

UCUENCA

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Ciencias de la Educación en la Especialización

de Historia y Geografía

Situación social de las comerciantes adultas mayores en el Mercado 10 de Agosto

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Educación en la especialización de Historia y Geografía

Autora:

Carolina Maribel Naranjo Vélez

CI: 0107047425

karolina-mnv@hotmail.com

Tutora:

Mg. Nancy Catalina Carrasco Aguilar

CI: 0102753795

Cuenca – Ecuador

23-enero-2023

Resumen:

El comercio surge por la necesidad de la sociedad de adquirir productos para cubrir sus necesidades, de esta manera se desarrolla el trueque, para el intercambio de bienes, y con el pasar del tiempo se crea y utiliza el espacio público conocido como plazas de mercado como un punto de inicio para el intercambio cultural y comercialización de productos, siendo netamente un centro de abastos con presencia mayoritaria de mujeres. En la ciudad de Cuenca, se evidencia un alto índice de participación femenina en los mercados de la ciudad, no obstante, no se ha encontrado un estudio en relación a edad y situación social de las mujeres comerciantes, por lo que, la presente investigación pretende dar a conocer las condiciones sociales y de vulnerabilidad de las mujeres comerciantes adultas mayores en el mercado 10 de agosto.

Para la recopilación de datos se han utilizado herramientas etnográficas como la observación y la aplicación de entrevistas semiestructuradas a 10 vendedoras. Debido a esto, la investigación está centrada en responder las problemáticas generadas al momento del transporte, adquisición, movilización y comercialización de productos. Así, mediante las entrevistas se pudo constatar el alto desequilibrio comercial y de oportunidades laborales por la edad y también por el tipo de venta al cual están sujetas las mujeres comerciantes.

Palabras claves: Adultas mayores. Vulnerabilidad. Actividad comercial. Mercado “Diez de Agosto”.

Abstract:

Trading comes from the necessity of the society to get products to cover those necessities, in this way they developed the barter, for the exchange of goods and with the pass of time they create and use the public space known as market places as a starting point for the cultural exchange and the commercialization of products, being a supply market with a majority presence of women. In the city of Cuenca, we can evidence a high rating of female participation in the markets around the city, perhaps, there is no studies about the age and social situation of the woman merchants, so, this investigation wants to announce the social conditions and vulnerability of older women merchants from 10 de Agosto market.

For the data collection, it was used some ethnographic tools like observations and semi-structured interviews to 10 women merchants. Because of this, the investigation centers on answer the general problematics at the time of transportation, purchase, mobilization and commercialization of products. Thereby, with the interviews it was possible to verify the high commercial and opportunity imbalance because of their age and the type of sale that women merchants are hold.

Keywords: Older adults. Vulnerability. Commercial activity. “Diez de Agosto” market.

Índice

Introducción	10
1. El Comercio en el Mercado 10 de Agosto: Contexto Histórico y Geográfico	13
1.1 Origen del Mercado en Cuenca	13
1.2 Mercado 10 de Agosto	15
1.3 Secciones de Comercio en el Mercado 10 de Agosto	19
1.4 Implementación del centro de Salud y Guardería en el mercado	23
1.5 La guardia ciudadana para el control del mercado	24
2 Las mujeres adultas en el mercado	26
2.1 Las vendedoras adultas mayores en el mercado	26
2.1 Mujeres comerciantes formales	27
2.2 Mujeres comerciantes informales	28
2.3 Mujeres del área rural en el mercado	30
3 La situación de las mujeres adultas mayores en el mercado 10 de Agosto	31
3.1 Experiencia en la recolección de datos	32
3.3 Origen y transporte de los productos destinados a la venta	35
3.4 La edad en el desenvolvimiento laboral	43
3.5 Entorno familiar en la labor de la mujer comerciante	44
3.6 La Formalidad de las mujeres comerciantes	46
3.7 La informalidad como problema para la comercialización	48
Conclusiones	53
Bibliografía	56
Anexos	59

Índice de Figuras

Figura 1: Traza Urbana 1557	14
Figura 2. Fachada del Mercado 10 de Agosto	15
Figura 3: Maqueta para la construcción del mercado 10 de Agosto	16
Figura 4: Nombres de personas fundadoras del mercado 10 de Agosto	17
Figura 6. María Morocho limpiando a un niño	20

Cabalonga	21
nidas.....	22
Figura 9: Niños en visita al planetario con el proyecto “Cero Trabajo Infantil”	23
Figura 10: Operativo en el ingreso del mercado 10 de agosto.....	24
Figura 11: Mujeres con puesto fijo en el mercado 10 de Agosto.....	28
Figura 12: Informalidad en la calle Ullauri (tiempos de antaño)	29
Figura 13: Mujer proveniente de Victoria del Portete.....	31
Figura 14: Visita de campo al domicilio	34
Figura 15: Crianza de cuyes por la señora María Zhagui.....	35
Figura 16: Mapa de las parroquias más comunes de donde llevan los productos hacia Cuenca	39
Figura 17: bus inter parroquial de Cuenca	41
Figura 18: Camioneta de cajón utilizado para movilización de productos	43
Figura 19: Mujer con puesto formal	47
Figura 20: Sección de verduras y granos en el mercado 10 de Agosto.....	48
Figura 21: Mujeres haciendo uso de canastas y cajas para la venta informal.....	49
Figura 22: Mujeres informales con puestos improvisados.....	50

Índice de gráficos

Gráfico 1: Origen obtención de productos.....	36
Gráfico 2: Lugar para la adquisición de productos	37
Gráfico 3. Lugar de origen de las mujeres comerciantes.....	38
Gráfico 4. Vehículo utilizado para el transporte	40
Gráfico 5: Edad propensa a iniciar las labores de comercialización.....	43
Gráfico 6: Entorno familiar	45

Índice de tablas

Tabla 1: Mujeres comerciantes entrevistadas del Mercado 10 de Agosto.....	33
Tabla 2. Buses con ruta al mercado 10 de Agosto.....	42
Tabla 3: Lista de precios según el tipo de venta.....	51

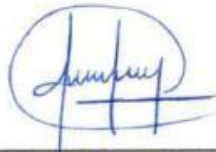
Tabla 4 : Modelo de Entrevista realizada al jefe de los guardias ciudadanos del mercado 10 de agosto.....	58
Tabla 5:Modelo de entrevista destinada a mujeres comerciantes formales	60
Tabla 6: Modelo de entrevista destinada a mujeres comerciantes informales.....	60
Tabla 7:Sistematización de datos a partir de la entrevista.....	63
Tabla 8:Sistematización de datos a partir de la entrevista.....	65

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Carolina Maribel Naranjo Vélez en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Situación social de las comerciantes adultas mayores en el mercado 10 de Agosto", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 23 de enero de 2023



Carolina Maribel Naranjo Vélez

C.I: 010704742-5

Cláusula de Propiedad Intelectual

Carolina Maribel Naranjo Vélez, autora del trabajo de titulación "Situación social de las comerciantes adultas mayores en el Mercado 10 de Agosto", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 23 de enero de 2023



Carolina Maribel Naranjo Vélez

C.I: 010704742-5

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios y a la Magister Catalina Carrasco por la oportunidad de trabajar a su lado, por los conocimientos brindados y por ser un apoyo durante la ejecución de este trabajo. De igual manera, agradezco a cada uno de los docentes que han sido participes en mi proceso como estudiante de Historia y Geografía y han brindado su conocimiento, tiempo y virtud en las aulas de la carrera.

Por otro lado, quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a cada una de las mujeres entrevistadas, quienes además de brindarme la información necesaria también me abrieron las puertas de su domicilio. Finalmente agradezco el apoyo brindado de mi familia, en especial de mi abuela quien ha sido, y siempre será mi pilar en todo momento.

Dedicatoria

A mi abuela Magdalena, quien desde mi infancia me apoyó incondicionalmente y ha sabido guiarme, dándome la fuerza y alentándome a salir adelante. A mi abuelo Jorge, a mis padres, a mis hermanas. A mi tía María, quien además de enlazar un fuerte lazo familiar ha sido quien me ha ayudado en los momentos difíciles, siendo una hermana mayor en todos los sentidos.

A mi esposo Mag, quien ha sido un apoyo y motivación durante toda la carrera; con quien un día prometimos superarnos y luchar por nuestros sueños y ahora lo estamos logrando, de la mano titularnos en las aulas de la Facultad de Filosofía.

Introducción:

La actividad comercial siempre ha estado presente en el acontecer humano. Desde sus primeros tiempos, las personas se han visto en la necesidad de relacionarse con el prójimo, estableciendo nexos estratégicos que satisfagan las necesidades y requerimientos de ambas partes, con el fin de lograr un beneficio mutuo. Tal es el caso que el comercio no solo se ha visto involucrado en relaciones internacionales, sino que, estudiado desde otro punto de vista; en toda región, provincia, ciudad, parroquia o pueblo por más pequeño que sea, existe el intercambio comercial para cubrir las necesidades del ser humano.

El comercio no distingue género, edad o estatus económico; por lo que absolutamente todas las personas pueden ejercer este rol; sin embargo, la diferenciación con el trato y oportunidades es notoria en cuanto al bajo reconocimiento femenino dentro de la labor comercial. Afirma González (2015) que los obstáculos legales y regulatorios son mayores para las mujeres según se desprende del informe Women, Business and the Law 2016, que afirma que el 90% de las 173 economías estudiadas tenían como mínimo una ley que dificulta las oportunidades económicas de las mujeres. Pues a partir de ello, existe la desigualdad, el abuso de poder, la inequidad social y el déficit económico lo que se refleja en diferentes puestos de trabajos y en donde las mujeres tienen cierta participación, como en el caso interno del país, las mujeres se han visto en la necesidad de laborar en diferentes plazas de trabajo, las cuales en muchas ocasiones no reconocen la importancia de su labor y el rol que cumplen en el espacio público o privado.

Uno de los principales centros de acogida para que las mujeres comerciantes puedan ejercer su derecho a un trabajo, son los mercados, estos espacios son conocidos como centro de acopio de productos ya sean o no de procedencia rural, y que están destinados a la comercialización de productos agrícolas o de alimentación para abastecer a la población. Los mercados han tomado gran relevancia debido a la variedad de productos ofertados, por ello son centros de visita habitual por propios y extraños, rescatando de este modo también que pueden ser un atractivo para los turistas. Es necesario reconocer que estos centros públicos se encuentran en zonas estratégicas donde se aglomeran mayor cantidad de personas, como en la ciudad de Cuenca, que a principios de la colonia se crea la plaza central con varios

puntos de venta y a mediados del siglo XX, dicha comercialización pasaría a concentrarse en los mercados 9 de octubre y 10 de agosto.

Además, por la aglomeración de personas también se generan ciertas molestias y problemas en cuanto a la infraestructura, la salud, la oportunidad laboral y sobre todo a la participación femenina en la comercialización. La vulnerabilidad de las mujeres es una de las principales problemáticas suscitadas, esto debido al desequilibrio laboral en relación a la edad y poca remuneración obtenida tras una larga jornada de trabajo. En las instalaciones del mercado 10 de Agosto se evidencia la participación de adultas mayores que dedican su tiempo a la venta de productos lo que desencadena en los riesgos a los cuales están expuestas por la diferenciación entre tipos de comercio, así como el modo de producción, adquisición y transporte de productos a este gran centro de abastos.

Por ello, se planteó en esta investigación conocer la situación social de las comerciantes adultas mayores en el mercado 10 de agosto. Ahora bien, este lugar fue elegido debido que durante las visitas realizadas a este predio se concluye que al estar en la urbe cuencana acoge a más gente procedente tanto de zonas rurales, así como de ciertas parroquias urbanas del cantón Cuenca lo que desencadena en un trabajo de cientos de personas, entre las que resalta el conglomerado de mujeres adultas mayores, que bajo la premisa de inclusión y participación social son las más vulnerables en su desenvolvimiento comercial.

En el presente trabajo el objetivo general es, analizar la problemática social de las mujeres comerciantes de la tercera edad en el mercado 10 de agosto, con el fin de recolectar datos y esclarecer las dificultades de comercialización, se han utilizado herramientas del método etnográfico; en primera instancia la observación participante para así conocer el desenvolvimiento de las mujeres comerciantes en el entorno social y los obstáculos que estas deben cubrir para la comercialización de sus productos y por otra parte, las entrevistas a 10 mujeres de la tercera edad con relación a la venta formal o informal utilizando la técnica de bola de nieve para la determinación de la muestra, también se contó con la entrevista al inspector de la Guardia Ciudadana.

Para un mejor abordaje del tema a estudiar, el presente trabajo de investigación se encuentra dividido en tres capítulos, en el primero de ellos se aborda la parte teórica, en donde se hace un breve recorrido en cuanto al comercio y la historia de los mercados en la ciudad de Cuenca,

UCUENCA

principalmente del mercado 10 de agosto. En el segundo capítulo, se estudia a la mujer como un grupo mayoritario en el sector económico de la sociedad, esto bajo el dominio comercial de las plazas públicas y con mayor énfasis en el mercado 10 de agosto; a esto se le suma la vulnerabilidad en la comercialización por su edad avanzada. Además, se analiza las restricciones de ventas y las ordenanzas de la Municipalidad de Cuenca como de la Institución de la Guardia Ciudadana a las que están sujetas.

Finalmente, en el tercer capítulo se abordarán los datos y por ende la discusión de resultados arrojados por las entrevistas realizadas, así como la experiencia en el campo de estudio. Este capítulo responde a 5 variables para un mejor entendimiento; lugar de origen tanto de las mujeres comerciantes como de los productos, transporte y movilización, formalidad e informalidad en la venta, el entorno familiar para el desenvolvimiento de la actividad comercial y la edad como problema de vulnerabilidad en el desempeño de las labores.

1. El Comercio en el Mercado 10 de Agosto: Contexto Histórico y Geográfico.

La comercialización de productos se ha desarrollado en la sociedad desde tiempos inmemorables, por ello, Artieda, J, Mera, R, Muñoz, M y Ortiz, P. (2017) señalan que el trueque nació como una de las primeras formas de comercio por la necesidad de tener lo que se requiere o cambiar algo por lo que ya se tenía (p.5). Este intercambio comercial principalmente fue adoptado por las primeras civilizaciones tales como la de los sumerios o egipcios; el cambalache era tan común a tal punto de generar conexiones internacionales que poco a poco fueron en aumento para conseguir una nueva forma de reembolso, introduciendo la moneda como base para la compra de objetos y lo que llevaría a una nueva valorización de productos. Luego, todas estas actividades se fueron estableciendo en espacios públicos conocidos como plazas y obteniendo el nombre de mercados. Desde esta perspectiva es importante conocer las características de la comercialización en el mercado 10 de agosto, de la ciudad de Cuenca.

1.1 Origen del Mercado en Cuenca

Los mercados son considerados como “espacios públicos donde se llevan a cabo actividades comerciales y sociales, en el cual personas de distintas partes se relacionan, generando un intercambio cultural, manteniendo viva la relación social a nivel local” (Medina, 2013, p. 89). La comercialización al ser una actividad de antaño se ha desarrollado a lo largo de calles y veredas, es necesario en este punto mencionar que en la ciudad de Cuenca en los predios del Parque Calderón ya existían tiendas de propios y carnicería, esto se ve reflejado en el mapa presentado a continuación de la traza urbana de Cuenca.

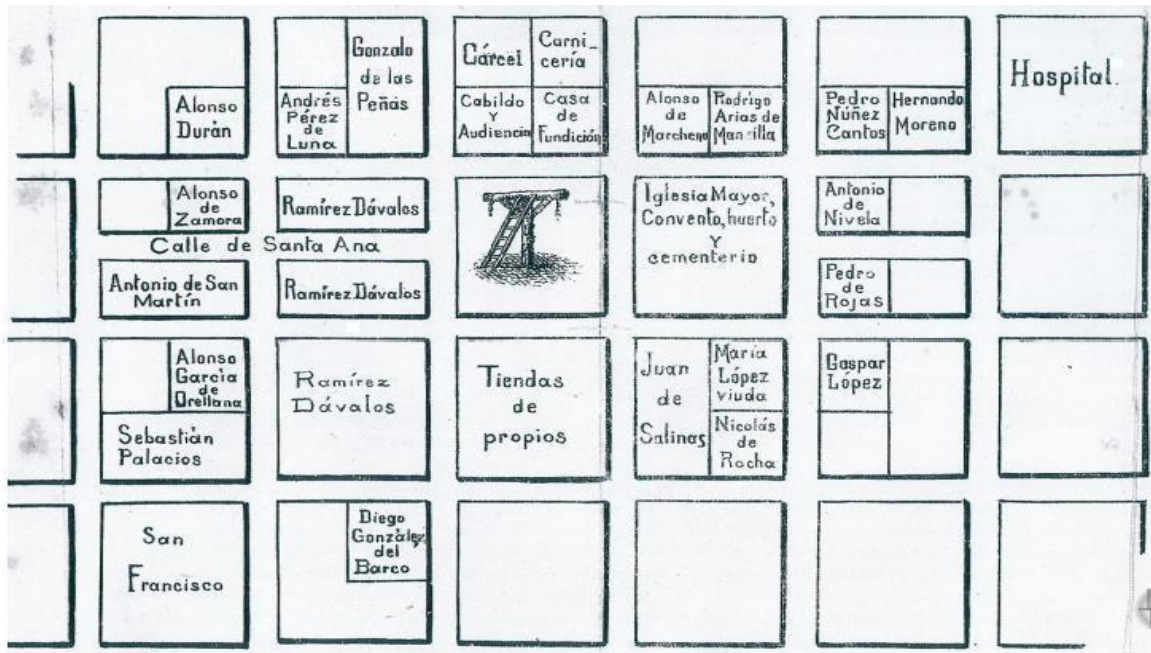


Figura 1: Traza Urbana 1557

Fuente: Archivo del Banco Central

<https://n9.cl/0jz7c>

Pese a que existían estas pequeñas tiendas, en la ciudad de Cuenca también se crea un espacio público de gran dimensión reconocido por ser el primer lugar destinado a la reunión de personas tanto de procedencia rural como de la urbe Cuencana con el fin de comercializar productos e intercambiar servicios. Ricardo Márquez Tapia, plantea en su publicación *Cuenca Colonial*, que Gil Ramírez Dávalos resolvió construir el primer espacio público en la ciudad donde se intercambiaban productos de origen agrícola y ganadero y se lo conocía con el nombre “Plaza de la Feria” (Boris Albornoz, 2016). Este centro de abastos estaba localizado en el territorio que hoy se conoce como “Plaza San Francisco” y hasta la mitad del siglo XX esta plaza desarrolló una actividad comercial muy dinámica, luego disminuyó su popularidad debido a la creación del mercado 10 de Agosto.

1.2 Mercado 10 de Agosto



Figura 2. Fachada del Mercado 10 de Agosto

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

El Mercado 10 de Agosto está ubicado en la parroquia Gil Ramírez Dávalos, en la Calle Larga, entre General Torres y Miguel Ullauri. Se inició la edificación en 1953 durante la alcaldía del Doctor Luis Moreno Mora, para concluir un año más tarde, cuando el Coronel Miguel Ángel Estrella pasa a ocupar el puesto como alcalde. (Junta de Andalucía, 2007). La construcción se proclamó necesaria tras la gran demanda de comerciantes y compradores que visitaban “La nueve”, debido a que las instalaciones no abastecían todas las necesidades de los consumidores. Por otra parte, se pretendía remediar “los problemas de insalubridad y falta de abastecimiento existentes en la plaza San Francisco; ya que no se cumplía con las normas higiénicas requeridas para expender productos, especialmente aquellos de origen cárnico (Loyola, 2007).

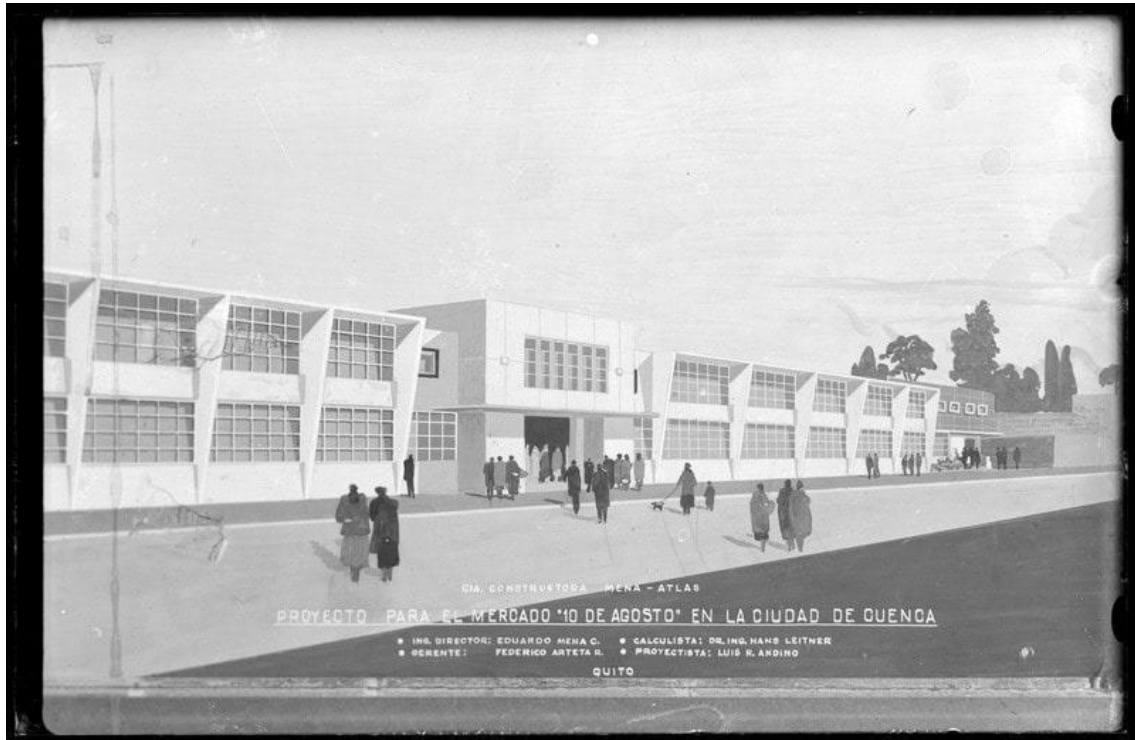


Figura 3: Maqueta para la construcción del mercado 10 de Agosto

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (1945)

Facebook – La Cuenca de Antaño

La construcción de este mercado además se llevó a cabo en la búsqueda de dar una solución para el problema de abastecimiento en el que se veía inmersa gran parte de la población proveniente de las zonas rurales por carecer de un local adecuado para la comercialización de productos de primera necesidad (Guía de Arquitectura de Cuenca, 2007). Considerando que: “el mercado junto con la plaza se convirtió en el núcleo más importante del barrio San Francisco durante la época republicana”. (Montesinos, Tómmbackk y Barzallo, 2015) se facilitó el acceso para todas las comerciantes que no contaban con un puesto dentro del mercado; ya que estaban sometidas a abusos y problemas por la ocupación de veredas y zonas aledañas.

El incremento del uso del espacio público provoca que los predios cercanos al mercado se vuelvan lugares conflictivos e inseguros; por lo que hubo la necesidad urgente de remodelar y ampliar el mercado (Junta de Andalucía, 2007). Esta remodelación, estuvo a cargo de los arquitectos Fabián Orellana Serrano y Augusto Pesantez Urgiles y diseñada por el ingeniero Diego Cordero (Junta de Andalucía 2007, pp.221-222). Entre las modificaciones se

encontraba la creación de un gran patio interior alrededor del cual se organizaron los diferentes espacios del mercado, también el ensanche del edificio en la Calle Larga generando un atrio de ingreso y finalmente se adicionó un edificio nuevo en el predio perteneciente a la plataforma Tomebamba. La reinauguración de la obra se realizó en abril del 2004 (Junta de Andalucía, 2007), y en la actualidad se encuentra compuesto por dos plantas destinadas a la comercialización de productos de toda clase; desde comestibles, vestimenta y entretenimiento.

En la primera planta se ubica la venta de hortalizas, frutas, carnes, mariscos y algunas abacerías de productos alimenticios. La segunda planta peculiarmente está compuesta por zonas de comida, vestimenta y productos elaborados en mimbre, caucho, entre otros. Al ingresar, al establecimiento se puede observar una placa de mármol con los nombres inscritos de alcaldes y concejales fundadores del mercado (Figura 3). Es notable la modificación y avance tecnológico del establecimiento; por lo que al ingreso por la puerta principal se pueden observar dos gradas eléctricas y un ascensor en el medio, lo que permite ser inclusivo en cuanto a personas con discapacidad motora. Pese a las modificaciones y mejoras realizadas; “es evidente la inseguridad existente en los mercados; ya que las denuncias de robos, asaltos, microtráfico y alcoholismo son a diario, pese a los controles que ejercen las instituciones” (El Telégrafo, 2017, s.p).

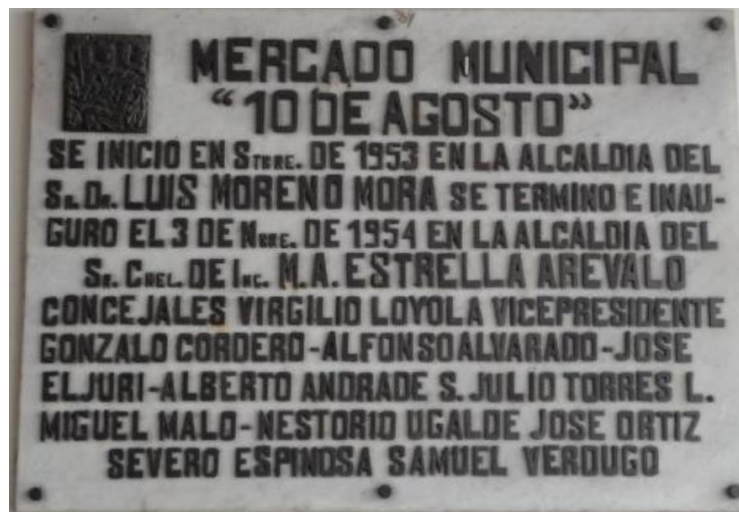


Figura 4: Nombres de personas fundadoras del mercado 10 de Agosto

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

En esta reestructuración se contempló la creación de un gran patio al interior como espacio generatriz de la organización del mercado, la implementación de 650 puestos destinados a la venta, así como un área de comidas con capacidad para mil personas, entre otros servicios. (El Universo, 2004). En la actualidad se pretende manejar un control sobre el uso del espacio considerando el “Art 45. El Mercado 10 de Agosto, en su conjunto, las áreas de uso público, las de uso común y los bienes de dominio privado son una integridad afectada y destinada al servicio público.” (Municipalidad de Cuenca, 2004); por lo que la Alcaldía y otras entidades pretenden brindar el apoyo necesario para mantener las instalaciones en un estado que solvamente la armonía para los visitantes del lugar.

Por otra parte, en medio de los planes de remodelación del mercado en el año 2019, se incluyó la modificación de la fachada de este centro de provisiones, en este sentido tres murales fueron implantados a lo largo de la puerta principal realizados por “el francés Alexandre Perrin (The Samor) y el ecuatoriano Martín Arévalo (Mathiz Skillz), son parte de las obras de arte urbanas entregadas a la ciudad durante el II Festival de Culturas Urbanas”. (El telégrafo, 2019). Como se observará a continuación, en la primera pintura se encuentra representada la “Chola Cuencana”, inspirada en una mujer comerciante del mismo mercado y el segundo ejemplar simboliza a la Catedral de la Inmaculada Concepción rodeada de un mercado con variedad de colores y dinamismo de la gente.



Figura 5: Murales del mercado 10 de Agosto
Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

1.3 Secciones de Comercio en el Mercado 10 de Agosto

En las instalaciones del mercado 10 Agosto y bajo la remodelación efectuada se ha estructurado el lugar con el fin de abarcar varias actividades comerciales bajo un orden y jerarquía de tal manera que los consumidores tengan acceso al cien por ciento de las instalaciones en beneficio de la ciudadanía. Por este motivo, en la planta baja al ingresar por la puerta principal al lateral izquierdo se encuentran las tiendas de abastos, que en su mayoría pertenecen a gente inmersa en un PEA activo y que ofrecen productos procesados o que en general ya están empaquetados y son distribuidos por grandes fábricas pero que, siguen siendo parte de los artículos de primera necesidad.

Este mercado es reconocido además por los procedimientos ancestrales que ofrecen, tales como las limpias, que se realizan los martes y viernes; dichas curaciones están a cargo de mujeres procedentes del área rural que se ubican al interior del mercado junto a la grada de acceso al segundo piso y que son reconocidas peculiarmente por prestar atención a enfermedades o creencias que la medicina no puede curar. En este sentido, es común observar tanto a personas nacionales como extranjeros, que se someten a estas prácticas para sanar enfermedades estomacales, del corazón, emocionales o incluso sobrenaturales como el espanto, dichas prácticas están asociadas con el uso del huevo de gallina, cuy negro, trago, vela de cebo, ceniza, inciensos y sobre todo plantas medicinales.

La utilización de estos insumos, será en función al mal que se quiere tratar, por lo que las mujeres “curanderas” deben tener un amplio conocimiento en cuanto a la utilidad de estos recursos para las diversas dolencias. Por ejemplo, para tratar el mal de ojo, utiliza una variedad de hierbas, como manzanilla, Santa María, sauco, poleo, arrayán, eucalipto, laurel, entre otras. (*Lineida Castillo, Diario El Comercio, 2019*). Dicho mal se cree, es originado por una persona que tiene energía negativa y que solo con ver a otra persona puede generarle molestias. La afluencia de personas creyentes en la medicina ancestral es elevada, como comenta la señora Coronel en una entrevista para el Diario el Comercio; “Por día atiende a 15 pacientes, la mayoría niños y cuando son recién nacidos se recomienda colocarles una pulsera roja elaborada con semillas naturales o una bolsita roja con un ajo. “Sirven como amuletos preventivos”. (*Rosa Coronel entrevista por Lineida Castillo, Diario el Comercio, 2019*).



Figura 6. María Morocho limpiando a un niño

Fuente: Lineida Castillo, Diario El Comercio (2019)

Periódico digital - Google

Los diferentes productos relacionados a la curación tales como; la cabalonga las colonias, las velas, las pulseras rojas de semillas naturales, los inciensos; son comercializados “en las inmediaciones de la plaza de San Francisco y el mercado 10 de Agosto, hay más de 50 tiendas y puestos que venden estos accesorios. (Lineida Castillo, Diario el Comercio, 2019). Las limpias tienen una duración aproximada de diez minutos, sin embargo, depende de la dolencia o la limpia que se está realizando ya que en algunas ocasiones si el paciente está con gran dolencia se deberá hacer hasta tres curaciones.



Figura 7. Semilla de Cabalonga

Fuente: CIDAP, (2016)

<https://n9.cl/811ud>

Continuando en la primera planta, en la parte de atrás del mercado se encuentra la zona de mariscos, lo que genera alto dinamismo en el mercado por la variedad de productos que ofrece. El área de frutas por su parte, se encuentra en la parte lateral derecha con una amplia gama de productos procedentes de las diferentes regiones del Ecuador; mientras que al ingreso en la parte lateral antes de ingresar a los puestos de frutas se encuentran mujeres con pequeños puestos improvisados en los que apenas cuentan con un par de baldes para la venta de quesillo, granos, excedentes de sus huertas y productos elaborados como pan de leña, humitas, entre otros.

La producción de queso, quesillo, manjar y demás derivados de la leche son los productos más comunes en las plazas y mercados municipales. Ahora bien, según testimonios de las informantes entrevistadas se puede hablar que el 90% de ellas se dedica a la crianza de animales y por lo tanto obtienen la leche como segundo producto altamente valorado para la creación de los productos antes mencionados; sin embargo, el tiempo que les toma elaborar el queso o quesillo sobrepasa al disponible. En consecuencia, muchas de ellas venden en su propio domicilio la leche sobrante llegando a costar el litro entre \$0.25 a \$0.45.

En la segunda planta, se observa un panorama distinto ya que al subir por las gradas de concreto la primera impresión visualizada es el patio de comidas que con la remodelación se reubicaron a algunas vendedoras y se mejoró el espacio enfocado en la venta y sobre todo en

la zona de consumo de productos para los visitantes. De este modo, los productos que mayormente llaman la atención son los platos tradicionales como es el hornado, sancocho, cuy, almuerzo en general y también cuentan con zona exclusiva destinada a la comercialización de desayunos y de jugos naturales, todo este sector de comestibles está provisto por gran cantidad de mesas y sillas para una comodidad de los usuarios, y una buena administración en cuanto a su uso, es necesario reconocer además, que durante la pandemia se implementaron puntos de sanitización y lavado de las manos para así poder acceder al consumo de los diferentes productos y por otra parte, se establecieron en el piso puntos estratégicos para mantener un distanciamiento al momento de ordenar la comida.



Figura 8: Patio de comidas

Fuente: Municipio de Cuenca (2020)

Twitter - <https://n9.cl/k13do>

Al continuar con el recorrido en lo que compete al segundo piso se puede observar la venta informal ocasional del “sombrero de paja toquilla lo que ha dado identidad no sólo a la localidad sino a la región”. (Méndez, 2014 p. 31). En ese sentido, su fabricación ha sido reconocida como una actividad de antaño y su producción pese a que toma gran inversión de tiempo, no tiene gran valor en el mercado, es decir, el costo de la producción es muy bajo en comparación con el tiempo invertido por lo que un sombrero puede llegar a costar entre cinco y diez dólares en relación al modelo y calidad.

En la parte central se encuentran las secciones por tipo de productos tales como: la zona de granos cocinados, en la parte lateral derecha se encuentra el área de plantas y flores medicinales, mientras que domina entre los puestos el área de verduras y hortalizas, de este modo se puede resaltar que algunos de los productos más vendidos o comunes de encontrar en el mercado son de procedencia rural. Para un mejor entendimiento del origen de los productos es necesario traer a colación la investigación preliminar realizada con la participación de las mujeres entrevistadas y que esta plasmada en el tercer capítulo.

1.4 Implementación del centro de Salud y Guardería en el mercado

En las instalaciones del mercado 10 de Agosto; así como en otros mercados de la capital azuaya, se han implementado proyectos para niños que acuden diariamente a estos espacios públicos. Por ello, alrededor de “200 niños, hijos de comerciantes del mercado 10 de Agosto están inscritos en el proyecto vacacional “Cero Trabajo Infantil” la jornada inicia en grupos de hasta 30 niños” (Municipalidad de Cuenca, s/f). Esta iniciativa se creó para la ejecución de actividades de distracción y así dar solución a la labor de comercialización de productos a los cuales están destinados niños y niñas durante el periodo de vacaciones. Además, se ha creado un espacio público conocido como guardería con el fin de dar atención a los hijos de las mujeres comerciantes que no tienen el tiempo suficiente para cuidarlos y también para hacer un seguimiento y control de tareas.



Figura 9: Niños en visita al planetario con el proyecto “Cero Trabajo Infantil”

Fuente: Alcaldía de Cuenca s/f

shorturl.at/FMU02

1.5 La guardia ciudadana para el control del mercado

La Guardia Ciudadana es “una institución pública de la Administración Municipal que controla el espacio público, refuerza la seguridad junto a los actores del orden y seguridad ciudadana en el cantón Cuenca, preparada para apoyar cualquier desastre natural y colaborar con la población mediante acciones solidarias de apoyo, auxilio inmediato y turístico. (Municipalidad de Cuenca s/f). En consecuencia, problemáticas como la informalidad, los libadores o la delincuencia, están sometidos bajo el control de esta entidad. Con respecto a la informalidad de los vendedores, según el Art. 3.- Se prohíbe en las áreas de uso público del Cantón, la exhibición o venta, ambulancia o estacionaria, de productos alimenticios primarios, tales como: frutas, verduras, hortalizas, productos cárnicos y demás que se comercializan al interior de los mercados. (GAD, Municipalidad de Cuenca, 2003). De esta forma se realiza la importancia y el respaldo a los comerciantes que cuentan con un puesto fijo para que puedan distribuir dentro del mercado cualquier tipo de producto conforme a la ley.



Figura 10: Operativo en el ingreso del mercado 10 de agosto

Fuente: Guardia Ciudadana (2021)

shorturl.at/ahvBV

Además, en cuanto a la participación de la Guardia Ciudadana con respecto a la informalidad de las comerciantes, en el proyecto de Ordenanza que regula las actividades del comercio ambulatorio y otras, en los espacios públicos del área urbana del cantón Cuenca (2017) proponen varios artículos, del cual se rescatan dos de ellos para un mejor entendimiento de la actividad comercial.

- Art. 3.- Prohíbese en las áreas de uso público del Cantón, la exhibición o venta, ambulatoria o estacionaria, de productos alimenticios primarios, tales como: frutas, verduras, hortalizas, productos cárnicos y demás que se comercializan al interior de los mercados. (Guardia Ciudadana, 2017).
- Art. 23.- Las personas que tengan licencia para realizar las actividades comerciales en espacios de uso público, deberán estar uniformadas con la vestimenta establecida de común acuerdo con la Dirección de Control Municipal. (Guardia Ciudadana, 2017).

Por otra parte, pese a las restricciones especialmente de productos perecibles destinados a la comercialización en el espacio público, hay ciertas actividades relacionadas a la comercialización que, si se pueden realizar y a pesar que esta actividad no esté tan arraigada en las inmediaciones de los mercados en los predios del centro de abastos 10 de agosto si se encuentra con una participación principalmente femenina.

- Art. 11.- Núcleo Restringido del Centro Histórico. - En esta área se limitan toda clase de actividades comerciales, estacionarias o ambulatorias, que ocupen espacios públicos. Sin embargo, se permitirán las actividades propias de la vida urbana y que corresponden a la tradición de la comuna, tales como la exhibición y venta de flores, periódicos, revistas, loterías, confites, servicio de lustrabotas, fotógrafos, teléfonos de uso público, plastificación de documentos. Estas actividades y servicios se prestarán bajo las condiciones establecidas por la Municipalidad. (GAD Municipal de Cuenca, 2003).

2 Las mujeres adultas en el mercado

Un cambio importante en la sociedad desde mitad del siglo XX, ha sido la incorporación de las mujeres al campo laboral, como producto de una lucha de algunos colectivos. Sin embargo, un espacio público donde siempre ha habido presencia de mujeres, es el mercado, lugar en el que también se han desarrollado desigualdades por género, y si ha esto se suma la edad, las adultas mayores es un grupo en situación de vulnerabilidad. Es así que se va conocer en el siguiente capítulo, los factores que influyen a que se desarrolle esta situación.

2.1 Las vendedoras adultas mayores en el mercado

La edad juega un papel importante en el desenvolvimiento social de las personas por lo que la longevidad presenta importantes desafíos para los sectores públicos, en cuanto a una articulación en el campo laboral. Según la tabla publicada por el INEC, 201.495 mujeres en el Ecuador lo que representa a 7.9% de la totalidad, se encuentra superando el límite de edad para la labor, es decir, sobrepasan los 65 años. Sin embargo, en el caso del trabajo de “servicios y venta donde hay mayoritariamente mujeres, 30% de las personas que se encuentran en esta categoría trabajan entre 46 a 80 horas por semana”. (Méndez, 2014, p. 36) por lo que se da un excedente de horas laborables; ya que además de invertir el tiempo en la venta también lo hacen en la producción.

Entonces, el trabajo excesivo es sin duda una fuente de extrema peligrosidad sobre todo para personas ancianas por lo que son vulnerables a la fatiga y otras dolencias. Las labores que facilitan la dinamización de la economía siguen siendo de corte tradicional con relación a la actividad productiva de las mujeres adultas mayores que se desenvuelven en espacios públicos conocidos como mercados donde se llevan a cabo ciertas “actividades comerciales y sociales, en los cuales, personas de distintas procedencias se relacionan, generando un intercambio cultural, manteniendo viva la relación social a nivel local (Medina, 2013). Por ello, en la ciudad de Cuenca los mercados se encuentran localizados en ciertas zonas estratégicas de fácil acceso para la sociedad; de allí que sea común encontrar mercados en los alrededores de la urbe.

El mercado 10 de Agosto por ejemplo, es un centro de abastos situado a pocas cuadras del Parque Calderón y de la Plaza de San Francisco, este lugar es una pieza clave para el dinamismo económico de la ciudad ya que al hablar de las mujeres y su actividad laboral

claramente se evidencia que visitan esta plaza con el fin de comercializar productos de primera necesidad; sin dar menos importancia a la Feria Libre, 9 de Octubre, entre otras plazas. El mercado 10 de Agosto ha resaltado por su aglomeración de personas especialmente de procedencia rural diferenciado esto por su vestimenta y por otra parte, también es un centro de visita de mujeres adultas mayores que buscan en este lugar un sustento económico debido a la falta de espacios públicos para la comercialización.

2.1 Mujeres comerciantes formales

El comercio formal es importante ya que “tiene la capacidad de impulsar la economía de un país, dinamizarla, diversificarla, y producir riqueza para sus ciudadanos” (Comercio, 2017). Esto bajo los reglamentos dados ya sea por el gobierno o por la municipalidad de cada provincia. Es necesario mencionar, que pese a que se cuenta con el permiso o los requisitos necesarios el comercio formal se desarrolla plenamente en espacios destinados para esta actividad, pueden ser en los mercados para una venta permanente o incluso solo en carpas para una venta ocasional. Por ello en la ciudad de Cuenca y bajo las ordenanzas del GAD se menciona al siguiente artículo:

Art. 13.- Con fines de promoción turística y cultural, se podrán utilizar, en ciertos horarios, los espacios de las veredas y portales contiguos que lo permitan, para actividades comerciales que las desarrollen quienes presten servicios de comercio formal en el Núcleo Restringido del Centro Histórico. (GAD Municipalidad de Cuenca, 2003).

Por otra parte, en la ciudad de Cuenca la participación de la mujer dentro del comercio formal, está bajo el cumplimiento de los requisitos que solicita la Ilustre Municipalidad de Cuenca, dichos requerimientos están dirigidos a todos los ciudadanos, pero en relación a las mujeres, ellas pueden obtener un permiso de funcionamiento de algún local o solicitar la colocación de una carpa independientemente del lugar para la comercialización de productos. Al referirnos a los mercados de la ciudad de Cuenca y con principal énfasis al mercado 10 de Agosto, es necesario que acudan a la Dirección de Mercados para sacar su respectivo permiso y poder hacer uso del mismo en la plaza, feria o mercado seleccionado y así poder ejercer su derecho a un puesto para la posterior comercialización de productos.



Figura 11: Mujeres con puesto fijo en el mercado 10 de Agosto

Fuente: Tripadvisor (2020)

shorturl.at/aIJMZ

2.2 Mujeres comerciantes informales

Autores como Quishpe y otros, (2020) señalan que la informalidad suele ser asociada con la pobreza, también se reconoce como una barrera para el crecimiento económico por sus efectos negativos sobre las condiciones de trabajo y la productividad. De este modo, según el Instituto Nacional de Censos en el apartado de trabajo, la informalidad de las mujeres se evidenciaba mediante la venta en las calles con una cantidad de 51.775 mujeres en el año 2012. (Ecuador en Cifras III, 2018). En este sentido, gran parte de la población ecuatoriana no cuenta con un lugar establecido para la comercialización por lo que se empeñan en recorrer distintas zonas para alcanzar la venta de la totalidad de sus productos dentro de la jornada laboral. En el marco de esta investigación, el tópico referido a las mujeres comerciantes informales tiene una significación especial, debido a que el sector de ventas y comercio, la informalidad siempre ha estado presente, como una especie de complementariedad del comercio formal.

UCUENCA

En lo que respecta a la ciudad de Cuenca, “según el catastro de la Dirección de Mercados, alrededor de los centros de abastos de la ciudad hay aproximadamente 2.000 vendedores informales”. (El Mercurio, 2019). Por ello, se visualiza una extensa comercialización de productos de diferentes procedencias o lugares, y en gran medida se intensifica la venta de productos obtenidos del área rural y que son comercializados en las aceras del mercado, por lo que se estima que “en Cuenca 3 mil personas viven actualmente del comercio informal, de las cuales el 70% son mujeres, según datos de la Empresa Municipal de Desarrollo Económico” (EDEC, 2016). Así, en el Mercado 10 de Agosto se implementó un estudio de caso para el análisis de los productos de mayor demanda, que además son comercializados por mujeres adultas mayores que proceden de diferentes zonas rurales de Cuenca, y en muchos de los casos comercializan los productos sin un puesto fijo, dichos datos serán analizados en el siguiente capítulo.



Figura 12: Informalidad en la calle Ullauri (tiempos de antaño)

Fuente: Facebook del mercado 10 de Agosto (2021)

2.3 Mujeres del área rural en el mercado

Diferenciar entre lo rural y lo urbano es cuestión común y antigua, pues suele aludir a lo urbano como sinónimo de ciudadano, urbe, “modernización”, mientras que lo rural se acuña a lo campestre, natural y “primitivo”. Esta distinción se expande hacia todos los terrenos y escenarios, entre ellos la mujer, así el género es un factor fundamental de distinción entre las sociedades; y en temas relacionados con el poder, la política, la economía y la sociedad en general, la distinción suele acentuarse aún más. Pese al auge ciudadano producto de la industrialización de las sociedades, la ruralización no ha cesado, y sorpresivamente se ha venido acentuando a medida que avanza el tiempo, y en ella la mujer ocupa, se quiera o no, un lugar protagónico.

La feminización de las áreas rurales puede llevar a que las mujeres sean reconocidas como cabezas de familia temporales y a una redistribución de las tareas productivas y reproductivas dentro del hogar y la comunidad. (Foro Global sobre Seguridad Alimentaria y Nutrición, 2017, p. 2)

Esto producto mismo de los discursos reivindicatorios en popularidad en los últimos años, que han venido cobrando fuerza a través de movimientos como el feminismo, que han intentado integrar a la mujer en el campo social. Así pues, trasladar esta premisa al ámbito rural pudiera conllevar a interesantes cambios, como que las mujeres ya no solo serían amas de casa, sino además sostén del hogar, y en ciertas ocasiones podría hasta relevar al hombre en las labores destinadas al sustento económico de la familia, siendo el caso de la participación femenina en plazas públicas destinadas a la comercialización en productos y que peculiarmente por su origen rural tienen un mayor reconocimiento en este campolaboral.

En las distintas plazas y mercados la participación femenina es notoria al ser el grupo más vulnerable en cuanto a un puesto laboral se trata, esto bajo la creencia de que el hombre se ocupará de trabajos que demanden mayor esfuerzo corporal y por lo tanto la mujer estará envuelta en actividades de producción o venta de productos. Por ello, en los distintos mercados de la ciudad de Cuenca la participación es mayoritariamente femenina, ya sea al momento de acudir como clientes o como comerciantes en las instalaciones de este centro de abastos. Además, haciendo alusión a la ruralidad de estas mujeres vendedoras es notorio su

origen denotado por la forma de vestir o incluso de hablar y así mismo por la cantidad y diferenciación de productos llevados para su comercialización.



Figura 13: Mujer proveniente de Victoria del Portete

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

3 La situación de las mujeres adultas mayores en el mercado 10 de Agosto

La participación de las mujeres en los espacios públicos es notoria sobre todo al momento de comercializar productos, no obstante, están sujetas a prácticas de vulnerabilidad que pueden atentar contra su desarrollo comercial, además de las complicaciones y limitaciones al momento de desenvolverse en el medio social como vendedoras. Por ello, a partir de las entrevistas a 10 mujeres adultas mayores que comercializan ya sea al interior o en las inmediaciones al Mercado 10 de Agosto se recolectaron datos que responden a cinco variables tales como: origen y transporte de los productos, edad, entorno familiar, formalidad e informalidad en la venta. Estas premisas ayudaran a un mejor entendimiento del trabajo de campo realizado y responderán a la situación social de las mujeres adultas mayores en el mercado 10 de Agosto.

3.1 Experiencia en la recolección de datos

La presente investigación que lleva por nombre la “Situación social de las comerciantes adultas mayores en el mercado 10 de Agosto”. Se dio por acudir al lugar por comprar algunos víveres por lo cual, se observó a muchas mujeres que venden productos sin tener un puesto fijo, pero lo que más llamó la atención es la edad de este grupo de trabajadoras y el arduo trabajo que hacen, además de las condiciones en las que se encuentran para poder ejercer la venta de productos. Fue así como se iniciaron las visitas al mercado 10 de agosto en el mes de noviembre del año 2020, las mismas fueron de hasta 2 veces por semana, recalando en este punto que la pandemia del COVID ya estaba plasmada en la ciudad lo que dificultó en gran medida el trato con las comerciantes y en especial con mujeres de la tercera edad por lo que no salían con frecuencia a vender los productos por el miedo causado a partir de esta enfermedad.

Pese a este gran obstáculo y con las visitas realizadas a este centro de abastos se pudo identificar a las 10 mujeres comerciantes que asistirían para la recolección de la información (Tabla 3), la información fue tomada en grabaciones con el celular, lo que también dificultaba la recolección de datos; pues algunas mujeres se sentían intimidadas por el uso de este aparato electrónico, a esto se le suma emociones vividas al momento de contar su historia y los desvíos de información, esto porque durante la entrevista estaban en su horario de trabajo y obviamente necesitaban ofrecer y vender sus productos.

Población				
Comerciantes	Edad	Origen	Tipo de venta	Origen de productos
María Zhagui	72	Baños	Informal	Baños
Zoila Rodas	65	Victoria del Portete	Formal – 452	Feria libre
Rosa Zhunio	68	San Juan de Narancay	Formal – 047	Domicilio o Feria Libre
Olga Llaupa	69	Victoria del Portete	Informal	Feria Libre
Ana Dután	68	Narancay	Informal	Narancay

Rosa Chuquimarca	65	Baños	Formal – 036	Baños
Ana María Chillogalli	74	Sinincay1	Informal	Sinincay
Fátima Gualpa	66	Tarqui	Informal	Tarqui
María Sancho	78	Baños	Formal- 455	Baños
Francisca Tigre	82	Victoria del Portete	Formal	Victoria del Portete

Tabla 1: Mujeres comerciantes entrevistadas del Mercado 10 de Agosto

Autora: Carolina Naranjo (2020)

Una vez tomado los datos se procedió al análisis, separación e interpretación de los mismos bajo las variables que estarán resaltadas en la parte posterior y que ayudarán al entendimiento y respuesta del tema investigación. Es necesario mencionar en este punto que gracias a la utilización de herramientas etnográficas tales como la entrevista y la observación se dio ejecución a la propuesta de estudio; pues gracias a ello la obtención de datos se dio de una manera ordenada con un objetivo claro de investigar la situación social de las mujeres comerciantes con edad avanzada.

Para un mejor entendimiento, en el desarrollo del presente capítulo se han desglosado las variables de estudio que responderán a resolver la pregunta de investigación; por ello a lo largo del desarrollo nos enfocamos en la edad de las mujeres comerciantes y partir de ello las problemáticas nacientes al momento de la obtención, transporte y comercialización de productos. Por ello, se realizaron tablas con los datos recabados y de esa forma se hacen comparaciones como por ejemplo de los valores a pagar para poder movilizarse o incluso del entorno familiar a la cual están sujetas las mujeres comerciantes.

3.2 Acercamiento a las mujeres comerciantes: convivencia en el domicilio

Tres fueron las visitas realizadas al domicilio de la señora María Zhagui una de las mujeres entrevistadas que comercializa informalmente en los alrededores del mercado 10 de Agosto, en las cuales se pudo observar de manera minuciosa las actividades realizadas, así como las dificultades en su cotidianidad. Estos acercamientos, comenzaron en el mes de abril de 2021 cuando la pandemia aún estaba en auge, pese a eso la señora aceptó recibir visitas de estudio

en su domicilio localizado en Baños. La primera visita duró alrededor de dos horas en las que únicamente se entabló una extensa conversación con la mujer comerciante y con su familia, además de conocer su propiedad destinada a la producción de verduras y crianza de animales.



Figura 14: Visita de campo al domicilio

Fotografiado por: Mag Quito (2021)

La segunda visita se realizó un día martes desde las 8h00 de la mañana. En esta ocasión, se tuvo la oportunidad de realizar las tareas agrícolas junto con la mujer adulta mayor y su familia, entre las actividades que se realizaron estaban cosechar lechugas y cebolla para posteriormente trasladar estos productos al mercado 10 de agosto, para esto se hizo uso de una camioneta de un vecino de la mujer comerciante quien cobro \$1 para llevar los productos junto con las personas hasta la plaza central de Baños, posteriormente se utilizó un bus urbano (Línea 12), el pasaje tiene un costo de \$0.30 por persona y \$0.15 tarifa preferencial de tercera edad, una vez arribado al lugar al no contar con un puesto fijo, se tuvo que pagar un valor de \$1.50 para que la dueña de un domicilio ubicado en la calle Larga permita utilizar su portón para la venta de los productos. Finalmente, la tercera vez que se acudió al domicilio fue para recolectar datos faltantes y convivir con la mujer comerciante una vez más en la labor dentro de su domicilio como ama de casa y crianza de cuyes.



Figura 15: Crianza de cuyes por la señora María Zhagui

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

3.3 Origen y transporte de los productos destinados a la venta

Según el testimonio de casi todas las entrevistadas, los productos que comercializan tanto a las afueras como en el interior del mercado tienen su origen en la adquisición directa a los mayoristas que se acentúan en lugares de gran afluencia de comerciantes como la Feria Libre y por otro lado, también existe la venta de los excedentes de las huertas. Así, por ejemplo, las señoras Olga Llaupa, Ana Dután, María Sancho, Rosa Zhunio, Zoila Rodas, compran la variedad de productos, frutas y verduras en otro mercado distinto al 10 de agosto y luego transportan para su venta. Otras mujeres, por el contrario, como las señoras María Zhagui, o Fátima Gualpa cultivan varios productos tales como la cebolla, el cilantro, las lechugas y el ajo, y salen a vender en el mercado lo poco que producen.

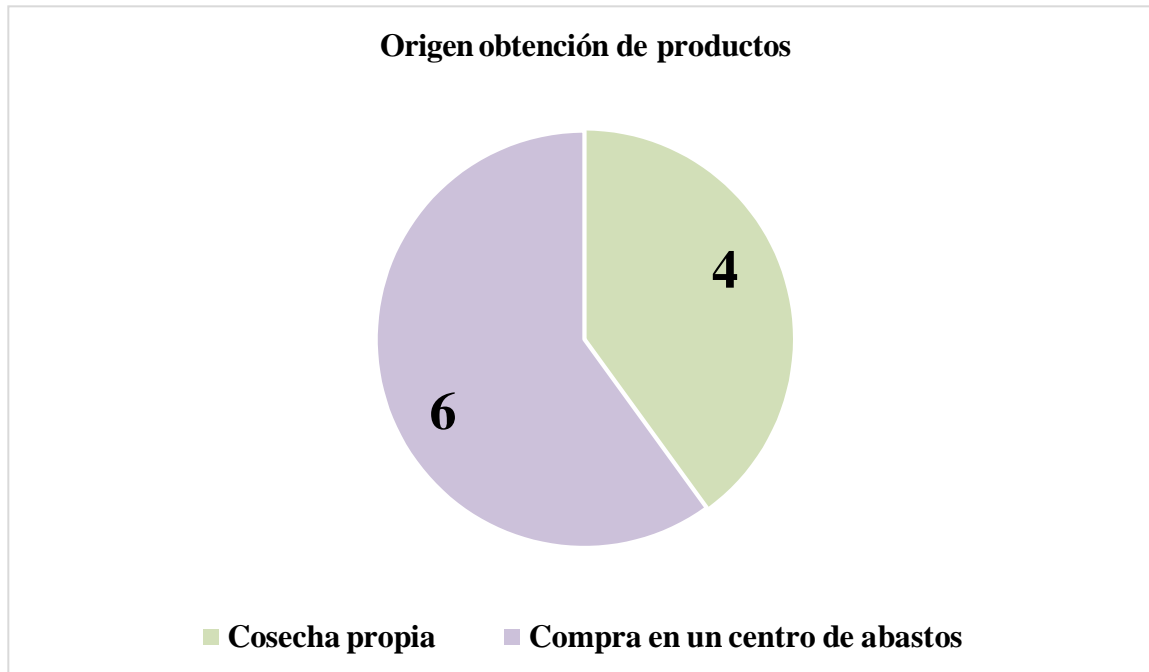


Gráfico 1: Origen obtención de productos

Elaborado por: Carolina Naranjo (2022)

A partir de lo mencionado anteriormente, en el gráfico 2, se puede observar que 6 mujeres comerciantes adquieren sus productos en un lugar lejano 10 de Agosto, y de este total, 4 vendedoras compran los artículos en la Feria Libre. Según Rosa Zhunio (2020) “este lugar es el más surtido en cuanto a productos agrícolas y además encuentra precios muy accesibles para así poder llevar y vender en el mercado 10 de Agosto”. Dicho centro de abastos, en realidad si cuenta con gran afluencia de productores y mayoristas con grandes extensiones de terreno y así mismo con una cantidad elevada de cajas de productos que son distribuidos a las comerciantes, por otra parte, la señora Olga Llaupa, otra de las comerciantes entrevistadas dice: “en la Feria Libre puedo encontrar por ejemplo la caja de tomate de jugo a 6 dólares, mientras que en otro lados como en la 27 de febrero que he visitado me dan en 8 dólares” lo que notoriamente desencadena en una variación y aceptación de este lugar por el precio de venta. En lo que corresponde a la plataforma de Narancay o al mercado 9 de octubre, la afluencia es menos debido a la lejanía, tanto con el domicilio y con el punto de comercialización.

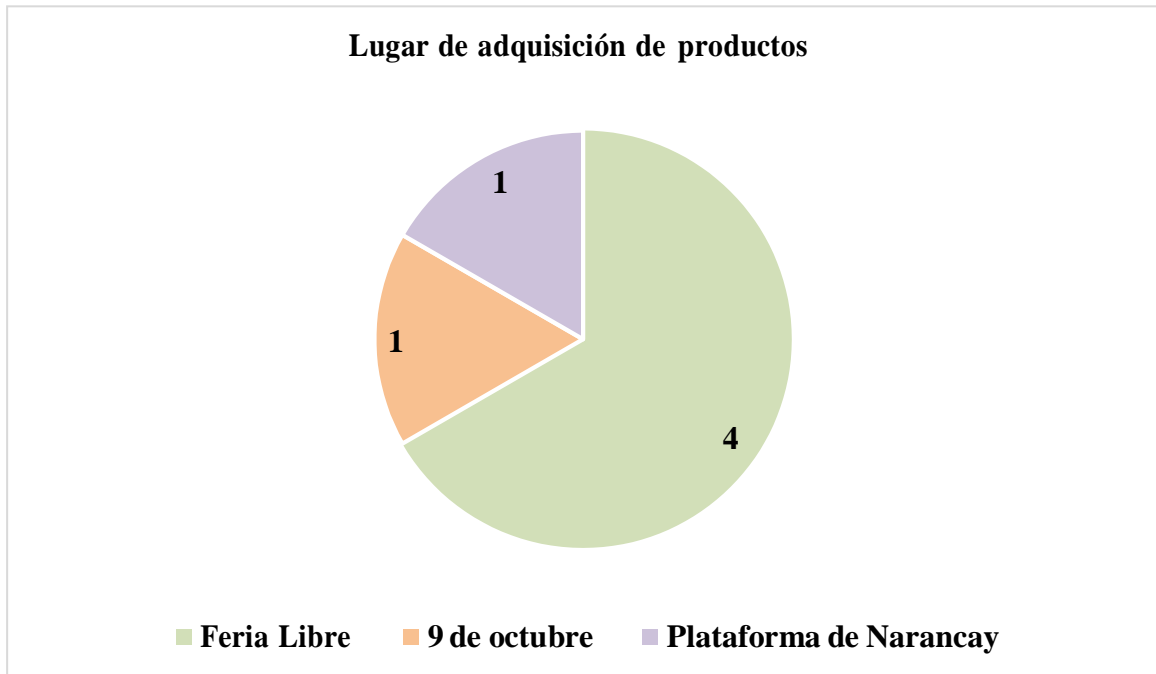


Gráfico 2: Lugar para la adquisición de productos

Elaborado por: Carolina Naranjo (2022)

A la información recogida de los productos; es necesario sumarle el lugar de origen de las mujeres comerciantes, esto debido en algunos casos a la facilidad o complejidad a las que las mujeres comerciantes están sujetas para el desarrollo de sus actividades comerciales. En este sentido, se logra apreciar que, de las diez mujeres entrevistadas, 3 provienen de Victoria del Portete, considerado como el lugar más alejado a 39 km del mercado 10 de Agosto, por lo que el recorrido aproximado es de 1 hora en bus inter-parroquial, a lo cual se le suma entre 25 y 30 minutos en un bus urbano tomado desde el sector de la Feria Libre. Además, los predios rurales de Narancay o Baños que se encuentran a 6.1 km y 10 km respectivamente, es decir, más cercanos a la capital azuaya; también esconde gran cantidad de mujeres que además cumplen con otros roles a parte de la venta de productos en el mercado 10 de Agosto, siendo casos como María Zhagui o Juana Panamá que se dedican a la producción y venta de timbulos, humitas, etc. (Zhagui y Panamá, 2020).

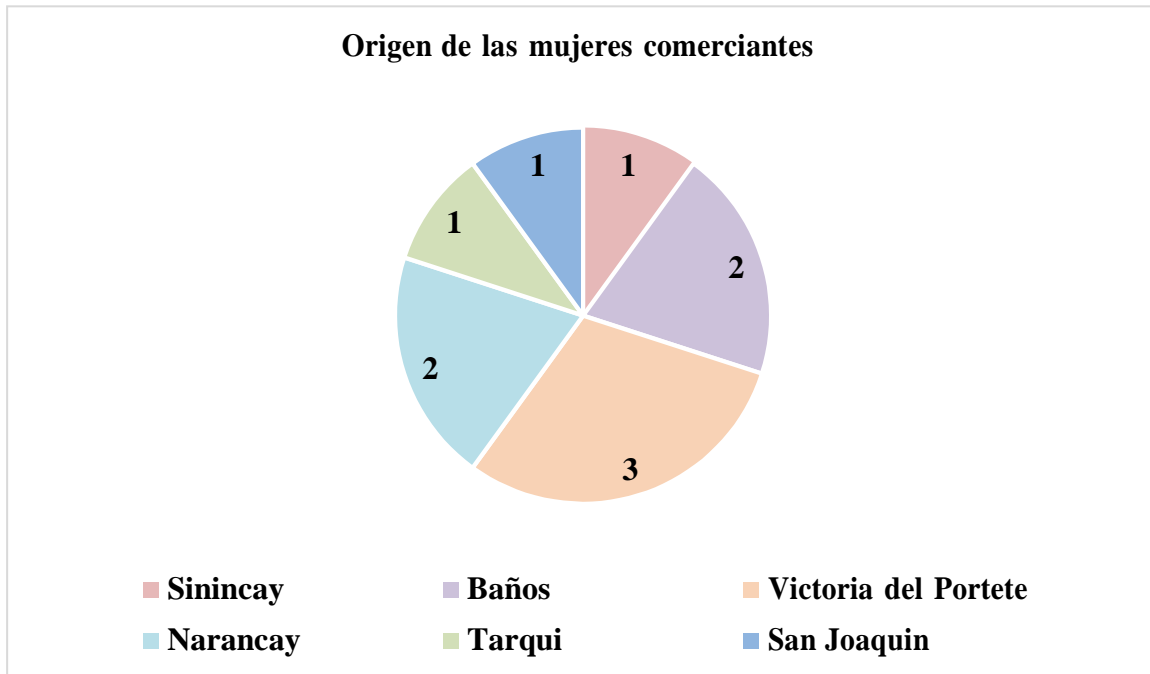


Gráfico 3. Lugar de origen de las mujeres comerciantes

Elaborado por: Carolina Naranjo (2022)

En lo que respecta al transporte de los productos y bajo el conocimiento brindado en las tablas anteriores sobre el origen de los mismos, es necesario reconocer que en su totalidad provienen de parroquias rurales de Cuenca; por lo que, para trasladar los bienes es inevitable el pago por el transporte y movilización tanto de las comerciantes como de los productos, dicho acto es realizado principalmente en camionetas de transporte mixto y en vehículos particulares que en general son de vecinos; en algunos de los casos como de la señora Olga Llaupa quien debe complementar la movilización con la utilización de un bus Inter parroquial (Transviport) que cubre una ruta Victoria del Portete – Estación de servicio Feria Libre y que tiene un valor aproximado de \$0.60 por persona y un costo extra de entre \$0.50 y \$1.00 dependiendo la carga.

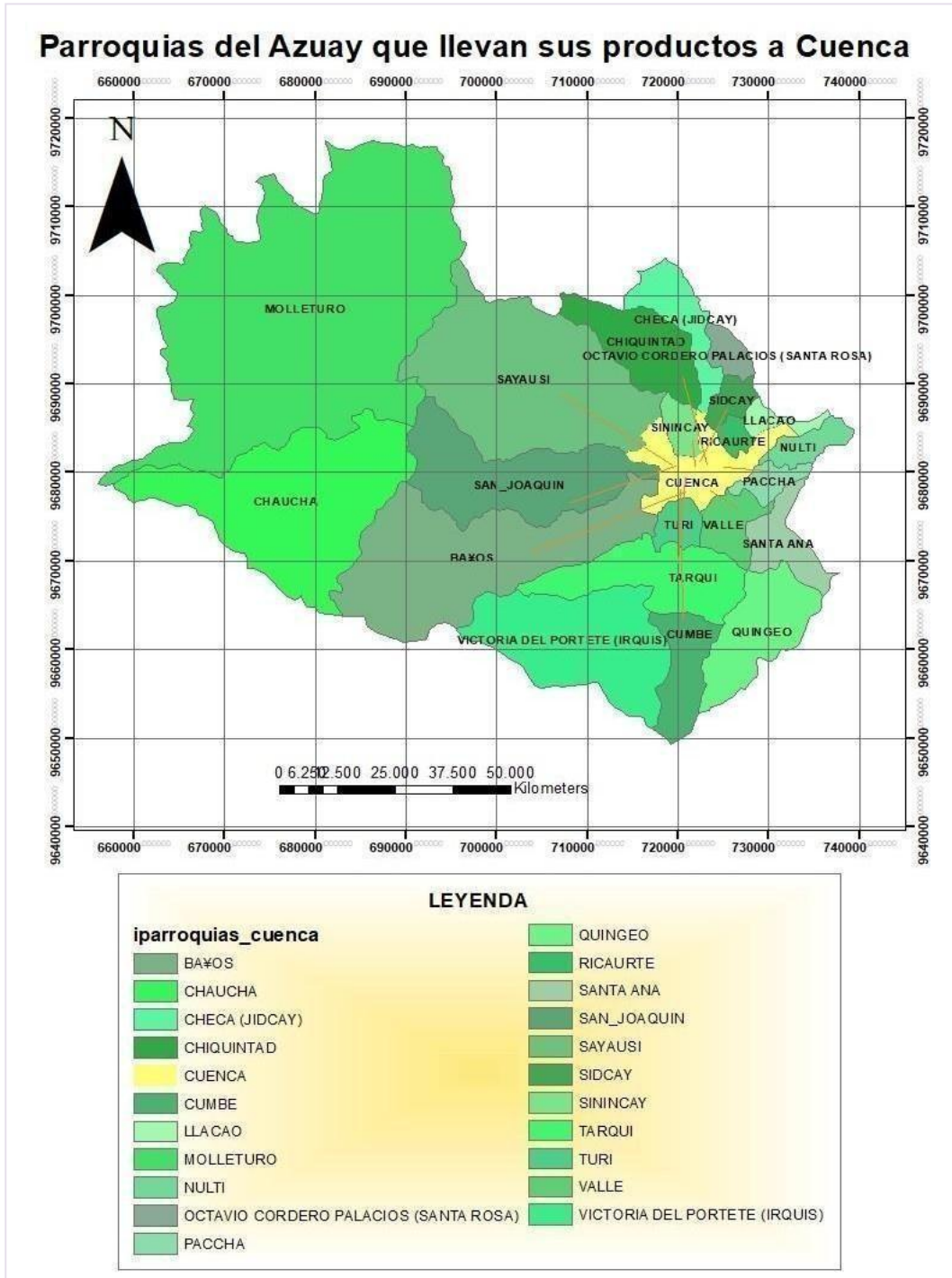


Figura 16: Mapa de las parroquias más comunes de donde llevan los productos hacia Cuenca

Elaborado por: Carolina Naranjo (2021)

Tras hablar del lugar de origen tanto de las mujeres comerciantes como de los productos destinados a la comercialización en el mapa se pueden visualizar las distintas parroquias de ya sean de ámbito rural o urbano y que se caracterizan por ser los puntos desde donde se lleva diferentes productos para ser comercializados en la urbe cuencana.

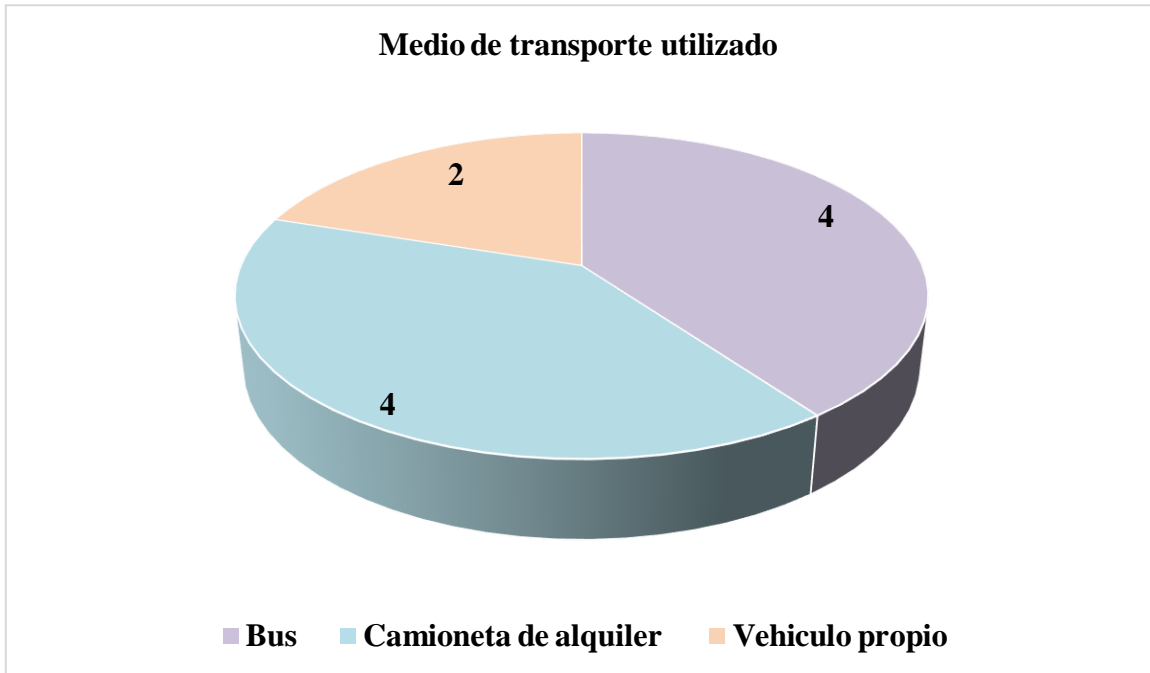


Gráfico 4. Vehículo utilizado para el transporte

Elaborado por: Carolina Naranjo (2022)

Por otra parte, y en menor cantidad, 4 personas que viajan en transporte público (gráfico 4) junto con sus productos destinados a la venta lo hacen bajo la utilización de los buses inter-parroquiales en el caso de los provenientes de Tarqui, y utiliza los buses de la cooperativa 24 de mayo (perteneciente a Cumbe), o el bus que proviene de Victoria del Portete, cualquiera de estas dos unidades de transporte culminan su recorrido en el sector de la Feria Libre y el valor aproximado de pago es entre \$0.50 centavos a \$1; esto depende del sector de procedencia. Una vez finalizado el recorrido tal como menciona la señora Zoila Rodas. “luego de quedarme en la feria libre tengo que coger la línea 18 o la 27 para llegar al mercado”. (Zoila Rodas, 2020). En consecuencia, las personas provenientes de este lugar deben pagar además del bus inter parroquial, un valor extra de \$0.30 ctvs., del bus urbano e incluso se encuentran bajo el riesgo de no poder movilizar todo el producto traído.



Figura 17: bus inter parroquial de Cuenca

Fuente: El Mercurio (2020)

shorturl.at/CGILX

Debido a la alta demanda de los buses ya sean inter parroquiales o urbanos, la tabla plasmada a continuación corresponde a los buses utilizados por las mujeres comerciantes dependiendo la zona de domicilio y la tarifa preferencial que deben cancelar. Los valores detallados están bajo la investigación del medio de transporte utilizado por la muestra estudiada; sin embargo, existen muchos otros buses que pueden provenir desde Quingeo, Sidcay, Chiquintad, Checa u otras parroquias rurales. Dicho esto, si proceden de sectores de Cumbe, Victoria del Portete, Tarqui, entre otros de la parte sur podrían utilizar buses de la cooperativa 24 de mayo o TransVicport, a esto también se le suma que buses interprovinciales al cubrir rutas por ejemplo de Machala y Loja también llegan a facilitar la movilización de las personas.

Buses inter-parroquiales	Costo	Buses urbanos	Costo
Cumbe – Cooperativa 24 de mayo	\$0.60	Línea 18 UPS – Zhucay	\$0.15
Victoria del Portete	\$0.60	Línea 27 Baños – Sinincay	\$0.15
Cooperativa Azuay: Machala – Cuenca	\$1.00	Línea 10 Paluncay -	\$0.15 +

Cooperativa Nabón:Nabón – Cuenca	\$0.60	Florida	\$0.05
Viajeros Internacional	\$1.00	San Joaquín	\$0.15
		Línea 28 – Tarqui	\$0.15

Tabla 2. Buses con ruta al mercado 10 de Agosto

Elaborado por: Carolina Naranjo (2021)

Según testimonio de una de las entrevistadas originaria de Baños, el traslado hasta el mercado 10 de agosto muchas veces es complicado, pues deben recorrer cierta distancia para llegar a sus puestos de trabajo. Otra de las entrevistadas, la señora Ana María Chillogalli señala que la venta informal que lleva a cabo en las afueras del mercado 10 de agosto proviene de su propia cosecha que trae consigo desde Sinincay, su lugar de residencia y que debido a la cercanía puede utilizar la línea 27 que le deja cerca del mercado, no obstante, por la carga que lleva en su espalda es mal vista por los conductores o algunos de ellos prefieren no abrirle la puerta. Por su parte, la señora Zoila Rodas trabaja de lunes a sábado en el interior del mercado en el puesto 452 y ella vive en Victoria del Portete, un área preponderantemente rural, y alejada de la ciudad para lo cual en palabras de Zoila Rodas “yo me levanto a las 4 de la mañana y salgo en dirección a la Feria Libre por lo que pago alrededor de \$1, ya que alcanzo al bus que viene de Machala, luego de comprar en la Feria voy al mercado 10 de Agosto y pago \$4 a un conocido para que me lleve en la camioneta junto con las cosas”. En este sentido, es necesario recalcar que los lugares de mayor auge entre la muestra son territorios concernientes al predio rural y por lo tanto la movilización hasta el mercado 10 de Agosto oscila entre 7 km y 40 km y por el cual tendrán que pagar un valor entre los \$0.60 y hasta \$6.00 dependiendo del medio de transporte utilizado.



Figura 18: Camioneta de cajón utilizado para movilización de productos

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

3.4 La edad en el desenvolvimiento laboral

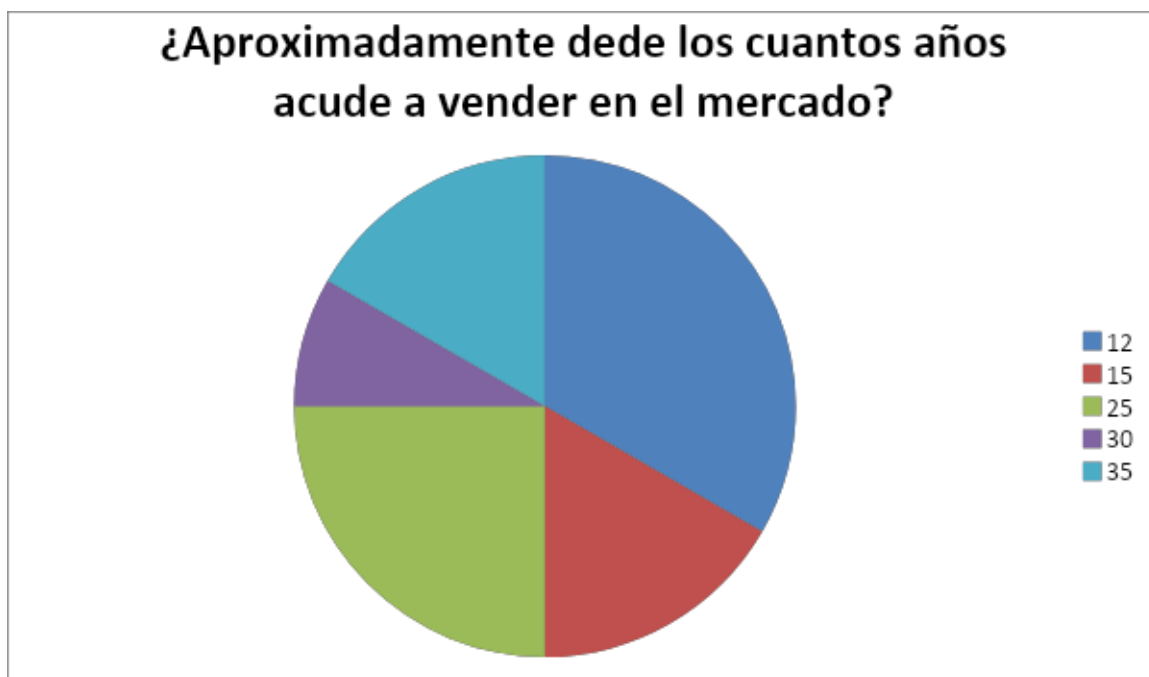


Gráfico 5: Edad propensa a iniciar las labores de comercialización

Elaborado por: Carolina Naranjo (2020)

Durante la recopilación de datos se evidenció la necesidad de conocer la edad aproximada en la que iniciaron su experiencia laboral en cuanto a la comercialización de productos. De este

modo, las mujeres comerciantes recordaron su labor en el “mercado antiguo” llamado así a la anterior instalación; por lo que, en su mayoría, las comerciantes formales mencionaron que sus inicios fueron como ayudantes de sus madres en la venta de productos. Así lo mencionó Ana Chillogalli (2020), “yo desde que tenía como 12 añitos ayudaba a mi mamita a vender los melloquitos, allá afuera del mercado a la gentecita que pasaba por acá”. Así, las mujeres comerciantes con un puesto fijo han ido apoderándose de los puestos que ocupaban sus antecesoras.

La señora Fátima Gualpa señala en la entrevista, que desde los 12 años iba al mercado en compañía de su madre, la señora Francisca Tigre desde los 22 años está ejerciendo la labor de la economía formal, y así, la gran mayoría de las entrevistadas demostraron que tienen una larga trayectoria en este oficio. Para muchas de ellas esta labor representa algo valioso, pues viene a ser una suerte de legado cultural que transfirieron sus antecesoras (madres) y aunque no todas; algunas si piensan en enseñar el oficio a sus hijas para que años más tarde puedan hacerse cargo del puesto o incluso alquilar uno propio.

3.5 Entorno familiar en la labor de la mujer comerciante

El entorno familiar es muy importante en el desempeño de la mujer como sustento económico para el hogar. Es por ello, que pese a cumplir con una larga jornada laboral en las instalaciones del mercado 10 de agosto o en sus alrededores, estas personas al retorno a su domicilio se encuentran en la obligación de asistir a sus familiares, considerando que para la mayoría de comerciantes encuentran en su familia la motivación para el desempeño de su trabajo, y por ende a buscar un medio para la subsistencia. en el gráfico presentado a continuación se puede apreciar el cargo familiar hacia la mujer comerciante por parte de familiares en segundo o tercer grado de parentesco. De este modo, aproximadamente el 50% de las mujeres entrevistadas informan que se encuentran bajo la responsabilidad y cuidado de nietos, hijos o incluso personas con discapacidad que pueden ser sobrinos o esposos, tal como en el caso de Ana Dután (2020), quien menciona: “yo trabajo en el mercado hasta las 3 de la tarde mi señorita, luego me voy a mi casa a cuidar a mi marido discapacitado, porque él trabajaba en construcción y se cayó y quedó mal de las piernitas, entonces el ya no trabaja y solo vivimos de lo que vendemos en el mercado y también cuido a mis dos nietos”.

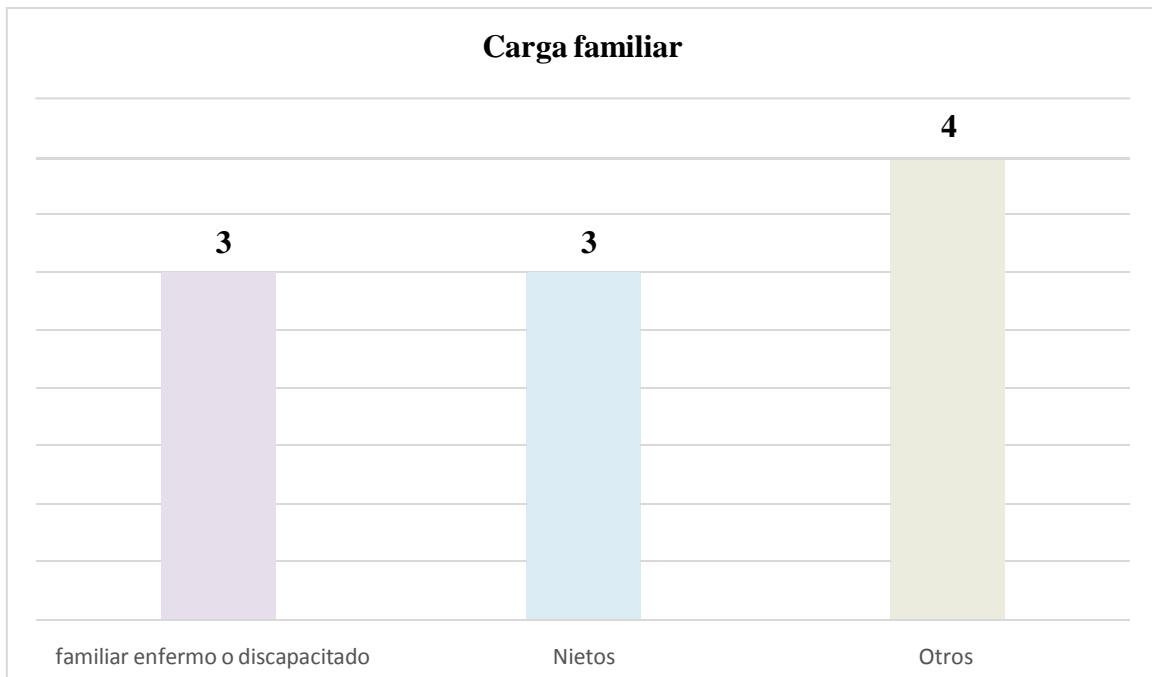


Gráfico 6: Entorno familiar

Elaborado por: Carolina Naranjo (2022)

Además, otras mujeres entrevistadas dieron a conocer que no solamente se hacen cargo de una persona, sino que más bien tienen a su cuidado a nietos de padres migrantes y a hijos que se quedaron sin trabajo debido a la pandemia, en relación a esto se puede mencionar que la mujer comerciante no cumple únicamente con una labor dentro del mercado sino también fuera del horario establecido para el trabajo se hace cargo de las labores domésticas y cuidado de miembros de su grupo familiar, siendo que 3 de las 10 mujeres entrevistadas tienen un familiar con algún problema grave de salud o incapacidad motora. Lo curioso de la tabla es que, de las 4 comerciantes que tienen a su cuidado a “otros” como se visualiza en el gráfico una de ellas menciona que esta echo cargo de un vecino al cual abandonaron porque no puede caminar y ella lo alimenta como si fuera un miembro más de su familia.

Dentro de las dificultades que conlleva el cuidado de personas enfermas que se encuentran a cargo de las mujeres comerciantes entrevistadas es el egreso económico que esto implica; pues, la medicina, la movilización, la comida, los servicios básicos son elevados en comparación a la remuneración alcanzada con la venta de productos en el mercado 10 de Agosto; pues así lo menciona Ana Dután. “A veces no me alcanza para pagar la luz o el agua por que los remedios de mi esposo son caros y como él no trabaja por sus piernitas y tampoco

nadie nos ayuda a veces nos quedamos sin luz en la casa”. Este sin duda, es uno de los casos que más llamó la atención a lo largo de la investigación, en relación al arduo trabajo y malas condiciones de vida a los cuales están sometidas ciertas mujeres comerciantes.

3.6 La Formalidad de las mujeres comerciantes

Los beneficios que trae consigo la formalidad en las ventas es la seguridad de un puesto fijo, asignado con exclusividad. Asimismo, se cuenta con el aval de la alcaldía y la protección de la guardia, sin embargo, también supone ciertos inconvenientes como que las ventas en el interior del mercado son bajas debido a que las vendedoras ambulantes (informales) acaparan a la gran mayoría de los clientes. Por otro lado, se presenta otro inconveniente relacionado con los precios mensuales que estas vendedoras deben cancelar por el puesto asignado en el interior del mercado. La señora Rosa Chuquimarca cancela por su puesto 5,50 \$, mientras que la señora Rosa Zhunio cancela 6 \$; por su parte hay precios que llegan hasta los 8 \$, siendo el promedio entre 5 y 7 \$ mensuales. Siendo el caso de la sección de hortalizas y verduras, en la que su representante elegida por votación unánime de toda la sección, menciona: “cada mes pagamos en el municipio por el puesto la cantidad de \$5.50”. (Rodas Zoila, 2021). No obstante, el valor puede variar dependiendo de la sección de ventas a la que una comerciante pertenece. En este sentido, los valores a pagar son:

- \$5.5 pagan las mujeres con venta de vegetales y legumbres que ocupan la segunda planta,
- \$8 es el valor a pagar de las mujeres que ocupan la planta baja con una venta de frutas pero que el puesto es más espacioso y por lo tanto pueden tener un mayor abastecimiento de productos.
- \$5 pagan las mujeres comerciantes con venta de productos procedentes del campo tales como vegetales, pero también derivados de lácteos, y ocupan los puestos más reducidos en tamaño en la primera planta en zona no tan visitada por los compradores.



Figura 19: Mujer con puesto formal

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

Por lo tanto, al asumir un puesto dentro del mercado 10 de Agosto se rige al pago por el mismo, pero también a una serie de responsabilidades, por ejemplo, la arrendataria del puesto está en la obligación de ocupar únicamente el espacio contratado sin salirse del margen de su puesto, además de la responsabilidad de la limpieza y cumplir con horario de atención. Por otra parte, tiene el beneficio de un buen trato y atención prioritaria por parte de la guardia ciudadana en tanto al reglamento interno del mercado lo que garantiza su buena comercialización en el espacio asignado. Sin embargo, algunas de las mujeres formales se quejan por la falta de compromiso de los guardias (tema que se tratará en el siguiente apartado), mientras que comerciantes como las señoras Chuquimarca o Zhunio, señalan que no tiene problema alguno con los guardias debido a que ella cuenta con un puesto fijo ubicado en el interior del mercado 10 de agosto, debidamente reglamentado y el cual cancela mensualmente.



Figura 20: Sección de verduras y granos en el mercado 10 de Agosto

Fuente: Andorreando por el mundo (2020)

<https://rb.gy/ebpe8d>

3.7 La informalidad como problema para la comercialización

La proliferación del comercio informal obedece al incremento de migración hacia la ciudad, así lo menciona José, agente de Guardia Ciudadano, “la comercialización de productos se concentra en la visita de mujeres del campo que llegan a vender sus excedentes de productos”. (José, C. 2020). Por lo que en su mayoría; son fabricados, producidos o cosechados por ellas mismas y son vendidos en las entradas de los mercados o en la parte inferior como la zona de las gradas o incluso en vías que rodean al mercado como en la Calle Larga o General Torres. Dichos excedentes están asociados prioritariamente con las mujeres vendedoras ambulantes y que su comercialización se basa en pocas unidades de productos, es decir, al ser una cantidad baja, los productos destinados para la venta lo colocan en canastos, cajas, chalinas atadas a la espalda e incluso en carretillas.



Figura 21: Mujeres haciendo uso de canastas y cajas para la venta informal

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

El mal uso del espacio público está bajo una penalización por parte del Municipio de Cuenca, por lo que además de un decomiso de los productos deberán cancelar una multa a la Municipalidad para poder retirar lo decomisado, en base a esto, Saquicela menciona: “Los productos perecibles no se devuelven y los no perecibles los mantienen por 30 días plazo luego de ello se entrega a fundaciones como Tadeo Torres, Hogar Cristo Rey, etc. (Cristian Saquicela, 2021). Las incautaciones se realizan principalmente a personas que usan veredas sin un consentimiento previo; sin embargo, las mujeres para evitar los ajeteos con la guardia ciudadana, han optado por otras alternativas como menciona Fátima Gualpa, “yo no pago un puesto porque no tengo dinero suficiente, por que cobran mucho y yo no vendo tantas cosas, pero si pago cincuenta centavos para quedarme aquí en la puertita de esta casa y para que los guardias no me manden”. (Fátima G. 2020). De este modo se evidencia el lucro de personas dueñas de casas aledañas al dominio del mercado 10 de Agosto.

En referencia a la incautación de los productos igualmente Saquicela menciona: “se realiza el decomiso de los productos si es que luego de varios llamados de atención siguen intentando hacer mal uso del espacio público”. (Cristian Saquicela, 2021). Por otra parte, en el accionar de la Guardia Ciudadana con respecto a las mujeres comerciantes adultas mayores la situación es diferente, tanto José como Christian 2021, (agentes de la guardia ciudadana), coinciden que por su carácter de humanidad no se realiza el decomiso de los productos a las

mujeres de la tercera edad; sino más bien, tratan de conversar y convencerlas que no se arriesguen en veredas o zonas aledañas al mercado. Así por ejemplo la señora Olga Llaupa señala que los guardias desde siempre han intentado reubicarla de sitio, alejada del mercado 10 de agosto, sin embargo, ella sostiene que no se irá de ahí pues lleva muchos años laborando en ese mismo lugar. Por otra parte, la señora Ana señala que no está dispuesta a pagar un puesto dentro del mercado, porque eso implicaría asistir a diario al puesto de trabajo y sus visitas al mencionado sitio son eventuales, entre una o dos veces por semana debido a los bajos índices en las ventas.



Figura 22: Mujeres informales con puestos improvisados

Fotografiado por: Carolina Naranjo (2021)

Además, el inspector Saquicela menciona que las mujeres vendedoras, “no pueden realizar ningún tipo de comercio a cien metros a la redonda de cualquier mercado, según la Ordenanza que regula las actividades del comercio ambulatorio. (Cristian Saquicela, 2021). De este modo, los guardias se encuentran en la obligación de pedir a la gente que se retiren conjuntamente con sus productos lo que ha generado ciertos inconvenientes como en el caso de las señoras Ana María Chilloalli y Ana Dután, que constantemente deben lidiar con el llamado de atención de los guardias, quienes les solicitan moverse del lugar y así reubicarse en otro sitio, pero ellas insisten en quedarse argumentando que desde siempre han trabajado ahí y su visita es ocasional.

En referencia con la venta informal generada tanto al interior como en los alrededores del mercado 10 de Agosto, en la tabla presentada a continuación, se pretende dar a conocer un listado de los productos de mayor comercialización con sus valores aproximados (información recolectada mediante la entrevista tanto a mujeres informales como a vendedoras con un puesto fijo). Mediante el cuadro se puede realizar una comparación con algunos de los productos vendidos bajo los distintos tipos de comercialización.

Producto	Venta informal	Venta formal	Producto	Venta informal	Venta formal
Nabo	\$0.20	\$0.30	Fresa	Libra y media \$1	Libra por \$1
Lechuga	\$0.25	\$0.35	Mellico	Libra y media \$1	Libra \$1
Cebolla	2 libras \$1	3 libras \$1	Quesillo	\$1.60	\$1,80
Tomate	2 libras \$1	3 libras \$1	Mora	2 libras \$1	Libra y media \$1
Queso	\$1.60	\$1.90	Chirimoya	\$2.00	\$3.00
Choclo	\$0.20	\$0.30	Aguacate	3 por \$1.00	\$0.45 cada uno
Col	\$0.30	\$0.50	Piña	\$1.00	\$1.25
Coliflor	\$0.25	\$0.40	Verde	4 por \$1.00	3 por \$1.00
Papa	\$0.30 libra	\$0.40 libra	Manzana	7 por \$1.00	5 por \$1.00
Ajo	\$1.80 libra	\$2.20 libra	Limón	25 por \$1.00	20 por \$1.00
Alverja	\$2.00 libra	\$2.50 libra	Maracuyá	8 por \$1.00	6 por \$1.00
Pollo	\$1.25 libra	\$1.40 libra	Camarón	\$2.50 libra	\$3.00 libra

Tabla 3: Lista de precios según el tipo de venta

Elaborado por: Carolina Naranjo (2021)

Conclusiones:

Los mercados o plazas públicas destinadas a la comercialización de productos son importantes en el desarrollo de un lugar o ciudad en particular, esto debido a que se pueden realizar un intercambio de productos o servicios en los que personas de diferentes procedencias pueden acercarse de manera pública a estos centros de abastos. En estos espacios se puede encontrar variedad de productos que son ofrecidos en un mismo lugar ya sean de procedencia rural o incluso industrial ya que al interior de los mercados o en sus alrededores existen tiendas de artículos procesados y empacados. A estos lugares se les da gran relevancia debido a que están en la capacidad de generar plazas de trabajo en beneficio de la ciudadanía lo que brinda la oportunidad a cientos de personas para que se puedan integrar y buscar en la comercialización un medio para la subsistencia, este beneficio se visualiza con más aprovechamiento por parte de las mujeres.

La situación laboral de las mujeres de acuerdo a la edad es uno de los principales conflictos al momento de ejecutar su trabajo, esto por la alta peligrosidad y ardua labor a la que están sujetas adultas mayores, lo que perjudica a su desenvolvimiento comercial. Por otra parte, la inequidad visualizada por el tipo de comercio juega un papel importante en el desarrollo social de cada mujer, además de la falta de oportunidades por ejemplo para acceder a un puesto fijo o la procedencia de las mujeres que además de ser lejanas de los centros de abastos también sufren injusticia en cuanto al trato, cobro de pasajes o denigración por su origen.

El mercado 10 de Agosto es un lugar en el que se desarrollan muchas fuentes de trabajo, esto evidenciado por la labor que desempeñan los comerciantes que acuden a esta plaza pública con el fin de vender los excedentes de sus huertas, animales o productos derivados de los mismos; tales como la leche, queso, quesillo, además de artículos cocinados como granos, pan, humitas, timbulos, entre otros y por otro lado a comercializar productos traídos de un centro de abastos mucho más grande que en este caso gracias a las tablas registradas en el capítulo 3, se puede evidenciar que provienen de la Feria Libre o Plataforma de Narancay.

El origen de los productos y de las mujeres comerciantes según la investigación realizada en su mayoría es desde lugares alejados de la urbe Cuencana, es decir, de parroquias rurales por lo cual, para su transporte y movilización se deben efectuar con el servicio público de buses o camionetas, en este punto mediante las entrevistas se pudo recabar que muchos trasportistas

de buses ya sean inter parroquiales o urbanos prefieren no traer a mujeres por la carga de productos destinados a la comercialización, en otro de los casos cobran un costo exagerado para poder traer las canastas, cajas o cajones con los víveres. Además, se evidencia el lucro de personas con predios aledaños al mercado 10 de agosto que cobran una cuota para que las mujeres adultas mayores pueden vender sus productos en los portones de estos domicilios.

Tras las visitas realizadas en las instalaciones del mercado 10 de Agosto y con la ayuda de las entrevistas se puede concluir que en lo que concierne al tipo de comercio ejecutado por las mujeres vendedoras en el ámbito informal; las comerciantes no desean adquirir un puesto por los altos costos que implica mantener un espacio dentro del mercado; además que no están dispuestas a mantener un horario permanente en las instalaciones del mercado 10 de agosto. Por otra parte, en cuanto a la venta realizada a partir del comercio formal han disminuido por que la clientela prefiere comprar en las afueras del mercado lo que evita una mayor concentración de venta en los distintos puestos del mercado.

Los precios que manejan las vendedoras ambulantes o mujeres que se encuentran en las inmediaciones del mercado es menor que los valores ofertados al interior del mercado, esto debido a que las comerciantes con venta ocasional no están sujetas a pagar por las instalaciones que ocupen y además lo que venden es un excedente de los huertos, por lo que el costo es menor. Mientras que las mujeres con un puesto fijo de sus ventas deben sacar un porcentaje para poder pagar por el puesto utilizado y otros gastos tales como movilización y transporte de productos que en su mayoría mencionaron lo hacen en camionetas de alquiler.

En lo que concierne a la edad de las comerciantes se pudo evidenciar que son más vulnerables aquellas que sobrepasan los 65 años, ya que tienen menos oportunidades para acceder a un puesto o incluso son más propensas a estar inmersas en problemas sociales tales como delincuencia; además que aparte de tener una edad elevada y por ende ser más propensas a enfermedades y una menor energía a la hora de laborar, también están con una gran responsabilidad en el hogar por lo que según entrevistas realizadas se dedican a cuidado de familiar en su mayoría enfermos, o con discapacidad motora y también de menores de edad.

Finalmente, se puede se puede notar cierta falta de interés por parte del Municipio en relación a mujeres con una edad avanzada y que buscan en el mercado el sustento económico, ya que

no se ha trabajado en totalidad con este sector vulnerable que debería tener una ayuda económica para así evitar la explotación laboral en la edad que se encuentran. Por ello, es necesario una readecuación de una plaza o la instauración de un espacio público destinado a la comercialización en la que se brinden las mismas oportunidades tanto a mujeres de la tercera que tienen o no una comercialización formal, en este sentido sería para que puedan estar seguras en un espacio determinado y no anden deambulando por las calles.

Recomendaciones:

Tras el estudio realizado para conocer la situación social de las comerciantes adultas mayores en el mercado 10 de Agosto de la ciudad de Cuenca, se logró identificar que la edad es uno de los mayores problemas a los cuales está asociado tanto la comercialización como el desenvolvimiento de las mujeres; por lo que, es necesario la participación de autoridades ya sean del Ministerio de Salud Pública o del Municipio de la ciudad para un control, estudio, análisis de las condiciones de vida de las mujeres adultas mayores, con el fin de que puedan ayudar a solventar gastos y necesidades básicas, considerando que muchas de ellas tienen cargas familiares y gastos excesivos en relación con lo poco que ganan con la venta de algunos productos; esto bajo la utilización por ejemplo del bono de desarrollo humano o un cierto reconocimiento monetario de acuerdo con los resultados del caso estudiado de cada mujer.

Bibliografía:

Aguilar, María Leonor. (2009). Tejiendo la vida: los sombreros de paja toquilla en el Ecuador. Segunda Edición - corregida yaumentada. Repositorio Digital CIDAP: Cuenca

Albornoz, Boris. (2016). Plaza San Francisco. Cuenca-Ecuador. Recuperado de: <https://www.borisalbornoz.com/plaza-san-francisco-2/>

Artieda, J, Mera, R, Muñoz, M y Ortiz, P. (2017). El trueque como sistema de comercialización - Desde lo ancestral a lo actual.

Briones Orellana, Adriana, Heras Olalla, Jessica, Heras Barros, Verónica. (2021). Transformaciones sociales y urbanas del entorno de los mercados del centro histórico de Cuenca. Mercado 9 de Octubre y mercado 10 de Agosto. (pp.20-33) *Urbano (Concepción)*, 24(44).

Castillo Lineida. (2019). Las “limpias” tienen demanda en Cuenca. Diario El Comercio.

Diario El Mercurio. (2019). Comerciantes desalojados del mercado Diez de Agosto pueden reubicarse.

El Universo. (2004). Concluyó remodelación del mercado 10 de Agosto. Repositorio Digital.

GAD del cantón Cuenca. (s/f). Ordenanza que regula las actividades del comercio ambulatorio y otras, en los espacios públicos del área urbana del cantón Cuenca. Repositorio Digital

Garrido, M. ed. (2001). Historia de América andina. El sistema colonial tardío. p. 143. Vol. III. Quito. Universidad Andina Simón Bolívar.

Hernández Cordero, A. (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. (pp. 165-186). Iztapalapa. Revista de ciencias sociales yhumanidades, 38(83),

INEC. (2018). Mujeres y hombres del Ecuador en cifras III: serie información estratégica. Repositorio Digital.

INEC. (Marzo de 2018). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec.

Junta de Andalucía. (2007). Guía de arquitectura. (pp.1 - 261). Recuperado de: from <https://url2.cl/34mTt>

Méndez, Cecilia. (2014). Trabajo y Género: sectores laborales de las mujeres en Cuenca” en *Revista Economía y Política Vol. 20*

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). Mujeres rurales: luchando por lograr impactos transformadores de género. Foro °142. (pp 1-13).

Municipalidad de Cuenca. (2004). “Estatuto y Reglamento de Gestión, Coparticipación y Administración Condominial del Mercado 10 de Agosto de la Ciudad de Cuenca.” Repositorio Digital.

Naciones Unidas (1996): Informe de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, Naciones Unidas, Nueva York.

Organización Mundial del Comercio. (2016). Empoderar a la mujer mediante la ayuda para el comercio.

Pareja Juan Carlos. (2017). *Mercado Municipal de Abastos*. Recuperado de: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC_766b34ae94207d49e46c831008ec692e/Description#tabnav

Quispe, G, Ayaviri, D, Villa, M, Velarde, R. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios.

Rebai, Nasser (2009). “Diversidad de las estrategias campesinas en la provincia del Azuay: un punto de vista geográfico”, Ecuador Debate, N.º 77, CAAP, Quito: pp 173-183

Rebai, Nasser. (2010). Agricultura comercial y resistencia territorial: Análisis de las relaciones campo - ciudad en la provincia del Azuay. En *Revista de Desarrollo Económico Integral*. EUTOPIA N.º1, (pp. 69 - 81).

Salazar, D. (2017). Comercio formal e informal: ventajas y desventajas. Obtenido de Prezi: https://prezi.com/gghqv5mi_3z1/comercio-formal-e-informal-ventajas-y-desventajas/

Vergelyn Ferreira Gonzalo. (2006). El Comercio informal del Centro Histórico de Cuenca: Conflictos y alternativas de solución. Maestría en Ciencias Sociales con mención en desarrollo local. Ecuador-Cuenca

Anexos:

Nombre:

Ocupación:

Edad:

- ¿Cuál es la cantidad de puestos en el mercado?
- ¿Cuántos se encuentran disponibles?
- De los puestos ocupados, ¿Cuántos pertenecen a adultas mayores?
- ¿Las adultas mayores tienen algún tipo de descuento por el puesto?
- ¿Cuáles son los costos de los puestos en el interior del mercado considerando los distintos tipos de productos?
- ¿Existe alguna restricción para la adquisición de puestos para las mujeres de la tercera edad?
- ¿Los puestos se pueden compartir entre dos o más personas?
- ¿Si alguien no cancela el valor mensual del puesto es desalojado?
- ¿Además de pagar el valor del puesto, los arrendatarios deben pagar algún otro impuesto por la instalación?
- ¿Hay algún horario de ingreso y salida del mercado?
- ¿Cuál es la labor de los agentes de la guardia ciudadana?
- ¿Hay alguna restricción para los comerciantes informales al interior del mercado?
- ¿Se ha realizado alguna gestión para reubicar a las mujeres comerciantes informales?
- ¿Existe algún control sobre los guardias ciudadanos en relación al trato justo con las vendedoras ambulantes?

Tabla 4 : Modelo de Entrevista realizada al jefe de los guardias ciudadanos del mercado 10 de agosto.

Elaborado por: Carolina Naranjo (2020)

- ¿Desde qué edad comenzó a trabajar de comerciante?
- ¿Usted ayudaba a alguien a vender productos?

- ¿En donde trabajaba como comerciante?
- ¿Antes tenía un puesto fijo?
- ¿De dónde traía los productos?
- ¿Solo vendía en el Mercado 10 de Agosto o también en otros lugares?

Actualidad

- ¿Cuáles son los productos quemás vende?
- ¿Cuáles son los productos que menos vende?
- ¿Usted siembra y cosecha los productos?
- ¿Desde dónde trae los productos?
- En el caso que compre los producto. ¿En dónde lo hace?
- ¿Cómo trae los productos al mercado?
- ¿Cuánto paga por movilizar los productos hacia el mercado?
- ¿Alguien le ayuda a vender los productos?
- ¿Su familia le ayuda económicamente?
- ¿Usted se hace cargo de algún nieto u otro familiar?
- ¿Posee casa propia?
- ¿Desde cuándo cuenta con un puesto propio?
- ¿Debe pagar algún valor por el puesto?
- ¿El pago es mensual?
- ¿Tienen algún contrato firmado?
- ¿Cuántos puestos pueden tener por persona?
- ¿Por cuánto tiempo pueden utilizar el puesto?
- ¿Tienen algún horario de entrada y salida?

- ¿Tienen algún tipo de sanción por incumplimiento de contrato?
- ¿Tiene alguna sanción por salir del límite del puesto?
- ¿Además del costo del puesto, deben pagar alguna otra cuota o impuesto?

Tabla 5: Modelo de entrevista destinada a mujeres comerciantes formales

Elaborado por: Carolina Naranjo (2020)

- ¿Por qué no accede a un puesto dentro del mercado?
- ¿Usted recorre o solo se queda a vender en este lugar?
- ¿Qué días viene a vender en el mercado?
- ¿Desde cuándo viene al mercado?
- ¿El precio de sus productos es menor comparado con las vendedoras con puesto fijo?
- ¿Si no vende todo el producto alguien le hace encargo?
- ¿Ha tenido algún problema con los guardias ciudadanos?
- ¿Cuándo los guardias ciudadanos les hacen recorrer también les quitan las cosas?
- ¿Tiene algún otro trabajo aparte de vender en el mercado?
- En el caso que ocupe un predio de algún morador del lugar. ¿Usted paga algo por mantenerse en una parte de este domicilio?
- ¿Acude a otros mercados a parte del 10 de agosto?
- ¿Si tuviera la posibilidad de adquirir un puesto lo hiciera?

Tabla 6: Modelo de entrevista destinada a mujeres comerciantes informales

Elaborado por: Carolina Naranjo (2020)

Mujeres entrevistadas comercio informal		María Zhagui	Olga LLaupa	Ana Dután	Ana M. Chillogal li	Fátima G.
Movilidad	¿Cómo trae los productos al mercado?	Pagando o Carrera	Pagando Carrera	Bus	Bus	Bus
	¿Cuánto para para movilizar los productos hacia el mercado?	\$4	\$1	\$0.90	\$0.90	\$1
Venta de productos	¿Cuáles son los productos que más vende?	Col, nabo, tomate, cebolla, papa	Queso, quesillo, leche, cebolla, culantro	Col, nabo, papa	Hortalizas	Queso, leche, huevos
	¿Usted siembra y cosecha los productos?	Siembra y cosecha	Siembra, cosecha y prepara	Siembra y cosecha	Compra en la Feria Libre	Recolecta y prepara
	¿De dónde trae los productos?	Baños	Victoria del Portete	Narancay	Sinincay	Tarqui
	¿Qué días viene a vender en el mercado?	Todos	Todos	Miércoles, jueves y viernes	Miércoles y sábados	Miércoles, jueves y viernes
	¿El precio de sus productos comparado con vendedoras formales es mayor o menor?	Menor	Menor	Menor	Menor	Menor
	¿Acude a otros mercados aparte del 10 de Agosto?	No	No	9 de Octubre	No	Feria de Tarqui
	¿Desde qué edad acude a vender en el mercado?	12 años	12 años	15 años	16 años	40 años
	¿Por qué no accede a un puesto dentro del mercado?	Es muy caro	Es muy caro	No vengo todos los días	No vendo todos los días	Traigo pocas cosas para vender

	¿Usted recorre o vende en un solo lugar?	Recorre	Recorre	Puerta de domicilio	Puerta de domicilio	Vereda
	¿Cuándo no vende todo el producto, alguien le hace encargo?	Lleva a la casa	Lleva a la casa	Lleva a la casa	Lleva a la casa	Lleva a la casa
Tenencia de un puesto	¿Cuándo los guardias ciudadanos le hacen recorrer también les quitan las cosas?	Si a veces se llevan algunos de mis nabitos, pero de ahí avanzo a recoger mis cositas y me voy más abajo	Amí no me han quitado mis cositas pero a las vecinitas si les quitan y nos las devuelven.	Antes si me querían mover de acá señorita, pero ahora ya no como ya estoy más metidito a la casita de la vecina ya no me dicen nada.	No señorita, si me quieren mandar pero yo hable con la vecinita de la tienda para que deje sentar a un ladito de la puerta para poder vender, entonces ella si quiso y los guardias ya no me dicen nada.	No, señorita nunca me han quitado nada mejor a veces si me compran cositas, es que yo soy bastante viejita y les doy baratito.
	¿Si tuviera la oportunidad de adquirir un puesto lo hiciera?	No	No	No	No	No
	¿Tiene algún otro trabajo aparte de	Hago timbilos y	Criar cuyes y hacer	Vender en la 9 de octubre y	No	No

	vender en el mercado?	humitas para vender	queso o quesillo	criar animalitos		
	En el caso que ocupe el predio de algún morador del lugar ¿Usted paga algo por mantenerse en ese lugar?	\$1.50	\$0.50	\$0.50	No	No
Entorno Familiar	¿Alguien le ayuda a vender los productos?	No	Mi nieta	No	No	Mi hija
	¿Su familia le ayuda económicamente?	No	No	No	No	Mi hija
	¿Usted se hace cargo de algún nieto u otro familiar?	De mis nietos	No	De mi marido discapacitado y doy de comer a un vecinito	No	No
	¿Posee casa propia?	No	No	Si	Si	No

Tabla 7: Sistematización de datos a partir de la entrevista

Elaborado por: Carolina Naranjo (2021)

Mujeres entrevistadas comercio formal		Zoila Rodas	Rosa Zhunio	Rosa Chuqimarca	María Sancho	Francisca Tigre
Movilidad	¿Cómo trae los productos al mercado?	Pagando carrera	Pagando carrera	Pagando carrera	Pagando carrera	Pagando carrera
	¿Cuánto paga por movilizar los productos al mercado?	\$3.50	\$4.00	\$3.00	\$4.00	\$4.00

Venta de productos	¿Cuáles son los productos que más vende?	Lechuga, col, rábano, cebolla, tomate, legumbres	Hortalizas y legumbres	Verduras	Frutas	Legumbres y frutas
	¿Usted siembra y cosecha los productos?	No	No	No	Solo una parte el resto lo compro	No
	¿En caso de que compre los productos en donde lo hace?	Feria Libre	Feria Libre	Feria Libre	Feria Libre	Feria Libre
	¿Cuál es el valor que paga por el puesto?	\$8.00	\$5.00	\$6.00	\$8.00	\$8.00
Tenencia del puesto	¿El pago lo realiza mensual o anual?	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
	¿Desde cuándo tiene un puesto?	Hace 30 años mas o menos	El puesto era de mi mamá y desde los 12 años vengo a vender	Desde los 25 años	Desde los 35 años	Desde los 35 años
	¿Tiene algún contrato firmado y por cuánto tiempo?	Si y es indefinido	Si es indefinido	Si y es indefinido	Si y es indefinido	Si y es indefinido
	¿Cuál es el horario de entrada y salida?	6 a.m. a 6 p.m.	6 a.m. a 6 p.m.	6 a.m. a 6 p.m.	6 a.m. a 6 p.m.	6 a.m. a 6 p.m.

	¿Tienen algún tipo de sanción por incumplimiento de contrato?	Si, nos quitan el puesto	Si, nos quitan el puesto	Si, depende la falta pueden penalizar la venta por dos semanas o quitar el puesto	Si, le ceden el puesto a otra persona	Si, me quitan el puesto
Entorno Familiar	¿Alguien le ayuda a vender los productos?	Mi hija	No	Mis nietos	No	No
	¿Algún familiar pasa con usted en el puesto?	A veces mi hija	No	Mi nieta mayor	No	Una vecina
	¿Su familia le ayuda económicamente?	No	No	No	Si, mi hijo del extranjero	No

Tabla 8: Sistematización de datos a partir de la entrevista

Elaborado por: Carolina Naranjo (2021)