

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL**

**EL TRABAJO DE LA MUJER Y SU INCIDENCIA EN EL COMERCIO,
COMO RAMA DEL SECTOR INFORMAL URBANO
(CASO ESPECIFICO MERCADO LA PARROQUIA
ZONA 6, CIUDAD DE GUATEMALA).**

**TESIS
PRESENTADA A LA DIRECCIÓN DE LA
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**POR
CELIA OSORIO SANDOVAL**

**PREVIO A CONFERÍRSELE EL TITULO DE
TRABAJADORA SOCIAL**

**EN EL GRADO ACADEMICO DE
LICENCIADA
GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 1,999**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: Ing. Efraín Mediana Guerra
SECRETARIO: Dr. Mynor René Cordón y Cordón

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL

DIRECTORA: Licda. Gloria Rebeca Morán Mérida
SECRETARIA: Licda. Ma. Del Rosario Casanova de Rosado

**CONSEJO ACEDEMICO
RERESIDENTANTES DOCENTES**

Licenciada Carmen Mejía Giordano
Licenciada Aída Ofelia Pérez Duque
Licenciada Carolina de la Rosa de Martínez
Licenciada Amparo Meléndez López
Licenciada Blanca Mercedes Aroche

**CONSEJO ACADEMICO
REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

Trabajadora Social: Eugenia Anely Werner
Maestra Educación Primaria: Dámaris Girón
Secretaria Comercial: Alicia Catalina Herrera
Bachiller: Elsa Leticia Donis
Bachiller: Edgar Moisés Godínez
Bachiller: Federico Alvarado

TRIBUNAL EXAMINADOR

Directora: Licda. Gloria Rebeca Morán Mérida
Secretaria: Licda. Ma. Del Rosario Casanova de Rosado.
Coordinadora-IIETS- Licda. Elizabeth Florián
Tutor-revisor Lic. Carlos Noriega Castillo
Coordinadora del Área de Formación Prof. Especifica Licda. Elsa Arenales de Franco

TESIS QUE DEDICO

- A: DIOS
Ser supremo fuente de sabiduría y
Fortaleza.
- A: Mi Esposo
Emilio Roldan Ovando
Con Amor
Por su apoyo incondicional y estímulo.
- A: Mis Hijos e Hija
Bryan, Allan y Jessica
Con especial amor.
- A: Universidad de san Carlos de Guatemala
Centro de estudios que brindó el Saber.
- A: Escuela de Trabajo Social
Formadora de Profesionales al
servicio de Guatemala.
- A: Lic. Carlos Noriega Castillo
Por su Orientación y Asesoría.
Admiración por su alto sentido de
Responsabilidad, capacidad profesional
y ética profesional.

ACTO QUE DEDICO

- A: Mis Padres
Juan Ramón Osorio Fajardo (Q.E.D.D.)
Ejemplo de Responsabilidad Honestidad.
Dominga Sandoval de Osorio
Por su amor constante.
- A: Mis Hermanos y Hermanas
Con amor Fraternal.
- A: Mis Sobrinos y Sobrinas en general
Con Cariño
- A: Mis Compañeras:
Blanqui Barrera, Evita Pivaral, Doris
Pérez, Edith Román, Hilma Rivera y Lety
López.
- A: Selvin Roldan:
Por ser un hermano especial para mis hijos
e hija
- A: Usted que recibe la presente de manera
muy particular.

INTRODUCCIÓN

Guatemala como país subdesarrollado carece de generación de fuentes de empleo, por el contrario tiene un crecimiento desigual en relación al crecimiento de la fuerza laboral del país.

En ese crecimiento también ha aumentado la presencia de la mano de obra femenina, como consecuencia principal de la falta de políticas laborales, así como el efecto de las políticas neoliberales que el actual gobierno está impulsando.

Es necesario hacer énfasis que la lucha armada interna ha dejado muchas mujeres esposas viudas que se ven obligadas a ofrecer su mano de obra en el campo laboral.

La mujer guatemalteca por su condición de género, con escasa o ninguna capacitación de mano de obra, con bajo o ningún nivel de alfabetismo, forzada a desempeñar trabajos mal remunerados, e incluso es víctima de maltrato por parte del sector patronal.

Cuando mucho, la mujer escasamente logra acceder a un empleo en el sector formal, puesto que debe demostrar, capacidad y conocimiento en el trabajo. Para lograrlo debe superar los esquemas sociales, estereotipos en relación al sexo masculino quien la sociedad patriarcal lo sitúa como el prototipo, como el paradigma hacia quienes las mujeres debemos orientar ciertas acciones.

Esta gama de condicionantes y determinantes llevan a la mujer guatemalteca a crear estrategias propias de subsistencia, para ella y su grupo familiar.

Muchas de ellas son empujadas hacia el sector informal, en todas sus ramas, en el comercio, en servicios, etc. Dentro del área de comercio se encuentra la comercialización de productos en los mercados municipales.

La población objeto de estudio son las mujeres trabajadoras del Mercado “La Parroquia” bajo el tema: Condiciones del Trabajo Productivo de las mujeres vendedoras del mercado “La Parroquia” en la zona 6, de la ciudad de Guatemala

La mujer que comercializa en el mercado tiene características socioculturales propias, mujeres afectadas por el reciente conflicto armado, considerándose que en un alto porcentaje dichas mujeres confrontan un problema de carácter político, siendo esta la causa principal para abandonar sus lugares de origen, así como buscar en el comercio una alternativa de solución a su situación económica, personal y familiar.

Se observa en los diferentes mercados de la ciudad capital y específicamente, en el mercado “La Parroquia”, como la población femenina que comercializa sus productos al por menor, va en un constante aumento.

Llama mucho la atención observar también cómo la población femenina que trabaja en el mercado a pesar de largos años de trabajo intenso, sus unidades de comercio no progresan, no avanzan hacia el desarrollo.

Eso cuestiona y generan preguntas como ¿por qué no progresan? ¿Qué falta? ¿Qué necesita?.

Para dar respuesta a las preguntas se planificó el proceso de investigación la cual se vio dirigido por las siguientes hipótesis y objetivos.

Hipótesis General:

La falta de atención a las condiciones laborales de la mujer vendedora del mercado “La Parroquia” limitan su avance como comerciantes.

Hipótesis Específicas:

El desconocimiento de las necesidades y expectativas que las comerciantes sienten, trae como consecuencia la desatención de las mismas.

Objetivos Generales:

1. Realizar un proceso de investigación que permita establecer las condiciones del trabajo de la población femenina trabajadora del mercado.
2. Determinar las causas principales de la participación de la mujer en el sector informal de la economía.
3. Visualizar el papel del Trabajo Social en los mercados de la ciudad capital.
4. Conocer las características sociodemográficas de la población objeto de estudio.

Objetivos Específicos:

1. Caracterizar las condiciones de trabajo de las mujeres vendedoras del mercado.
2. Determinar el grado de escolaridad de la población objeto de estudio.

3. Establecer el nivel de capacitación de la mano de obra.
4. Concretar las posibles funciones del Trabajo Social en el mercado.

Para realizar la investigación de campo fue necesario contar con el apoyo de las vendedoras del mercado para lo cual se llevó a cabo la técnica del censo, por el tamaño de la población en estudio.

“Los autores serán responsables de las opiniones y criterios expresados en sus obras”. **Artículo 11.** Reglamento del Consejo Editorial de la Universidad de San Carlos de Guatemala

	pagina
ÍNDICE	i
INTRODUCCIÓN	i
CAPITULO 1	
MARCO TEORICO	-1-
1.1 Sector Informal	-1-
1.2 Pobreza	-4-
1.3 Educación	-5-
1.4 Salud	-7-
1.5 Desempleo	-7-
1.6 Población Económicamente Activa.	-8-
1.7 Capacitación	-9-
1.8 Actividad Comercial	-10-
1.9 Mercado	-13-
1.10 Jefa de Familia	-14-
1.11 Razones de la mujer para su inserción en el Mercado La Parroquia	-17-
1.12 Antecedentes históricos del Mercado de La Parroquia.	-19-
1.12.1 Sus Orígenes	-19-
1.12.2 Clasificación.	-19-
1.12.3 Características Físicas del Mercado	-20-
CAPITULO 2	
REFERENTE TEORICO DEL TRABAJO SOCIAL	-22-
2.1 Definición del Trabajo Social	-22-

2.2	Objetivos del Trabajo Social	-23-
2.3	Principios del Trabajo Social	-24-

CAPITULO 3

	CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	-26-
3.1	Problemas y necesidades encontradas	-28-
3.2	Condiciones Infraestructurales en que Labora la Mujer Vendedora del Mercado La Parroquia	-31-
3.3	Condiciones de Salubridad	-32-
3.4	Ventajas que el Sector Informal ofrece a la Mujer	-32-
3.5	Desventajas que afrontan las Mujeres en el Sector Informal	-33-

CAPITULO 4

	PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	-36-
4.1	Calificación de las Vendedoras del Mercado La Parroquia (cuadros: 1,2, 3 y 4)	-37-
4.2	Condiciones de Comercialización en que se Se desenvuelve la vendedora del Mercado “La Parroquia” (cuadros: 5,6 y 7)	-41-
4.3	Tipo de Población y Estado Civil de la Mujer Vendedora Del Mercado “La Parroquia” (cuadros 8 y 9)	-45-
4.4	Causas sociales de la Inserción de la Mujer en el Comercio en el mercado “La Parroquia” (cuadros: 10, 11 y 12)	-48-
4.5	Limitantes e Incentivos para el Desarrollo de los Negocios de las Vendedoras del Mercado “La Parroquia” (cuadros 13 y 14)	-51-

- Conclusiones	-54-
- Recomendaciones	-56-
- Bibliografía	-57-

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

Para comprender de la mejor manera posible el problema investigado, es necesario referirnos a varios conceptos, entre los cuales tenemos:

1.1 Sector Informal:

“El concepto de sector informal se empieza a utilizar desde comienzos del siglo, al descubrirse que gran parte del trabajo de jóvenes y adultos no estaba contabilizado por las estadísticas oficiales. Por una parte, los trabajadores no estaban en el sector formal de la economía, y por otra, estos trabajadores no estaban adquiriendo sus conocimientos en los sistemas formales de la educación. De ahí los términos no formales y formales”.¹

“El programa Regional para el Empleo de América Latina y el Caribe (PREALC), al que le da un enfoque de excedente de mano de obra; este enfoque se centra en las características de actividades productivas cuyo principal elemento común es emplear un número de personas que no podrían ocuparse del sector moderno y deben subemplearse con relativamente fácil acceso a factores de producción complementarios del trabajo. Según este enfoque la mayoría de las personas ocupadas en el sector informal lo hacen porque no existe” suficientes oportunidades en el sector formal. Como consecuencia, muchos de ellos deben aceptar empleo en el sector informal o crear sus propios empleos en el sector informal.”²

Un tercer concepto de SIU (Sector Informal Urbano), incluye un “conjunto de unidades productivas con determinadas características, que las diferencian del resto de la economía, con poco capital disponible, inestabilidad en los mercados, bajo nivel de desarrollo tecnológico

¹ Naciones Unidas, Feminización del Sector Informal en América Latina y El Caribe, Santiago de Chile. 1993, Pág. 13

² Ibid. Pág. 13.

y de técnicas contables administrativas, reducido número de trabajadores, etc.”.³

Este concepto abarca las características socio-culturales, así como el grado de desarrollo de dichas unidades productivas, como también a los recursos materiales y humanos, sus atrasados sistemas de producción y la escasa o total ausencia de administración formal.

“El acuñamiento del término es una forma sociológica de referirse a los problemas de subsistencia, la división del trabajo, el proceso de producción, distribución y acumulación de la riqueza, la diferenciación social, el empleo, subempleo, desocupación, pobreza, marginalidad, competencia excluyente, etc.”.⁴

Para este autor no es suficiente una definición descriptiva, por lo que ve el problema de fondo, desde el punto de vista estructural.

Para concluir la definición, se dice que se entiende por sector informal urbano al “excedente de población activa, que despliega formas artesanales productivas y de comercialización, como parte del proceso para reproducir su propia fuerza de trabajo, sin estar sometidos a las relaciones dominantes en la esfera de la producción capitalista “.⁵

Dicha definición hace énfasis en la comercialización, por lo que está en estrecha relación con el problema que nos propusimos estudiar.

³ Ibid. Pag. 13.

⁴ Arauz, Lucas, Mujer Crisis y Alternativas, Managua, Nicaragua, 1991 Pág. 25

⁵ Fundación Arias, Del Trabajo No Remunerado al Trabajo “Productivo” la participación de la mujer en el Sector Informal Urbano, San José Costa Rica, 1993. pag.19

“Históricamente, el desarrollo del sector informal urbano parece iniciarse en los años 60 pero ha sido en la presente década que se puede hablar de un crecimiento acelerado en este fenómeno”.⁶

Otro estudio señala que desde hace 20 años se ha puesto el tema en estudio. Lo que sí es cierto es que en Guatemala, sobre todo en el área metropolitana, desde la década de los 80, se ha incrementado y expandido dicho sector de la economía, proliferando sobremanera diferentes tipos de micronegocios, donde la presencia de la mujer es muy notoria.

“Las mujeres guatemaltecas han participado unas veces en forma patente y otras no, en la historia social, económica y política de su país”.⁷

Lo anotado anteriormente, se hace con el propósito de resaltar el trabajo y el aporte de la mujer guatemalteca al desarrollo económico, social y político de este país. Si se toma en cuenta, que toda mujer en edad activa aún desde su participación en el hogar está aportando su trabajo, sus capacidades, tales como: mujer-madre, en la reproducción de la fuerza de trabajo, su formación y hábitos para el trabajo. Al responder a esa amplia gama de responsabilidades que el ser ama de casa conlleva está subsidiando la economía familiar y nacional.

⁶ FLACSO, Informalidad Urbana en Centro América evidencias e interrogantes. Guatemala 1990, Pág. 117.

⁷ FLACSO, Mujeres Latinoamericanas en Cifras, Guatemala, 1994. Pag. 9.

Si tomamos en cuenta que las estadísticas en encuestas y censos, no visibilizan o no son un reflejo real de su presencia y aporte al sistema económico del país, a causa de que muchas de las responsabilidades que ésta realiza son consideradas social y culturalmente como una obligación y como una ayuda (al esposo, o bien al núcleo familiar), o bien como actividades propias de la mujer (de acuerdo a la división social del trabajo), se verá entonces que dichos trabajos son considerados como extensión del trabajo doméstico.

Para darle más consistencia al anterior párrafo, se extracta lo siguiente: “Al iniciarse la década de los noventa, las mujeres guatemaltecas son mayoritariamente rurales (60%), registran una participación económicamente creciente, pero aún muy baja (un 25% de las que se consideran en edad de trabajar), si bien ello es debido a la subestimación del factor trabajo de las mujeres rurales indígenas”.⁸

Para reflejar de una mejor forma la subestimación del trabajo de la mujer se presentan los siguientes elementos.

1.2 Pobreza:

Previo a su definición teórica, es necesario hacer referencia a la situación generalizada que al respecto enfrentan los países de América Latina, los cuales están siendo afectados por la pobreza, considerándosele como un flagelo que azota a las distintas sociedades que lo conforman.

⁸ Ibid.

El estudio realizado por Naciones Unidas de América Latina cita al respecto: “La década de los ochenta, debido a la intensidad y duración de la crisis económica, representó un fuerte retroceso en la mayoría de los países de la región. En 1989 el PIB promedio per cápita de la región fue inferior a un 8% al registrado en 1980. En 1980 el 33% de la población latinoamericana vivía bajo la línea de pobreza absoluta, incrementándose este porcentaje, en 1985 al 39% de la población. No obstante, la crisis no afectó a toda la población en forma homogénea, sino con mayor intensidad a los asalariados de bajos ingresos, y dentro de esos grupos, a las mujeres y jóvenes que se emplearon en ocupaciones de baja productividad e ingreso”.⁹

Con los datos anteriores, se plantea una situación en todas las sociedades de latinoamérica, que obliga a los diferentes Estados a tomar medidas o implementar políticas y programas tendientes a la reducción de los impactos de la crisis económica de las distintas sociedades, las cuales en su situación de subdesarrollo presentan altos índices de pobreza y pobreza extrema; y hasta en grados de miseria.

Para fines del presente estudio se denomina como pobreza: “Necesidad, indigencia, penuria, estrechez, carencia de lo necesario para el sustento de la vida”.¹⁰ Esta definición enmarca una situación en la que la gran mayoría de las mujeres vendedoras del mercado estaban viviendo en el momento de insertarse en el mismo.

⁹ Naciones Unidas Feminización del Sector Informal en América Latina y El Caribe, 1993, Op. Cit. Pág. 16.

¹⁰ Ander Egg, Ezequiel, Diccionario de Trabajo Social, Ed. El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 1982 Pág. 234

En el caso de Guatemala, la población guatemalteca está viviendo una crisis económica que afecta a la mayoría de sus habitantes (87%), según datos de la última encuesta sociodemográfica.

Para ampliar aún más sobre la crisis económica en la que vivimos los guatemaltecos se exponen los siguientes aspectos.

1.3 Educación:

La educación está considerada como el elemento más importante para el logro del desarrollo humano y social. En tal virtud se dice que la educación es: “Una acción sistemática, organizada, consciente e intelectual”.¹¹

Por lo anterior se estima que existe una estrecha relación entre desarrollo y educación o se asociará una dicotomía: pobreza y falta de educación; o bien analfabetismo y subdesarrollo.

En educación encontramos según la encuesta socio-demográfica, que Guatemala presenta un alto índice de analfabetismo, que sitúa a nuestro país en el segundo lugar a nivel mundial. Que desglosado aparece: “El analfabetismo alcanza 37% de los habitantes mayores de 15 años (más de 2.2 millones de personas en 1996), de los cuales el 23% se encuentra en el área urbana y el 77% en la rural el 44% hombres y el 56% mujeres”.¹²

Como se comprueba en lo anteriormente plasmado, la mujer es quien supera en analfabetismo al hombre en un 12%.

¹¹ Segeplan, Sistema Nacional de Educación Extraescolar Documento de trabajo del Gobierno, Guatemala 1989. Pág. 10.

¹² UNICEF/ SEGEPLAN, Análisis de la Situación del Niño y la Mujer. Guatemala, 1991, Pág. 15

1.4 Salud:

En este campo es importante mencionar que la población guatemalteca carece de adecuadas condiciones de salud, lo que afecta principalmente a la mujer. Aspecto que se evidencia en la tasa de mortalidad femenina del 53% versus 47% masculina”. Se agravan las condiciones en el área rural, sobre todo en las poblaciones indígenas donde no existen centros de salud, y no se respetan o se incorporan sus métodos y prácticas culturales, en la atención a la salud imponiéndoles modelos externos y ajenos a su cosmovisión.

Para los fines del actual estudio se entenderá por salud: al estado equilibrado entre la unidad que conforman dialécticamente los procesos salud-enfermedad.

“La última encuesta sociodemográfica comprueba que “para 1995 el 13% de las mujeres no asistieron a control médico durante el embarazo, y muchas de ellas, sobre todo en el área rural y en departamentos mayoritariamente indígenas, debieron recurrir a la atención de comadronas. También se encontró que la tasa de mortalidad materna se sitúa en 190 mujeres por cada 100 mil partos”.¹³

1.5 Desempleo

De acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) para 1989, “El desempleo abierto alcanzó un 10.9% de la población económicamente activa. Para el mismo año solo un 35.7% del total de ocupados podrían considerarse como ocupados plenos; y el resto estaba subempleado”.

¹³ UNICEF Los contrastes del Desarrollo Humano, Guatemala , 1998. Pág. 46.

Esta realidad se agudiza aún más en la población femenina, quien es objeto de explotación y discriminación, tanto en las relaciones sociales como laborales.

“El subregistro del desempleo es más agudo en las mujeres. Durante los ochenta, sus tasas fueron casi el doble de los hombres, significa que llegaba a ser un 40% del total de desempleados”¹⁴ lo que nos permite puntualizar aún más la dimensión de la situación de desempleo femenino en Guatemala.

Se entenderá por desempleo para fines del presente trabajo; “Situación en la que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar las personas no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso”.¹⁵ Ya que no existe correspondencia entre la oferta y la demanda, pues se registra mayor demanda y menor oferta de mano de obra en el empleo formal.

1.6 Población Económicamente Activa (PEA):

Se comprenderá como Población Económicamente Activa (PEA) al: “Conjunto de personas que se encuentran en edad de trabajar y que están efectivamente produciendo bienes y servicios o están desempleados en busca de empleos de forma dinámica”.¹⁶

¹⁴ Mujeres Latinoamericanas en Cifras. Op. Cit. Pág. 22

¹⁵ Anderson, Arthur. Economía y Negocios, Diccionario de Economía. Ed. Espasa, España 1997, Pág. 189

¹⁶ Ibid. Pág. 181

En tal virtud la mujer vendedora del mercado “La Parroquia”, es parte de la población económicamente activa, desde donde realiza su aporte a la economía de su hogar, y a la economía en general.

1.7 Capacitación:

Para abordar el tema de capacitación en nuestro país, hay que referirse que en tal función existe en Guatemala, cierta cantidad de Organizaciones No Gubernamentales que se la brindan a grupos de niños, jóvenes y mujeres; que incluyen desde educación, promoción social y capacitación técnica. Aunque en ésta última especialidad, es imperativo hacer mención del Instituto de Capacitación y Productividad (INTECAP).

Dicho Instituto: “Suministra servicios de formación, capacitación y asistencia técnica de manera gratuita”¹⁷, atendiendo a los diferentes sectores de la economía nacional; fundamentalmente al sector privado y en respuesta a las necesidades y demandas de dicho sector.

“La falta de mano de obra calificada es otro factor que afecta la plena incorporación de la mujer al trabajo y es sobre todo en la esfera del trabajo formal donde se evidencia un círculo vicioso, según el cual se le condiciona por su falta de calificación y por otro lado, socialmente se le limita para que la obtenga”.¹⁸

“Con respecto a las posibilidades que tiene la mujer de capacitación laboral, el INCAP, ha señalado que el número total de personas capacitadas en los años 1985 y 1987; la mujer ha representado de un 25% a un 30%. La rama de actividades donde está siendo capacitada

¹⁷ UNICEF, Los Contrastes del Desarrollo Humano, Op. Cit, 1998 Pág. 42

¹⁸ Procuraduría de los Derechos Humanos, Informe Nacional de las Organizaciones No Gubernamentales de Guatemala: Situación de la mujer en Guatemala. 1994. Pag. 33.

la mujer es la rama del comercio y servicio, en donde ha llegado a constituirse un 46%”.¹⁹

La mujer presenta los más bajos niveles de capacitación, como lo expresa el párrafo anterior, socialmente a través de patrones culturales se le niega el acceso a las fuentes de desarrollo y por ende al empleo formal.

Se entiende por capacitación la acción sistemática de habilitar o rehabilitar a las personas individual o grupalmente para desempeñar los roles que le o les correspondan en un medio social, con una actitud transformadora. Por lo que el profesional de Trabajo Social encontraría en el comercio un amplio campo para desarrollarse en función de capacitación coadyuvando a la promoción social de sus miembros y específicamente el de las mujeres que trabajan en dicho sector.

1.8 Actividad Comercial:

El término guarda relación con el tema en estudio, y es la parte central del mismo, son muchas definiciones que sobre comercio existen, pero para la conveniencia de este estudio se comparten los siguientes: “Rama de la actividad económica que consiste en la adquisición de bienes para proceder a su venta”.²⁰

Tal es el caso de la mujer vendedora del mercado “La Parroquia”, quien luego de comprar sus productos generalmente en el mercado La Terminal, Zona 4 de ésta ciudad, los ubica en el mercado exponiéndolos a su venta al consumidor final.

¹⁹ UNICEF / SEGEPLAN. Op. Cit. Pág. 59

²⁰ Wolfgang, Héller, Diccionario de Economía, Ed. Labor, España, 1965 Pag. 89

Algunas informantes dijeron comprar sus productos en el mismo mercado, esto se debe a que dicho mercado funciona como una pequeña terminal, ya que en la parte posterior del mercado estacionan los buses extraurbanos que llegan de los municipios tales como: Palencia, San Pedro Ayampuc, etc. Algunas mujeres adquieren sus productos en ambos mercados.

Una segunda definición dice: “Actividad que consiste en comprar, vender o permutar”.²¹

La anterior definición guarda estrecha relación con la actividad misma que las mujeres vendedoras realizan diariamente, o bien en el caso de las no permanentes, quienes realizan la comercialización de sus productos en forma eventual, (las que llegan 2 o 3 veces por semana).

Para los fines y objetivos del estudio y según la estudiante, Comercio al por menor es la actividad que consiste en la comercialización de productos en pequeña escala, con baja inversión de capital, con mano de obra familiar, con estrategias y establecimientos de subsistencia y en condiciones de infraestructura deficiente, así como tecnología atrasada.

El comercio se ha constituido en una especie de puerta de fácil acceso para la mujer guatemalteca. Para ello sirve de apoyo lo siguiente:

²¹ Serra Moret, Manuel, Diccionario Económico Nuestro Tiempo, Buenos Aires, Argentina, 1944 Pag. 119

“La inserción de las mujeres ocupadas en el sector informal se realiza, principalmente en la rama del comercio al absorber el 41% de la PEA. Es decir que el comercio es la rama que presenta más facilidad de entrada en el mercado de trabajo, dado a que para desempeñarse como vendedoras, las mujeres no necesitan calificación especial ni inversiones que no se encuentren a su alcance”.²²

La poca dimensión de las unidades económicas o de sus pequeños negocios, permite que las mujeres vendedora del mercado, realicen con una mínima inversión, el montaje de su establecimiento y que lo administren de acuerdo a sus recursos o capacidad económica.

“En la rama del comercio, las mujeres generalmente venden en puestos fijos, en las calles, mercados y en su propia casa”.²³ Los mercados municipales son un amplio sector comercial que por muchos años han sido un campo de trabajo para la mujer en nuestro país.

Según la Oficina Nacional de la Mujer (ONAM) y la Facultad Latinoamericana para el estudio de las Ciencias Sociales (FLACSO), en el informe final del panel foro sobre la Mujer y el Sector Informal, apunta que el 61% de la mano de obra femenina está ocupada en el comercio.

Lo anterior se comprueba en los mercados de la ciudad de Guatemala, y no escapa de esa realidad el Mercado La Parroquia, donde la presencia de la mujer es mayoritaria en este tipo de actividad.

²² Fundación Arias, Del trabajo No remunerado al trabajo “Productivo” Op. Cit. Pág. 5

²³ ONAM – UNICEF- FLACSO/ Guatemala, Mujer Sector Informal, Guatemala, 1992. Pag. 32.

“Las mujeres se ubican de manera abrumadora en el comercio,²⁴ tal y como ya se apuntó oportunamente la presencia de la mujer en los mercados de la ciudad capital se esta dando de un alto porcentaje.

1.9 Mercado:

Es un término muy usado hoy en día con la expansión del mercado. Presentamos lo encontrado al respecto.

“Lugar donde se venden y compran mercancías. Sitio público destinado permanentemente, en los días señalados para vender, comprar o permutar géneros o mercancías. Conjunto de compradores capaces de comprar un producto o servicio”.²⁵

Se concibe el mercado como un espacio físico en particular y con una actividad específica, lo que tiene directa relación con el ámbito de estudio de nuestro trabajo.

“Consta de las personas que compran o que podrían comprar un producto. Los mercados no siempre son el espacio físico donde interactúan compradores o vendedores”.²⁶

²⁴ Menjivar Larin, Rafael y Juan Pablo Pérez Sáinz, Ni Héroes Ni Villanas, Género e Informalidad Urbana en Centro América, FLACSO, Guat, 1993. Pág. 32.

²⁵ Diccionario de la Lengua Española Océano Práctico, Barcelona España. s/f Pág. 501.

²⁶ Armstrong Gary y Kotler Philip, Mercadotecnia, Ed. Prentice Hall, México 1994. Pag. 18

El segundo concepto presentado es mucho más amplio, puesto que visualiza el mercado como un campo de acción sin fronteras.

También se encontró que Mercado es: “Un lugar determinado en el que se realizan transacciones sobre uno o más bienes”.²⁷

Tal es el caso de los mercados municipales de la ciudad de Guatemala y dentro de ellos el mercado “La Parroquia”, con espacio determinado con el propósito de comprar y vender bienes.

1.10 Jefa de familia:

Es muy significativo incluir a la mujer como jefa de familia en éste estudio, sobre todo por el alto porcentaje que conforman dentro del universo de estudio. Llama la atención especialmente el hecho de que el ámbito espacial tan reducido dé una población de jefas de hogar tan representativo.

“En el lenguaje común a la jefa de familia, se le conoce como madre soltera o abandonada. Las ciencias sociales le han denominado madres jefas de hogar, mujeres jefas de familia, madres sin cónyuge, familia jefada por mujer, etc. Aquí se propone (para fines de este estudio), el uso de “Jefa de Familia para nombrar aquella condición a la cual arriba la mujer desde diversas situaciones: Separación, viudez, abandono, madre soltera sin relación de convivencia o con mantención de relaciones esporádicas”. Se comprende entonces, a todas aquellas mujeres que no cuentan con un compañero estable, sobre las cuales recae la responsabilidad de sustento económico de su grupo familiar y el desempeño del rol de cabeza de hogar”.²⁸

²⁷ Wolfgang, Héller, Diccionario de Economía Política, Op. Cit Pág. 293.

²⁸ Fundación Fiedrich Naumahn, Op.Cit., Pág. 41

Se considera la anterior definición muy amplia, ya que abarca diferentes situaciones o causas por las que una mujer llega al papel o rol de jefa de hogar, aunque tiene un elemento muy difícil de ponderar en la realización de una investigación, si se toma en cuenta la idiosincrasia de la mujer guatemalteca, para quien no es fácil ni muy común compartir experiencias muy íntimas de su vida sexual.

Actualmente el índice de madres solteras o madres jefas de familia ha ido en aumento lo que corresponde a razones de tipo económico, social y político, y cada vez se hacen más comunes los hogares en donde la responsabilidad económica recae sobre la mujer como consecuencia de viudez, divorcio, migración temporal o definitiva de los compañeros de hogar en busca de trabajo.

Para el propósito de este estudio se le conceptualiza de la siguiente manera, según el punto de vista de la sustentante: Mujer que realiza las funciones de velar por el bienestar económico y social de sí misma y de su grupo familiar, a través de su esfuerzo, trabajo y con autonomía en la toma de decisiones.

En lo concerniente a la autodeterminación de la mujer en la toma de decisiones, es muy importante resaltarlo por la sencilla razón y como es normal en una sociedad patriarcal como la nuestra donde a la mujer, no se le ha educado como ser autónomo y capaz, sino como ser dependiente y sumiso. De ahí que muchas mujeres al estar en situación de jefas de familia, busquen ya sea un hombre dentro de su familia (padre o hermano) para que sea éste el que tome las decisiones relacionadas a su hogar. O bien delega dicha responsabilidad en el hijo mayor. Debe hacerse énfasis en la importancia que la mujer trabajadora, tiene dentro de una sociedad y le reviste de mayor importancia si además es jefa de familia, puesto que está cumpliendo con una doble y triple función.

Cabe resaltar que el 100% de las jefas de hogar que fueron entrevistadas respondieron ser ellas las que trabajan, administran su hogar y su negocio, así como las satisfacción de ser ellas quienes toman decisiones personales y de su grupo familiar.

La primera decisión importante y trascendental que muchas de las mujeres vendedoras del mercado tomaron en su vida fue el constituirse como comerciantes en pequeña escala de productos, la cual es una acción emprendida en demanda de las necesidades personales y de su grupo familiar. Es también una respuesta a las exigencias económicas que en ausencia del compañero de vida afrontaron en determinado momento de sus vidas, realizado con grandes esfuerzos como lo vemos a continuación:

“Para las mujeres que dieron el paso, que no les quedó otra actitud que asumir su condición de mujeres solas, es decir, jefas de familia, ésta condición supone un enorme esfuerzo e imaginación y siempre a costos muy altos. En algunas mujeres su nueva situación llegó a adquirir en determinados momentos características dramáticas, solo superables mediante las capacidades para hacer frente a su responsabilidad para ella y con su grupo familiar”.²⁹

Es de preguntarse: ¿ Capacidades?, ¿Cuáles?, ¿Dónde las adquirieron?. No es que se dude de las capacidades de la mujer si no que el cuestionamiento está dirigido hacia que la mujer ha sido vista como objeto social y no como sujeto social, subvalorándola y negándosele la oportunidad, de acceder a las fuentes de instrucción y de capacitación ¿ Es que esa capacidad les viene de ser madres?, qué las mueve y las empuja a sacar adelante a su grupo familiar. Y como dice el texto “a costos muy altos”, especialmente para ellas; pues debe negarse así misma sus anhelos, aspiraciones y expectativas personales, etc. para darse a los suyos.

²⁹ Ibid.

La situación apremiante en que la mujer se encuentra al verse sola, la obliga en la coyuntura, a poner en juego su imaginación y a realizar los mejores esfuerzos que le permitan encontrar una respuesta o una alternativa a la problemática que enfrenta como jefa de hogar al recaer en ella la función de proveedora de las necesidades básicas de su familia.

El trabajo social podría realizar estrategias de trabajo orientadas a una sola labor de redescubrimiento y valorización de las capacidades de la mujer específicamente de la mujer jefa de familia, así mismo fomentar el ahorro en la mujer vendedora, enfatizando sus ventajas, como también formular proyectos sobre la creación de Cooperativas de Ahorro y Crédito que redunden en beneficios de sus asociadas, o bien crear redes de apoyo mutuo, no solo de tipo económico (el fondo económico de emergencia como ya se mencionó) sino también en otro tipo de necesidades.

1.11 Razones de la Mujer Para Su Inserción en el Mercado La Parroquia:

La razón fundamental por la que la mujer decide insertarse en el mercado es económica lo que sustentaremos a continuación:

“Existen dos conjuntos de factores determinantes de la incorporación de la mujer en la actividad económica de la región Latinoamericana y El Caribe, por un lado pone el crecimiento de la población urbana como consecuencia del fenómeno de la migración, así como los bajos ingresos de los hogares como consecuencia de las crisis económicas sobre todo en los años 70 y 80, como también las políticas de ajuste que obligaron a la mujer

participar dentro del mercado laboral”.³⁰

Guatemala, no está exenta de los fenómenos sociales, económicos y demográficos que se viven en el resto de los países de Latinoamérica y el Caribe, como tampoco lo están las mujeres vendedoras del mercado La Parroquia, quienes han sufrido en forma directa dichos fenómenos, que las han obligado a insertarse en actividades comerciales en dicho mercado.

Tal problema también obedece a aspectos culturales como ya se expuso anteriormente y como se verá a continuación:

“La subutilización de la fuerza de trabajo femenina en el sector informal, no es ajena a la marginación que sufre la mujer en general, en razón de los patrones culturales que la aíslan del acceso de las limitadas oportunidades para su movilización social, por lo que cuando tiene urgencia de trabajar, donde va a poner de manifiesto excepcional atraso por medio de su productividad. Fácilmente la mujer se incorpora en el mercado de trabajo entrando por la puerta del sector informal. Sin embargo, su permanencia en el mismo es a costa de su aporte extraordinario de energía y esfuerzo, en tanto que no logra hacer una utilización conveniente a su fuerza de trabajo que se traduzca en ingresos adecuados”.³¹

Al analizar lo anterior, los patrones culturales de una sociedad patriarcal como la nuestra tiene grandes repercusiones nefastas para la mujer, quien al arribar a la condición de cabeza de

³⁰ Naciones Unidas, Feminización del Sector Informal en América Latina y El Caribe. Op. Cit. Pag. 9

³¹ Fundación Arias, del trabajo No Remunerado al trabajo “Productivo” Op. Cit. Pag. 72.

hogar no está en condiciones de incorporares o de competir en el sector formal laboral. desventaja que en correlación con las ya mencionadas con anterioridad la obligan a insertarse en el sector informal de la economía y en este caso específicamente, en el mercado La Parroquia como vendedoras al por menor.

1.12 Antecedentes Históricos del Mercado La Parroquia:

1.12.1 Sus Orígenes:

Al respecto se solicitó información a autoridades municipales pero no fue posible obtenerla, tanto del actual jefe del mercado de la Municipalidad Metropolitana como del actual administrador del mercado, aduciendo que no se poseían las memorias del mercado y el administrador expuso no contar con los registros necesarios.

Por lo anteriormente expuesto la información que se tiene al respecto es mínima y que se logró obtener de fuentes directas. Dicho mercado fue inaugurado en el año 1954, durante la administración del entonces Alcalde Juan José Lizarralde (1952-1954). Se le dio ese nombre por estar a inmediaciones del barrio La Parroquia, tomando dicho nombre de la actual iglesia católica, que se encuentra en la Zona 6 de esta Ciudad Capital, a pocas cuadras del mercado.

1.12.2 Clasificación:

“Los mercados se clasifican por clase, por calidad y servicio”.³²

³² Pérez de Rodríguez, Dlihinashi Hernández, Tesis: Análisis Intercasual de la Contaminación del Ambiente y el Rol del Trabajador, Social (Caso Especifico: Mercado Sur No. 2, zona 1), Escuela de Trabajo Social, USAC, Guatemala, 1990. Pág. 16.

Según información recibida del actual jefe de mercados también se toma en cuenta el monto de ingresos que un mercado hace a la Municipalidad. De la misma fuente se tuvo conocimiento que un total de 558 contribuyentes están catastrados, que llevan a cabo su pago por medio de tarjetas. Al resto de vendedoras se les cobra por medio de tiket. El mercado La Parroquia está clasificado Tipo “A” o de primera clase, por estar entre los de mayor escala de ingresos.

1.12.3 Características Físicas del Mercado:

El mercado “La Parroquia” está situado en la Zona 6 sobre la Calzada José Martí , ubicado entre las zonas 6, 1 y 2 de la Ciudad de Guatemala.

Como casi todos los mercados de la Ciudad de Guatemala, está constituido por techo de lamina, paredes de block y el piso de torta de cemento, básicamente.

El mercado original con la expansión de su población y ante la demanda de lugares de venta ya no se dio abasto, por lo que fue necesario habilitar el área adjunta al mismo para dar albergue a nuevos inquilinos, para lo cual se optó por colocarle techo a esa área y así ampliar los puestos de venta.

Dicha ampliación obedeció a una fuerte demanda de puestos de venta, surgida especialmente en los años ochenta, cuando se registró en nuestro país un gran movimiento migratorio. Es bajo dichas circunstancias cuando la mujer encuentra en los mercados municipales una posible solución a sus necesidades de contar con un medio que le permita su subsistencia y la de su grupo familiar.

Recientes estudios realizados sobre la mujer y su inserción en el Sector Informal Urbano, evidencian que actualmente: “La mujer se obliga a colocarse en áreas de trabajo

frecuentemente del sector informal con jornadas más largas, tecnología deficiente y baja remuneración”.³³

La mayoría de mujeres al carecer de educación y/o capacitación en determinadas actividades, se ve limitada para competir en el sector formal de la economía al negárseles la oportunidad en dicho ámbito y ante la urgencia de contribuir económicamente al hogar o bien al sostenimiento total del grupo familiar, se ve forzada a emplearse en el sector informal, tal como sucede en el presente caso.

³³ UNICEF-SEGEPLAN, Análisis de Situación del Niño y la Mujer. Op. Cit. Pag. 15.

CAPITULO 2

REFERENTE TEORICO DEL TRABAJO SOCIAL

Es necesario hacer referencia a los elementos que sustentan el Trabajo Social, como una disciplina de las Ciencias Sociales, con el objeto de que el lector se oriente en relación al enfoque sociológico que el mismo conlleva, así como la referencia teórica, la cual ha servido de apoyo a la sustentante.

2.1 Definición del Trabajo Social:

Según algunos autores, el Trabajo Social “es una disciplina de las Ciencias Sociales que estudia, analiza y explica la problemática social, para coadyuvar en la solución de problemas de personas, grupos y comunidades, que presentan carencias de tipo social, económico, cultural y espiritual para trabajar en procesos participativos de investigación, organización, promoción y movilización en la búsqueda de su desarrollo humano. En dicho proceso se utilizan métodos propios de actuación”.³⁴

Las condiciones físicas en que se desenvuelve la mujer vendedora del mercado “La Parroquia” de la Ciudad de Guatemala, muestran claramente que no se da atención a las necesidades que las mismas afrontan, ya que los puestos o lugares de venta son muy reducidos y además están contruidos con materiales que ya cumplieron su período de vida útil, para lo cual es absolutamente necesario remodelar algunos parcialmente, y otros completamente.

³⁴ Área de Formación, Profesional Específica, Escuela de Trabajo social, USAC, Boletín informativo, Guatemala 1,999, S/P

2.2 Objetivos del Trabajo Social:

Dentro de los principales objetivos de Trabajo Social, tenemos:

1. “Impulsar la promoción y defensa de los derechos humanos.
2. Fomentar la práctica de los valores humanos en individuos, grupos y comunidades para que en su ejercicio cotidiano facilite los procesos de desarrollo social.
3. Estudiar críticamente la problemática económica, social, cultural y ecológica en lo que corresponda intervenir, aportando soluciones efectivas a las necesidades de las personas.
4. Contribuir en el estudio y la elaboración de políticas sociales.
5. Realizar investigaciones sistemáticas de la realidad, cuyos resultados amplíen el conocimiento de esta y sirvan para orientar la acción del trabajo social.
6. Promover la organización y participación de la población mediante prácticas democráticas,
7. Promover el desarrollo integral de individuos, familias, grupos y comunidades, mediante la organización y la promoción social para la autogestión y movilización popular
8. Sistematizar experiencias Teórico-Prácticas, que permitan la retroalimentación de procesos de intervención a nivel individual, grupal y comunal”.³⁵

Los ocho objetivos del Trabajo Social que se han enumerado son aplicables a cualquier campo de Trabajo Social, así como en todos sus niveles de intervención.

³⁵ Ibid, Pág. 1

Al hacer una relación entre esos objetivos y los que se persiguen en este trabajo se encuentra una estrecha relación entre ellos, sobre todo los que hacen referencia a los derechos humanos. Así como al estudiar la situación socioeconómica y cultural del país, como también cuando se busca promover el desarrollo integral del ser humano, se considera que son altamente congruentes con los objetivos, tanto generales como específicos del presente estudio

2.3 Principios del Trabajo Social:

El Trabajo Social como disciplina de las ciencias sociales, se basa en varios principios entre los que se tienen:

1. “Observancia de los valores éticos de la profesión.
2. Respeto a los derechos humanos.
3. Respeto a la dignidad humana.
4. Respeto a la individualidad
5. Reconocer las potencialidades del ser humano.
6. Tolerancia.
7. Pluralismo.
8. Solidaridad, Cooperación y Ayuda mutua.
9. Guardar el secreto profesional.
10. Respeto al derecho que tiene la población en la libre toma de decisiones en torno a los problemas que le afectan.
11. Fortalecer las prácticas democráticas de la población.
12. Partir de las necesidades, problemas, intereses y demandas de la población”.³⁶

³⁶ Ibid Pág. 2

Al confrontar los objetivos y principios del trabajo social esbozados con anterioridad y específicamente el objetivo número 3 con el principio número 10 debe aclararse que para que dicho principio se cumpla el objetivo 3 debe contemplar el hecho de que el trabajador social no aporta soluciones unilaterales o a título personal, sino que en forma conjunta, ya sea con la persona que afronta el problema o bien con el grupo o comunidades según sea el caso. De lo contrario se estaría dando contradicción entre objetivos y principios.

CAPITULO 3

CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Al cotejar la información recabada en el trabajo de campo con lo proporcionado por las fuentes secundarias, se encontró una estrecha relación entre una y otra.

El universo de estudio está determinado por las siguientes características socioculturales y demográficas:

- a) Bajos niveles de instrucción
- b) Alto índice de analfabetismo
- c) Población migrante
- d) Alto componente étnico
- e) Alta incidencia de jefas de familia
- f) Uso de mano de obra familiar
- g) Administración familiar
- h) Baja inversión de capital
- i) Establecimientos de subsistencia
- j) Estrategias de subsistencia
- k) Diversidad de su composición étnica.
- l) Falta de acceso al crédito institucional
- m) Largas jornadas de trabajo

Intencionalmente se ha dejado por ultimo la doble jornada de trabajo con el fin de evidenciar el esfuerzo y la energía que la mujer trabajadora del sector informal urbano debe

desarrollar para poder darle satisfacción aunque mínimamente (aunque hay casos excepcionales) a las necesidades básicas de su grupo familiar.

La jornada de trabajo para la gran mayoría de mujeres vendedoras del mercado La Parroquia, oscilan entre 15 y 18 horas diarias. Esto corresponde a la totalidad del universo investigado, quienes deben cumplir con sus actividades económicas, así como con el trabajo del hogar, para ello se ven en la necesidad de acostarse a muy avanzadas horas de la noche y/o bien a levantarse a tempranas horas de la mañana como una de las estrategias personales para lograr el cumplimiento del doble o triple rol que desempeñan.

Un considerable porcentaje de la población estudiada, tiene consigo a sus hijos/as menores de edad (desde 0 años hasta la edad escolar en algunos casos), en el lugar de trabajo para no descuidarlos, lo que demuestra el grado de influencia que el hogar tiene en su trabajo, lo cual puede estimarse como ventaja o como desventaja, para la mujer trabajadora del mercado.

Atrae también la atención el hecho que las madres prefieran tener a sus hijos/as en el mercado, puesto que el mismo cuenta con servicio de guardería.

A través de un programa de información a las madres de familia sobre los beneficios que tanto para ellas como para los hijos/as brinda una guardería y que no se está aprovechando, debería realizarse una labor de concientización que podría ser efectuada por el profesional de Trabajo Social, capacitando al grupo de mujeres y líderes para la autogestión de planes de crédito accesibles o de acuerdo a sus condiciones económicas y con bajos intereses ya sea a mediano o a largo plazo. De tal manera que no afecte sobremanera la economía de sus hogares; y a la vez le permita a las deudoras la inversión de mayor capital en sus unidades de comercio, sin que ello implique una descapitalización, buscando así desarrollar estrategias de subsistencia, dándole a sus negocios mayor solidez y permanencia.

3.1 Problemas y Necesidades Encontradas:

Como primer problema según lo expresado por la mayoría de las entrevistadas, está la falta de higiene.

Como efecto de la mala disposición de la basura que adultos y niños arrojan al piso, provoca la concebida proliferación de insectos y la dispersión de olores desagradables. A criterio de los informantes dicho problema se viene dando desde hace unos 10 años atrás. Desde los años de su creación (1954), fue considerado como uno de los mercados más limpios de la ciudad, lo que contrasta con la situación actual.

Otro problema son las situaciones que presentan las vendedoras del patio techado, ya que el material con que fueron construidos dichos puestos, ya cumplieron su función y han entrado en un estado de deterioro. Situación que les afecta especialmente en época de invierno, cuando la lluvia causa pérdidas en los productos que ellas comercian.

El caso de las vendedoras a la intemperie, constituye el otro problema, ya que están expuestas a grandes riesgos, exponiendo sus vidas y su salud, recibiendo sol, lluvia y humo contaminado de los automotores.

Al abordar el tema sobre las necesidades más sentidas de la población, en relación a su lugar de trabajo respondieron: “Que es urgente la instalación de servicios sanitarios, pilas y lavamanos en el sector del patio, pues los que se encuentran en el interior del mercado, no se dan abasto y les quedan muy retirados.

Una segunda necesidad que tiene que precisarse es que puedan contar con una infraestructura adecuada que les permita tener sus productos en una mejor disposición, y conservándolos en buenas condiciones, que al mismo tiempo les permita mayor movilización dentro de los puestos de venta, pues en su mayoría, por no decir en su totalidad, apenas tienen lugar para circular en el mismo.

Debe dejarse claro que las vendedoras a la intemperie en su mayoría cuentan con lugares en calidad de arrendatarias, pero actualmente han sido destinados para bodegas, ya que es donde guardan sus productos al finalizar su jornada de trabajo. En tal sentido, ellas aducen que los lugares que les fueron adjudicados no están estratégicamente ubicados y que por lo tanto redundan en bajos niveles de ventas, y que en la banqueta del mercado tienen sus productos más visibles a los posibles compradores, logrando elevar sus rangos de ventas.

De acuerdo a lo planteado por las vendedoras del mercado, muchos de los problemas y necesidades serían solucionados si el administrador del mismo fuera un profesional en Administración con énfasis en administración de mercados; que a la vez fuera consecuente con las necesidades reales del mercado e inquilinos(as) y sus intereses, respetando a la vez los estatutos que rigen la administración de dicho mercado.

El contexto de los mercados municipales puede vislumbrarse como un campo de inserción profesional de Trabajo Social desplegando estrategias de intervención en:

- Salud
- Nutrición
- Crédito
- Ahorro
- Higiene
- Infraestructura
- Administración
- Creación de cooperativas
- Formulación de estrategias de apoyo
- Creación de fondos de emergencia
- Autoestima
- Revaloración

- Educación
- Alfabetización
- Capacitación
- Promoción
- Divulgación y
- Organización

Este profesional podría desarrollar sus funciones y objetivos que como tal le competen, cumpliendo con los principios del Trabajo Social.

“En general el universo está compuesto por establecimientos en función de subsistencia, lo que se acentúa en las mujeres, cuya definición extensiva es ser propietarias de establecimientos de comercio en subsistencia”.³⁷

Esta manifestación se da como consecuencia de las cargas económicas que la mujer absorbe dentro del hogar, dichas cargas se acentúan aún más en las mujeres vendedoras jefas de hogar; quienes ya sea por la ausencia del esposo o compañero de vida o bien por irresponsabilidad (como consecuencia del alcoholismo, según casos encontrados). Ésta debe asumir el papel de madre proveedora.

³⁷ FLACSO, Ni Héroe Ni Villano Género e Informalidad Urbana en Centroamérica, San José, Costa Rica, 1993, Pág. 109

En estudios realizados respecto a la mujer y su inserción en el comercio se apunta: “Entre ellas hay menos posibilidades de poder salir de la subsistencia: la falta de capacitación, las responsabilidades domésticas las abocan al comercio”.³⁸

Por un lado marca la relación entre su trabajo con las responsabilidades del hogar y/o familiares que frenan el desarrollo de sus negocios específicamente en el caso de la mujer jefa de hogar quien el producto de sus ganancias fundamentalmente lo invierte en la satisfacción de las necesidades de su grupo familiar. Y por otra, evidencia la facilidad que la mujer encuentra en el sector informal para su inserción, en el cual puede desenvolverse con la poca o ninguna calificación que posee.

3.2 Condiciones Infraestructurales en las que Labora la Mujer Vendedora del Mercado La Parroquia:

3.2.1 Condiciones de Infraestructura:

Las condiciones infraestructurales en que se encuentra actualmente el Mercado La Parroquia y de manera particular el área externa dejan mucho que desear, lo que se puede comprobar por simple observación, ya que las deficiencias físicas en que se encuentra dicha área están a la vista.

Tal y como se anotó con anterioridad los materiales con que se construyó el techo ya cumplieron su función. Esos materiales al no ser cambiados, causan problemas a sus inquilinas sobre todo en época de invierno, pues pone en riesgo su salud; además sus productos entran en proceso de descomposición más rápidamente, por efectos de las lluvias.

³⁸ Ibid. Pag. 119

3.2.2 Condiciones de Salubridad:

Actualmente hay mal funcionamiento del sistema de drenajes, lo que provoca incomodidad a sus inquilinas, expeliendo olores desagradables y transformándose en focos de infección para adultos/as y niños/as.

Otro aspecto que deja mucho que desear es la limpieza e higiene del mercado y de los lugares cercanos. Hay mucha suciedad y prolifera la basura, lo que repercute en la salud de todos.

El servicio de agua es muy irregular, con lo que se vuelven más difíciles las tareas de limpieza de los puestos de venta, así como la higiene de los/las inquilinos/as del mercado.

3.3 Ventajas que el Sector Informal Ofrece a la Mujer:

El sector informal ofrece ciertos beneficios a las mujeres trabajadoras, aunque es necesario hacer la advertencia que algunas de estas en determinado momento se convierten en desventajas. Las ventajas que a continuación se enlistan son más específicamente sobre las mujeres vendedoras del mercado:

- Obtención directa de los recursos económicos.
- Independencia Laboral.
- No tienen límites de edad (está demostrado en la práctica que el sector informal se está convirtiendo en una fuente empleadora de personas en edad madura y aún más, las personas voluntariamente prolongan su tiempo de trabajo hasta la tercera edad).
- Las mujeres que realizan su trabajo de comercialización, les permite el cuidado a sus hijas e hijos, así como la preparación de la alimentación de uno o dos tiempos de comida.
- Les permite tener una independencia económica (aunque en algunos casos es el hombre quien controla y administra los recursos económicos).

- Contribuyen con su autorrealización.
- Apoyan a sus hijos en las tareas escolares.
- La permanencia de los hijos y las hijas al lado de la madre les da oportunidad de darle la estimulación posible.
- Las madres pueden tener más control de las actividades de hijos y/o hijas.
- Desarrollan habilidades en sus hijos e hijas sobre todo en matemáticas, en cuanto a realización de operaciones mentales a nivel concreto.
- Transmisión de cultura y de valores a través de la palabra a su grupo familiar.
- Comparten más tiempo en familia.
- Desarrollan sentido de solidaridad en función de su negocio.
- Capacitan a sus menores para la vida.
- Oportunidad de trabajo para la mujer jefa de hogar como fuente de ingreso económico.

3.4 Desventajas que Afrontan las Mujeres en el Sector Informal (Específicamente de la Mujer Vendedora del Mercado La Parroquia)

Las desventajas que a continuación se enlistan, dan respuesta a los objetivos propuestos en el diseño de Investigación, los cuales están dirigidos a establecer y caracterizar las condiciones de trabajo de la mujer vendedora del mercado en estudio.

- Los hijos e hijas en la mayoría de los casos comienzan a trabajar en el medio a muy temprana edad, abandonando sus estudios.
- Las malas condiciones sanitarias del mercado les provocan problemas de salud.
- Largas jornadas de trabajo (que oscilan entre 15 y 18 horas diarias).
- Realizan varios roles a la vez. (esposa-madre-trabajadora)
- En algunos casos el cónyuge o el conviviente se siente exento de su responsabilidad de proveedor de la familia, delega su responsabilidad en la esposa.

Para reforzar estos aspectos nos referimos a lo dicho por una conocedora de ésta problemática “la doble y triple jornada, son un sobreabuso del tiempo y fundamentan formas de explotación sofisticada sobre las mujeres. Las jornadas desdobladas y triplicadas son parte de la situación vital de la mayoría de las mujeres en el mundo”.³⁹

La mujer vendedora del mercado no es ajena a esta realidad, sino por el contrario, se encuentra enmarcada en dicha descripción de la realidad de la mujer del sector informal hecha por Lagarde, ya que muchas mujeres comerciantes encuentran una alternativa de desarrollo tanto personal como para su grupo familiar en medio de circunstancias desventajosas, en las cuales deben hacer un sobre-esfuerzo para poder lograr dicho desarrollo.

Una investigación realizada evidencia los diferentes roles que desempeña la mujer en el hogar: “Las responsabilidades de las mujeres incluyen el cuidado y crianza de los hijos , la administración y optimización de los presupuestos familiares. En muchos casos incluye además algún tipo de actividad económica, generalmente mal remunerada como segundo ingreso familiar que prolonga su jornada laboral al no reducirse sus obligaciones domesticas”.⁴⁰

Con esto se enmarca o se refleja aún más la situación de la mujer trabajadora y específicamente de la mujer vendedora del Mercado “La Parroquia”, quien en su afán y deseo

³⁹ Lagarde Marcela, Género y Feminismo, Desarrollo y Democracia, 2ª. Ed. Grafistaft, España 1997. Pág. 68

⁴⁰ Centro de Estudios urbanos y Regionales, CEUR, Mujer y condiciones de vida en los Asentamientos Precarios del área Metropolitana de la Ciudad de Guatemala, USAC-DIGI, Programa de Investigación de Genero, PUIEG, Guatemala, Sept. 1997. Pag. 5

de obtener mejores condiciones de vida para ella y su núcleo familiar da su tiempo, energía, atención, amor, esfuerzo a los suyos, cuyo precio o costo debe pagar en su propio ser, olvidarse de sí misma y sobre todo cuando se es jefa de hogar. Para ello debe cumplir con largas jornadas de trabajo tal como se apuntó anteriormente.

CAPITULO 4

PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS

Es de suma importancia incluir el presente capítulo, ya que es la parte fundamental del proceso de investigación realizado, si se toma en cuenta además que el ámbito geográfico donde se llevó a cabo así como la población objeto de estudio son una réplica de la situación socioeconómica de la población guatemalteca en general.

Para recabar la información requerida se hizo necesario la aplicación de las técnicas de la entrevista estructurada y no estructurada, la observación y la encuesta, para lo cual fueron elaborados previamente los instrumentos correspondientes.

Por el tamaño de la población estudiada se realizó un censo lo cual implica que se cubrió el 100% de las mujeres vendedoras del Mercado La Parroquia que se encuentran ubicadas en el área externa del mismo, quienes hacen un total de 30 mujeres con cargas económicas y que realizan sus ventas al menudeo.

A continuación se plasma la información recabada durante las encuestas para lo cual se ha precedido a la realización de cuadros estadísticos, con el objetivo de demostrar la situación en la cual labora la mujer vendedora del mercado “La Parroquia” en la zona 6 de ciudad de Guatemala.

4.1 Calificación de las Vendedoras del Mercado La Parroquia (cuadro 1, 2, 3 y 4)

CUADRO 1
CAPACITACIÓN QUE HAN RECIBIDO LAS VENDEDORAS
DEL MERCADO LA PARROQUIA ZONA 6
CIUDAD DE GUATEMALA 1999

CAPACITACIÓN	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Si recibió	2	7
No recibió	28	93
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigacio de Campo, junio, 1999

Los datos que aparecen en el cuadro anterior dan validez a lo expuesto en el marco teórico en el sentido de que la mujer guatemalteca carece de calificación, lo que la sitúa en desventaja en relación al hombre.

Puede observarse que casi el 100% de la población carece totalmente de capacitación o bien no ha recibido ningún tipo de capacitación, debe resaltarse que los únicos dos casos que respondieron haber recibido un curso de capacitación lo obtuvieron hace más de 10 años. También es importante hacer notar que dicha capacitación es básicamente de tipo doméstico ya que recibieron cursos de cocina y de costura.

La información que aparece en el primer cuadro está en función o en respuesta al tercer objetivo específico el cual se refiere a: Establecer el nivel de capacitación de la mano de obra de la mujer vendedora del mercado, la cual no existe en su totalidad.

Según estudios realizados al respecto, demuestran que la mujer no solo a nivel nacional si no a nivel latinoamericano carece de calificación como mano de obra. O en su defecto han recibido algún tipo de capacitación en el orden doméstico.

Al plasmar los datos sobre educación nuevamente se muestra cómo en un micro universo de estudio se refleja la situación general de la población guatemalteca.

CUADRO 2
ESCOLARIDAD DE LA MUJER VENDEDORA DEL MERCADO LA PARROQUIA
ZONA 6, CIUDAD DE GUATEMALA 1999.

NIVELES	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Primaria	13	44
Secundaria	1	3
Ninguno	16	53
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo. Junio, 1999

Se estableció que la mayoría de las mujeres vendedoras del mercado La Parroquia que llegaron al nivel primario no completaron la educación primaria ni secundaria

Del 44% de las mujeres que asistieron a la escuela primaria una gran mayoría no la terminó siendo el grupo de mujeres de menor edad lo que muestra que en la actualidad la mujer está teniendo mayor acceso a la educación.

Los datos reflejados en el cuadro anterior guardan estrecha relación con el objetivo específico del presente estudio en cual se refiere a: Determinar el grado de escolaridad de la población objeto de estudio.

Los cuadros 2 y 3 tienen una marcada relación, por referirse al aspecto educativo de la población investigada.

CUADRO 3
GRADO DE ANALFABETISMO MUJERES VENDEDORAS
MERCADO LA PARROQUIA, ZONA 6 CIUDAD DE GUATEMALA 1999.

VARIABLES	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Alfabetas	14	47
Analfabetas	16	53
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

Como se observa, la mayor tendencia se sitúa en la población analfabeta, lo que constituye una característica determinante de la población estudiada.

El analfabetismo se detectó sobre todo en las mujeres de mayor edad. Lo que demuestra que a mayor edad mayor grado de analfabetismo

Del 47% que saben leer y escribir muchas de ellas aprendieron por su cuenta. O bien cursaron entre el primer y tercer grado de primaria.

Por lo anteriormente expuesto el área de educación como campo de intervención del Trabajo Social, demanda de las trabajadoras del mercado su accionar para promover de esta manera el nivel de vida actual de esta población.

El bajo nivel de escolaridad que presenta la mujer vendedora del mercado La Parroquia, no es obstáculo para que ella pueda organizar y poner en juego diferentes estrategias que le permitan realizar su actividad comercial, orientadas a superar la situación en que se encuentra., para ello debe decidir la forma más conveniente para ella y su grupo familiar.

CUADRO 4
EXPERIENCIA LABORAL DE LA MUJER VENDEDORA DEL MERCADO
LA PARROQUIA DE LA ZONA 6, CIUDAD DE GUATEMAL. 1999.

TRABAJO ANTERIOR	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Sector formal	2	7
Sector informal	15	50
Ninguna	13	43
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

De acuerdo al cuadro el 93% de la población investigada carece de experiencia laboral en el sector formal: lo que pone de manifiesto que la mujer-madre-trabajadora del mercado emprende su trabajo en el campo informal laboral sin mayores elementos de apoyo, más que su situación de pobreza que en ese momento afronta.

Como se observa, el menor porcentaje corresponde a las mujeres que sí cuentan con experiencia en el sector formal, lo cual tiene relación con los patrones culturales en los que la mujer ha sido educada, los cuales la han relegado al ámbito privado o doméstico. Lo que la pone en desventaja en el momento de querer acceder al empleo formal, con relación al hombre que en su mayoría posee experiencia de trabajo formal.

El cuadro que a continuación se presenta está en función a dar respuestas en una forma más directa tanto a la hipótesis general como a la hipótesis específica, las cuales se refieren a la falta de atención a las condiciones de trabajo de las mujeres vendedoras del mercado La Parroquia y a las necesidades y expectativas en relación al desarrollo de sus negocios.

4.2 Condiciones de Comercialización en que se Desenvuelve la Vendedora del Mercado “La Parroquia” (cuadros 5, 6 y 7)

CUADRO 5
FORMAS COMO REALIZA SU ACTIVIDAD COMERCIAL
LA MUJER VENDEDORA DEL MERCADO LA PARROQUIA
ZONA 6 CIUDAD DE GUATEMALA. 1999.

VENDEDORAS	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Permanentes	22	73
Eventuales	3	10
Ambulantes	5	17
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

El mayor porcentaje lo alcanzan las vendedoras fijas o permanentes, las razones por las que se esfuerzan por realizar su trabajo diariamente se debe principalmente al deseo de incrementar sus ingresos económicos; una segunda razón se da cuando se vive en el área urbana, lo que le facilita su movilización de su vivienda al mercado y viceversa. La tercera razón obedece al hecho de que al poseer un puesto de venta deben cancelar el piso de plaza; trabajen o no trabajen, vendan o no vendan.

Según se inquirió, el pago es de un quetzal (Q. 1.00) por metro² de puesto o sea que el tamaño del local determina la cuota de pago y su forma de cobro es por tarjeta.

En el caso de las vendedoras eventuales, en su totalidad son mujeres que viven en los municipios y venden a la intemperie y por lo tanto no poseen un puesto de venta determinado. El pago es de un quetzal por día (Q. 1.00) según Reglamento del mercado y su forma de cobro es por medio de tickets.

Se observa asimismo que las vendedoras eventuales conforman el menor porcentaje y ello corresponde según información obtenida a que los precios de los pasajes para trasladarse de los municipios como Palencia, San Pedro Ayampuc, etc. son más elevados en relación al costo del pasaje del servicio urbano.

En el caso de las vendedoras ambulantes son también un menor porcentaje, dicho fenómeno se da más en hombres que en mujeres en el caso concreto del ámbito geográfico abarcado por la investigación.

CUADRO 6
CONDICIONES EN QUE COMERCIALIZAN SUS PRODUCTOS, LAS
MUJERES DEL MERCADO LA PARROQUIA, ZONA 6, GUATEMALA 1999.

PRODUCTOS	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Bajo techo	22	73
A la intemperie	8	27
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

De la población investigada el más alto porcentaje lo conforman las vendedoras bajo techo, aunque debe hacerse constar que los locales del área exterior del mercado La Parroquia básicamente están contruidos con madera y lámina, materiales que ya se encuentran en estado de deterioro lo que afecta a las mujeres vendedoras sobre todo en época de invierno cuando sus productos por efecto de la lluvia aceleran su proceso de descomposición repercutiendo en pérdidas económicas para ellas.

El 27% que comercializa sus productos a la intemperie en su mayoría cuentan con puestos dentro del mercado, pero según lo expresado por ellas mismas sus puestos o lugares de venta no están estratégicamente ubicados, lo que repercute en bajos niveles de venta lo que se traduce en bajos ingresos económicos.

Las vendedoras aducen que al estar a la intemperie sus productos están a la vista de los compradores lo que representa ventajas para movilizar los mismos

Independientemente de la forma o condiciones en las que la mujer vendedora lleva a cabo la venta de sus productos el aspecto administrativo es imprescindible para el buen desarrollo de sus negocios, así como también para llevar el control correspondiente sobre sus inversiones y sus ganancias.

CUADRO 7
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS
DE LA MUJER VENDEDORA DEL MERCADO LA PARROQUIA
ZONA 6 GUATEMALA, 1999.

FORMAS DE ADMINISTRACIÓN	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Formal	61	3
Informal	29	97
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

El único caso que respondió que sí lleva control por escrito de sus inversiones y sus ganancias de su negocio podría decirse que más bien es un control semi-formal considerando que es su hijo quien lleva dicho control y no así un contador a través de registros específicos.

En conclusión puede decirse que el 100% no cuenta con una administración formal pero que para fines prácticos de las vendedoras la forma informal es efectiva si a ello se agrega la experiencia que los años de dedicarse a estas labores les han dado.

Al preguntárseles al respecto la mayoría respondió: “Las cuentas las llevo en la mente”, otra responde: “Yo ya se que son cuarenta en la tienda, cuarenta del señor de los elotes y cincuenticinco en la marranería”. Una tercera dice: “Las cuentas las hago en la cabeza, en la mañana ya se cuánto gasté en la terminal y en la tarde ya se cuánto gané”.

El campo de la capacitación sobre administración es para el Trabajo Social muy importante, ya que esto contribuiría a habilitar a las mujeres trabajadoras del mercado a tener un mejor control de sus ingresos y egresos.

La capacidad de administrar sus negocios, la mujer vendedora lo pone de manifiesto como ya se expuso en forma muy práctica sin que para ello afecte la edad que ella tenga. La composición etárea de la población objeto de investigación muestra una característica muy especial, tal como se podrá observar en el cuadro que a continuación se presenta.

4.3 Tipo de Población y Estado Civil de la Mujer Vendedora del Mercado “La Parroquia” (cuadros 8 y 9)

CUADRO 8 COMPOSICIÓN ETAREA DE LA MUJER VENDEDORA D MERCADO LA PARROQUIA ZONA 6, GUATEMALA, 1999.

EDADES	CANTIDAD ABSOLUTA	%
18-30	9	30
31-40	7	23
41-50	3	10
51-60	5	17
Más de 60	6	20
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

-46-

Lo que mas llama la atención del cuadro anterior es el 20% el cual está conformado por las mujeres vendedoras que cuentan con edades hasta de 78 años quienes llegan a tener entre 30 y 55 años de trabajar en el área del comercio como el sector informal urbano; lo cual no es común el sector formal.

Según refleja el cuadro las mujeres más jóvenes están entre las edades de 18 a 30 años conformando el 30% de la población, al relacionarse el primer intervalo con el último que lo constituyen las mujeres de mayor edad nos damos cuenta que únicamente hay una diferencia del 10% a favor de la población de menor edad.

Concluyendo se puede decir que existe una composición etárea heterogénea, la cual va desde los 18 años hasta los 78 años de edad.

Existe una clara correlación entre la composición etárea y el estado civil de la población estudiada, tal afirmación se hace con base a los resultados de la investigación, comprobándose que a menor edad mayor porcentaje de madres solteras.

CUADRO 9
ESTADO CIVIL DE LAS MUJERES VENDEDORAS DEL MERCADO
LA PARROQUI, ZONA 6, GUATEMALA. 1999.

ESTADO CIVIL	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Solteras	16	53
Casadas/conviviente	14	47
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

Según información del cuadro, más del 50% de las mujeres vendedoras del mercado son madres solteras, lo cual demuestra que el comercio en pequeña escala es una área de inserción laboral para la mujer jefa de familia.

Haciendo relación entre el mayor porcentaje y el menor se demuestra que aunque se dio una mayoría en las mujeres o madres solteras esta mayoría no es muy representativa si se toma en cuenta que la media o el dato promedio (es del 50%) únicamente lo sobrepasa en un 3%, que también es el mismo porcentaje que le falta al menor porcentaje para llegar a la media.

Sin embargo llama a la reflexión el hecho de que en un medio geográfico tan pequeño, la mayoría de las mujeres la constituyan las madres solteras.

El profesional del Trabajo Social en su intervención con la madre de familia podría estar orientando a promover y fomentar grados de solidaridad a través de la creación de redes de apoyo mutuo. O bien en la creación de fondos económicos de apoyo para casos especiales y de emergencia (desastres naturales, incendios, accidentes, etc.).

Durante la realización del censo se pudo comprobar que existe correspondencia entre el estado civil y las razones que influyen en la mujer vendedora para su inserción el comercio al por menor.

4.4 Causas Sociales de la Inserción de la Mujer en el Comercio en el Mercado “La Parroquia” (cuadros 10, 11 y 12)

CUADRO 10
RAZONES PARA LA INSERCIÓN DE LA MUJER EN EL COMERCIO EN EL
MERCADO LA PARROQUIA, ZONA 6, GUATEMALA, 1999.

VARIABLE	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Ausencia del conviviente	16	53
Irresponsabilidad del conviviente	5	17
Bajos ingresos económicos	7	23
Otros (herencias)	2	7
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

La variable 1 del cuadro 9 y la variable 1 del cuadro 10 guarda una relación directa.

Con respecto a la información vertida en el cuadro 9 se llega a la conclusión que el factor fundamental o la razón principal que lleva a la mujer a constituirse en vendedora del mercado, es fundamentalmente de tipo económico, ya que el 93% de la población se vio obligada a insertarse en el comercio al por menor, debido a su situación de pobreza.

El lugar de procedencia o de origen de la mujer vendedora del mercado, está en correspondencia con las razones que la impulsan a desenvolverse como tal.

CUADRO 11
PROCEDENCIA DE LAS INQUILINAS DEL MERCADO LA PARROQUIA
ZONA 6 GUATEMALA, 1999.

VARIABLE	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Interior de la republica	27	90
Capital	2	7
Extranjera	1	3
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

Se ve en el cuadro cómo el mayor porcentaje recae en la población que proviene del interior del país; dicho fenómeno obedece al movimiento migratorio que se da durante la década de los años ochenta, época en que se agudiza la situación económica, así como el enfrentamiento armado interno.

En el párrafo anterior al cuadro se dice que se da una correlación entre las razones que llevan a la mujer a insertarse en el mercado y su procedencia ya que ésta al llegar a la capital, confronta una serie de desventajas en su contra como lo son: Falta de calificación con bajo o ningún grado de escolaridad, falta de experiencia laboral, etc.

La información resalta que casi la totalidad de la población procede del interior de la república, que el menor porcentaje pertenece a la capital y la única extranjera que se encontró es originaria del hermano país de El Salvador.

Entre procedencia de la población objeto de estudio y etnicidad existe un alto grado de concordancia, según la información registrada en las boletas de investigación.

CUADRO 12
ETNICIDAD DE LA MUJER VENDEDORA DEL MERCADO LA PARROQUIA
ZONA 6 GUATEMALA 1999.

VARIABLES	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Indígena	27	90
No indígena	3	10
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

El mayor porcentaje corresponde a la población indígena la que en su mayoría procede del interior del país.

El menor porcentaje lo conforman las mujeres originarias de ciudad capital y la mujer de origen salvadoreño.

En conclusión se afirma que la alta presencia de población indígena en las mujeres objeto de estudio, se refiere a que sus poblaciones fueron las más afectadas por la guerra interna.

En los párrafos anteriores se hizo referencia al movimiento migratorio del cual no quedó exenta la mujer guatemalteca, como tampoco la mujer vendedora del mercado La Parroquia, la cual al llegar a la ciudad no cuenta con experiencia laboral en el sector formal de la economía lo cual obedece a que el mismo está concentrado en la capital guatemalteca.

4.5 Limitantes e Incentivos para el Desarrollo de los Negocios de las Vendedoras del Mercado “La Parroquia” (cuadros: 13, 14)

CUADRO 13
CAUSAS QUE LIMITAN EL DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS DE LAS
MUJERES VENDEDORAS DEL MERCADO LA PARROQUIA
ZONA 6 GUATEMALA, 1999.

VARIABLES	CANTIDAD ABSOLUTA	%
Falta de atención de las autoridades municipales	13	43
Falta de Capital	17	57
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

El menor porcentaje que se refirió a la falta de atención por parte de autoridades municipales, manifestó que en ningún momento dichas autoridades han realizado cuando menos un sondeo en la población para conocer sus demandas o necesidades.

El mayor porcentaje que respondió que la causa principal que limita el desarrollo de sus unidades comerciales es el factor económico, lo cual pone de manifiesto que este tipo de comercio no tiene capacidad de acumulación sino que responden únicamente a estrategias de subsistencia de la población.

En el momento que la mujer vendedora se inserta en el comercio al por menor en el mercado La Parroquia, lo hace con una gama de factores en su contra como lo son: poco capital, falta de experiencia laboral, sin el apoyo del esposo o conviviente en la mayoría, sin embargo, encuentran en el sector informal una respuesta a sus necesidades más urgentes tanto

de su grupo familiar como personales, lo cual las hace sentirse satisfechas del trabajo que realizan. Para demostrarlo se presenta el último cuadro.

CUADRO 14
SATISFACCION DEL TRABAJO QUE REALIZA LA MUJER VENDEDORA DEL
MERCDO LA PARROQUIA, ZONA 6 GUATEMALA.

SE SIENTE SATISFECHA	CANTIDAD ABSOLUTA	%
SI	27	90
NO	3	10
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de Campo, junio, 1999

El más alto porcentaje de la población objeto de estudio que manifestó sentirse satisfecha con su actual trabajo obedece a que le ha permitido mejorar sus condiciones de vida para ella y su grupo familiar el cual está conformado por las vendedoras fijas las cuales atienden sus negocios diariamente lo que les permite tener un mayor margen de ingresos que las ambulantes y las eventuales.

El 10% que respondió no estar satisfecha con su trabajo lo constituyen las vendedoras eventuales y las vendedoras ambulantes, quienes perciben menores ganancias y por lo tanto no tienen la capacidad económica para dar respuesta a las necesidades básicas de su grupo familiar y personales.

En general se puede decir que la mujer encuentra una oportunidad de realización en el sector informal que le permite dar satisfacción a las necesidades y expectativas personales y familiares.

CONCLUSIONES

1. La falta de políticas estatales en respuesta a las necesidades de las mujeres vendedoras del comercio en pequeña escala limita el desarrollo de sus unidades económicas.
2. La mujer migrante encuentra una oportunidad de trabajo en el sector informal de la economía, y su presencia en el mercado La Parroquia es mayoritaria, la que asciende al 93%.
3. La mujer vendedora del mercado La Parroquia, presenta bajo nivel de instrucción y capacitación.
4. En casi el 100% de las vendedoras del mercado La Parroquia, fueron las razones económicas las que las obligaron a incorporarse en el mismo.
5. Los establecimientos en los que comercializan las mujeres del mercado son de subsistencia y en malas condiciones de infraestructura.
6. El nivel e inversión de capital de la población objeto de estudio es muy bajo y su forma de administración es informal.
7. Sólo la educación no es suficiente para lograr la promoción de la mujer, debe cumplirse un conjunto de componentes sociales, culturales, económicos y políticos.
8. Más del 50% de las vendedoras del mercado son jefas de familia.

9. La mujer vendedora del mercado La Parroquia cumple largas jornadas de trabajo diariamente, que oscilan entre 15 y 18 horas.

10. El Sector Informal es un área propicia para la intervención del Profesional del Trabajo social, lo mismo que los mercados municipales.

RECOMENDACIONES

1. Que el comité de organización del mercado realice gestiones ante entidades estatales o privadas, con el objeto de dar respuesta a la sobrepoblación de vendedoras y vendedores.
2. Que las inquilinas del mercado a través del comité de inquilinos, soliciten a la administración, un mejor control en la disposición de basura.
3. Que los representantes de los/las inquilinos/as del mercado soliciten a Organizaciones no Gubernamentales, programas de alfabetización y capacitación.
4. Que se forme una organización específica que vele por las condiciones higiénicas del mercado, realizando a la vez una función de concientización sobre el cuidado de la infraestructura del mismo.
5. Que las instituciones y organizaciones de promoción social potencialicen los mercados como futuros campos de intervención profesional del Trabajo Social.
6. El trabajador social podrá apoyar en la creación y elaboración de proyectos sobre creación de: cooperativa de ahorro y crédito, fondo económico para emergencias, redes de apoyo mutuo, realizar estudios de factibilidad sobre planes de crédito, etc.
7. Que las madres hagan uso de la guardería del mercado en beneficio propio y de sus hijas e hijos.

BIBLIOGRAFIA

1. Ander Egg. Ezequiel, Diccionario de Trabajo Social. Buenos Aires Argentina. Ed. Ateneo, 1,982
2. Anderson, Arthur, Diccionario de economía “Economía y Negocios” España Ed. Espasa. 1997.
3. Baena Paz, Guillermina, Instrumentos de Investigación Ed. Mexicanos Unidos S.A. No. 5-B M.D.19
4. Castillo Anzueto, Ada Gabriela, Tesis: Análisis de la Problemática del Vendedor Agrícola y el Rol del Trabajador Social, Escuela de Trabajo Social, USAC. Guatemala, 1992
5. Escuela de Trabajo Social Boletín Informativo del Área de Formación Profesional Específica, 1999.
6. FLACSO, Evidencias e Interrogantes, Guatemala, 1989.
7. FLACSO, Informabilidad Urbana en Centro América, Guatemala, 1990.
8. FLACSO, Mujeres Latinoamericanas en Cifras, Guatemala, 1990.
9. FLACSO, ni Héroes, Ni Villanas, Género e Informabilidad Urbana en Centroamérica, San José Costa Rica. 1993.
10. Fundación Fedrich Naumahn, Saliendo a Flote la Jefa de Familia Popular, Lima Perú, 1990.
11. Hernández Pérez de Rodríguez, Dlihnashi, Tesis: Análisis Internacional de la Contaminación del Ambiente y el rol del Trabajador Social. Escuela de Trabajo Social, USAC, 1990
12. Kotler Philip y Armstrong Gary, Mercadotecnia, México, Ed. Prentice-Hall 1994.
13. Lagarde, Marcela, Género, Feminismo y Desarrollo, España. Ed. Grafistaft 1997.

14. Lucas Arauz, Carlos. *Mujer Crisis y Alternativas*. Managua Nicaragua. Ed. CIRA 1993.
15. Ministerio de Agricultura y Ganadería y Alimentación, *Glosario Sobre Género Guatemala*, 1996.
16. Monzón García, Samuel Alfredo. *Introducción al Proceso de Investigación Científica*, Guatemala. Ed. TUCUR 1993.
17. Naciones Unidas, *Feminización del sector Informal en América Latina y El Caribe*, Santiago de Chile, 1994.
18. Noriega Castillo, Carlos Federico, “Algunos Elemento para Realizar Diseño de tesis”, Documento, USAC, Guatemala, 1995.
19. Océano, *Diccionario de la Lengua Española*, España. S/F
20. Procuraduría de los Derechos Humanos Informe Nacional de la Organizaciones no Gubernamentales, Guatemala, 1994.
21. SEGEPLAN, *Programa de Gobierno*, Guatemala, 1996.
22. SEGEPLAN, *Sistema de Educación Esxtraescolar*, Guatemala, 1981.
23. Serrá Moret, Manuel, *Diccionario Economía Política*, Nuestro Tiempo, Buenos Aires, Argentina 1944.
24. UNICEF, *Los contrastes del Desarrollo Humano*, Guatemala, 1998.
25. UNICEF-SEGEPLAN, *Análisis de la situación de la Niña y la Mujer*, Guatemala. 1991.
26. USAC-DIGI-PUIEG-CEUR, *Mujer y Condiciones de Vida en los Asentamientos Precarios del Área Metropolitana de la Ciudad De Guatemala*, Guatemala, 1997.
27. Wolfgang, Heller, *Diccionario Economía Política*, Barcelona España, Ed. Labor. 1965.

