

ESTUDIO SOCIOECONÓMICO SOBRE LOS VENDEDORES ESTACIONARIOS DEL SECTOR UNO DEL CENTRO HISTÓRICO DE BARRANQUILLA

SOCIOECONOMICAL RESEARCH ABOUT THE PERMANENT SELLERS FROM SECTOR ONE IN BARRANQUILLA'S HISTORICAL DOWNTOWN

Recibido: 17 de febrero de 2010/Aceptado: 25 de mayo de 2010

YOLANDA ROSA MORALES CASTRO*

Universidad Simón Bolívar, Barranquilla - Colombia

Key words:

Socioeconomical research, Permanent sellers, Historical downtown, Socioeconomic profile.

Abstract

The document talks about the information related to the socioeconomical research about the permanent sellers from sector one in Barranquilla's historical downtown. This research comes from a previous study "Knowledge Dialogue: a strengthening strategy for the people interested in the recovering of the historical downtown", applied from the family and human development group in Universidad Simon Bolivar.

The study variable includes the demography, family, economy, housing, environmental and legal dimensions, which allows to analyze and identify the socioeconomical profile of the permanent sellers from sector one in Barranquilla's district. In this text is also introduced relevant topics, interesting so they can help to clearly understand the growing development of the informal economy in Colombia, because they mean a challenge and claim attention from the leaders in charge on the country's economic way.

Palabras clave:

Estudio socioeconómico, Vendedores estacionarios, Centro histórico, Perfil socioeconómico.

Resumen

El documento contempla información relacionada con el estudio socioeconómico de los vendedores estacionarios del Centro Histórico de Barranquilla; estudio que surge a partir de la investigación "Diálogo de saberes: una estrategia de fortalecimiento de la participación de los interesados en la recuperación del centro histórico", que se adelanta desde el grupo Familia y Desarrollo Humano de la Universidad Simón Bolívar. La variable de estudio comprende las dimensiones de demografía, familia, economía, vivienda, ambiental y legal, lo que permitió hacer un análisis e identificar el perfil socioeconómico de los vendedores estacionarios de la zona uno del Distrito de Barranquilla. En el texto se abordan temas relevantes que tienen su interés para entender claramente el creciente desarrollo de la economía informal en Colombia, ya que impone un reto y reclama la atención de los líderes encargados de la marcha económica del país.

*Investigadora del grupo Familia y Desarrollo Humano y docente del Programa de Trabajo Social de la Universidad Simón Bolívar, Barranquilla - Colombia.
Email: ymorales@unisimonbolivar.edu.co

INTRODUCCIÓN

El Centro Histórico de la ciudad de Barranquilla es la zona donde surgió la ciudad y donde se desarrolló la vida comercial, cultural y política desde su poblamiento hasta los años 80 del siglo XX.

Actualmente es el sector más importante de la ciudad de Barranquilla en términos comerciales y económicos. También es considerado una zona estratégica para el futuro desarrollo de la ciudad, sin embargo, afronta una aguda problemática a causa de la invasión del espacio público y el aumento de ventas estacionarias en sus puntos más estratégicos.

En momentos recesivos, el sector informal de una economía puede ser visto como una válvula de escape para los individuos menos educados de una sociedad, pero también es claro que la informalidad existe básicamente por la incapacidad del sector formal de generar suficientes empleos.

La tasa de desempleo en Barranquilla-Soledad para el último trimestre móvil julio-septiembre de 2009, se ubicó en el 11,1%, lo que comprende un número de 83.730 personas.

Paralelamente a las altas cifras de desempleo, cabe señalar que en 2009, en Barranquilla y Soledad, el 46,6% de los ocupados se ubicaba en el grupo por cuenta propia, y aunque en este grupo se incluyen profesionales y trabajadores independientes, el hecho refleja la pérdida del dinamismo del sector formal para absorber la demanda de nuevos puestos de trabajo.

Debe tomarse en cuenta que, en la mayoría de los

casos, las ventas estacionarias no son vistas como una opción laboral real sino como una posibilidad frente al desempleo.

Las personas dedicadas a ellas se denominan vendedores estacionarios y su labor consiste en vender artículos o alimentos a precios accesibles a la comunidad. Esta labor la realizan en unas condiciones inadecuadas de salubridad e higiene y tienen el gran inconveniente de invadir el espacio público, que no está apto ni permitido para ejercer esta actividad.

Los vendedores estacionarios ubicados en esta zona desarrollan una actividad informal, que les generan ingresos bajos, insuficientes para cubrir la canasta familiar y las otras necesidades básicas. De tal manera que sus condiciones de vida no son las adecuadas y ven cada día más alejada la posibilidad de ubicarse en el mercado formal de la economía.

Además, la mayoría de los vendedores son personas del sexo masculino y sus negocios son frecuentados por hombres, mujeres y niños que encuentran aquí una oportunidad para conseguir artículos a precios muy bajos.

Las condiciones sociales y de trabajo de estos vendedores llevan a una pobre autoestima y percepción de sí mismo, ya que sus derechos son vulnerados y esto les impide realizar satisfactoriamente su labor. A esto se suma la falta de seguridad social y los bajos niveles de educación, los cuales se constituyen en otros factores que inciden negativamente en su calidad de vida.

La informalización de la economía en suma contribuye al aumento de la pobreza. Al carecer de conoci-

mientos técnicos y apropiados, las personas recurren a una labor poco exigente en ese sentido y que apenas le dará respuestas inmediatas a sus problemas.

La falta de conocimiento y, en consecuencia, de competencias no es, sin embargo, el único condicionante que actúa en la decisión de una persona para convertirse en vendedor estacionario, pues hay quienes poseen credenciales técnicas y/o universitarias y caen en la misma masa informal.

Los elevados niveles de informalidad tienen, por demás, un efecto devastador sobre el proceso democrático en Colombia, principalmente debido a que estos emprendedores operan completamente fuera de las esferas de la legalidad, del proceso económico e incluso del político.

Por todo lo anterior, el creciente desarrollo de la economía informal en Colombia, impone un reto y reclama la atención de los líderes encargados de la marcha económica del país, atención que debe materializarse mediante la potenciación del desarrollo de la pequeña y mediana empresa, con el propósito de lograr la estabilización económica que todos los colombianos deseamos.

Por nuestra parte, ante las necesidades y problemáticas de orden social y económico ya descritas que están afectando la calidad de vida de los vendedores estacionarios derivada de la labor que desempeñan en el Centro Histórico de Barranquilla, se consideró pertinente llevar a cabo esta investigación, a fin de conocer las dimensiones de demografía, familia, economía, vivienda, ambiental y legal, que permitieron definir el perfil socioeconómico de los vendedores estacionarios como variable única de este estudio.

A partir de ello, los investigadores nos formulamos el siguiente interrogante: ¿Cuál es el perfil socioeconómico de los vendedores estacionarios del sector uno del Centro Histórico de Barranquilla?

En concordancia con ello, se presenta el objetivo general del estudio, que busca elaborar un diagnóstico socioeconómico de los vendedores estacionarios del Centro Histórico de Barranquilla ubicados en el sector 1: calle 38 y carrera 41.

El estudio aporta información útil al grupo de investigación Familia y Desarrollo Humano dando continuidad al Proyecto Representaciones Sociales que tienen los habitantes y vendedores del Centro Histórico de Barranquilla frente al proceso de reconstrucción que allí se promueve (García, Ruiz, Valencia, Aguado & Soto, 2009). Para la realización del estudio el Centro fue dividido en cuatro sectores y se elaboró una encuesta en la cual participaron para su aplicación COODISCAR y PROMOCENTRO. Pero, antes de exponerlo en concreto, conviene definir y explicar formalmente nuestras principales categorías de estudio: el origen del vendedor informal o estacionario en nuestro contexto y el espacio público.

Los vendedores informales y el espacio público

Los fenómenos y problemáticas sociales que acontecen en las ciudades colombianas son muchos y de enorme magnitud. El de los vendedores estacionarios cobra mayor interés en los actuales momentos, cuando en gran parte del país se adelantan proyectos masivos de movilidad urbana de pasajeros y que presuponen la reubicación de las personas dedicadas a la economía informal.

Los vendedores estacionarios tienen un origen y una historia que contar, pues, aunque pareciera nuevo, el nacimiento y el desarrollo de este fenómeno implica distintos acontecimientos que incluyen desde la violencia de los años 20, la depresión económica de los años 30, el desplazamiento de campesinos como consecuencia del conflicto armado en la década del 40 y su aumento en la década del 80 por enfrentamientos entre las guerrillas, el Estado y grupos paramilitares que se vienen a establecer en la periferia de las principales ciudades. De hecho, Basto & Barbosa (1990) mencionan que entre las causas se pueden hallar las diferentes políticas de desarrollo económico del gobierno Pastrana Borrero en la época del Frente Nacional.

En esta misma línea, Rojas, Rivas y Rojas (2004) identifican como las principales causas del paso permanente de personas hacia actividades informales, particularmente hacia el comercio urbano callejero, las siguientes: migraciones de población campesina hacia las ciudades, generadas principalmente por violencia política, guerrilla, extorsión, secuestro, paramilitarismo y narcotráfico; ausencia de programas gubernamentales de desarrollo rural que frenen la emigración de los sitios de origen; desestímulo a las actividades agrícolas, pecuarias, forestales y mineras, deficiencia de medios de comunicación, espejismo de progreso en las ciudades y búsqueda de mayores y mejores oportunidades de empleo, ingresos, nivel de vida y estatus social, apoyo y estímulo que brindan familiares ya radicados en las ciudades y en los sitios de emigración.

De acuerdo con lo anterior, el comercio informal urbano callejero es ejercido principalmente por inmigrantes campesinos o emigrantes de pueblos y pequeñas

ciudades que buscaron en las grandes ciudades mayores oportunidades de empleo y mejora de su nivel de vida. No obstante, la realidad que encuentran al llegar a la ciudad es otra, pues, las pocas oportunidades de empleo a su alcance están relacionadas con oficios que exigen baja o ninguna calificación y experiencia, y que son mal remunerados, situación que les induce a emprender actividades de “rebusque” con el ánimo de incrementar sus ingresos y, posteriormente, constituirlos como su principal fuente de sostenimiento.

Otro autor que suscribe ideas como las anteriores es Olea (2001), quien plantea que las migraciones entre ciudades están impulsadas por la violencia urbana e inseguridad, así como por los costos de vida elevados en los sitios de origen, las economías regionales en auge que brindan mayores posibilidades de desarrollo individual, mejores oportunidades de empleo o probabilidades de estudio; la ayuda de familiares residentes en las urbes hacia donde se desplazan y la insuficiencia de programas de formación para el trabajo técnico de alta calidad en las ciudades. Todo lo anterior impide insertar productivamente a la mano de obra no calificada en el cambiante mercado laboral urbano; de igual forma influyen en el problema la carencia de recursos familiares para financiar la educación y la formación laboral, así como la baja motivación de los potenciales candidatos para emprender estudios o capacitación profesional.

Como dato complementario, Rojas (2004) afirma que la tradición de familia en el desempeño de actividades informales, comerciales o callejeras, en particular, así como la modernización de las empresas públicas y privadas y sus consecuentes despidos masivos; los bajos salarios pagados a la mano de obra poco calificada, que

no cubren los costos de vida familiar y una relativa facilidad de entrada y salida de la actividad e independencia que proporciona constituyen a la informalidad como el modo más viable de inserción laboral.

Por otra parte, en la literatura se encuentran diversos temas que hacen referencia al vendedor estacionario. No obstante, uno de los temas que genera un gran debate es el uso del espacio público. En este sentido, Arango (2004) explica que el espacio público es pro indiviso; es de todos, pero no pertenece a nadie. Todos lo pueden disfrutar, pero no usufructuarlo en beneficio personal ni mucho menos apropiárselo con fines egoístas. Tampoco cabe el argumento que, como es de todos, cada individuo podría resolver tomar posesión de su “micro-porción” o “diferencial espacial”, ejerciendo dominio sobre este.

MÉTODO

La información del estudio fue obtenida por medio de encuestas realizadas por un grupo de estudiantes de los Programas de Trabajo Social, Psicología y Administración de Empresas de la Universidad Simón Bolívar. En ella se calculan indicadores socioeconómicos que caracterizan a los vendedores estacionarios y para

su realización se abordó un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo que permitió el estudio de la unidad de análisis.

Los resultados de la investigación se expresan y explican por medio de gráficos y tablas, lo cual permitió una mejor ilustración y comprensión de la situación.

Por último se establecieron conclusiones de cada una de las dimensiones que dan cuenta de la variable que determina cuál es el perfil socioeconómico de los vendedores estacionarios de la zona uno del centro histórico del distrito de Barranquilla.

RESULTADOS

Demografía

Considerando las edades de los vendedores estacionarios, nuestro estudio encontró que estos se hallan en el rango de edad en que los seres humanos pueden prestar su mayor capacidad de trabajo (Figura 1).

En su mayoría, por demás, los vendedores estacionarios no viven en Barranquilla, sino en el Área Metropolitana o en los municipios del departamento del Atlántico (Figura 2).

Figura 1. Estructura de edades

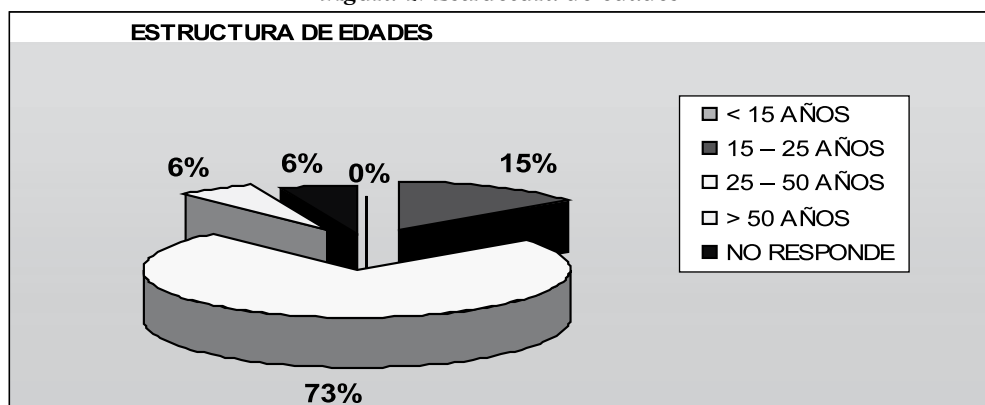


Figura 2. Lugar de vivienda

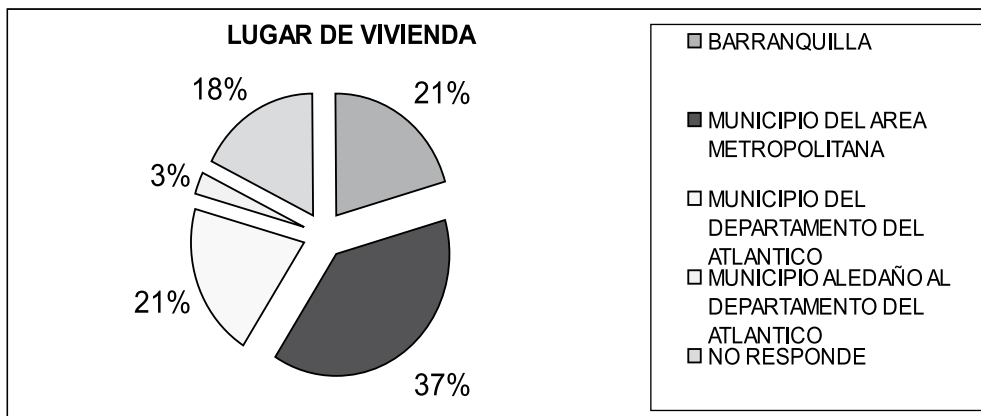


Figura 3. Lugar de nacimiento

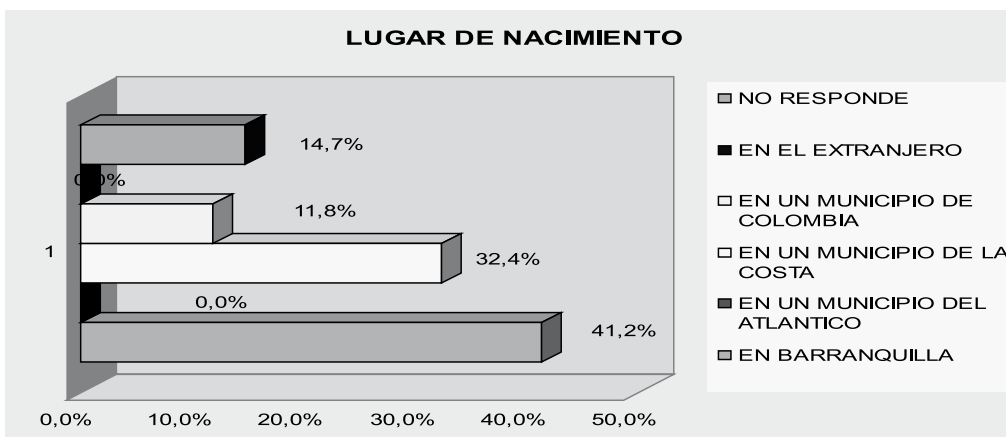
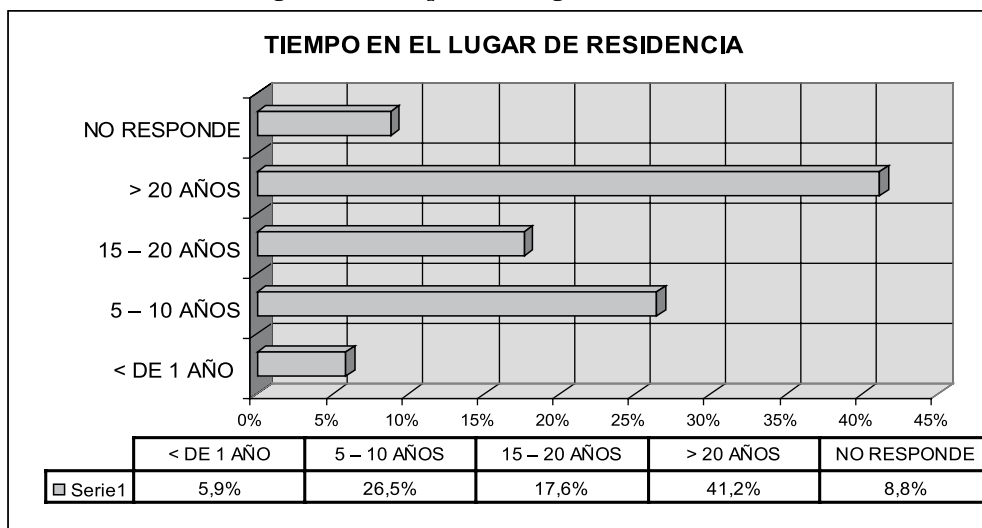


Figura 4. Tiempo en el lugar de residencia



Un dato importante en todo estudio socioeconómico es el lugar de nacimiento de la población objeto (Figura 3). Sobre este indicador vale la pena destacar que de los vendedores que especificaron su lugar de nacimiento, el 51% son originarios de municipios distintos a Barranquilla, lo que en parte corrobora las ideas de Rojas, Rivas y Rojas (2004), así como de Olea (2001) relativas a la migración y a la economía informal.

En el lugar de residencia con la tenencia de la vivienda, se evidencia cierta correspondencia, pues cerca del 60% de los vendedores llevan más de 15 años viviendo en el mismo lugar, explicando esto fundamentalmente porque el 76% son propietarios de la vivienda (Figuras 4 y 5).

Sin embargo, el estudio igualmente revela, en concordancia con Olea (2001), que tres de cada diez (30%) de los vendedores estacionarios llegan a la ciudad por

Al contrastar, por otro lado, el tiempo de perma-

Figura 5. Tenencia de la vivienda

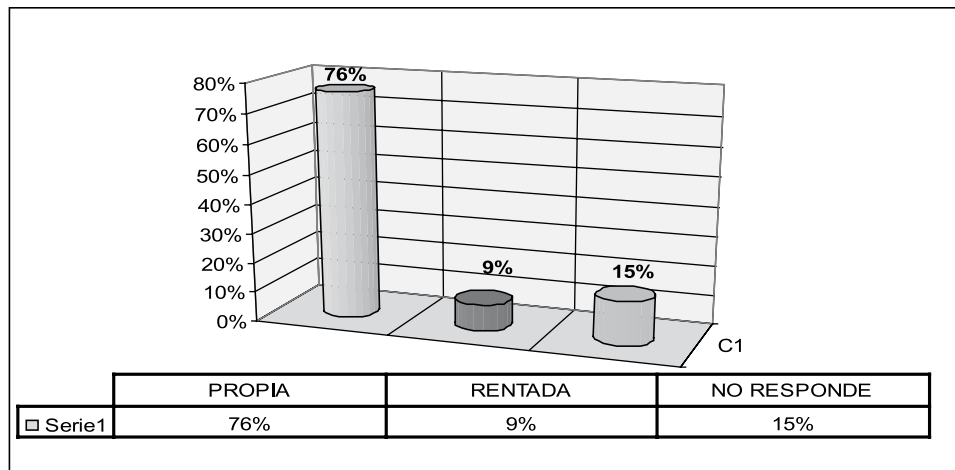
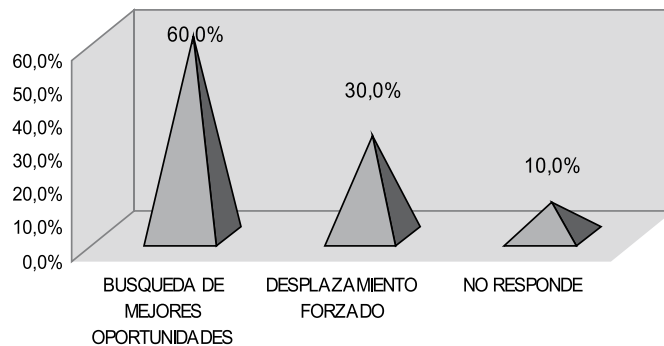


Figura 6. ¿Qué lo motivó a trasladarse a la ciudad?



desplazamiento forzado, esto es, se convierten en emigrantes no económicos (involuntarios) (Figura 6).

Familia

Esta dimensión recoge datos de las particularidades de las familias de los vendedores estacionarios.

Como se puede ver en la tabla inmediatamente anterior, solo el 38% de los vendedores se encuentra casado; en tanto que el 35% se halla en estado de soltería, lo que probablemente explique que el 29% no tenga hijos.

Tabla 1

No. DE HIJOS	No. DE UNIONES
56% entre uno a tres	44% una unión
29% no tiene	35% no se ha casado

Tabla 2

¿Cuántos hombres y cuántas mujeres?		
SEXO	DATOS	%
HOMBRES	79	63%
MUJERES	47	37%
TOTAL	126	100%

Figura 7. Estado civil

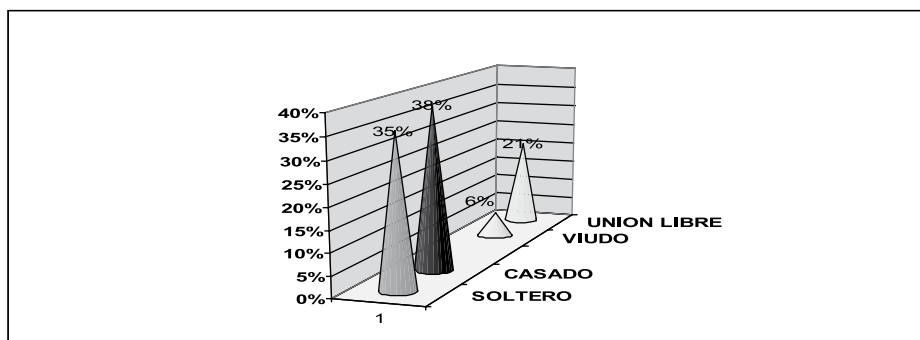
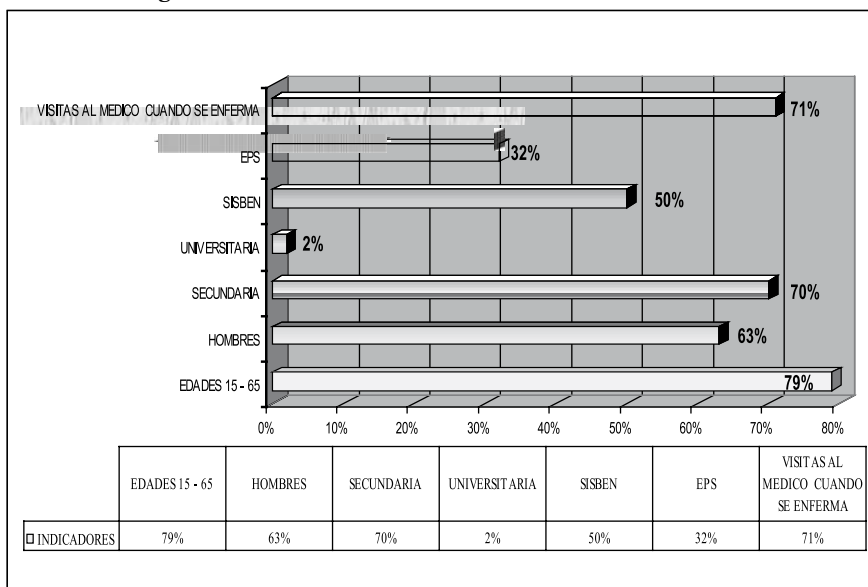


Figura 8. Indicadores socioeconómicos de la familia



El total de personas que conforman los 34 hogares de los vendedores estacionarios asciende a 126, lo que se traduce en 3,7 personas/hogar igual que el promedio nacional.

En los hogares predomina, además, el sexo masculino. A su vez, la Razón de Dependencia (RD), indicador que nos señala cuántas personas en edad improductiva dependen económicamente de las productivas, es de 0,24, medida por la siguiente fórmula:

Como hemos expresado en la introducción, por lo general este tipo de población alcanza niveles de educación bajos. Los resultados muestran, en efecto, que el 70% de los integrantes de la familia ha alcanzado la secundaria, y solo un 2% la educación superior. Esto explica probablemente el poco acceso a niveles mayores de conocimientos y habilidades o la vinculación de los jóvenes a tareas propias de la venta estacionaria como forma de relevo generacional.

Tabla 3
¿De las personas que conforman la familia,
cuál es el estado civil de ellas?

ESTADO CIVIL	DATOS	%
Soltero	56	44%
Casado	40	32%
Divorciado	1	1%
Viudo	3	2%
Union libre	24	19%
No responde	2	2%
Total	126	100%

$$RD = \frac{\text{población} \leq 15 + \text{población} \geq 65}{16 \leq \text{población} \leq 64}$$

$$RD = \frac{21 + 33}{100} = 0,24$$

Es de señalar que en el Atlántico este indicador es de 0,56, lo que significa que, en los hogares de los vendedores estacionarios, existe una menor carga económica de la que se observa en el departamento. Tal situación puede relacionarse con el hecho de que el 44% de los miembros de los hogares permanecen solteros con sus consecuentes repercusiones en la natalidad.

Con relación a la vinculación a los sistemas de salud, el 50% de los vendedores se encuentra en el SISBEN (régimen subsidiado) y un 32% en EPS (régimen contributivo), lo que muestra que al menos en esta materia gozan de una buena cobertura. Sin embargo, como ocurre en otros grupos de poblaciones, la medicina preventiva para ellos resulta escasa, el 71% de los encuestados manifestó no ser beneficiario de ella.

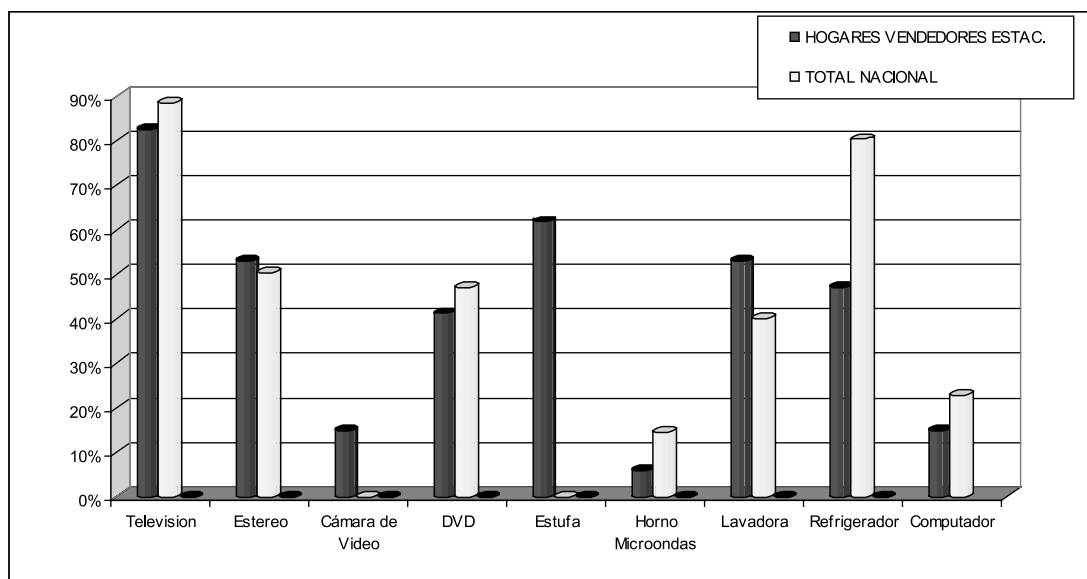
A fin de complementar el análisis de las condiciones de vida de la población, se incluyeron en el estudio indicadores acerca de la posesión de equipos y/o

Tabla 4. ¿Cuáles de los siguientes electrodomésticos tiene su hogar?

ELECTRODOMÉSTICO	HOGARES VENDEDORES ESTAC.	TOTAL NACIONAL	NIVEL
Televisión	82%	89%	Por debajo
Equipo de sonido	53%	50%	Por encima
Cámara de Video	15%	ND	
DVD	41%	47%	Por debajo
Estufa	62%	ND	
Horno microondas	6%	15%	Por debajo
Lavadora	53%	40%	Por encima
Refrigerador	47%	80%	Por debajo
Computador	15%	23%	Por debajo

Fuente: Cálculo de los autores y DANE Encuesta de Calidad de Vida 2008

Figura 9. Electrodomésticos

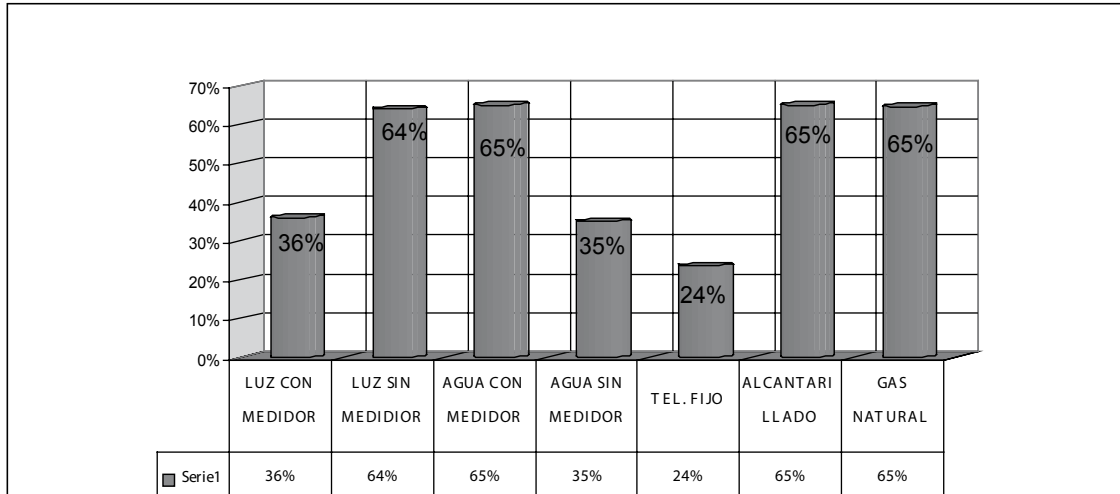


artefactos electrodomésticos. Si se compara la tenencia de estos en los hogares de los vendedores estacionarios respecto al total nacional algunos de estos electrodomésticos se poseen por encima y otros por debajo de la media nacional, tal como se observan en la tabla y gráfica anteriores.

Vivienda

En el análisis de las condiciones de vida, la vivienda constituye una dimensión de importancia desde la perspectiva del tipo de vivienda, el régimen de tenencia, así como su infraestructura y los servicios con que cuenta.

Figura 10. Acceso a los servicios públicos

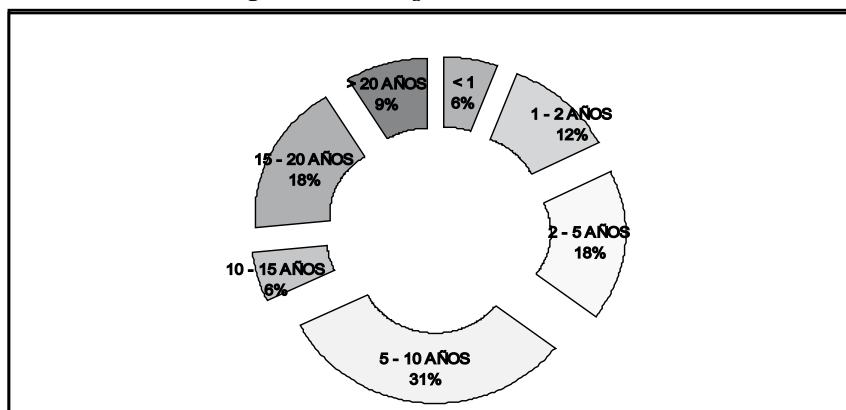


Al examinar la propiedad de la vivienda para la población de estudio, se destaca la vivienda propia, lo que se traduce en mayor estabilidad económica y poca movilidad interna. Por otro lado, las características infraestructurales de la vivienda también permiten calificar la calidad de vida. Con relación al material de los pisos de las viviendas predominan el cemento y las cerámicas. En cuanto al material de los techos de las viviendas de la población analizada, se destaca el eternit.

Las viviendas tienen acceso al acueducto y a la energía; sin embargo, solo el 65% y el 36% respectivamente cuenta con medidores, lo que demuestra informalidad en la prestación de estos servicios.

Con respecto al alcantarillado y el gas natural, el 65% de las viviendas cuenta con estos servicios, sobrepasando la media nacional que se sitúa en 14,9% y 47,4%, respectivamente. En este mismo sentido, el 24% cuenta

Figura 11. Tiempo dedicado a la actividad



con teléfono fijo, lo que se encuentra muy por debajo de la media nacional, que es de 44,3%.

Por su parte, el índice de hacinamiento muestra un nivel de carencia en lo referente a las condiciones de privacidad que debe prevalecer en el hogar. En términos operativos, el índice muestra una proporción crítica cuando en un hogar residen más de tres personas por cuarto. Para el caso de los vendedores estacionarios, este índice alcanza alrededor de dos personas por cuarto, lo que significa que las familias de los vendedores estacionarios no viven en condiciones de hacinamiento.

Económica legal

Los vendedores estacionarios encuestados llevan menos de cinco años dedicados a este tipo de negocios, lo que indica que la entrada de nuevos *invasores* del espacio público ha sido muy dinámica. Vista desde otra perspectiva, los vendedores tienen menos de 10 años en

Características de la actividad

Ubicación - andén	88%
Tenencia - propio	85%
Jornada > 8 hrs.	76%
Proveedor - mayorista	60%
Forma de pago - contado	62%
Financiamiento - rec. propios	50%
Financiamiento - bancos	12%
Conforme con la actividad	50%
Dispuesto a reubicarse	30%

esta actividad, lo que equivale a decir que la invasión del espacio público, al menos en el sector uno del centro histórico de Barranquilla, se ha recrudecido en esta última década.

Las características generales de la actividad revelan que los vendedores se sitúan en el andén, son propietarios de los puestos en su mayoría y trabajan más de ocho horas diarias.

Por otro lado, las fuentes de financiamiento de los negocios suelen mostrar la dinámica que estos tienen en la economía. El presente estudio demuestra la poca presencia de la banca en el financiamiento de este tipo de negocios, pues solo el 12% de los propietarios recurren a préstamos bancarios.

Por último, el 50% de los vendedores estacionarios manifiesta estar conforme con la actividad que desempeñan actualmente, mientras que un 30% están dispuestos a reubicarse.

Ambiental

El impacto que genera una actividad económica en el medio ambiente se convirtió en un factor de estudio en todo el mundo. Hoy día la calidad de vida de los habitantes de una ciudad involucra la armonía con el medio ambiente.

Tabla 6. Características ambientales

Genera residuos	48%
Tipo de residuo - sólido	69%
Contaminación sonora	60%

Los vendedores estacionarios de Barranquilla generan residuos en su mayoría sólidos. En el sector también hay contaminación sonora, fundamentalmente por la mezcla de tráfico vehicular (buses, camiones, automóviles, carretas, etc.) y por la utilización de equipos de sonidos y megáfonos que usan los almacenes para promocionar sus productos.

CONCLUSIONES

Demografía

- Los vendedores estacionarios del Sector uno del Centro Histórico de Barranquilla en su mayoría tienen entre 25 y 50 años de edad y la mitad de ellos son originarios de municipios distintos de Barranquilla.
- En este tipo de población se observa poca movilidad intraurbana, pues el 85% vive en el mismo lugar de residencia hace más de cinco años.
- El vendedor estacionario, en su mayoría, es un inmigrante voluntario debido a que llegó a Barranquilla en busca de mejores oportunidades, en virtud a que la ciudad es polo de atracción por su importancia económica regional, sin embargo un tercio de estos son inmigrantes involuntarios (forzados) debido a los fenómenos de violencia.
- Estos vendedores tienen entre uno y tres hijos y se puede concluir que de diez vendedores cuatro son casados, más de tres son solteros y dos se encuentran en unión libre.

Familia

- El sexo predominante en la familia es el masculino. En tanto que el promedio de personas por hogar es igual a la media nacional (3,7) y existe una baja razón de dependencia (0,24).
- Los niveles de educación son bajos, el 70% de los integrantes de la familia ha alcanzado la secundaria, y solo un 2%, la educación superior.
- Los hogares disponen de aparatos y equipos elec-

trodomésticos, pero en la mayoría de veces no superan a la media nacional.

- La gran mayoría cuenta con un sistema de aseguramiento en salud. El 50% pertenece al régimen subsidiado, y el 32% al régimen contributivo. Además, se observa poca participación de esta población en programas de medicina preventiva.

Vivienda

- El vendedor estacionario de este sector predominantemente vive en casa propia con paredes de block, techo de eternit y baño privado.
- Viven sin hacinamiento y cuentan con los servicios públicos básicos; sin embargo, solo el 65% y el 36% tienen medidores de acueducto y energía, respectivamente, lo que demuestra informalidad en la prestación de estos servicios.

Económica legal

- Las características generales de la actividad revela que en un 88% los vendedores se sitúan en el andén, el 85% es propietario de los puestos y el 76% trabaja más de ocho horas diarias.
- La mayoría (68%) tiene menos de diez años en la actividad. En general venden productos de temporada, combinados con ventas de comida y accesorios y arreglos de celulares.
- Generalmente se proveen de mayoristas, trabajan más de ocho horas, pagan de contado y en la mitad de los casos se financian con recursos propios. Existe poca presencia de la banca como forma de financiamiento en este tipo de negocios.

- El 50% de los vendedores estacionarios manifiesta estar conforme con la actividad que desempeña actualmente, mientras que solo un 30% está dispuesto a reubicarse.

Ambiental

- La zona donde están situados los vendedores estacionarios no es la más adecuada para la preparación, manipulación y venta de alimentos, pues, por obvias razones, no cuentan con las normas básicas de higiene para desarrollar este tipo de actividad.
- Los vendedores estacionarios, en un 48% de los casos, generan residuos y un 69% de estos son sólidos. En el sector se genera una alta proporción de contaminación sonora (60%), fundamentalmente por causa del tráfico vehicular (buses, camiones, automóviles, carretas, etc.) y por la utilización de equipos de sonidos y megáfonos que usan los almacenes para promocionar sus productos.

REFERENCIAS

- Arango, M. (2004). *Deambulantes: de la ciudad al espacio cósmico*. Pre-Til. Investigar para hacer ciudad.
- Basto, B. & Barbosa, M. (1990). *Economía informal: mercado callejero urbano estacionaria*. Tesis de grado. Facultad de Economía. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Butz, D. Why international development neglects indigenous social reality. *Canadian Journal of Development Studies*, XX, I: 143.
- Cardona, M. (2002). Diferencias y similitudes en las teorías del crecimiento económico. Medellín: Universidad Eafit.
- Carreto, A. La calidad educativa o la escuela como producción y consumo. www.yahoo.es.com. Educación y Formación.
- Cebotarev, E.A. La familia como problema de investigación. In Restrepo, D. (Ed.) Taller de Investigación aplicada a la familia. Manizales, Colombia: EFCAF.
- Cuéllar, M. (2000). Así se gestó la apertura. *El Tiempo*. Bogotá, febrero 21.
- Doyal, L. e Ian G. (1994). *Teoría de las necesidades humanas*. Barcelona: FUHEM/Icaria.
- Espinosa, A.; Kruscalla, N. (2004). Pobreza y calidad de vida en la costa Caribe colombiana, ORCARIBE 1997 y 2003. Cartagena.
- Fuhem/Icaria (1994), Storper, Michael. "The resurgence regional economies, ten years later: the region as a HISSONG, Robin "Las teorías y las prácticas de desarrollo desde la perspectiva de la modernidad". *En: Cuadernos ocasionales Centro Interdisciplinario de Estudios Regionales -CIDER-*. Universidad de los Andes. Bogotá, 1996.
- Fukuyama, F. (1996). *Confianza, las virtudes sociales y la capacidad para generar prosperidad*. Buenos Aires: Editorial Atlántida.
- García, Y.; Ruiz, P.; Valencia, S.; Aguado, I. & Soto, A. (2009). *Estudios en representaciones sociales*. Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.

- Gaviria, A. (2002). *Los que suben y los que bajan - Educación y movilidad social en Colombia*. Bogotá: FEDESARROLLO.
- González, J. (2004). Lo público, lo estatal y lo privado. En: *La política social desde la Constitución de 1991. ¿Una década perdida?* Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas Universidad Nacional de Colombia.
- Gutiérrez, A. (1995). El bienestar integral de la comunidad universitaria. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Vicerrectoría del Medio Universitario.
- Haq, M. (1995). *Reflections on human development*. Nueva York: Oxford University Press.
- Hissong, R. (1996). Las teorías y las prácticas de desarrollo desde la perspectiva de la modernidad. En: *Cuadernos ocasionales* No. 10. Centro Interdisciplinario de Estudios Regionales CIDER. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Hombres, R. (2010) La apertura: un autorreportaje a Rudolf Hombres. En: *El Tiempo*, Bogotá, febrero 21.
- Landreth, H. y Colander, D. (1994). *Historia del pensamiento económico*. México: Compañía Editorial Continental.
- Keynes, J.M. (1986). *La teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. Fondo de Cultura Económica.
- Martínez, E. (1994). Ciencia, tecnología y desarrollo: interrelaciones teóricas y metodológicas. Caracas: CEPAL-UNESCO.
- Montaño, J. (2005). La Costa, con la población pobre más numerosa. En: *El Heraldo*, Barranquilla, 17 de junio.
- Montenegro, A. (2000). Apertura y distribución del ingreso. En *El Tiempo*, Bogotá, febrero 21.
- Olea, R. (2001). Cuerpo, memoria, escritura. En N. Richards & A. Moreiras (Eds). *Pensar en la postdictadura*. Santiago: Cuarto Propio.
- Patiño, C. (1988). Pobreza y desarrollo. Su impacto sobre la infancia y la mujer. Bogotá: DNP- UNICEF.
- Rojas, D.; Rivas, P. & Rojas Z. (2004). Diagnóstico del sector comercio en Colombia, y la situación de los trabajadores. Recuperado el 20 de marzo de 2008 de: http://www.unionnetwork.org/unisite/regions/americas/sectors_groups/pdf/ColombiaCommerce2004-es.pdf
- Solow, R. (1986). A contribution to the theory of growth. En: *Quarterly Journal of Economics*.
- Storper, M. (1995). *The resurgence regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies*.
- Timana, Q. F. (1999). *La universidad pública y regional: un proyecto viable*. Barranquilla: Congreso Nacional de Educación Superior, diciembre.
- Tirado, A. y colaboradores (1986). *Nueva historia de Colombia*. Bogotá: Ed. Planeta.
- Uribe, A. (2002). Programa de gobierno: *mano firme, corazón grande. El camino de la confianza*. Bogotá.