

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Políticas y Sociales

Carrera de Género y Desarrollo

“Feminización del trabajo: experiencias de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de abril de la ciudad de Cuenca, período marzo 2022- febrero 2023.”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Género y Desarrollo

Autor:

Melanny Tatiana Jadán Rivas

Pamela Nicole Patiño Patiño

Director:

Blanca Yolanda Bueno Loja

ORCID: 0000-0003-4575-1505

Cuenca, Ecuador

2023-03-02

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar las experiencias laborales de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2022 - febrero 2023. Para obtener datos significativos se trabajó con una metodología mixta, con alcance exploratorio descriptivo. Para el paradigma cuantitativo se aplicó una encuesta dirigida a una muestra de las mujeres trabajadoras en la venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril, mientras que para el paradigma cualitativo se hizo uso de una guía de preguntas semiestructurada para las entrevistas. Se planteó a la vez criterios de inclusión y exclusión que delimitaron la muestra a 12 mujeres que trabajan durante al menos 10 años y que hayan compartido su espacio de trabajo con hijos e hijas. A través de los datos recogidos, en la interpretación y análisis se observó que a través de sus experiencias en el mercado presentan afecciones en su salud tanto física como mental, han sacrificado tiempo y relaciones sociales y familiares para lograr la autonomía económica y sostén en sus hogares, pues la mayoría de ellas son jefas de hogar, donde el trabajar ha significado abarcar varias tareas simultáneamente como el cuidado y crianza de sus hijos e hijas en el mercado, comercialización de sus productos y una aparente red familiar de las que son parte.

Palabras claves: mujeres, triple rol, transgeneralización del trabajo, feminización

Abstract

The objective of this research was to analyze the labor experiences of women workers in the Mercado 12 de abril in the city of Cuenca in the period March 2022 - February 2023. In order to obtain significant data, we worked with a mixed methodology, with a descriptive exploratory scope. For the quantitative paradigm, a survey was applied to a sample of women working in the sale of food products in the Mercado 12 de Abril, while for the qualitative paradigm, a semi-structured question guide was used for the interviews. Inclusion and exclusion criteria were used to delimit the sample to 12 women working for at least 10 years and who had shared their work space with sons and daughters. Through the data collected, in the interpretation and analysis, it was observed that through their experiences in the market, they present affections in their physical and mental health, they have sacrificed time and social and family relationships to achieve economic autonomy and support in their homes, since most of them are heads of household, where working has meant for these women to cover several tasks simultaneously such as the care and raising of their children in the market, commercialization of their products and an apparent family network of which they are a part.

Keywords: women, triple role, transgeneralization of work, feminization

Índice de contenido

Introducción.....	12
Capítulo 1	13
1. Problema de investigación.....	13
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.2 Justificación.....	14
1.3 Pregunta de investigación.....	14
1.4 Objetivos de investigación.....	14
1.4.1 Objetivo General.....	14
1.4.2 Objetivos Específicos.....	14
Capítulo 2	15
2. Marco Teórico.....	15
2.1 Antecedentes.....	15
2.2 División sexual del trabajo.....	16
2.3 Roles de género.....	17
2.3.1 Rol productivo.....	18
2.3.2 Rol reproductivo.....	18
2.3.3 Rol comunitario.....	18
2.3 Triple rol.....	18
2.4 Feminización del Trabajo.....	18
2.5 Transgeneralización del trabajo.....	19
2.6 Enfoque mujeres en el desarrollo.....	19
2.7 Economía Feminista.....	20
2.7.1 Mujeres y la economía feminista.....	21
2.8 Trabajo en el mercado de alimentos.....	22
2.8.1 Mercados de alimentos.....	22
2.8.2 Mercado como un espacio de construcción social/entorno.....	22
3. Marco espacial y temporal.....	23
3.1 El Mercado 12 de Abril.....	23
3.1.1 Características y Ubicación.....	23
Capítulo 3	24
4. Marco Metodológico.....	24
Capítulo 4	25
5. Análisis e interpretación de los resultados.....	25
5.1. Caracterización de las mujeres investigadas.....	25
5.2. Efectos de la feminización del trabajo en el Mercado 12 de Abril.....	28

5.3 Factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el Mercado 12 de Abril.....	32
5.4 Experiencias laborales de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril de la ciudad Cuenca en el periodo marzo 2022 - febrero 2023.....	37
5.5 Patrón transgeneracional en la labor de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril.....	41
6. Discusión de resultados.....	43
Capítulo 5	47
7. Conclusiones.....	47
8. Recomendaciones.....	48
Bibliografía	49
Anexos	52

Índice de tablas

Tabla 1. Identificación de población objeto de estudio.....	28
Tabla 2. Inserción de mujeres en el Mercado 12 de Abril.	30
Tabla 3. Percepciones y creencias de las trabajadoras sobre el espacio feminizado.....	33
Tabla 4. Experiencias de cuidado y crianza en el espacio de venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril.....	34
Tabla 5. Relaciones familiares y sociales.....	37
Tabla 6. Identificación de patrones transgeneracionales en la labor de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril.....	39
Tabla 7. Percepción de ser mujer en el Mercado 12 de Abril.....	41

Índice de gráficos

Gráfico 1. Edades de las mujeres encuestadas trabajadoras del Mercado 12 de Abril.....	25
Gráfico 2. Nivel de Instrucción de las trabajadoras del Mercado 12 de Abril.....	26
Gráfico 3. Estado civil de las trabajadoras del Mercado 12 de Abril.....	26
Gráfico 4. Lugar de residencia de las trabajadoras del Mercado 12 de Abril.....	27
Gráfico 5. Área en la que trabajan las mujeres encuestadas.....	27
Gráfico 6. Cantidad de horas que dedican las mujeres al trabajo en el mercado.....	29
Gráfico 7. Cantidad de horas que dedican las mujeres al cuidado de hijos e hijas.....	29
Gráfico 8. Redes de apoyo para el cuidado de sus hijos.....	31
Gráfico 9. Razones por las que las mujeres laboran en el mercado.....	32
Gráfico 10. Costo que paga por su lugar de trabajo.....	35
Gráfico 11. Cuadro Semántico de factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el Mercado 12 de Abril	36
Gráfico 12. Cuadro semántico sobre las experiencias laborales de las mujeres investigadas	40
Gráfico 13. Redes de familias que trabajan en el Mercado 12 de Abril.....	41
Gráfico 14. Parentesco de las personas que laboran en el Mercado 12 de Abril.....	43

Dedicatoria

A mi padre Carlos quien vive en mi corazón por siempre, y a mi madre Irma por ser el pilar fundamental de mi vida, por confiar en mí y por brindarme todo el apoyo necesario para hoy cumplir esta meta.

A mi hermano Paul y a mi hermana Sofía quienes son la inspiración de mi vida por todo su amor y apoyo.

A mi pareja quien ha sido mi compañero incondicional y ha vivido de cerca mi proceso formativo y personal.

Gracias a todos y cada uno de ustedes, quienes han sido mi motivo más grande para hoy lograr esta meta y quienes con sus palabras y acciones me han hecho sentir acompañada y respaldada en cada momento de mi vida.

Pamela Nicole Patiño Patiño

A mis padres por todo el inmenso amor que me han dado, a mi padre Luis por ser mi apoyo incondicional en cada aspecto de mi vida, a mi madre Ana por todo el sacrificio y cuidado a lo largo de estos años para que yo pueda cumplir esta anhelada meta en mi vida.

Esto va dedicado a ustedes por ser mi motivo y los formadores de lo que hoy soy como persona sin ustedes, sus consejos y paciencia no habría llegado hasta donde estoy.

A mi hermana Allison por ser la mejor compañía y confidente a mis hermanos Matías y Nicolás a los que amo y que con su presencia, respaldo y cariño me impulsan a salir adelante.

A mi abuelita Angelita por ser un pilar fundamental en mi vida.

A mis ángeles que me cuidan desde el cielo abuelitos César y Héctor. Gracias a mi familia que nunca dudo de mí y me apoyó a lo largo de toda mi carrera.

Melanny Tatiana Jadán Rivas

Agradecimiento

A Dios por permitirme alcanzar esta meta académica.

A mí, por no desistir del objetivo a pesar de las múltiples dificultades presentadas en mi vida.

A mi familia que ha sido mi apoyo y mi motivo más grande para seguir adelante y en especial a mi mamá, quien me ha alentado y con mucho esfuerzo ha apoyado mi carrera universitaria.

A mi amiga y compañera de tesis.

A mis amigos y docentes que acompañaron y a la vez guiaron mi vida universitaria.

A todas las personas que formaron parte de esta investigación realizada con mucho compromiso.

Pamela Nicole Patiño Patiño

Agradezco a Dios por permitirme cumplir una meta más en mi vida y ser mi guía espiritual a la cual acudí en momentos difíciles.

A mi niña interior que nunca dejo de soñar y creer en todas las cosas que puede lograr y así no desistir el camino.

A mi compañera y amiga Nicole que ha sido mi apoyo gracias por toda la paciencia, cariño y por permanecer junto a mí en este proceso.

A mis amigas/os de curso que hicieron memorable mi etapa universitaria. A todas las personas que estuvieron a mi lado a lo largo de estos años Evelyn y Milexi, gracias por su amistad. A Mateo por creer en mí y brindarme un gran apoyo.

A mis docentes que fueron parte de este proceso formativo. A las mujeres que fueron parte de esta investigación y nos permitieron vivir esta experiencia que recordaremos por siempre.

Melanny Tatiana Jadán Rivas

Introducción

Dentro del mercado laboral la participación de las mujeres con respecto a los hombres es significativamente diferenciada aun cuando en la actualidad se habla de algunos avances que se han logrado en materia económica. Aunque la inserción de las mujeres en el ámbito productivo es visto de manera positiva, en realidad esto ha modificado la vida de las mujeres incrementando su carga laboral ya que no solo se encargan del trabajo productivo sino del reproductivo a la vez.

Debido a esta suma de las labores que deben realizar las mujeres se ven obligadas a buscar trabajos que sean flexibles y les permitan atender sus obligaciones familiares, es por ello que se ubican en el sector informal de la economía, lo que las sitúa en labores de servicio, cuidado y atención, labores que son desvalorizadas socialmente (Rodríguez 1980). Los mercados de productos alimenticios son uno de los sectores en donde se ubican estas mujeres que necesitan un trabajo que les brinde un incentivo económico y flexibilidad de tiempo para realizar otras actividades, sin embargo la realidad que las sitúa en este espacio envuelve un sinnúmero de realidades más, empezando por la división sexual del trabajo que es una de las más antiguas formas en las que se le asigna casi de manera natural ciertas actividades a cada sexo, la construcción social del género que está entrelazada con lo antes mencionado y la feminización del trabajo, pero también la transgeneralización del trabajo que es un fenómeno en el que se desplaza la labor que realiza la progenitora a sus hijas a través de una lógica de herencia familiar. Todo ello forma una cadena de factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el mercado y las limita a obtener otras oportunidades laborales.

La actual investigación tiene como objetivo analizar las experiencias laborales de las mujeres trabajadoras en el Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca, y se encuentra estructurada de la siguiente manera: Un primer capítulo en el que se presentará el problema y tema central de la investigación, conjuntamente con la justificación y los respectivos objetivos. Posterior a ello, se encontrará el marco teórico en el que consta la aproximación teórica referente al tema, roles de género, triple rol, feminización del trabajo, transgeneralización del trabajo y algunas teorías fundamentales para el desarrollo del proyecto de investigación. Además, se exponen los antecedentes y la organización del Mercado 12 de Abril.

En el tercer capítulo se presenta el marco metodológico utilizado para la investigación, así como la descripción de la población objeto de estudio. Seguidamente se pone a disposición los resultados y el análisis de los mismos, obtenidos mediante las encuestas y entrevistas realizadas.

Finalmente se presenta la discusión de los resultados y a modo de cierre las conclusiones y recomendaciones sobre el análisis de las experiencias laborales de las mujeres que trabajan en la venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril.

Capítulo 1

1. Problema de investigación

1.1 Planteamiento del problema

Dentro del ámbito laboral se presenta una de las mayores desigualdades con respecto a las oportunidades que tienen las mujeres frente a los hombres. Los espacios a los que las mujeres se dedican se enfocan en el cuidado y la prestación de servicios de limpieza, alimentación y atención, además son las mujeres quienes con mayor énfasis buscan espacios de trabajo que les brinde la flexibilidad que necesitan para poder encargarse también de las labores dentro de sus hogares y con sus familias, por lo que los trabajos a tiempo parcial, el trabajo informal o los emprendimientos son una opción viable.

Para la presente investigación se pretende trabajar con una muestra de mujeres que laboran en el Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca quienes se dedican a la venta de productos alimenticios, con la finalidad de conocer su prevalencia en estos espacios de venta de alimentos a través de una dinámica de herencia del trabajo. Es decir, estas mujeres serían hijas y nietas de las precursoras en este espacio. Inicialmente la lógica de heredar el trabajo se basa en el reconocimiento y agradecimiento de la labor que hicieron sus progenitoras, pero cuando la constante se refleja en un género específico y con características particulares, como mujeres, sin empleo formal, sin culminar sus estudios, está claro que se trata de un trasfondo mucho más complejo.

Para ello es necesario analizar las causas de este fenómeno, para entender cuáles son las razones por las que las mujeres permanecen realizando esta labor, si se debe a la réplica de un patrón de herencia del trabajo, a la construcción social del género que las sitúa naturalmente en estos espacios, la feminización del trabajo en la venta de alimentos u otras causas.

Además de ello se pretende abordar cuáles son los efectos al permanecer durante toda su vida y de manera generacional en estos espacios de trabajo, teniendo en cuenta que el trabajo que realizan en el mercado no es su única labor, se encargan de sus familias, de su barrio y de todas las situaciones que se les presente, todo ello constituye un objeto clave para el análisis y desarrollo de esta investigación en torno a las características y el contexto

que envuelve a esta población de mujeres, quienes también son madres, abuelas, amigas y trabajadoras del Mercado 12 de Abril.

1.2 Justificación

La presente investigación está dirigida a conocer y analizar la feminización y transgeneralización del trabajo de las mujeres que laboran en el Mercado 12 de Abril en espacios de comercialización de productos alimenticios en la ciudad de Cuenca periodo marzo 2022- febrero 2023, debido a que este lugar de comercio es uno de los principales en la ciudad y se compone en su mayoría por mujeres. Con el pasar de los años la constante de la población trabajadora en este lugar cobra características particulares y se logra apreciar una lógica de herencia del trabajo familiar.

La investigación permitirá mostrar los motivos por lo que es constante la estancia de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril durante generaciones, la feminización del trabajo en esta zona y ofrecer una mirada desde las protagonistas de esta investigación.

Por ello la importancia de hacer visible las distintas vivencias de las mujeres en el espacio en el que practican la venta de productos alimenticios como su medio de subsistencia, ya que aportará a repensar esta práctica y presentar un análisis en base a la información recogida, siendo este también base para nuevos estudios futuros ya que no existen investigaciones previas con esta temática.

1.3 Pregunta de investigación

¿Cuáles son las razones por las que se ha feminizado la venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca?

1.4 Objetivos de investigación

1.4.1 Objetivo General

Analizar las experiencias laborales de las mujeres trabajadoras en la venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2022 - febrero 2023.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar los efectos de la feminización del trabajo en el Mercado 12 de Abril.
- Reconocer los principales factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el Mercado 12 de Abril .
- Conocer la posible existencia de un patrón transgeneracional en la labor de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril .

Capítulo 2

2. Marco teórico conceptual

2.1 Antecedentes del tema

Para la presente investigación se ha realizado una revisión en cuanto a estudios anteriores en diferentes contextos sobre la problemática a tratar, el primer trabajo corresponde a Muñoz (2017) quien realizó su estudio bibliográfico sobre la Mujer, Trabajo y Familia, en su investigación hizo un recorrido latinoamericano, con especial énfasis en México para analizar la participación de las mujeres en el ámbito doméstico y extra doméstico con una perspectiva de género y una mirada desde lo económico, donde se presentan hallazgos sobre la mujer en el trabajo tomando en cuenta su clase social y como ellas son parte de los arreglos familiares, donde se visualiza la feminización del trabajo en los dos ámbitos en los que se desenvuelven tanto doméstico, como laboral, además señala exhaustivamente la división sexual del trabajo como factor que incrementa el desempleo abierto o encubierto que afecta gravemente a las mujeres, por la precarización del trabajo y trabajos a tiempos parciales que inciden en sus salarios.

Posteriormente siguiendo en esta línea de las mujeres y lo laboral, la investigación de Soler (2018) “Cambio y continuidad en tres generaciones de mujeres” se realizó un análisis longitudinal cualitativo de las formas de trabajo, donde se tocan aspectos en relación a la herencia de trabajo a través de generaciones de mujeres y la usual mano de obra femenina, esto visto desde una escala macro que serían las mujeres que estaban o están en el trabajo remunerado y lo micro que son las mujeres del trabajo no remunerado en las abuelas, madres e hijas. En el caso español presenta que la permanencia de las mujeres en estos espacios es a causa de las decisiones tomadas en su juventud que se llevarán a cabo a lo largo de su vida.

El estudio está basado en las “Triadas” tradicionales que se definen como tres generaciones de mujeres dedicadas a una misma labor, la Triada de transición donde se producen cambios en sus generaciones ya sea de primera a segunda, pasando del trabajo no remunerado a uno remunerado y la Triada regresiva que consiste que a lo largo de su vida desde la primera a la segunda o la segunda a la tercera generación, se ha dedicado al trabajo remunerado y han pasado al no remunerado y por último la Triada moderna que se refiere que toda su vida se han dedicado a la actividad remunerada. En los resultados se presenta que las “Triadas” han mostrado las tendencias del cambio social y las trayectorias de las mujeres difieren según la clase social a la que pertenecen, también que en el modelo moderno y tradicional existe un patrón de imperativo maternal.

En torno al tema a tratar en un espacio cercano al planteado se ha encontrado en Ecuador la investigación de Cargua (2019) sobre la Feminización de la Pobreza, cuya población a investigar son las mujeres jefe de familia y los aspectos que encuadran las desigualdades

de género en los campos social, económico y laboral. El estudio se realizó a través de observación participante e investigación científica tomando un enfoque de género y la división sexual del trabajo como también los patrones culturales para entender cómo la mujer no alcanza un pleno desarrollo en el ámbito laboral y son más propensas a ser pobres. En los resultados se presenta que las mujeres han cambiado el rol reproductivo por uno productivo con el fin de sostener a sus hogares.

En el ámbito laboral se presentan varios conflictos puesto que deben mantener un nivel académico para constar de un empleo formal. Existe una vulneración de derechos al no crearse políticas públicas en los espacios laborales, limitando a la mujer de sus derechos que como resultante son discriminadas y con tendencia a vivir en círculos de pobreza.

Y por último un estudio realizado en la localidad sobre mujeres que trabajan en el Mercado 10 de agosto de la Ciudad de Cuenca contexto pandemia realizado por Qhizhpi (2021) aborda el trabajo de las mujeres vivanderas, cuyo objetivo fue analizar el triple rol que estas mujeres desempeñan, cuando a la vez realizan actividades de cuidado y venta de sus productos como también la participación comunitaria que desempeñan. Como resultados se encuentran que no existe una corresponsabilidad en el ámbito familiar, evidenciando una desigualdad de género a la que se enfrentan constantemente las mujeres vivanderas, menciona también que muchas de ellas recurren para el cuidado de sus hijos e hijas a otra persona que usualmente es la abuela o tía, para que ellas puedan continuar en su trabajo.

La importancia de estas investigaciones con relación al tema planteado es que se toma en cuenta el mismo foco de análisis que son mujeres trabajadoras desde un análisis social y varias desigualdades a las que se enfrentan.

2.2 División sexual del trabajo

La división sexual del trabajo se trata de una de las formas más antiguas de diferenciación de actividades y ocupación de espacios para cada género, debido a que comprende como son repartidas las labores de la vida de las personas de acuerdo a la representación social que les ha sido asignada. A través de esta, se hace una división de tareas atribuidas de acuerdo a las habilidades de hombres y mujeres, contemplando la clara idea de que las mujeres son las más aptas para realizar trabajo de cuidado, servicios, atención y similares mientras que los hombres debían dedicar su tiempo y fuerza a trabajos que requieren mayor habilidad mental y física.

De esta manera la división sexual del trabajo se instaura como una de las bases que integran las desigualdades y las fortalecen desde el momento en el que aparece la especificidad del empleo femenino, mediante el que se otorga mayor valor social a las

labores productivas realizadas por hombres y se minimiza las labores reproductivas realizadas por mujeres (Lamas, 2007).

A través de esta concepción de la significación del trabajo, de lo representativo y lo convencional o “natural” resulta más sencillo comprender que para la economía convencional lo único que tiene valor es lo mercantizable y se enlaza con la división sexual del trabajo en el momento que las labores se adhieren a hombres y mujeres de manera desigual.

2.3 Roles de género

El concepto de rol se refiere a las funciones que desempeña una persona en un determinado entorno; por otro lado, el género es una categoría que identifica "roles socialmente construidos que expresan los valores, comportamientos y actividades que la sociedad atribuye a mujeres y hombres" que varían según las circunstancias, el tiempo y la cultura.

El concepto roles de género designa no sólo a las funciones referidas, sino también a los papeles, normas y expectativas que se espera que las mujeres y los hombres cumplan dentro de una sociedad, los cuales son establecidos cultural y socialmente, y que dictan pautas sobre la forma como deben ser, sentir y actuar unas y otros dependiendo en principio, del sexo al que pertenecen (Alicia Saldívar Garduño, 2015).

Esos roles diferenciados para mujeres y hombres, en un trasfondo marcan también una posición que desarrollaran dentro de una estructura social, la cual generalmente está fincada sobre la desigualdad, por este motivo algunas actividades o características son socialmente valoradas como superiores o de más importancia, mientras que otras se consideran de menor valor o menos trascendentes. En conclusión, el término explica el conjunto de expectativas y conductas que deben regir la forma de ser, sentir y actuar de las mujeres y los hombres. A pesar de la persistencia de estos roles asignados diferenciadamente a partir de estereotipos de género, en muchas culturas y sociedades actuales aún persisten en las relaciones familiares, laborales y sociales (Alicia Saldívar Garduño, 2015).

Los roles de género establecen socialmente las tareas y responsabilidades asignadas a los sexos, por ejemplo, a las mujeres se les asigna el cumplimiento de tareas simultáneas llamadas también triple rol como una forma de vida propia de “las buenas mujeres”.

2.3.1 Rol productivo

Son establecidos como aquellas actividades que desarrollan las mujeres y hombres, desenvolviéndose en el espacio público para producir bienes y servicios y de esta forma obtener ingresos y/o reconocimiento. Las mujeres se identifican por roles reproductivos y los

hombres por roles productivos. Este enfoque se ha basado en la existencia material de la familia mediante el suministro directo de alimentos (León, 1997).

2.3.2 Rol reproductivo

Define las actividades sociales reproductivas que aseguran el bienestar y la supervivencia de la familia, incluidas las actividades domésticas y de cuidado. Estas tareas son realizadas principalmente por mujeres. La actividad reproductiva en la familia se define como un proceso continuo, reemplaza y sostiene las estructuras laborales y sociales (Orozco S. G., 2008).

Como menciona Fernández (1993), ser mujer y madre implica satisfacer las exigencias sociales preestablecidas y eso significa que ellas son quienes se tienen que encargar del cuidado y atención de los hijos, de su educación, personas adultas mayores y de atención prioritaria porque eso refleja el don de cuidado y protección que tienen por los demás.

2.3.3 Rol comunitario

Se consideran a las actividades que aseguran la provisión y mantenimiento de recursos limitados para el consumo colectivo, como el agua y la educación. Es realizado principalmente por mujeres a nivel comunitario. También se establece como un rol de liderazgo a nivel comunitario, especialmente desempeñado por hombres y mujeres a quienes se les puede pagar para crear poder o estatus (CEPAL, 2016).

2.3 Triple rol

Moser (1992), explica que el triple rol se trata de un conjunto de actividades; el rol reproductivo que involucran la maternidad y la crianza de hijos, el rol productivo que implica la generación de ingresos de distintas formas ya sea en trabajo agrícola, trabajo en áreas urbanas ya sea informal o formal y el rol comunitario que implica la participación en grupos barriales o comunitarios.

2.4 Feminización del Trabajo

La feminización del trabajo es un concepto que permite comprender el fenómeno de las labores en las sociedades actuales occidentales que indica el cambio existente en la composición de la mano de obra. Desde la feminización del trabajo se hace énfasis en el empeoramiento de las condiciones laborales y el trabajo, mucho más en aquellas labores realizadas en el espacio privado, históricamente asignado a las mujeres. En este sentido, se dota de características específicas a las labores remuneradas, pero a su vez se lo hace con las labores no remuneradas, de cuidados y servicios, labores que sitúan en lo más bajo de la economía y el mercado laboral a la población femenina.

Este proceso de feminización da como resultado un conjunto de acciones que desvalorizan el trabajo y este acto se relaciona de manera muy directa con la concepción del binarismo que realiza una división sustancial entre lo productivo relegado a los hombres y los

improductivo relegado a las mujeres y a través de esta feminización se precariza las labores y las condiciones de vida (Orozco A. P., 2006).

Según Fuller (1997) la feminización se trataría del resultado de todo aquello que no posee o pierde virilidad, es decir todo lo que se caracteriza en oposición a la masculinidad, a la hombría como tal. Es decir, todo lo que se encuentre en oposición a lo masculino se trataría de femenino y esa es una razón suficiente para quitarle valor sin importar de que se trate. La feminización claramente no se quedó instaurada en el hogar y sus actividades varias, sino que con el tiempo se ha impregnado en otras actividades como el arte, la música y la enseñanza debido a que en algún momento fueron realizadas en el espacio del hogar.

Simultáneamente Rott (2002) señala que la feminización del trabajo viene enlazada con la feminización de la pobreza, con una vida llena de sobrecargas de labores y momentos de miseria que no pueden verse modificados debido a la carga social y religiosa que conlleva.

Las mujeres se ven obligadas a cumplir con estándares designados por la cultura y sociedad en la que viven e intentan desarrollarse, dedican la mayor parte de su tiempo a la crianza y cuidado de personas dependientes y el tiempo restante realizan labores en las que son “excelentes” como trabajos temporales de limpieza, venta de productos de manera formal e informal, cuidado de menores que no pertenecen a su círculo, realización de arte como pintura y música, etc.

2.5 Transgeneralización del trabajo

El término transgeneracional hace referencia a cómo un patrón de un individuo se transfiere a individuos de generaciones siguientes, en este sentido la transgeneralización del trabajo refiere el fenómeno de transmisión de una labor del progenitor o progenitora a las siguientes generaciones a través de una lógica de herencia del trabajo (Barnes, 2014).

2.6 Enfoque mujeres en el desarrollo

Desde el enfoque Mujeres en el Desarrollo o mujeres hacia el desarrollo existen algunos momentos históricos cruciales en la inserción de las mujeres al concepto de desarrollo, uno de ellos es la década de las Naciones Unidas a favor de las mujeres, en donde se propuso una transformación en el foco de preocupación que procuraba únicamente a las mujeres desde su rol reproductivo-familiar y se visualizaron las preocupaciones de las mujeres para pertenecer al campo laboral. Este proceso permitió que se limiten las propuestas de programas guiados hacia el bienestar, la maternidad y el cuidado y se proceda a comprender que las mujeres poseían un rol mucho más amplio dentro de lo productivo.

Todos aquellos cambios abrieron paso a una nueva tendencia denominada Mujeres en el Desarrollo (MED), que surgió en 1970, bajo la idea de que las mujeres habían sido siempre apartadas del desarrollo lo que se traducía en que eran un recurso inexplorado. Fue

entonces que en base a esta idea que se logra integrarlas con el fin de aprovechar los aportes que pudieran hacer (León, 1996, pág. 8).

Esta integración implicaba que por primera vez las mujeres sean tomadas en cuenta para el ámbito productivo, las hacía pertenecientes a la vida pública, al empleo, a la educación, al comercio, al conjunto de políticas que trabajaban a favor del desarrollo, espacio al que nunca antes habían pertenecido. Claramente la marginación permanente de las mujeres significaba el retraso del desarrollo en busca de una sociedad más justa, es por ello que el enfoque MED focaliza toda su estructura analítica en las mujeres, en sus situaciones desiguales, en sus identidades y en su papel social (Ruiz, 1990).

Este enfoque busca darles valor a las actividades de producción realizadas por mujeres y a su papel comunitario fundamental para el desarrollo humano, sin duda configuraba una primera forma en la que las mujeres podían tener un valor social más amplio ligado a actividades distintas a las del hogar.

2.7 Economía Feminista

En primera instancia la economía feminista hace una crítica directa a la economía neoclásica y a su discurso y a través de ello propone un análisis distinto de la economía mundial y de sus formas de desarrollo, esta propuesta netamente feminista reconoce que únicamente integrar a las mujeres a la economía clásica es una forma más de desigualdad teniendo en cuenta que las labores y las condiciones en las que forman parte no son iguales a la de los demás. Es por ello que la alternativa a este proceso de integración sería visualizar y a su vez cuestionar la desigualdad sabiendo que este es el primer paso para llegar a transformar las estructuras sociales existentes que han situado a las mujeres como seres excluidos y discriminados no solo de la economía sino de múltiples ámbitos.

La economista feminista orienta dos corrientes o perspectivas, una de ellas de conciliación que comprende justamente conciliar los nuevos paradigmas con los existentes y validar ambos en tanto sean modificados, mientras que la economía feminista de la ruptura alude a una transformación total de los paradigmas actuales con los anteriores.

A partir de estas dos perspectivas nacen algunas ideas compartidas desde la economía feminista, una de ellas es que ésta critica el discurso de análisis androcéntrico de la economía que sitúa todo en dos grandes conjuntos, lo económico que incluye exclusivamente a lo monetizado y lo no monetizado que incluye todo lo restante y este análisis estructura la división de espacio entre lo público y lo privado. A partir de esta concepción la economía feminista propone la deconstrucción del objeto de estudio utilizado desde el enfoque androcéntrico ya que esta visión de la economía considerada objetiva, ocultaba en realidad un sin número de sesgos que escondían a las mujeres y sus diferencias con los hombres y a través del tiempo este discurso de opresión femenina tomo

espacio importante en la epistemología por lo que redefinir los estudios y sus posicionamientos sesgados es fundamental (D'Alessandro, 2016).

También se hace una crítica directa al limitado concepto de economía que no reconoce el trabajo realizado por las mujeres desde el hogar, para ello se plantea un uso adecuado de los conceptos considerando la necesidad de la amplitud de los temas económicos que engloban mucho más que solo lo mercantilizable. Se trataría entonces de constituir un proceso de descentralización de los mercados que era el punto clave de los economistas, para de esta manera renombrar las actividades realizadas por las mujeres históricamente invisibilizadas y reconocerlas como agentes económicos importantes en la economía mundial (Orozco A. P., 2006).

Por otro lado, desde la economía feminista se aboga por la visualización de la existencia de relaciones de poder de género presentes en la estructura misma de la economía y propone hacer uso de este hecho como objeto de estudio económico que dé cuenta de las bases de desigualdad existentes. Las propuestas y los cuestionamientos realizados desde la economía feminista son claros y persisten en la transformación de la economía y de sus discursos androcéntricos que omiten la importancia de las actividades realizadas por las mujeres desde el hogar, pero los medios para llevar a cabo todas estas propuestas son distintos de acuerdo a cada perspectiva económica feminista.

2.7.1 Mujeres y la economía feminista

La opresión se da en cualquier posición dominante, la opresión de género enfatiza que las relaciones de género son políticas, son relaciones de poder, mientras que la economía feminista analiza las relaciones dominantes, la heterogeneidad de las mujeres en relación a la realidad social de dependencia económica de las mujeres. Desde este punto de vista, las tareas del hogar deben ser vistas como un trabajo y no como algo propio de la naturaleza de la mujer. De esta forma, se introduce un factor diferenciador en el propio género femenino, a saber, la heterogeneidad de las mujeres en el trabajo y el empleo, siendo el trabajo doméstico una actividad diferenciadora de las mujeres. Aunque este no es el único factor que hace que la población femenina sea heterogénea.

La clase social y la raza son otros ejes de diferencia y desigualdad entre hombres y mujeres. Según Balbo (1991) la sociedad industrial se basa en el trabajo cotidiano no reconocido de las mujeres adultas, el trabajo reproductivo que la sociedad asigna a las mujeres. La actividad laboral -su norma, significado o ausencia (en forma de desempleo o inactividad)- no puede entenderse sin tener en cuenta la división sexual del trabajo, que, junto con el matrimonio, es la base de las relaciones modernas del modelo de familia nuclear (Brunet, 2016).

2.8 Trabajo en los mercados de alimentos

Los mercados de alimentos son una clave fundamental en todas las sociedades y una fuente principal de alimentos, pero además de su importancia en carácter de salud y nutrición, conllevan un importante componente cultural que cumple con una gran función social que es la de conectar al comprador con el vendedor (Crespi y Domínguez, 2016). Los mercados son lugares que brindan un espacio compartido en el que varias personas, generalmente mujeres pueden laborar en la venta de distintos productos, generando de esta manera una ganancia por el trabajo que realizan y un intercambio de relaciones sociales. En este sentido, el trabajo en los mercados de alimentos se traduce en un intercambio constante de productos, experiencias, tradiciones, cultura, conversaciones espontáneas y un sin número de relaciones que van mucho más allá de lo laboral.

2.8.1 Mercados de alimentos

Los mercados de alimentos podrían estar en el centro de una nueva estrategia para construir ciudades más resilientes, es decir los mercados de alimentos pueden promover dietas y hábitos más saludables; pueden conectar mejor las ciudades con su entorno natural, crear conexiones urbano-rurales y conectar mejor a los consumidores, minoristas y proveedores con el nexo de los negocios digitales e innovadores. Los mercados no solo son referidos como espacios físicos o infraestructuras para el intercambio de bienes entre personas, sino que también sirven como garante de preservación y resistencia cultural, donde se conservan expresiones tangibles e intangibles del patrimonio, contribuyendo a preservar diversas expresiones de tradiciones orales. y patrimonio alimentario. Asimismo, en estos contextos, estos espacios comerciales crean procesos multiculturales y transculturales que se concretan a través de los objetos, productos, prácticas y creencias presentes en estos lugares (BID, 2022).

Como lo plantea Andes (2017) "...si los mercados se pierden, se pierde un montón de cultura tras ese proceso, nosotros tenemos que defender la vigencia del mercado como un espacio cultural y un espacio de aprendizaje..."

Frente a los efectos homogeneizadores de la modernidad y la globalización, se la considera fundamental en la protección del patrimonio alimentario y de las diversas expresiones y manifestaciones del patrimonio material e inmaterial.

2.8.2 Mercados como un espacio de construcción social/entorno

La visión hegemónica de estudiar los mercados marca una línea de análisis específica desde la teoría económica, para la presente investigación se va a plantear un análisis distinto más ligado a la sociología económica que investiga y analiza a los mercados como un resultado de innumerables lazos culturales, interpersonales y significados sociales compartidos.

Los mercados desde hace cientos de años atrás fueron creados por las sociedades con un sentido comunitario y de cooperación en donde se puedan realizar intercambios de productos por dinero, pero también de tradiciones y conversaciones espontáneas que denotaban un proceso de acercamiento y sentido de pertenencia al espacio. Claramente los procesos mercantiles de la vida misma no se trataban solamente de un proceso material sino de un fenómeno cultural, proceso que a su vez organiza y desarrolla la vida económica del conjunto de actores.

Los mercados populares se fortalecen y desarrollan a partir de los lazos culturales identitarios, identidades que han ubicado a grandes cantidades de población indígena en estos espacios de comercialización quienes mantienen sus raíces lo que repercute en sus prácticas laborales diarias y en los circuitos económicos comerciales entre ellos, los consumidores, proveedores y demás.

A partir de estas identidades culturales permanentes se logran crear procesos estratégicos de promoción de la confianza que avivan la venta de productos y esto se debe a la historia cultural local que demuestra compatibilidad entre la población (Zelizer, 2011).

3. Marco espacial y temporal

3.1 El mercado 12 de Abril

3.1.1 Características y ubicación

El Mercado 12 de Abril se encuentra en las calles Padre Monroy y Clemente Yerovi en la ciudad de Cuenca. Este centro de abastecimiento alimenticio cuenta con más de 40 años al servicio de la comunidad cuencana, según información proporcionada por la Dirección de Planificación, el mercado cuenta con 562 puestos que están repartidas en dos plantas, de las cuales 466 están dentro del almacén y 96 fuera.

En la planta baja se ubican los expendios de verduras, frutas, granos, mariscos, cárnicos, tercenas, abacerías, artesanías, dulces, hierros y repuestos, plásticos, peluquería, duplicado de llaves y hierbas y en la planta alta se ubican puestos de lácteos, huevos, ropa, calzado y patio de comidas. Además, en el exterior atienden los comercios dedicados a la venta de comida rápida, flores, jugos, cafeterías, heladerías, repuestos electrodomésticos y jugueterías.

A simple vista se logra identificar que la mayor parte de la población que trabaja en este espacio son mujeres de entre 20 y 70 años que se encuentran laborando en la venta de productos alimenticios a la población desde hace varios años atrás desde donde se ha percibido una lógica de herencia del trabajo, es decir mujeres que han crecido en familias en donde sus abuelas realizaban la labor de comerciantes, posteriormente sus madres y en la actualidad ellas.

Capítulo 3

4. Marco Metodológico

El enfoque que se aplicó para la presente investigación fue de tipo mixto ya que nos permitió un acercamiento interpretativo a través de cifras que reflejan datos importantes y a su vez se pudo conocer de primera mano las experiencias laborales de algunas de las mujeres investigadas. El diseño de investigación fue no experimental y el alcance fue de tipo exploratorio, descriptivo lo que nos permitió conocer y exponer la problemática ya que es un tema que no se ha tratado anteriormente. Su alcance temporal fue sincrónico porque se investigó en un periodo en específico Marzo 2022-Febrero 2023.

Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron entrevistas semiestructuradas y encuestas digitales dirigidas a la muestra objetiva. El instrumento de recolección de datos útil para esta investigación fue una guía de preguntas para el paradigma cualitativo y el uso de la plataforma digital de cuestionarios de Google, que facilitaron la interacción y recolección de información, para el paradigma cuantitativo. Es importante mencionar que se construyó el cuestionario y se procedió en primera instancia con un proceso de pilotaje que nos permitió evaluar la pertinencia y efectividad del instrumento antes de ser aplicado. Para el análisis de datos Cualitativo el tipo de muestreo no probabilístico aplicado fue de conveniencia: las protagonistas fueron escogidas de acuerdo a los criterios y objetivos de investigación es por ello que 12 mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril, es decir dos mujeres de cada área de comercio en un rango de edad entre 30 y 60 años formaron parte de la muestra objetiva. Nuestro margen de selección estuvo bajo las siguientes características: mujeres que hayan laborado en el mercado por al menos 10 años y mujeres que laboran junto a sus hijas o hijos en el mismo espacio. Para fines de esta investigación se procedió a codificar a las entrevistadas con la letra E, acompañadas de un número con incremento secuencial (E1, E2...). Por otro lado, para el análisis de datos Cuantitativo el tipo de muestreo fue probabilístico pues fue aplicado a una muestra constituida por 160 mujeres comerciantes que trabajan en el Mercado 12 de Abril.

Para el plan de procesamiento y análisis de resultados obtuvimos la información de primera mano proporcionada a través de las entrevistas y el reporte digital de las encuestas realizadas. Se transcribió lo escuchado y se hizo uso de ATLAS.TI. para sistematizar la información y se procedió con el análisis del contenido para extraer significados relevantes, además de realizar el análisis de datos cuantitativos y de estadísticas a través del programa SPSS. Cabe mencionar que todos los datos e información recogida durante esta fase

investigativa fueron netamente de uso académico, los nombres fueron codificados y se guardó absoluta confidencialidad.

Capítulo 4

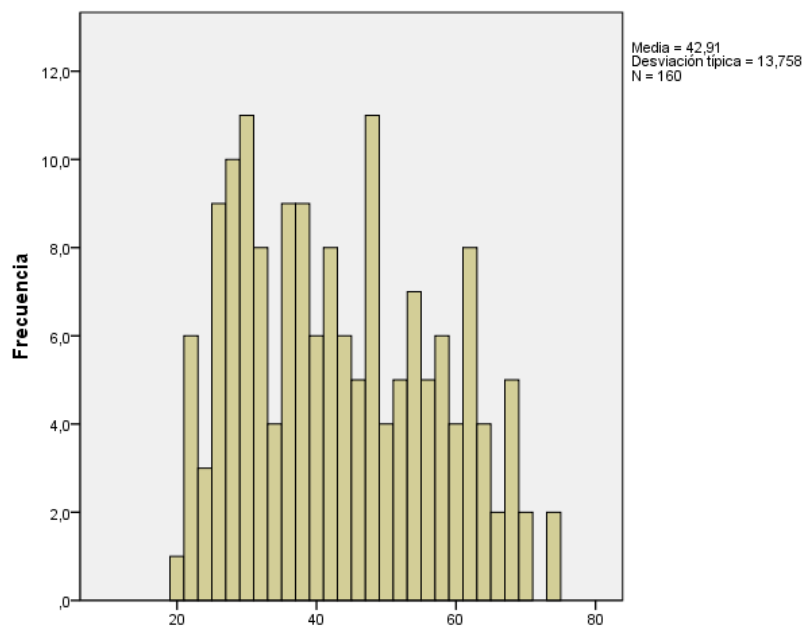
5. Análisis e interpretación de los resultados

5.1. Caracterización de las mujeres investigadas

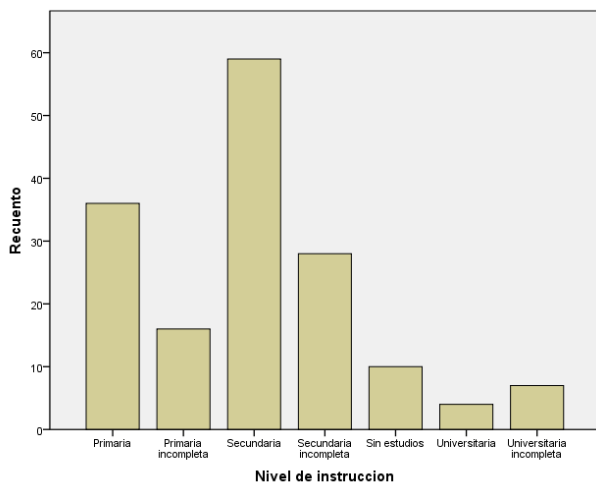
A través del levantamiento de información mediante las entrevistas y las encuestas se obtuvo los datos sociodemográficos de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril, los cuales se describen a continuación para dar una perspectiva de la población estudiada.

Gráfico 1.

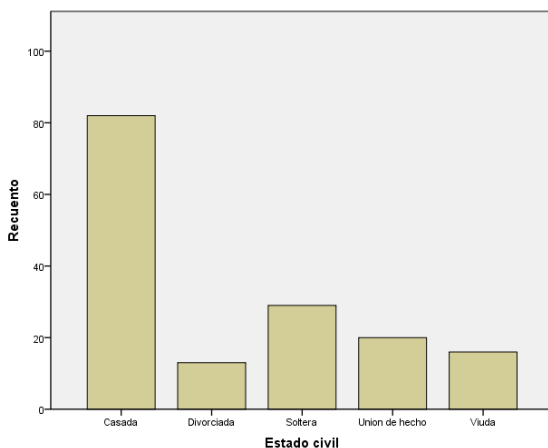
Edades de las mujeres encuestadas trabajadoras del Mercado 12 de Abril



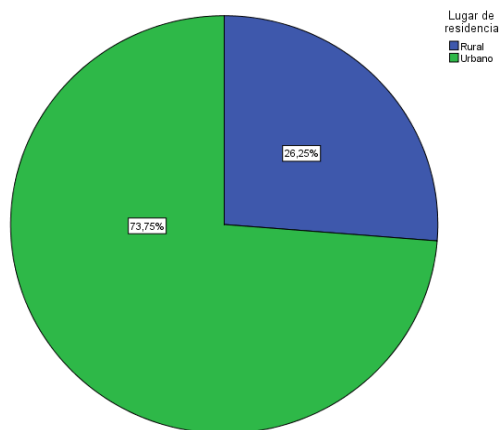
Del grupo de mujeres encuestadas pertenecientes a las trabajadoras del Mercado 12 de Abril, se encontró que las edades que más frecuentan se encuentran en un rango comprendido entre 20 a 30 años, sin embargo las edades oscilan desde los 20 años hasta los 74 como la persona con más edad. Las edades a su vez son un dato importante debido a que nos permiten comprender que quienes mayormente trabajan en el mercado son mujeres en edad económicamente activa, quienes también en su mayoría son esposas y madres.

Gráfico 2.*Nivel de Instrucción*

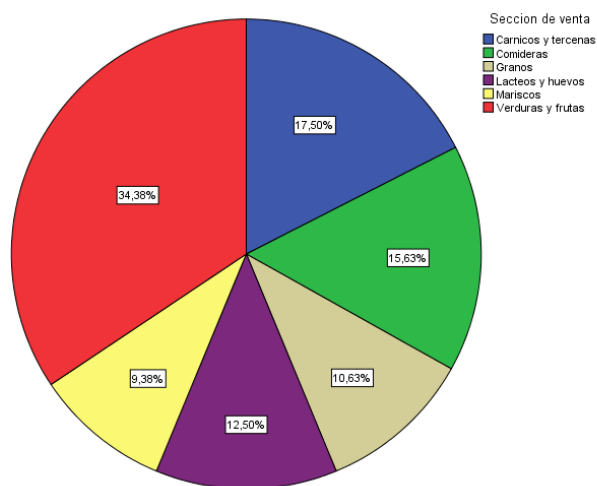
Del total de mujeres encuestadas en cuanto al nivel de instrucción, se logra conocer que con 59 respuestas que refleja en porcentaje un 36,9%, las mujeres trabajadoras del mercado tienen un nivel de instrucción secundaria, seguido de primaria con un 22,5% y de secundaria incompleta con un 17,5%. Esto se debe a que la mayor parte de las encuestadas son población adulta joven perteneciente a la zona urbana y con mayores oportunidades académicas.

Gráfico 3.*Estado civil*

Del total de la muestra de mujeres encuestadas, en relación a su estado civil, el 51,2% mencionó estar casada, seguido de un 18,1% de mujeres solteras; 12,5% en unión de hecho; 10% viudas y 8,1% de mujeres divorciadas.

Gráfico 4.*Lugar de residencia*

Del total de la muestra de las mujeres encuestadas en cuanto a su lugar de residencia, se evidenció que el 73,8% viven en la zona urbana mientras que el 26,2% se encuentran en la ruralidad.

Gráfico 5.*Área en la que trabajan las mujeres encuestadas*

Del total de la muestra de mujeres encuestadas en relación a la sección en la que desempeñan su labor en el mercado, el 34,38% se dedica a la venta de frutas y verduras, seguido de 17,50% que trabajan en cárnicos y tercernas.

Una vez obtenida la información sociodemográfica de la población objeto de estudio en las encuestas, se continuó con el detalle de la misma información que corresponde a las entrevistadas.

Tabla 1.
Identificación de la población entrevistada.

Trabajadoras	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12
Edad	63	34	33	31	35	41	43	47	67	53	51	49
Área de trabajo	Verduras y frutas	Lácteos y huevos	Mariscos	Cárnicos y ternas	Comida	Granos	Comida	Fruitas	Lácteos y huevos	Granos	Cárnicos y ternas	Mariscos

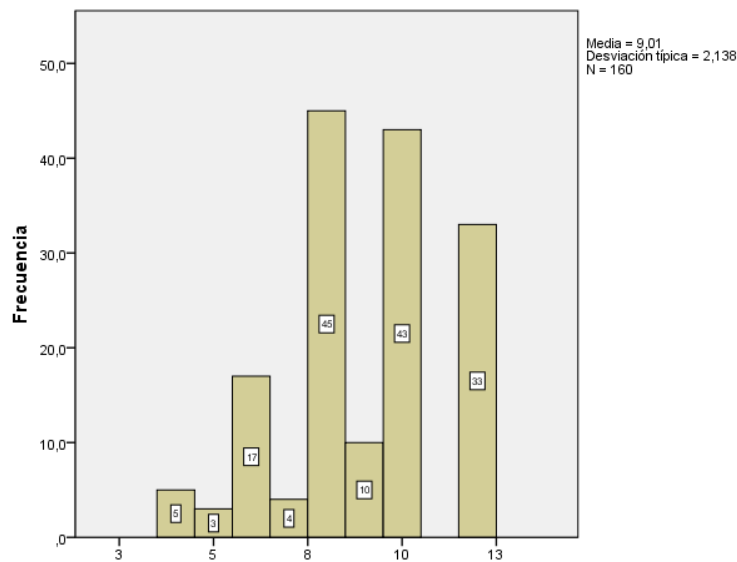
Nota: Esta tabla muestra las características generales de la población objeto de estudio. Realización propia.

5.2 Efectos de la feminización del trabajo en el Mercado 12 de Abril ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2022 - febrero 2023.

La feminización del trabajo es un fenómeno que trae consigo un sin número de efectos en la vida de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril, como explica Enguita (2001), la feminización de las labores coloca a las mujeres en una situación de desventaja frente a los varones dado que sus labores son poco reconocidas socialmente ya que se encuentran en espacios de prestación de servicios lo que las relega de los puestos de poder y las envuelve en una vida de sobrecargas sociales, familiares y laborales, conocido también como triple rol. Dentro de estos efectos analizaremos aquellos evidenciados fuertemente en la población encuestada.

Gráfico 6.

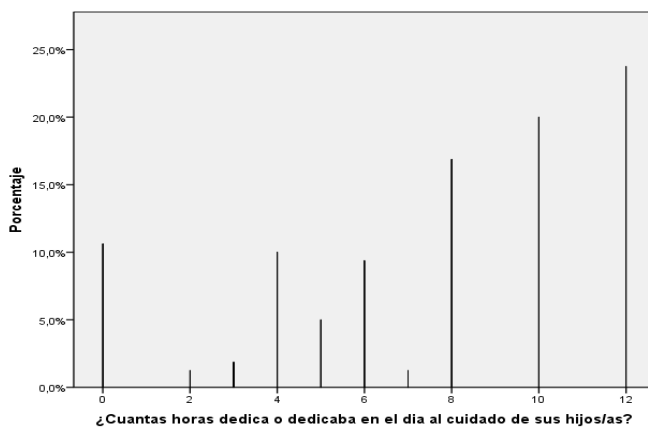
Cantidad de horas que dedican las mujeres al trabajo en el Mercado 12 de Abril



Del total de la muestra de mujeres encuestadas se logra evidenciar que con respecto a la cantidad de horas que dedican a trabajar en el mercado, el 28,1% de mujeres trabaja al menos 8 horas diarias, seguido de un 26,9% que trabajan 10 horas. El tiempo que las mujeres dedican a esta labor es de suma importancia porque nos permite comprender su uso del tiempo libre, en este caso se conoce que trabajan entre 8 a 10 horas al día, es decir que, si dedican 8 horas al descanso y 8 al trabajo, tendrán 8 horas libres, sin embargo, no es así ya que su “tiempo libre” es usado para labores domésticas y de cuidado de hijos e hijas y de personas con discapacidad.

Gráfico 7.

Cantidad de horas que dedican las mujeres al cuidado de hijos e hijas



En cuanto a la cantidad de horas que dedican en el día al cuidado de sus hijos/as, el 23,8% de las mujeres dedican 12 horas o más al cuidado de sus hijos y el 20% dedican 10 horas diarias, como valores predominantes. Esta información nos permite corroborar lo

mencionado en el gráfico anterior. Las mujeres dedican la mitad del día al cuidado de sus niños y niñas, lo que quiere decir que la mayor parte del tiempo comparten el espacio de trabajo con el de crianza y que no tienen “tiempo libre” en el que puedan dedicarse a actividades de ocio y uso exclusivo para ellas.

Tabla 2.

Experiencias de *cuidado y crianza en el espacio de venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril.*

Mujeres trabajadoras	¿Ha tenido que traer a sus hijos/as al mercado para cuidarle mientras usted trabaja, o que a usted le hayan traído a este espacio de trabajo, cuéntenos cómo es o ha sido esta experiencia en este espacio?	Código
E1	“Yo a mis hijos crié a todos aquí (5 hijos), hasta que vayan a la escuela”	Crianza
E2, E5	“a mí me traían siendo niña, mi experiencia (...)venía ayudar, no me gustaba, pero tenía que venir porque tenía que venir”	Crianza
E3, E4, E6	“Si (...)pero mis hijos eran muy inquietos usted sabe el estar aquí sentados en un espacio tan pequeños como este no se aguanta, se aburren y si salen a jugar en los puestos vacíos, pero una se está con el pendiente mientras trabaja que no hagan travesuras”	Crianza
E7, E11	“aquí se criaron mis hijos (...) Mis tres hijos vinieron acá cuando empecé a trabajar el un vino de 2 años y mis mellizos vinieron de 3 meses”	Crianza

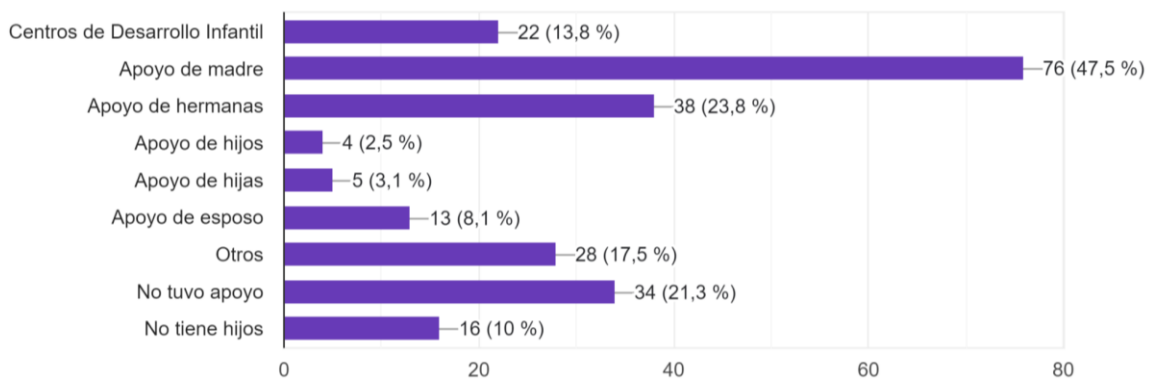
E7, E9 “yo les ponía en el coche venía dando el seno y se dormían una sola hasta las 11 o 11 y media, vuelta se levantaban y les daba una tetada, que ya coman porque ya el mediodía es la hora pico donde vengo yo la comida entonces no podía cuidarlos” Crianza

E8, E12 “pasaban aquí jugando y también viendo aprendieron ya a vender si me iba un ratito se quedaban y hacían las ventas” Crianza

En la tabla se puede observar las diferentes experiencias de las mujeres que han sido criadas y como ellas también han criado a sus hijos e hijas en el mercado, al compartir trabajo de cuidado considerado como rol reproductivo y trabajo remunerado como rol productivo, al mismo tiempo, siendo su única opción para el sustento de su familia. Coincidiendo así con el concepto de Moser (1989) que plantea el triple rol de la mujer entorno a las funciones que realiza, se encuentra la función reproductiva (responsabilidad del nacimiento, crianza y cuidado de los hijos/as y otros miembros de la familia) y la función productiva (trabajo que crea valor transformador, ya sea remunerado o no remunerado).

Gráfico 8.

Redes de apoyo para el cuidado de sus hijos



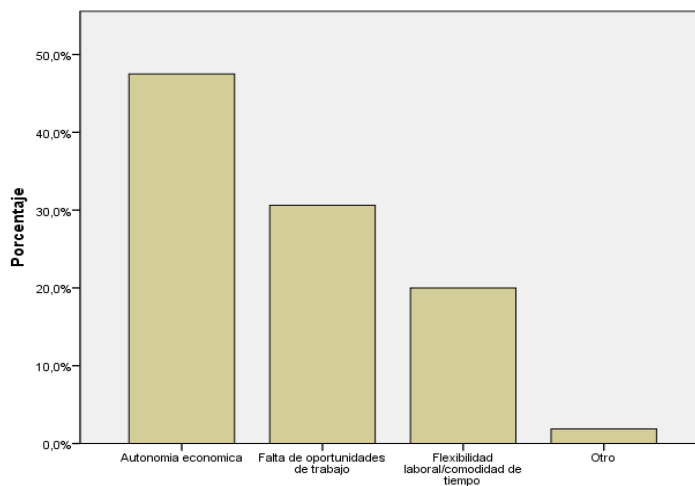
Del total de la muestra de mujeres encuestadas con respecto a quienes fueron sus redes de apoyo para el cuidado de sus hijos, el 47,5% respondió que fue su madre y un 23,8% mencionó que sus hermanas. Este dato es significativo debido a que la mayor parte de las mujeres como se indica en el gráfico 3, son mujeres casadas, es decir se esperaría que sus parejas sean su apoyo directo para el cuidado de sus hijos sin embargo la realidad según los datos recogidos es distinta y su apoyo más cercano son otras mujeres pertenecientes a su círculo familiar.

5.3 Factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el Mercado 12 de Abril

El Mercado 12 de Abril se encuentra habitado en un 95% por mujeres que se dedican a la venta de distintos productos, las formas en las que llegaron a este lugar de trabajo son múltiples, sin embargo las razones por las que deciden permanecer dedicadas a la labor de comerciantes de productos alimenticios se asemejan entre la muestra poblacional y reflejan una suerte de lazos familiares entre comerciantes, independencia económica, falta de oportunidades entre otras causas que las ubican en el mercado.

Gráfico 9.

Razones por las que laboran en el Mercado 12 de Abril



Del total de la muestra encuestada con respecto a cuál es la razón por la que laboran en el Mercado 12 de abril, se evidenció que el 47.5% de las mujeres mencionan hacerlo por tener autonomía económica, es decir no depender del salario de terceros, 30.6% hablan de la falta de oportunidades de trabajo como su razón principal para trabajar en el comercio de productos y el 20% restante considera que el trabajo les brinda flexibilidad de tiempo para realizar otras actividades.

Tabla 3.

Inserción de mujeres en la venta de productos en el Mercado 12 de Abril.

Mujeres trabajadoras	¿Desde qué edad y cómo inició el trabajo en el mercado?	Código
E1, E11, E12	“Como no termine la escuela no tengo otro trabajo más”	Bajo nivel de instrucción
E2, E3, E5, E10, E11	“mi mamá trabaja aquí ella era empleada de un local de aquí mismo en el mercado y yo le ayudaba en el mismo puesto”	Herencia de labor
E3, E4	“a lo que ya me gradué si vine ya aquí me obligaron”	Herencia de labor
E6, E8, E9	“mi tía era dueña de este (..) yo le reemplace”	Herencia de labor
E7	“prácticamente yo nací aquí, me crié aquí, con mis papás que trabajaban aquí, mi abuelita”	Herencia de labor

Nota: Esta tabla muestra las principales razones por las que las mujeres ingresaron a trabajar en puestos de expendio de alimentos.

Otro de los factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en esta labor de comerciantes es la creencia de que el trabajo que realizan está hecho justamente para ellas, este dato se relaciona con la construcción social del género que ubica de manera natural a las mujeres en espacios de servicio debido a sus habilidades para ello, amabilidad, dulzura, atención, etc. Esto se ve reflejado en algunas de las frases que mencionaron las entrevistadas.

Tabla 4.

Percepciones y creencias de las trabajadoras sobre el espacio feminizado

Mujeres Trabajadoras	¿Cuál cree usted que es la razón por la que existen más mujeres que hombres trabajando en el Mercado 12 de abril?	Código
E1, E7, E12	“Son actividades que más funcionales son las mujeres, si ve aquí son vendedoras de frutas, de carnes de pollos, de pescados, hay más mujeres, ya los hombres a lo que es trabajo de hombres”	Creencias, roles y estereotipos.
E2, E3	“he escuchado muchos comentarios que para estar aquí se necesita ser mujer y he visto que, si son más carismáticas, más amables que los hombres”	Creencias
E4	“Yo creo que es por el trato y la confianza que nos tiene. El hombre es un poquito más serio, las mujeres somos más negociadoras y accesibles en precios”	Estereotipos.
E5, E9, E11	“porque se cree que las mujeres sirven para lo que es la cocina, como aquí se venden las frutas y cosas así”	Roles y estereotipos.
E6	“los hombres piensan que el mercado no es lugar para ellos y que esto es solo para mujeres”	Estereotipos.
E8	“mi suegra me decía que no hay trabajo para las mujeres por eso nos ponemos a trabajar en el mercado”	Roles y estereotipos.
E10	“son trabajos que muchas aquí han seguido de la mamá y una se ha quedado con eso.”	Roles.

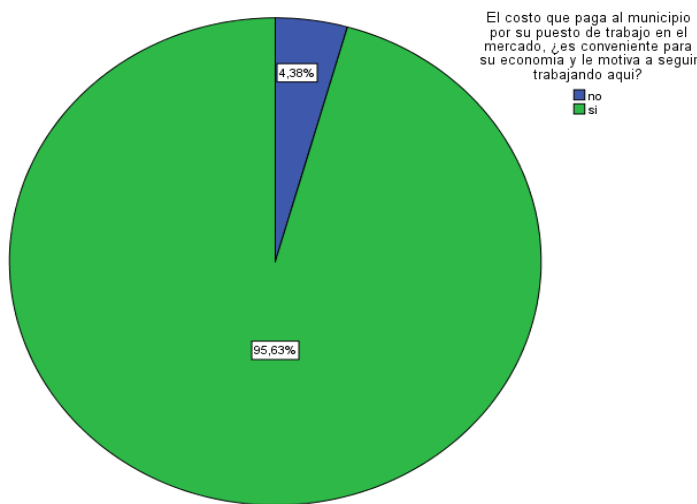
Nota: Esta tabla muestra las creencias y percepciones de la existencia mayoritaria de mujeres que hombres en los puestos del mercado puesto que tienen una visible diferencia de mujeres 90%de ocupación de puestos en el mercado en oposición a los hombres con una presencia del 10%.

La asignación del código creencias, roles y estereotipos hacia las experiencias de las mujeres trabajadoras se vinculan desde el análisis en atlas ti, donde se relacionan y coinciden con el concepto de Magally (2011) quien menciona que los estereotipos, a su vez, crean roles de género, las formas en que los hombres y las mujeres se comportan y llevan a cabo su vida diaria según lo apropiado para cada uno. De esta forma las creencias que tienen las mujeres que laboran en el mercado han sido factores que han orientado a que elijan a esta labor como su estilo de vida.

Otro de los factores que influyen en la permanencia de las mujeres en el mercado es los bajos costos que pagan por su puesto de trabajo y esto se ve reflejado en el siguiente gráfico.

Gráfico 10.

Costo que paga por su lugar de trabajo



De acuerdo a la información proporcionada por las mujeres encuestadas con respecto a si el costo que paga por su puesto de trabajo es conveniente y le motiva a permanecer ahí, el 95.63% mencionó que sí. Este dato es realmente importante porque por unanimidad las respuestas contemplan un sí absoluto, lo que se traduce en que se trata de una razón muy fuerte por la que las mujeres deciden seguir laborando en el Mercado 12 de Abril.

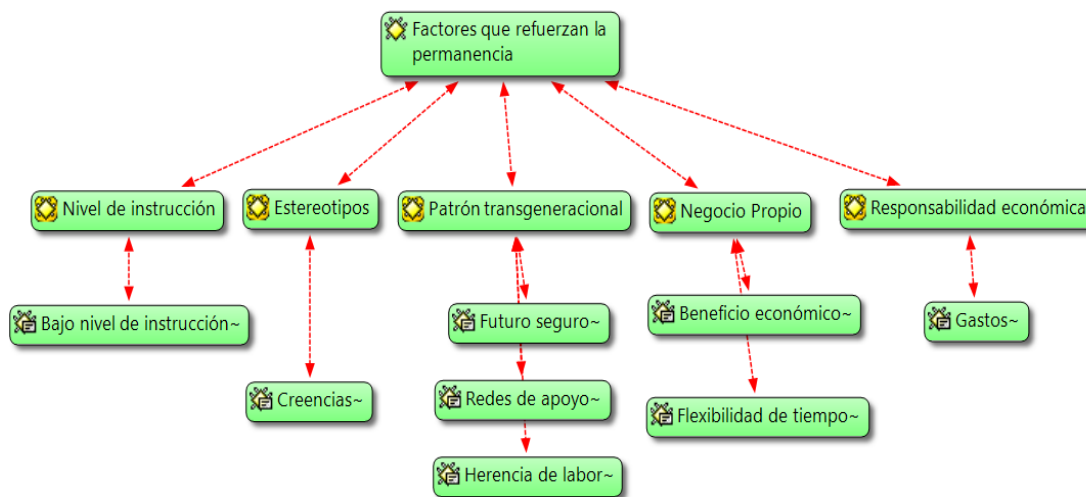
E1: *“Lo que pagamos aquí si es económico ...para que uno se va a quejar, si nos ayuda mucho”*

Se evidencia que el costo que pagan mensualmente por el puesto de trabajo es muy conveniente para su economía, razón por la optan por el arrendar el puesto en el mercado que en otro negocio donde el precio es mucho más elevado.

Todo lo encontrado y expuesto a través de los gráficos y las tablas expuestas con anterioridad se ven reforzados a través del siguiente cuadro semántico (red) arrojado tras el análisis en Atlas. Ti

Gráfico 11.

Cuadro Semántico de factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el Mercado 12 de Abril



Dentro de la red de factores que refuerzan la permanencia en el mercado se encontró que casi en su totalidad se encuentran trabajando porque algún familiar le cedió o le impulsó a que se dedique a la venta de productos alimenticios pues es un trabajo que es heredado por familiares, se involucra directa o indirectamente en el aprendizaje de la labor y es un espacio fijo donde contará con redes de apoyo a su alrededor. El bajo nivel de instrucciones un factor que relega a las mujeres a mantenerse en espacios donde no se exige un nivel académico , seguido de que al ser un negocio propio les genera beneficio económico y una flexibilidad de tiempo necesaria para las madres trabajadoras que cuentan con una responsabilidad económica en su hogar, pues son jefas de trabajo y también jefas de hogar siendo su único ingreso el labor que realizan en el mercado .Y por último los roles y estereotipos son concepciones que están impregnadas en las mujeres que trabajan ahí pues su rol como mujer socialmente les asigna a laborar en espacios de cocina ,comida y venta de los mismos creencia que dentro de las entrevistas han sido receptadas.

5.4 Experiencias laborales de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2022 - febrero 2023.

Experiencias negativas:

Tabla 5.

Relaciones familiares y sociales

Mujeres trabajadoras	¿Se han visto afectadas sus relaciones sociales y familiares debido al trabajo que realiza, de qué manera? (no tiene días libres)	Código
E1, E2	"Claro, yo no tengo ningún día libre, si cerramos un día el puesto el producto se daña"	Trabajo sacrificado
E1, E11	"mi esposo cuando era más joven, era decir vamos a comer vamos a pasear no había como "solo estas en el mercado".	Relaciones Maritales
E2	"No porque es un trabajo esclavizante estar aquí todo el día y si porque es propio, algo suyo y usted está ganando ."	Trabajo sacrificado
E2, E5	"No tengo vida social (...) En mi caso, tengo días libres, pero si me afecta para lo normal de una persona joven"	Socialización

E2, E9	“más que todo ser una mujer fuerte, porque estar parada aquí todos los días de domingo a domingo, de 6 de la mañana a 6 de la tarde, es pesado, el frío y todo eso, chuta una tiene que estar preparada para todo”	Trabajo sacrificado	
E6, E1, E7, E8, E9, E12	“mis hijos si me dicen “Mami otra vez el domingo y no vamos a poder salir al parque “son cositas que a uno le duele, pero son los días en los que más se vende”	Falta de tiempo en familia	
E8, E1	“sí me gusta el trabajo, es divertido, tengo amistades y todo”	socialización	
E9, E11	“Si ha sido sacrificado trabajar aquí, es pesado, porque una ni enferma deja de venir acá, y la familia se enoja que ya no vaya que descanse, pero si no se viene no se come pues”	Trabajo sacrificado Falta de tiempo en familia	
E12	“Se llega cansada pero las obligaciones no esperan y hay que llegar a cocinar a barrer algo siquiera”	Trabajo sacrificado	

Nota: Esta tabla muestra las repercusiones que tiene en la vida de las mujeres el trabajo en el mercado.

Entre las principales afecciones en las relaciones sociales y familiares , según las experiencias de las mujeres vendedoras son que ,el trabajo es limitante de tiempo con su

familia debido a sus largos horarios incluidos fines de semana , seguido de las relaciones maritales se ven afectadas por el mismo motivo mencionado anteriormente y por último el entorno social al menos en las mujeres jóvenes es un problema ,y en ese mismo sentido las únicas relaciones sociales que construyen son con personas que laboran en el mismo espacio.

Experiencias positivas:

Tabla 6.

Percepción de ser mujer en el Mercado 12 de Abril

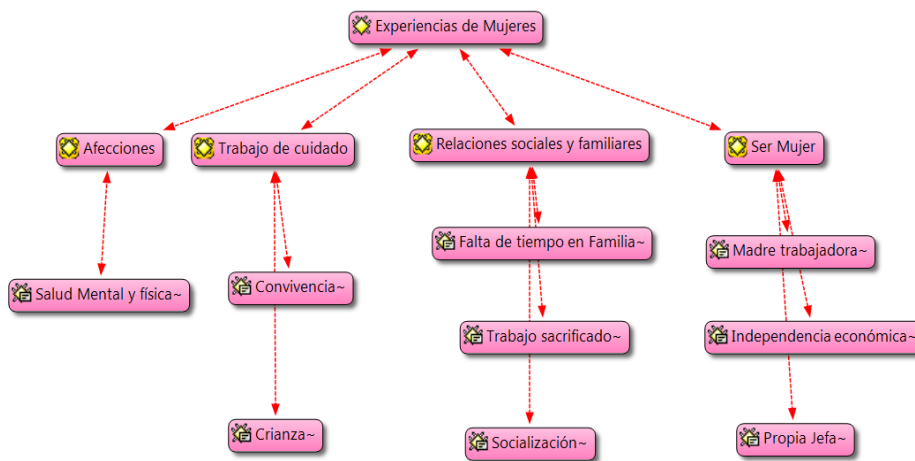
Mujeres trabajadoras	¿Qué significa para usted ser una mujer dedicada a la venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril?	Código
E1, E2, E3, E7, E10, E11	“Una ya es algo independiente, uno no espera de nadie que venga y le mantenga, una mujer trabajadora que sabe trabajar y salir adelante es la independencia de uno, es lo mejor que puede pasar”	Independencia económica
E4, E6, E7, E8, E12	“El beneficio es que puedo estar con mis hijas, soy mi propio jefe, abro cuando quiero, cierro cuando quiero y me da tiempo para atender las necesidades de mi familia”	Propia jefa
E8, E9, E10, E11	“Significa todo, ser madre, ser trabajadora e independiente, en este trabajo que es duro, duro la verdad. (...) se llega cansada pero las obligaciones no esperan y hay que llegar a cocinar a barrer algo siquiera”	Madre trabajadora

Nota: Esta tabla 7 presenta el sentir de las mujeres y que significa para ellas el ser mujer en el mercado.

Se identificaron 3 principales significados para lo que es ser mujer en este espacio de comercio de productos como lo es el mercado, el primero refleja la independencia económica que representa para ellas la superación y libertad, seguido de un sentido de autonomía y decisión propia al ser su propia jefa, y por último el combinar ser mujer con ser madre y el poder con todo cuando las responsabilidades en ella no cesan.

Gráfico 12.

Cuadro semántico Atlas Ti sobre las experiencias laborales de las mujeres investigadas.



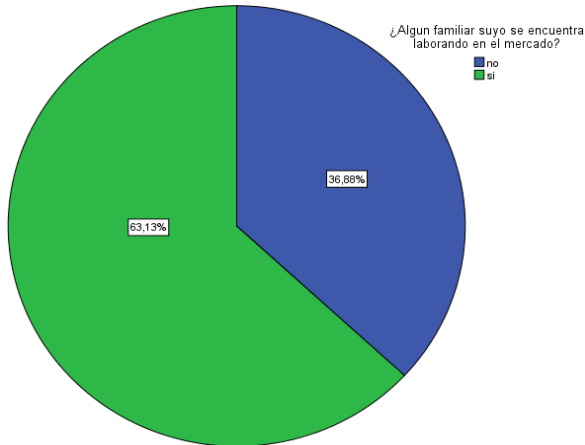
Nota: Mapa semántico sobre las experiencias de las mujeres trabajadoras en la venta de productos alimenticios del Mercado 12 de abril.

Dentro de las experiencias de las mujeres que responde al objetivo principal se muestra que entre las principales experiencias se encuentran las afecciones del trabajo que desencadena en su salud mental y física, en segundo lugar está el trabajo de cuidado en el mercado donde la convivencia con sus hijos/as y la crianza han sido de los más importantes, seguido de las relaciones sociales y familiares donde se han visto afectado el tiempo en familia por laborar en este espacio, como también el sacrificio en cuestión de horario, espacio físico y sin días de descanso como también la socialización con personas externas o amistades se han visto afectadas. Por último, el ser mujer dentro del mercado ha significado para ellas ser una madre trabajadora, ser independientes económicamente y ser su propia jefa que serían las experiencias positivas dentro de las mencionadas.

5.5 Patrón transgeneracional en la labor de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2022 - febrero 2023.

Gráfico 13.

Redes de familias que trabajan en el Mercado 12 de Abril



Del total de la muestra de mujeres encuestadas, con respecto a si algún familiar suyo se encuentra laborando en el mercado, el 63.1% respondió que sí y el 36.68% mencionó que no. Este dato refleja la existencia de redes familiares dentro del espacio laboral, que constituyen un espacio de lazos mucho más fuertes y profundos que los laborales.

Tabla 7.

Identificación de patrones transgeneracionales en la labor de las mujeres trabajadoras en venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril.

Mujeres trabajadoras	¿Alguna persona de su grupo familiar laboraba antes que usted en el mercado, si es así porque cree que lo hacía?	Código
E2, E5, E6, E8, E9, E10, E11	Si, mi mamá, mi tía y abuela lo hacían (...) yo creo que lo hacían por necesidad que se tiene para mantener un hogar. (...) Porque son trabajos que muchas aquí han seguido de la mamá y una se ha quedado con eso"	Herencia de labor

E3, E5, E10	“desde niña siempre estado aquí ayudando sin paga”	Herencia de labor
E3	“Beneficio económico y también como es un negocio familiar”	Futuro seguro
E4, E7, E12	“yo decidí este trabajo, primero porque mis papás ya estuvieron aquí, yo ya sé desde niña como es el trabajo, sé que ellos pudieron dedicarme tiempo a mi como a su trabajo. El hecho de que ellos hayan hecho eso conmigo, me impulsó a que yo también puedo hacerlo con mi familia y no descuidarlo”	Herencia de labor
E4, E6, E8, E9, E10, E11	“puedo estar con mis hijas cuando yo quiera y tener la felicidad de tener a mis padres alrededor o mi familia o que tal vez me den viendo el puesto (...) Claro, casi toda mi familia, mis tías, mi mamá, mi hermana, ellas laboran en la sección de frutas, verduras y granos”	Redes de apoyo Herencia de labor
E7, E11	“buenas amistades la vecina del frente de mi puesto esas horas del mediodía ya me daba viendo en eso que yo vendía, si fue una ayuda mientras yo trabajaba”	Redes de apoyo

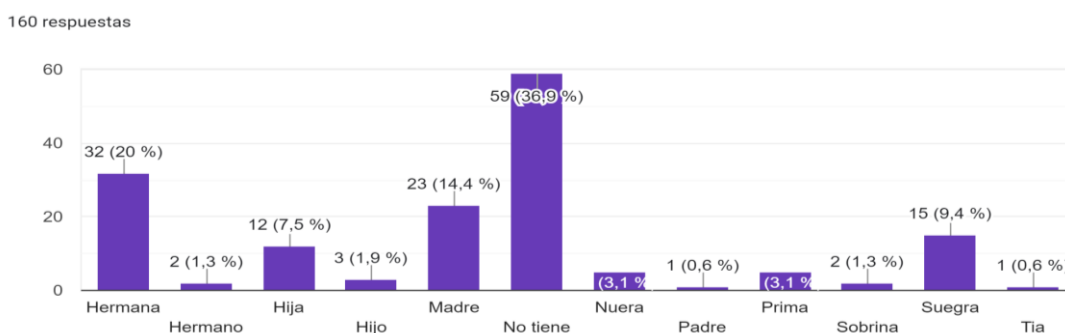
Nota: Esta tabla muestra la presencia de un patrón transgeneracional en los trabajos y áreas en las que laboran.

Los patrones transgeneracionales hacen referencia a cómo un patrón de un individuo se transfiere a individuos de generaciones siguientes, en este sentido la transgeneralización del

trabajo refiere a un fenómeno en el que los trabajos se transmiten del padre o la madre a su descendencia a través de la lógica de la herencia laboral (Barnes, 2014). En el que se evidencia la influencia de parientes para que se introduzcan en la venta de productos alimenticios, ya sea por cercanía con la familia, por obligación o por decisión propia ya que toda su vida ha estado presente en el espacio y aprendió la labor. Esta tabla proporciona información relevante sobre las redes familiares que a su vez generan redes de apoyo en el mercado, el cual se alinea con las necesidades de las mujeres que laboran en la venta de productos alimenticios ya que al momento que trabajan tienen a su familia cerca que les puede brindar el apoyo necesario para cumplir su trabajo.

Gráfico 14.

Parentesco de las personas que laboran en el Mercado 12 de Abril



Del total de las mujeres encuestadas, el 63,1% tienen algún parentesco familiar con sus compañeras de trabajo, el 20% tienen hermanas trabajando junto a ellas en el mercado, el 14,4% madres, el 9,4% trabajan en conjunto con sus suegras y en menor porcentaje se encuentran hijas, nueras, primas, sobrinas y tías. Es decir, existe un patrón transgeneracional del trabajo que se desplaza de generación en generación de mujeres de una misma familia.

6. Discusión de resultados

Mediante el levantamiento y análisis de la información obtenida para la presente investigación, se encontró que con respecto a los efectos de la feminización del trabajo que repercuten en la vida de las mujeres, se presenta el triple rol que realizan las mujeres que laboran en la venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril, quienes dedican alrededor de 8 a 10 horas al día a su labor como comerciantes, 12 o más al cuidado de hijos y el tiempo restante es dedicado a resolver situaciones familiares y comunitarias, como explica Moser (1991) quien menciona la distribución de trabajo que tienen las mujeres con el fin de abarcar todas las áreas de la vida en la que se desarrollan, desde el trabajo productivo hasta el reproductivo y de cuidado de la fuerza de trabajo.

A su vez, esta información nos permite también establecer la existencia de una marcada división sexual del trabajo, que relega a las mujeres a labores de menor valor social como en este caso es el trabajo de servicio y atención, sin dejar de lado la completa responsabilidad de cuidado de menores y personas dependientes, en la presente investigación se encontró este hallazgo, a pesar de que la mayor parte de mujeres están casadas, son ellas quienes se encargan absolutamente del cuidado de sus hijos e hijas y aun si ellas no pueden hacerlo entonces buscan redes de apoyo para el cuidado y la crianza. En este caso específico se encontró que las redes más cercanas son las mujeres del círculo familiar, en específico las madres de las comerciantes. Dato respaldado por Pedone (2003) quien menciona que para que las mujeres puedan migrar o simplemente integrarse al mercado de trabajo necesitan apoyo para el cuidado de sus hijos y no son los hombres quienes con regularidad se encargan de estas responsabilidades, sino otras mujeres, mujeres cercanas que asumen el cuidado de la familia para apoyar a otras mujeres.

Ahora en cuanto al contexto laboral y los factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el Mercado 12 de Abril, se evidenció que en su mayoría se encuentran sujetas a esa labor con la finalidad de lograr tener autonomía económica, bien menciona León (1997) la autonomía económica no es el único, pero es uno de los caminos para el empoderamiento de las mujeres, además de ser crucial para su bienestar en cuanto les dota de capacidad para tomar decisiones, elegir entre distintas situaciones y determinar o influir en la vida familiar o personal. Otra de las causas que las lleva a permanecer en la comercialización de productos es la falta de oportunidades laborales debido a que su tiempo está dedicado en gran parte a actividades familiares por lo que el tiempo que disponen es difícilmente compatible para los horarios establecidos por los empleadores en el sector empresarial. Longo (2009) explica esta situación y menciona que las labores económicas a las que se dedican las mujeres con generalidad se encuentran en el espacio de la economía informal lo que a su vez les sitúa en puestos que son desvalorizados socialmente. Es decir, las mujeres se ven obligadas de alguna manera a ocupar espacios de trabajo que también les permitan no dejar de cumplir con sus responsabilidades familiares, sin importar que estas actividades sean mínimamente remuneradas y/o conlleven sobreexplotación laboral (Rodríguez, 1980). Sin embargo, estas no son las únicas razones por las que las mujeres deciden permanecer trabajando en el Mercado 12 de Abril, a través de los datos obtenidos se logró conocer que los costos que las mujeres pagan por su puesto de trabajo es sumamente accesible, por lo que esto les motiva a continuar trabajando allí, además de que es de horario flexible por lo que pueden encargarse de distintas actividades a la vez.

En cuanto a las experiencias de las mujeres que trabajan dentro del Mercado 12 de Abril se presentaron negativas como también positivas, dentro de las afecciones que viven las mujeres al laborar todos los días en este espacio se pudo identificar que su salud física se ve deteriorada ya que padecen dolor de espalda constante, artritis, dolor en los riñones, gripe, dolor de garganta y huesos, pero a la vez su salud mental se ha visto afectada y han presentado estrés y ansiedad. En el Art. 6. Del Reglamento del seguro general de riesgos del trabajo se menciona las Enfermedades Profesionales u Ocupacionales y en ella se detalla que se trata de afecciones causadas directamente por las actividades realizadas mientras ejercen su profesión u ocupación (IESS, 2016).

Esta es la situación de las mujeres del Mercado 12 de Abril quienes por su trabajo se han visto afectadas significativamente en su salud al mantenerse paradas todo el tiempo con horarios extensos y esfuerzo físico al momento de trasladar sus productos, además se encuentran expuestas a riesgos constantes de adquirir enfermedades tal y como se presenta en el siguiente enunciado: del total de riesgos laborales, 90.175 pertenecen a las mujeres, 435 enfermedades profesionales, incluyendo sinovitis y tendinitis, trastornos del oído interno, hipoacusia, bronquitis crónica, dolor de espalda, flebitis, neumoconiosis, esguinces, distensiones, desgarros, etc. (IMSS, 2008). Y en el país se han registrado que la mayoría de las enfermedades ocupacionales físicas fueron traumatológicas (85,63%), diagnósticos no determinados con un (10,6%) y otorrinolaringológicas (2,4%) pero se presentan también enfermedades psicológicas, el porcentaje más significativo fue de causas indirectas relacionadas a factores del trabajador, estuvieron asociadas al estrés (22,5%) (MSP, 2022).

Como se menciona en los datos las enfermedades que se producen a través de ejercer su trabajo son varias, las mismas que afectan la calidad de vida de las mujeres mucho más cuando al ser trabajadoras independientes no están sujetas a un ente responsable al que puedan exigir o acudir a tratarlos con celeridad, tal como se menciona en el trabajo realizado por Cabrera (2019) sobre la situación económica y laboral de las mujeres en el país en el que las mujeres manifestaron la cantidad de riesgos que existen al trabajar en los mercados y la falta de acercamientos de las autoridades a las realidades de estas mujeres. Esta carencia de un ente regulador que verifique su situación física y mental se ve reforzado con la inexistencia de un seguro social para cada una al que puedan acudir en caso de enfermedades y lesiones generadas o no en el entorno laboral.

En el mismo contexto de las afecciones también se encuentran las relaciones sociales y familiares que es una de las más relevantes para las mujeres trabajadoras que al trabajar durante largas jornadas han sentido una fragmentación en el tiempo dedicado a su familia, lo que les ha ocasionado angustia y tristeza, además de una sensación de abandono

familiar que las lleva a auto culparse. Como menciona Frone (1992) en las relaciones familia-trabajo, las relaciones negativas ocurren cuando la participación en un rol en este caso sería el trabajo inhibe el desempeño en otro que es el cuidado, creando tensión y reduciendo a la vez la satisfacción y el bienestar percibido por la persona.

Otro de los objetivos fue reconocer los factores que refuerzan la permanencia de las mujeres en el mercado, para este apartado se evidenció que las redes de cuidado y la herencia de labor transmitida de generación en generación ha sido unos de los factores principales para que las mujeres adquieran o acepten los puestos cedidos por su familiares en su mayoría madres, tías y padres ya sea que al compartir espacio de crianza en el mercado aprendieron el labor o que al estar presente en el mercado les permite tener a su familia cerca como también les brinda ciertos beneficios como el cuidado de sus hijos/as, cuidado del puesto o mantener una buena relación familiar por la cercanía en el espacio de trabajo. Afirmaciones que coinciden con la teoría de la transmisión transgeneracional que estudia cómo el mundo representado por una generación, afecta el mundo representado por los individuos de las generaciones posteriores, cómo estos fenómenos de transmisión y los procesos que ponen en marcha la esencia de la vida espiritual de los ancestros, patrones de conexiones, patrones de relaciones se repiten de generación en generación, factores que se encuentran presentes en la vida de las mujeres y orientan a que se escoja una labor por elección propia, tradición familiar o beneficio económico ya que ofrece una garantía de trabajo.

Otra de las causas es la flexibilidad de tiempo que según el PNUD (2010) se ha evidenciado que las mujeres optan por trabajar a tiempo parcial ya que este concilia mejor con el ámbito familiar por eso las mujeres del mercado han optado y se han mantenido en este trabajo donde pueden mantener una doble presencia en su entorno laboral como familiar además de poder ser sus propias jefas lo que genera en ellas autonomía para decidir, administrar su dinero y gestionar su tiempo según las necesidades propias y de su hogar, sin las restricciones que existen en entornos laborales formales como una empresa.

Seguido de esto se presenta la relación entre el nivel de instrucción de las mujeres y el acceso a un empleo, puesto que a través de los datos obtenidos se menciona que su nivel es secundaria, primaria y primaria incompleto motivo por el cual mencionaron que no pudieron acceder a otro tipo de trabajo y se convirtió en un impedimento a lo largo de los años para trasladarse a otra área de empleo. No existen las condiciones suficientes para que puedan tener otra elección dentro de sus opciones lo describe la O.I.T. (1997) no es suficiente incrementar la cantidad de empleos para las mujeres, sino también es necesario cambiar las condiciones en las que este empleo se ejecuta.

Capítulo 5

7. Conclusiones

Se pudo conocer que la razón que condujo a las mujeres a trabajar en el mercado fueron obtener autonomía económica y poder tomar decisiones sobre su dinero en su hogar, pero también se mencionó la falta de oportunidades de trabajo existentes en la ciudad. Además de estas causas, las mujeres mencionaron permanecer en esta labor por los costos de sus puestos de trabajo que son mínimos.

Se logró evidenciar la triple carga laboral de las mujeres, quienes en su mayoría se encuentran casadas, pero son las que se encargan principalmente de las actividades de cuidado, limpieza, atención de situaciones comunitarias sumado al trabajo en el mercado. Este dato fue identificado a través de la cantidad de horas que trabajan con la cantidad de horas que dedican al cuidado de sus hijos e hijas. También se identificó que con quienes comparten las actividades de cuidado y domésticas mientras ellas se encuentran trabajando, son sus hijas.

Se logró identificar la existencia de sobreexplotación de la fuerza de trabajo en las mujeres ya que la cantidad de días que descansan a la semana es nula, lo que les ha generado problemas de salud que provienen de las largas jornadas de trabajo dentro del mercado y ha afectado a la vez sus proyectos de vida como también las relaciones sociales y familiares.

El análisis permitió evidenciar la existencia casi absoluta de un patrón transgeneracional del trabajo, las redes de familias son muy notorias en el Mercado 12 de Abril, se trata de una herencia del trabajo que consta en la venta de productos y se desplaza de generación en generación, cabe mencionar que las generaciones son netamente de mujeres: hijas, sobrinas, nietas, nueras, etc.

8. Recomendaciones

Las experiencias de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de Abril nos invita a reflexionar acerca de las condiciones de vida a las que se ven expuestas, reconocer su trabajo y su importante rol dentro de nuestra comunidad al brindarnos productos de calidad y con una atención que se acomoda a todas las exigencias de la ciudadanía cuencana a base de su sacrificio, tiempo y la entrega a cada día de trabajo a lo largo de los años.

Diseñar políticas que garanticen no solo el contar un espacio físico para la venta de sus productos, sino también las condiciones de trabajo a las que se ven expuestas las mujeres sean adecuadas puesto que los espacios no son aptos para ellas ,exigen espacios más amplios para mostrar sus productos como también que su infraestructura sea modificada de tal manera que el frío no ingrese en las instalaciones , ya que este problema es uno de los causantes para que este desencadene en problemas de salud para las trabajadoras.

Al existir una gran cantidad de mujeres trabajadoras del mercado que son madres, tías, abuelas, suegras y se encuentran al cuidado de niños/as sería valioso contar con un espacio para su cuidado y esparcimiento ya que ellos también son parte del mercado y sus necesidades se encuentran desatendidas.

Dentro de esta misma lógica prestar especial énfasis en la calidad de vida de las mujeres, se encuentran niveles de instrucción bajos pero también están quienes han cursado incluso una carrera universitaria incompleta pero las plazas de empleo son escasas por lo que no pueden acceder a mejores oportunidades de trabajo, existe la disposición de aprendizaje por parte de las trabajadoras, sin embargo, es importante una intervención municipal y administrativa que originen programas focalizado en esta población.

Referencias

- Alicia Saldívar Garduño², R. D. (2015). *Roles de Género y Diversidad: Validación de una Escala en Varios Contextos Culturales1*. Retrieved from UNAM, ACTA DE INVESTIGACIÓN PSICOLÓGICA: https://www.researchgate.net/publication/304238627_Roles_de_Genero_y_Diversidad_Validacion_de_una_Escala_en_Varios_Contextos_Culturales1
- Agencia Andes. (2017). Las huecas de Ecuador se disputan los paladares del turismo culinario. *El Tiempo, Diario de Cuenca*. <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/novedades/1/las-huecas-de-ecuador-se-disputan-los-paladares-del-turismo-culinario>
- Balbo, L. (1991). *Tempi di vita. Milan, Feltrinelli. Tiempos de trabajo, tiempos de vida*. Retrieved from https://books.google.com.ec/books/about/Tempi_di_vita.html?id=dleqAAAAIAAJ&redir_esc=y
- Barnes, M. d. (2014). *Temas de psicoanálisis*. Retrieved from TRANSMISIÓN TRANSGENERACIONAL Y SITUACIONES TRAUMÁTICAS: <https://www.temasdepsicoanalisis.org/2014/01/28/transmision-transgeneracional-y-situaciones-traumaticas/>
- BID. (2022). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Retrieved from <https://www.iadb.org/es/desarrollo-urbano-y-vivienda/red-de-ciudades-bid/intercambios/mercados-tradicionales>
- Boserup, E. (1970). "Women's Role in Economic Development". New York, St Martins.
- Brunet, I. (2016). *Scielo La economía feminista y la división sexual del trabajo*. Retrieved from https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912016000100061
- Cabrera, X. (2019). Resumen Ejecutivo Situación económica y laboral de las mujeres en el Ecuador: contextos y condiciones período 2017-2019.
- Cargua, E. I. (2019). *La Feminización de la pobreza en las madres jefas de familia en Ecuador*. Obtenido de Revistas Cambios y Permanencias: <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistacyp/article/view/10208>
- CEPAL. (2016). *CEPAL*. Retrieved from Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40633/4/S1601248_es.pdf

- Crespí Vallbona, M., & Domínguez Pérez, M. (2016). Los mercados de abastos y las ciudades turísticas. Obtenido de <http://www.pasosonline.org/Publicados/14216/PASOS47.pdf#page=101>
- D'Alessandro, M. (2016). *Economía feminista Cómo construir una sociedad igualitaria (sin perder el glamour)*. Penguin Random House.
- Enguita, M. F., & Gago, S. S. R. (2001). Los efectos imprevistos de la feminización del magisterio: sugerencias para la investigación. *Cadernos de educação*, 17, 9.
- Fernández, L. (1993). "¿Roles de género o hacia el encuentro entre personas?". Conferencia dictada durante el I Encuentro Iberoamericano sobre Familia. La Habana: Universidad de La Habana, 17 de mayo.
- Frone, MR, Russell, M. y Cooper, ML (1992). Antecedentes y resultados del conflicto trabajo-familia: Probando un modelo de la interfaz trabajo-familia. *Revista de Psicología Aplicada*, 77 (1), 65–78. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.77.1.65>
- Fuller, N. (1997). "Fronteras y retos: varones de clase media del Perú". In T. V. Olavarría (Ed.), *Masculinidad/es, poder y crisis*. Isis Internacional.
- Lamas, M. (2007). El género es cultura. Campus Euroamericano de Cooperação Cultural.
- León, M. (1996). MUJER, GÉNERO Y DESARROLLO: Concepciones, instituciones y debates en América Latina. In *Estudios Básicos de Derechos Humanos IV* (p. 28). San José de Costa Rica: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.
- León, M. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres* (No. 305.42 P6). UN. Facultad de Ciencias Humanas.
- León, Magdalena. (1997). *MUJER, GÉNERO Y DESARROLLO*. Retrieved from Concepciones, instituciones y debates en América Latina: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a11997.pdf>.
- IESS. (2016). REGLAMENTO DEL SEGURO GENERAL DE RIESGOS DEL TRABAJO REGLAMENTO DEL SEGURO GENERAL DE RIESGOS DEL TRABAJO-Página 4
- IMSS. (2008). Instituto Mexicano del Seguro Social /Memoria estadística. Capítulo VI. Salud en el Trabajo. Recuperado de http://www.imss.gob.mx/estadisticas/financieras/memoria_est.htm
- Maccoby, E (1998) Los dos sexos creciendo separados viviendo juntos
- Martillo, A. (2019). *Desigualdad de género y emprendimiento en Ecuador período 2010 – 2017*. Guayaquil, Ecuador.
- Ministerio de Salud (2022). PANORAMA NACIONAL DE SALUD DE LOS TRABAJADORES Encuesta de Condiciones de Trabajo y Salud 2021-2022.
- Moser, C., 1989, «Gender Planning in the Third World: Meeting Practical and Strategic Gender Needs». *World Development*, Vol. 17 No. 11. Pergamon Press. London.

- Moser, C. (1992). *Mujeres de bajos ingresos, tiempo y triple rol en Guayaquil, Ecuador*. Retrieved from <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/44911.pdf>
- Muñoz, J. G. (2017). *Mujeres, Trabajo y Familia. Una Perspectiva de Género desde América Latina*. Obtenido de Multidisciplinary Journal of Gender Studies: <http://dx.doi.org/10.4471/generos.2017.2917>
- O.I.T (1997). Trabajo. Oficina Internacional del Trabajo
- OIT. (2022). *Organización Internacional del Trabajo*. Retrieved from 19. Economía rural: <https://www.ilo.org/global/topics/dw4sd/themes/rural-economy/lang--es/index.htm>
- Orozco, A. P. (2006). *PERSPECTIVAS FEMINISTAS EN TORNO A LA ECONOMÍA: EL CASO DE LOS CUIDADOS*. España: Consejo Económico y Social. CES.
- Orozco, S. G. (2008). *El trabajo productivo no remunerado dentro del hogar: Guatemala y México*. Retrieved from https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/4882/S0800810_es.pdf
- Pedone, C. (2003). Tú siempre jalas a los tuyos. Cadenas y redes migratorias de las familias ecuatorianas hacia España. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona
- PNUD (2010). Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo/ Desarrollo humano en Chile, género: los desafíos de la igualdad. Extraído en enero, 6, 2012, de http://www.desarrollohumano.cl/informe-2010/PNUD_LIBRO.pdf
- Qhizhpi, M. M. (abril de 2021). *Análisis del Triple Rol que desempeñan las mujeres vivanderas del Mercado 10 de agosto de la ciudad de Cuenca*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/36038>
- Rodríguez, L. (1980). Las mujeres de Solanda: Mujer, barrio popular y vida cotidiana. Obtenido de https://www.fesecuador.org/fileadmin/user_upload/pdf/indice_libros-las-mujeres-0165.pdf
- Rott, R. (2002). ¿Territorio común o exclusión mutua? Movimientos de Mujeres y Relaciones Internacionales. In B. y. Wölte (Ed.), *Interés de las Mujeres en la Política Social - Retórica y Realidades de los Fondos de Inversión Social*. (pp. 87-95). Londres, Nueva York.
- Ruiz, P. P. (1990). *Mujeres y desarrollo: recorridos y propuestas*. Madrid: IEPALA.
- Soler, M. T.-P. (2018). *Cambio y continuidad en tres generaciones de mujeres: un análisis longitudinal cualitativo de las formas del trabajo*. Obtenido de Revista Española de investigaciones Sociológicas: <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.162.39>
- Zelizer, V. (2011). *Vidas económicas: Cómo la cultura da forma a la economía*. España.

Anexos**Anexo A**

Encuesta

Estimada, reciba un cordial saludo de Pamela Patiño y Melanny Jadán estudiantes de pregrado de la carrera de Género y Desarrollo de la Universidad de Cuenca , actualmente nos encontramos realizando un trabajo de investigación titulado “Feminización del trabajo: experiencias de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de abril de la ciudad de Cuenca, período marzo 2022- febrero 2023”, para lo cual necesitamos información proporcionado por su persona, con la finalidad de obtener datos relevantes que den respuesta a la problemática a investigar.

Cabe mencionar que la presente encuesta se realiza únicamente con fines académicos por lo que la información obtenida tendrá la debida reserva y manejo confidencial tratando de precautelar su integridad, solicitamos responder con la mayor sinceridad posible, gracias.

Número de Encuesta:

Sección:

Verduras y Frutas ____

Granos ____

Mariscos ____

Cárnicos y Tercenas ____

Comidas ____

Lácteos y huevos ____

Puesto # : _____

Fecha: _____

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Edad: ____

Estado civil:

Soltera ____

Casada ____

Viuda ____

Divorciada ____

Unión de hecho ____

Lugar de residencia

Urbano _____

Rural _____

Nivel de instrucción

Primaria _____

Primaria incompleta _____

Secundaria _____

Secundaria incompleta _____

Universitaria _____

Universitaria incompleta _____

Desde su percepción ¿cómo considera usted el espacio de comercio de productos en el Mercado 12 de abril?

Espacio de trabajo

Espacio de negocio familiar

Espacio de encuentro social/amistad

Espacio de oportunidades

¿Ud. es?

Agro productora

Intermediaria

Comerciante

¿Quién es el proveedor de su casa?

Yo

Mi pareja

Ambos

Padres

¿Se considera una persona con autonomía económica?

Si

No

¿Cuánto tiempo dedica al día a trabajar en el mercado?

5 horas

8 horas

10 horas

más de 10 horas

¿Cuántos hijos menores de edad tiene?

1

2

3

4

5 o más

Ninguno

¿Cuánto tiempo dedica a la crianza de sus hijos/as?

5 horas

8 horas

10 horas

más de 10 horas

¿Ud. ha compartido espacio de crianza y cuidado en este mismo lugar de trabajo?

Si No

¿Ha tenido problemas de salud que provengan de su jornada de trabajo dentro del mercado?

Si No

¿Se ha sentido tratada de manera diferencial por ser mujer?

Si No

¿Se han visto afectados sus proyectos de vida desde que trabaja en el Mercado 12 de Abril?

Si No

¿Qué tanto considera usted que ha mejorado su calidad de vida tras dedicarse al comercio en el mercado?

nada

poco

mucho

¿Cuál fue la razón por la que usted optó por trabajar en el Mercado 12 de Abril?

Autonomía económica

Flexibilidad laboral /comodidad de tiempo

Emprendimiento

Herencia familiar

¿Cuántos años se encuentra trabajando en la venta de productos alimenticios en el Mercado 12 de Abril de la ciudad de Cuenca?

1 a 5 años

5 a 10 años

10 a 20 años

20 o más

¿Hasta qué edad usted cree que permanecerá en su puesto de trabajo?

40 a 45

46 a 50

51 a 60

¿Considera que ser mujer condiciona a que la venta de productos sea mejor?

si

no

¿Desde qué edad se encuentra trabajando en el Mercado 12 de Abril?

14 o menos

15-20 años

21-25 años

26-30 años

más de 30 años

¿Algún familiar suyo se encuentra laborando dentro del Mercado 12 de Abril?

Si

No

¿Cuál es su parentesco?

Hermana

Hermano

Papá

Mamá

Hijo

Hija

Sobrina

Sobrino

¿Alguno de sus hijos ha comentado o según su intuición cree que quieran y puedan seguir con el trabajo que usted realiza?

Si

No

¿Usted desearía que sus hijos hereden su labor?

SI

No

Anexo B**Entrevista semiestructurada**

Estimada, reciba un cordial saludo de Pamela Patiño y Melanny Jadán estudiantes de pregrado de la carrera de Género y Desarrollo de la Universidad de Cuenca, actualmente nos encontramos realizando un trabajo de investigación titulado “Feminización del trabajo: experiencias de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de abril de la ciudad de Cuenca, período marzo 2022- febrero 2023”, para lo cual necesitamos información proporcionado por su persona, con la finalidad de obtener datos relevantes que den respuesta a la problemática a investigar.

Cabe mencionar que la presente entrevista se realiza únicamente con fines académicos por lo que la información obtenida tendrá la debida reserva y manejo confidencial tratando de precautelar su integridad, solicitamos responder con la mayor sinceridad posible, gracias.

Nombre de la entrevistadora:

Fecha: _____

Número de Entrevista:

Sección en la que labora la persona entrevistada:

- Verduras y Frutas
- Granos
- Mariscos
- Cárnicos y Tercenas
- Comideras
- Lácteos y huevos

Puesto # :

Datos de identificación

Edad: ____

Nivel de instrucción

Estado civil:

Primaria _____

Soltera ____

Primaria incompleta _____

Casada ____

Secundaria _____

Viuda ____

Secundaria incompleta _____

Divorciada _____

Universitaria _____

Unión de hecho _____

Universitaria incompleta _____

Lugar de residencia

Urbano _____

Rural _____

Universitaria incompleta _____

Guía de preguntas

1. ¿Desde qué edad y cómo inició el trabajo en el mercado?
2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en este espacio?
3. ¿Le gusta el trabajo que realiza o en algún momento hubiera querido ejercer un oficio distinto?
4. ¿Cuál es el motivo por el que permanece en esta labor?
5. ¿Qué beneficios tiene usted al trabajar en este lugar?
6. ¿Se considera una persona con autonomía económica?
7. ¿A qué gastos destina los ingresos que usted obtiene de este trabajo?
8. ¿Alguna persona de su grupo familiar laboraba antes que usted en el mercado, si es así porque cree que lo hacía?
9. ¿Quisiera usted que sus futuras generaciones sigan su labor?
10. ¿Ha percibido discriminación al momento de trabajar en este espacio de expendio de alimentos?
11. ¿Ha presenciado o ha sido víctima de actos machistas dentro de las instalaciones del Mercado 12 de Abril? ¿de qué forma?
12. ¿Cuál cree usted que es la razón por la que existen más mujeres que hombres trabajando en el Mercado 12 de Abril?
13. ¿Se han visto afectadas sus relaciones sociales y familiares debido al trabajo que realiza, de qué manera? (no tiene días libres)
14. ¿A través de su trabajo en el mercado, se ha capacitado, ha participado o participa en alguna organización, ha experimentado algún cambio personal?
15. ¿Su trabajo le permite organizarse con las actividades domésticas de la casa?
16. ¿Tiene alguna persona que realiza las tareas domésticas en su hogar cómo se organiza para realizar estas actividades?
17. ¿Tiene hijos/as menores de 5 años, alguna persona adulta mayor o con discapacidad a su cuidado, si es así como organiza su tiempo?
18. Ha tenido que traer a sus hijos/as al mercado para cuidarle mientras usted trabaja, cuéntenos cómo es o ha sido esta experiencia en este espacio?
19. ¿El trabajo que realiza ha afectado de alguna forma su salud física o mental?
20. ¿Han surgido conflictos familiares por decidir trabajar en este espacio de comercio?
21. ¿Considera que ser mujer condiciona a que la venta de productos sea mejor, por qué?
22. ¿Qué significa para usted ser una mujer dedicada a la venta de productos en el Mercado 12 de Abril?

Anexo C

Consentimiento informado

Yo _____

declaro que he sido informada e invitada a participar en una investigación denominada *“Feminización del trabajo: experiencias de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de abril de la ciudad de Cuenca, período marzo 2022- febrero 2023”*, éste es un proyecto de investigación academia que cuenta con el respaldo de la tutora Mgtr.Yolanda Bueno.

Entiendo que este estudio busca *analizar las experiencias laborales de las mujeres trabajadoras del Mercado 12 de abril de la ciudad de Cuenca en el periodo marzo 2022 - febrero 2023*, sé que mi participación se llevará a cabo en el Mercado 12 Abril, en el horario (definir hora) y consistirá en responder una entrevista que demora alrededor de 30 minutos.

Me han explicado que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes serán asociados a un número de serie, esto significa que las respuestas no podrán ser conocidas por otras personas ni tampoco ser identificadas en la fase de publicación de resultados.

Estoy en conocimiento que los datos no me serán entregados y que no habrá retribución por la participación en este estudio, sí que esta información podrá beneficiar de manera indirecta y por lo tanto tiene un beneficio para la sociedad dada la investigación que se está llevando a cabo. Asimismo, sé que puedo negar la participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí. Sí. Acepto voluntariamente participar en este estudio y he recibido una copia del presente documento.

Firma participante: _____

Fecha:

Si tiene alguna pregunta durante cualquier etapa del estudio puede comunicarse con

Pamela Patiño pamela.patino@ucuenca.edu.ec

Melanny Jadán melanny.jadan@ucuenca.edu.ec