioritario es una solución de vivienda como espacio de habitación y de proyecto productivo: “Deberían de facilitarnos como un plan de vivienda, para uno dejar de pagar arriendo... una casa habitable para poner una microempresa (Mary, comunicación personal, 1 de marzo de 2022). En esto coinciden igualmente las otras lideresas:

Hay una cosa muy especial y primordial, es un programa de vivienda. Es más, un programa de vivienda, de un barrio donde sean casas, porque así vamos a sacar mucha mujer de la calle. Porque muchas se vienen con los niñitos, se viene a trabajar a la calle, pero si esas mujeres tienen una vivienda que paguen como si estuvieran pagando un arriendo, porque ¡no las necesitamos regaladas! Que nos cobren una cuota como si fuera un arriendo, pero esas casas que tengan garaje para nosotros poner microempresas...para nosotras hacer maquila...entonces esas mujeres ya van a dejar la calle. (Jacqueline, comunicación personal, 12 de marzo de 2022)

5. CONCLUSIONES

El comercio informal corresponde a la actividad laboral de mayor representatividad en el espacio público a la que se dedican mujeres de todos los grupos etarios y constituye un ecosistema de alta complejidad en el que se interrelacionan las vendedoras, sus familias, la administración municipal, los comerciantes formales, los clientes, los transeúntes, los ciudadanos extranjeros y la fuerza pública, como actores que deben conciliar el derecho que tienen todas las personas a disfrutar del espacio público, con el derecho a trabajar en una ciudad como la capital tolimense, que históricamente ha estado en los primeros lugares de desempleo a nivel nacional, situación que se agudizó por efectos de pandemia ocasionada por la Covid-19.

A la actividad desarrollada por las comerciantes informales se le atribuyen diversos impactos negativos asociados con la movilidad de las personas, incremento en los niveles de ruido, inseguridad, además de afectaciones estéticas al mobiliario urbano. No obstante, estos son síntomas que, de acuerdo con lo planteado por las vendedoras, se originan en causas

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

relacionadas con la pérdida de confianza en los entes estatales, debido al sistemático incumplimiento de condiciones establecidas en los acuerdos pactados, lo que ha generado, a su vez, que las comerciantes no honren sus compromisos. Asimismo, la alta conflictividad entre los actores: vendedoras informales, comerciantes formales, funcionarios de la Administración municipal, ciudadanos extranjeros, fuerza pública, indigentes, entre otros, deteriora la convivencia en el espacio público.

Aunado a lo anterior, las condiciones limitantes para el acceso a las fuentes formales de financiación, tales como el reporte en las centrales de riesgo, las exigencias de deudores solidarios y los montos de ahorro programados, ocasionan que estas mujeres acudan a prestamistas informales denominados “paga-diario” o “gota-gota”, quienes aprovechan la condición de vulnerabilidad financiera para cobrar altos intereses por los microcréditos que ponen a su disposición, reforzando, de esta manera, la problemática de la informalidad. Sin embargo, las vendedoras informales proponen soluciones a la problemática fundamentadas en el cumplimiento de lo pactado entre la Administración municipal y las comerciantes, tales como la reubicación sin detrimento de las condiciones necesarias para ejercer su actividad, el ordenamiento y recuperación estética del espacio público mediante la implementación de módulos estandarizados, mayor control por parte de la fuerza pública para garantizar la seguridad en la zona céntrica de la ciudad y la puesta en marcha de un plan de vivienda para las comerciantes informales con condiciones especiales, tales como créditos blandos e inmuebles tipo casas con el propósito de emplearlas como sitios de residencia y de microemprendimientos empresariales.

Finalmente, se destaca el valor de la IAP, que propició el diálogo con las vendedoras, como mecanismo valioso para establecer vínculos entre la academia y las mujeres que se dedican al comercio informal en la capital tolimense. A pesar de que este ejercicio investigativo no es la cura definitiva a las heridas sociales que históricamente han sufrido estas mujeres, se dio un paso de suma importancia en un largo camino para recuperar la confianza en la Administración municipal a partir de la comprensión de la complejidad de una comunidad que reconoce la validez del diálogo con la academia, más allá de la persistencia de sentimientos de escepticismo y actitudes negativas arraigadas. En el propósito de la

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

construcción progresiva de las relaciones de confianza, las universidades que participaron en este proyecto continuarán colaborando con la comunidad, con el mercado informal y con el gobierno municipal en facilitar una acción conjunta entre estos cuatro actores sociales, aplicando un enfoque basado en lo que en la literatura reciente se denomina la cuádruple hélice: Estado-Mercado-Academia-Comunidad (Urra, 2017), que pretende complementar el enfoque relacional propuesto por Etkowitz y Leydesdorff⁵, al agregar la comunidad como actor fundamental.

Referencias

Alcaldía de Ibagué. (2006). Decreto 11-314

Belcic, S. (2022). La venta callejera en tiempos de pandemia. Disputas por el espacio público en Buenos Aires. *Bitácora Urbano Territorial*, 32(II), 159-170.
<https://doi.org/10.15446/bitacora.v32n2.99645>

Congreso de Colombia. (1991). Constitución Política de Colombia.

Congreso de Colombia. (2019). Ley 1988 de 2019. Gobierno Nacional.

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201988%20DEL%202%20DE%20AGOSTO%20DE%202019.pdf>

Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. (2017). Informe de empoderamiento económico de las mujeres en Colombia. Situación actual y recomendaciones de política. <http://www.equidadmujer.gov.co/oag/Documents/informe-empoderamientoeconomico-mujeres-colombia-situacion-actual.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (2023). Boletín técnico.

Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Principales indicadores del mercado laboral. Febrero de 2023. Bogotá.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_feb_23.pdf

⁵ Enfoque conocido como triple hélice, propuesto por Henry Etkowitz y Loet Leydesdorff en la década de los 90 del siglo XX, orientado a la manera como deben interactuar los actores: Universidad-Industria-Gobierno.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE](2022). Boletín técnico. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Medición del empleo informal y seguridad social. Enero-marzo de 2022. Bogotá.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/bol_geih_informalidad_ene22_mar22.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE](2022). Boletín técnico. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Principales indicadores del mercado laboral. Marzo de 2022. Bogotá.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_mar_22.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE](2022). Boletín técnico. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Principales indicadores del mercado laboral. Junio 2020. Bogotá.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_20.pdf

Egea Jiménez, C., Salamanca Ospina, L. y Egea Rodríguez, B. C. (2021). El concepto de “espacio público” en América Latina desde el campo bibliográfico. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 14. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu14.cepl>

Fals Borda O. y Rodríguez Brandao C. (1987). Investigación Participativa. Montevideo: La Banda Orienta

Fuentes Castro, H. J., Zamudio Carrillo, A., Soto Romero, J. M. y Mendoza García, J. A. (2012). Determinantes de las ganancias de los vendedores ambulantes en México. *El Trimestre Económico*, LXXIX (3), 315, 693-723

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hil.

Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. *Cuicuilco*, 7(18), 0 <https://www.redalyc.org/pdf/351/35101807.pdf>

Madanipor, A., Knierbein, S. y Degros A. (2014). Políticas para el espacio público en las ciudades europeas. *Gestión y Ambiente*, 14(1), 115-137.

Ministerio del Interior- Ministerio del Trabajo. (2020). Política pública de vendedores informales. Documento en validación.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

https://pruebaw.mininterior.gov.co/sites/default/files/politica_publica_de_vendedores_informales.pdf

Ministerio del Trabajo. (2020). Resolución 1213 de 2020.

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/45087/REsolucion+1213.PDF/5b9b1f1a-812c-e853-6dc2-0337c11fe65b?t=1593032958203>

Murguialday, C. (2005). Las mujeres en la Cooperación para el desarrollo. Amaia del Río Martínez (Coord.). Vitoria-Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia = Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2005.

https://publicaciones.hegoa.ehu.eus/uploads/pdfs/47/Las_mujeres_en_la_cooperacion_al_desarrollo.PDF?1488539176

Orellana-Intriago, F. R., Orellana Intriago, C. E. y Buendía Noroña, P. E. (2021). El emprendimiento femenino en la zona noroeste de Guayaquil, Ecuador: ¿Utopía o realidad? *Publicando*, 8(31), 279-290. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2213>

Organización de Naciones Unidas - Entidad para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres. (2011). *Women's Empowerment Principles. Equality Means Business*. <https://www.un.org/youthenvoy/es/2013/07/onu-mujeres-entidad-de-las-naciones-unidas-para-la-igualdad-de-genero-y-el-empoderamiento-de-las-mujeres/>

Organización Internacional del Trabajo. [OIT](2018). Nota informativa. Empoderar a las mujeres que trabajan en la economía informal.

http://www.oit.org/global/docs/WCMS_618369/lang--es/index.htm.%20Pdf

Pereda, C., De Prada, M. A. y Actis, W. (2003). Investigación acción participativa: propuesta para un ejercicio activo de ciudadanía.

<https://www.colectivoioe.org/uploads/89050a31b85b9e19068a9beb6db3dec136885013.pdf>

Perilla Ruiz, L., Ruíz Sánchez, M. C. y Peña Ulloa, L. G. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, 14(2), 1-28.

doi: <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>

Presidencia de la República de Colombia (1998). Decreto 1504 de 1998.

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

<https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/Decreto-1504-de-1998-Espacio-Publico.pdf>

Rappaport, J. (1984). Studies in Empowerment: Introduction to the Issue. En J. Rappaport, C. Swift, R. Hess (Eds.), *Studies in Empowerment: Steps Toward Understanding and Action*. The Haworth Press.

Redacción *El Tiempo*. (1994 20 de enero). Adiós a las ventas callejeras en Ibagué. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-18490>

Restrepo Quintero, K. y Cuadra Palma, L. N. (2022). Ecosistema Mujer: empoderamiento empresarial femenino a través del mentoring y las redes de trabajo en Chile. *Revista Científica General José María Córdova*, 20 (39), 673-690.
<https://dx.doi.org/10.21830/19006586.590>

Saavedra García, M. L. y Camarena Adame, M. E. (2021). Las brechas de género y el empoderamiento femenino en México. GénErosos. *Revista De investigación y divulgación sobre los estudios de género*, 27(28), 219-246.
<https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/generos/article/view/71>

Sánchez, R. M. (2017). Caracterización e inserción laboral de los vendedores ambulantes de San Victorino en Bogotá. *Trabajo y Sociedad*, 29, 327-351.
<https://www.redalyc.org/pdf/3873/387352369017.pdf>

Secretaría de Gobierno y Seguridad Ciudadana. (2012). Acta de compromiso suscrita entre el director de Espacio Público y Control Urbano y Representantes de los Vendedores Informales.

Senso, E. (2011). El empoderamiento en el contexto de la cooperación para el desarrollo. El poder de los desempoderados. https://kaluinstitute.org/wp-content/uploads/attachments/El_poder_de_los_desempoderados-Esther-Senso.pdf

Urra, M. (2017). Estado, Mercado, Academia y Comunidad: Una Cuádruple Hélice para el Desarrollo Integral y la Innovación [Tesis de Doctorado].
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/26826>

Vega Solís C. y Bermúdez Lenis H. F. (2019). Informalidad, emprendimiento y empoderamiento femenino. Economía popular y paradojas de la venta directa en el sur de Quito (Ecuador). *Revista de Antropología Social*, 28(2), 345-370.
<https://doi.org/10.5209/raso.65618>

ARTÍCULO EN EDICIÓN – ARTICLE IN PRESS

Zaragoza, M. (2020). Estrategias de desarrollo. Los factores competenciales para crear y hacer crecer la empresa: una perspectiva desde el empoderamiento femenino. *Oikonomics*, 13, 1-10. doi: <https://doi.org/10.7238/o.n13.2007>