

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**

**CARRERA DE GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO**

**DISERTACION PREVIA A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO**

**“ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DE VIDA DE LAS MUJERES  
COMERCIANTES DEL MERCADO DE IÑAQUITO EN EL DMQ DESDE UNA  
PERSPECTIVA DE GÉNERO, A TRAVÉS DE UN ENFOQUE INTERSECCIONAL:  
PERIODO 2021-2022.”**

**AUTORA: DOMÉNICA ANTONELLA HARO REVELO**

**DIRECTORA: LORENA YAÉL PIEDRA COBO**

**QUITO, 2022**

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Doménica Antonella Haro Revelo, con CI. 1724389505, autora del trabajo de graduación titulado: “Análisis de las condiciones de vida de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito en el DMQ desde una perspectiva de género, a través de un enfoque interseccional: periodo 2021-2022.”, previo a la obtención del grado académico de LICENCIADA EN GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO en la Facultad de Ciencias Humanas de la PUCE.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Quito, 22 de junio de 2022



.....

Doménica Antonella Haro Revelo

CI. 172438950-5

## Resumen

La presente disertación se desarrolló con el fin de analizar las condiciones de vida de las mujeres que laboran como comerciantes en el mercado de Iñaquito en la ciudad de Quito. Dicho análisis se realizó bajo una perspectiva de género para identificar las distintas problemáticas, limitaciones, desigualdades, vulneraciones y violencias que tienen las mujeres debido a los roles asignados al sexo femenino. Además, se integró un enfoque interseccional que permitió el reconocimiento de la diversidad de identidades de las mujeres comerciantes, tales como la etnia, la edad, la condición migratoria, la discapacidad, entre otras. Para esto se realizaron encuestas a partir de indicadores basados en género, las cuales fueron aplicadas a una muestra del universo de mujeres comerciantes de dicho mercado.

**Palabras claves:** mujeres, mujeres comerciantes, género, interseccionalidad, condiciones de vida, mercado de Iñaquito, espacios populares.

## **Abstract**

This dissertation was developed with the purpose of analyzing the living conditions of women who work as merchants in the Iñaquito market in the city of Quito. This analysis was carried out from a gender perspective to identify the different problems, limitations, inequalities, vulnerabilities and violence women face due to the roles assigned to the female sex. In addition, an intersectional approach was integrated to recognize the diversity of identities of women merchants, such as ethnicity, age, migratory status, disability, among others. For this purpose, surveys based on gender-based indicators were carried out and applied to a sample of the universe of women merchants in the market.

**Keywords:** women, women merchants, gender, intersectionality, living conditions, Iñaquito market, popular spaces.

## **DEDICATORIA**

**A los pilares fundamentales de mi vida:**

*Mis abuelitos Mercedes y Marcelo,*

Porque sin su amor, su cuidado y su apoyo incondicional, nada de esto habría sido posible.

Mis logros son todos suyos.

*Mi mamá,*

Por su gran ejemplo de mujer.

Porque desde siempre me inculcó valores de solidaridad, respeto y empatía, que me han

llevado a donde hoy me encuentro.

Todo lo que hago es gracias a ti.

*Mi perrita nena,*

Por su fiel compañía durante las noches

y madrugadas de desvelo.

Por todo el amor y la alegría que le ha dado a mi vida.

**A las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito,**

Que, con su esfuerzo y su arduo trabajo, sostienen la vida de sus familias y de quienes adquirimos sus bienes y recursos.

Son una inspiración para mí.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por ser mi guía y fortaleza en todo momento. A mi abuelito por seguir bendiciéndome y acompañándome desde el cielo. A mi mamá y a mi abuelita por sus cuidados y cariños diarios. A mi mejor amiga Cami por ser mi apoyo incondicional de toda la vida. A mi directora de disertación Yaél que con su paciencia y cariño ha sabido guiarme durante este proceso. A mis profesores y profesoras por sembrar en mi la inspiración para seguir trabajando con y por la sociedad. A mi familia que me ha acompañado desde siempre. A todos mis amigos y amigas que forman parte importante de mi vida.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>4</b>
<b>MARCO INSTITUCIONAL.....</b>	<b>4</b>
Historia del Mercado de Iñaquito .....	4
Identidad del Mercado de Iñaquito .....	5
Ubicación geográfica.....	5
Administración del Mercado de Iñaquito .....	6
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>8</b>
<b>MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL .....</b>	<b>8</b>
Sistema Sexo-Género .....	9
<i>Género.....</i>	9
<i>División sexual del trabajo .....</i>	10
<i>Perspectiva de Género .....</i>	12
Interseccionalidad .....	12
<i>Enfoque Interseccional .....</i>	13
<i>Vulnerabilidad .....</i>	14
Mercados Populares.....	15
<i>Espacios Populares.....</i>	16
<i>Mercados Populares como espacios de reproducción de la vida.....</i>	17
<i>Mujeres en los mercados populares .....</i>	18
Desarrollo Humano.....	18
<i>Desarrollo Humano Sostenible .....</i>	19
<i>Condiciones de Vida .....</i>	20
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>22</b>
Conformación poblacional .....	22
Trabajo de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito .....	27
Salud de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito .....	32
Educación de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito.....	36
Vivienda de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito.....	42
Uso del tiempo de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito .....	44
Seguridad social de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito .....	47
Violencia hacia las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito .....	49
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>52</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>56</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	<b>28</b>
<i>Edad de inserción laboral según autoidentificación étnica</i> .....	<b>28</b>
<b>Tabla 2</b> .....	<b>45</b>
<i>Tiempo semanal dedicado al descanso, ocio y recreación</i> .....	<b>45</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> <i>Ubicación Geográfica del Sector Iñaquito</i> .....	6
<b>Figura 2.</b> <i>Organigrama de la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio</i> .....	6
<b>Figura 3.</b> <i>Diagrama de conceptos, teorías y enfoques</i> .....	9
<b>Figura 4.</b> <i>Porcentaje de edad de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito</i> ...	23
<b>Figura 5.</b> <i>Autoidentificación de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito</i> ...	23
<b>Figura 6.</b> <i>Autoidentificación étnica según provincia/país de origen</i> .....	24
<b>Figura 7.</b> <i>Condición migratoria de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito</i> .....	25
<b>Figura 8.</b> <i>Razón por la que algunas mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito migraron</i> .....	26
<b>Figura 9.</b> <i>Discapacidad que poseen las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito</i> .....	26
<b>Figura 10.</b> <i>Tipo de negocio según autoidentificación étnica</i> .....	29
<b>Figura 11.</b> <i>Número de días que trabajan las mujeres comerciantes a la semana según rango de edad</i> .....	30
<b>Figura 12.</b> <i>Tipo de ingreso económico según autoidentificación étnica</i> .....	31
<b>Figura 13.</b> <i>Nivel de ingreso económico según rango de edad</i> .....	32
<b>Figura 14.</b> <i>Mujeres que además de una enfermedad catastrófica o terminal tienen algún tipo de discapacidad</i> .....	33
<b>Figura 15.</b> <i>Frecuencia de atención o chequeo médico según autoidentificación étnica</i> .....	34
<b>Figura 16.</b> <i>Tipo de establecimiento médico al que asisten las mujeres según autoidentificación étnica</i> .....	35
<b>Figura 17.</b> <i>Mujeres que tienen acceso a medicinas en caso de requerirlo</i> .....	36
<b>Figura 18.</b> <i>Nivel de educación de las mujeres comerciantes según autoidentificación étnica</i> .....	37
<b>Figura 19.</b> <i>Nivel de educación de las mujeres indígenas y motivo de la inconclusión de estudios</i> .....	38
<b>Figura 20.</b> <i>Nivel de educación de las mujeres mestizas y motivo de la inconclusión de estudios</i> .....	39
<b>Figura 21.</b> <i>Tipo de instituciones educativas a las que han asistido las mujeres según autoidentificación étnica</i> .....	41
<b>Figura 22.</b> <i>Tipo de curso, capacitación o taller al que las mujeres han asistido en el último año según rango de edad</i> .....	42
<b>Figura 23.</b> <i>Tipo de vivienda según condición migratoria</i> .....	43
<b>Figura 24.</b> <i>Ubicación de la vivienda según rango de edad</i> .....	44

<b>Figura 25.</b> <i>Número de horas diarias destinadas a las actividades domésticas según autoidentificación étnica</i> .....	<b>46</b>
<b>Figura 26.</b> <i>Número de horas diarias destinadas a las actividades de cuidado según autoidentificación étnica</i> .....	<b>47</b>
<b>Figura 27.</b> <i>Tipo de seguro social al que están afiliadas según autoidentificación étnica.</i> .....	<b>48</b>
<b>Figura 28.</b> <i>Tipo de violencia que han experimentado las mujeres en el hogar</i> .....	<b>50</b>
<b>Figura 29.</b> <i>Tipo de violencia que han experimentado las mujeres en el mercado</i> .....	<b>51</b>

## INTRODUCCIÓN

El punto de inicio de la presente investigación surge a partir del acercamiento que he mantenido con el espacio del mercado de Ñaquito desde mi infancia. Un acercamiento que se ha dado por la necesidad de adquirir productos, pero que sobrepasó la simple acción de comprar y pagar. Pues, al estar en el espacio físico en el que se ubica el mercado, he podido también percibir sus vínculos, tradiciones y afectos que se hacen presentes continuamente entre las comerciantes. Pero, el percibir únicamente lo que es visible, me ha llevado a cuestionarme acerca de la compleja realidad que enfrentan las mujeres comerciantes de todos los mercados populares y en especial de este mercado.

A partir de estas experiencias y acercamientos, mi interés por las mujeres comerciantes del mercado de Ñaquito aumento. Aún más, después de todos los aprendizajes y conocimientos que he adquirido a lo largo de mi formación universitaria y de mi activismo en el movimiento feminista. Es por eso que, he tomado como centro de la investigación al género y a la perspectiva de género. Considerando la notable situación de exclusión, desigualdad, violencia, opresión y marginación que enfrentamos las mujeres, y en este caso particular las mujeres comerciantes de dicho mercado.

Asimismo, he optado por desarrollar la investigación mediante un enfoque interseccional que, además del género, aporte a la comprensión de la compleja realidad de las mujeres que laboran en el mercado. Pues, es posible identificar que la población del mercado de Ñaquito está conformada en su mayoría por una diversidad de mujeres provenientes de distintas provincias, diferentes edades, autoidentificaciones étnicas, condiciones migratorias, niveles de instrucción, estado civil, etc. Por lo que, cada mujer comerciante posee su propia realidad que se constituye en base a diversas identidades coexistentes que configuran y agudizan situaciones de violencia, opresión y desigualdad.

La precariedad laboral, la sobrecarga del trabajo doméstico y de cuidados, la falta de acceso a servicios y controles médicos, la inconclusión de los estudios, el sufrimiento de distintos tipos de violencia de género, la inserción temprana en el ámbito laboral y otros fenómenos, evidencian la necesidad de plantear un análisis que visibilice la realidad de la mujer en los espacios populares como el mercado de Ñaquito. Pues son los causales que determinan el presente de la mujer comerciante, pero además su futuro y el de su familia.

El desarrollo de la presente investigación está inmerso en una línea de investigación de la Gestión Social que corresponde a la categoría de “Actores Sociales”. Específicamente Actores Sociales de Género, considerando el grupo con el que se trabajó conjuntamente a lo largo de la misma, el cual está conformado por las mujeres que laboran en el Mercado de Iñaquito en la ciudad de Quito.

Es por eso que, a partir de la perspectiva y el enfoque que se maneja, es posible reconocer que las mujeres que laboran en el mercado de Iñaquito se ven expuestas a una serie de problemáticas, necesidades y factores que influyen directamente en sus condiciones de vida y por ende en su bienestar integral y en su desarrollo personal.

En base a las consideraciones antes mencionadas, mediante la presente investigación, se buscó responder al cuestionamiento central sobre: ¿Cuáles son las condiciones de vida de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito en el Distrito Metropolitano de Quito?, teniendo en cuenta factores que influyen en ellas como el género y la interseccionalidad.

Siguiendo la línea de la pregunta de investigación, se planteó el objetivo principal de analizar las condiciones de vida de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito en el DMQ desde una perspectiva de género y un enfoque interseccional. El logro de este análisis fue posible a partir de cumplir con los siguientes objetivos específicos:

- Construir indicadores con una mirada de género para reconocer las condiciones de vida de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito.
- Describir las múltiples categorías sociales a las que pertenecen las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito.
- Identificar a través del concepto de interseccionalidad la condición de vida de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito.

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque metodológico cualitativo que partió de una observación participante con un enfoque descriptivo. Esto con el fin de tener un acercamiento con una atención especial en las actoras protagonistas de la investigación. Para ello se observó desde el interior del espacio físico del mercado, con el objetivo de comprender la realidad, los modos de vida y las vivencias de las mujeres comerciantes. Así como recobrar las actividades y relaciones que se desarrollan en la cotidianidad.

Además, se aplicaron encuestas conformadas por 36 preguntas planteadas desde una perspectiva cualitativa (Anexo 1). Las preguntas fueron establecidas a partir de indicadores

construidos en base a una perspectiva de género y a un enfoque interseccional, mediante la conformación de categorías útiles para analizar las condiciones de vida. (Anexo 2)

Para la aplicación de las encuestas antes mencionadas, se estableció una muestra aleatoria en base al universo total de mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito. Considerando que, en el catastro oficial del mercado de Iñaquito registrado hasta el mes de febrero de 2022, se inscriben 304 puestos como catastrados a mujeres, de los cuales se encuentran activos únicamente 228. Sin embargo, de la cantidad total de puestos activos catastrados a mujeres, 15 se encuentran cerrados. Por lo que, el universo de mujeres comerciantes se estableció en base a puestos catastrados a mujeres que se encuentran activos y abiertos, dando como resultado un total de 213.

Para la obtención de la muestra para la aplicación de las encuestas se consideró un nivel de confianza del 95%, un margen de error de 5 y un tamaño de población de 213. Dando como resultado una muestra total de 138 mujeres comerciantes.

El contenido de la presente investigación está distribuido en tres capítulos. Partiendo del marco institucional desarrollado en el primer capítulo, en el que se expone la historia, la identidad, la ubicación geográfica y la administración del mercado de Iñaquito. Se presenta el segundo capítulo constituido por el marco teórico-conceptual en el que se abordan los principales conceptos, teorías y enfoques que guían la investigación. Mientras que, en el tercer capítulo se detallan los principales resultados obtenidos a partir del análisis realizado acerca de las condiciones de vida de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito, considerando una perspectiva de género y un enfoque interseccional.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO INSTITUCIONAL**

En el presente capítulo se desarrolla el marco institucional que incluye aspectos importantes acerca del mercado de Iñaquito en el que se desarrolló la investigación. Mediante elementos como la historia, la identidad, la ubicación geográfica y la administración, será posible tener una aproximación al espacio en el que se constituye dicho mercado.

#### **Historia del Mercado de Iñaquito**

El Mercado de Iñaquito es una clara muestra de los procesos sociales, la organización social y la lucha de los sectores populares de la ciudad de Quito. Para comprender su constitución es necesario hacer un recuento histórico de los procesos que se han desarrollado a lo largo del tiempo hasta llegar a la conformación actual del mismo.

Partiendo del año de 1967, las ferias libres ocuparon temporalmente espacios y plazas públicas, en las cuales las feriantes intercambiaban productos básicos para el abastecimiento de los territorios que en la actualidad conforman a la ciudad de Quito. (Unda & Vimos)

El uso que se daba a los espacios públicos ha sido tradicionalmente rechazado por parte de la fuerza policial. Es por eso que, bajo las “justificaciones” de mantener el orden y la limpieza de estos espacios, en 1975 las feriantes que rodeaban el Mercado de Santa Clara, ubicado en el centro norte de la capital, fueron desalojadas y despojadas de ellos. (Unda & Vimos)

Como resistencia a los actos cometidos por la fuerza policial, se les sumó el apoyo de los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador. Quienes, en 1976, se solidarizaron con las comerciantes que habían sido desalojadas, visibilizando así “el compromiso militante que mantenían los estudiantes universitarios con las clases populares” (Unda & Vimos).

En el mismo año se lograron establecer diálogos y negociaciones entre las autoridades municipales de turno y las comerciantes afectadas, tras varios episodios de lucha y resistencia protagonizados por las mismas mujeres feriantes y por los estudiantes y docentes de la Universidad Central del Ecuador. La Facultad de Derecho de la UCE cumplió con un rol de asesor y mediador fundamental, que contribuyó a la reubicación de las feriantes en el espacio que hoy en día constituye el Mercado de Iñaquito. (Unda & Vimos)

Después de los sucesos ocurridos, los comerciantes pudieron ubicar su feria en los terrenos designados mientras se edificaba la estructura en la que hasta el presente reside el Mercado de Ñaquito. Su inauguración oficial fue en el año de 1980, tras las luchas mantenidas que exigían el cumplimiento de los derechos de los comerciantes y sus demandas sociales. (Unda & Vimos)

### **Identidad del Mercado de Ñaquito**

El espacio de este mercado, no se caracteriza únicamente por el intercambio y la comercialización de productos, sino que, es un espacio en el que conviven historias, afectos, formas culturales y formas de vida cotidianas que caracterizan a la comunidad del mismo.

A partir de su inauguración oficial, se han establecido manifestaciones culturales e identitarias conformadas por “prácticas, ritualidades y modos colectivos de construcción de sentidos” (Unda & Vimos) que caracterizan la convivencia y la vida cotidiana de quienes forman parte del mercado de Ñaquito.

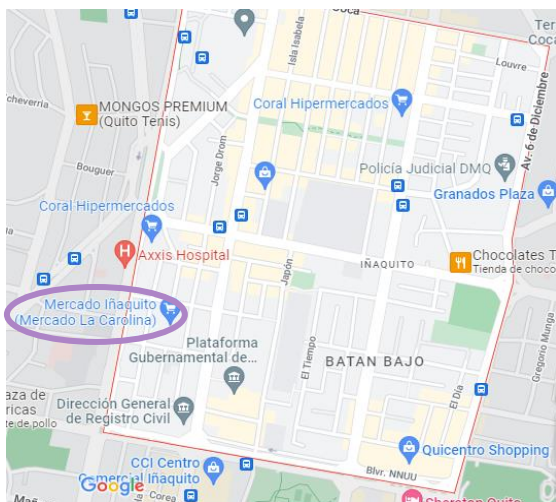
Entre dichas prácticas se destaca la minga como forma de convivencia y trabajo comunitario que aporta a la construcción de una identidad colectiva de quienes, a través de la mejora de la infraestructura del mercado, aportan al progreso del espacio físico en el que se desarrolla la vida cotidiana de sus miembros. (Unda & Vimos)

Además, dentro de su identidad colectiva, se incluye la celebración de festividades religiosas y culturales. Estas están caracterizadas por tiempos y espacios en los que sobresale el compartir, las relaciones de afecto, la reciprocidad y la solidaridad. Estas celebraciones fomentan la construcción y el fortalecimiento del tejido comunitario del mercado, así como su identidad colectiva propia. (Unda & Vimos)

### **Ubicación geográfica**

El Mercado de Ñaquito, conocido también como Mercado de la Carolina, está ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito en la zona noroeste de la ciudad, en el sector de Ñaquito.

Se encuentra situado cerca de las principales avenidas del sector financiero, de entretenimiento y comercial de Quito, las cuales están rodeadas por centros comerciales, parques, restaurantes, supermercados, estadios deportivos, etc.

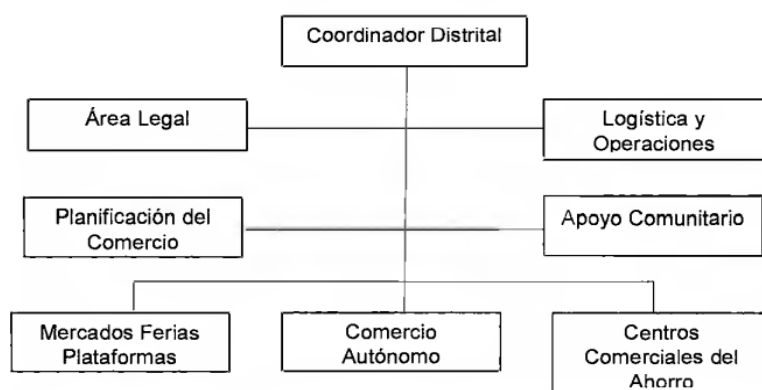


**Figura 1.** Ubicación Geográfica del Sector Ñaquito

*Nota.* Adaptado de Google Maps, 2022. Modificado por Haro. D, 2022.

## Administración del Mercado de Ñaquito

En Quito existen “54 mercados y ferias municipales” (Quito Cómo Vamos, 2021), que son administrados y regulados por la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio (ACDC) perteneciente al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ). Esta agencia además de administrar Mercados y Ferias municipales, administra también el comercio autónomo y los centros comerciales del ahorro de la capital.



**Figura 2.** Organigrama de la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio

*Nota:* Adaptado de Estructura Orgánica de la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, s.f.

La ACDC designa las competencias pertinentes a la Dirección de Mercados, Ferias y Plataformas, quien es la encargada directa de la administración de los centros comerciales populares, de los procesos de adjudicación y del control de los bienes de propiedad de la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito (Agencia de Coordinación Distrital de Comercio). Es por eso que, al igual que el resto de mercados municipales, el Mercado de Ñaquito es administrado por las instancias competentes del MDMQ. Sin embargo, también cuentan con una organización y una directiva interna que se posiciona a partir de la elección por parte de los miembros del mercado, de la cual no se registra detalle sobre la misma.

Una vez abordados los elementos expuestos en el marco institucional, a continuación, se desarrollan los principales conceptos y teorías en los que se basa la presente investigación.

## CAPÍTULO II

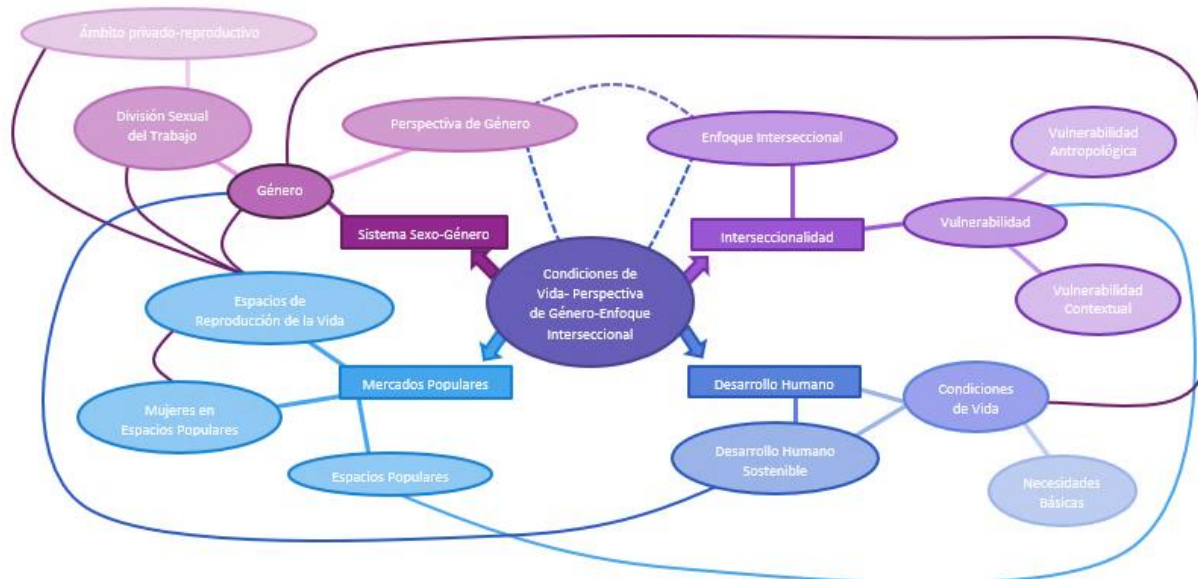
### MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

A continuación, se anuncian los conceptos y teorías que sustentan el desarrollo de la presente investigación. Se partió desde la teoría del sistema sexo-género que es la base de la instauración de otros conceptos como el género, la división sexual del trabajo y la perspectiva de género. Seguidamente se menciona a la teoría de la interseccionalidad de la cual deriva el enfoque interseccional y se reconocen las vulnerabilidades. De igual forma se consideraron las principales concepciones acerca de los mercados populares reconocidos como espacios populares y por último se refirió al concepto de desarrollo humano como fin de las mujeres que laboran en el mercado de Ñaquito.

A lo largo de la presente investigación se hace uso del término “mujer comerciante” haciendo referencia a las mujeres que realizan de manera habitual o permanente diversas actividades mercantiles. Estas actividades se realizan con el fin de generar ingresos económicos y obtener ganancias a través de la intermediación entre comprar y vender productos en dicho mercado.

El análisis que se desarrolla surge a partir de considerar la importancia de las condiciones de vida de las mujeres comerciantes teniendo como eje central al tema del género en los espacios populares, en este caso en el espacio del mercado. Es por eso que, se han identificado dichas teorías, conceptos y enfoques que sustentan al presente trabajo y que al interrelacionarse aportan a la comprensión teórica integral que orienta el estudio.

Para hacer uso de las teorías, conceptos y enfoques orientadores se hace referencia a ciertos autores y expertos en temas como desarrollo humano, condiciones de vida, vulnerabilidad, género, interseccionalidad y mercados populares. Mientras que, para alcanzar una mejor comprensión de la articulación y relación de dichos conceptos, se planteó un diagrama en el cual se aprecia una descripción gráfica.



**Figura 3.** Diagrama de conceptos, teorías y enfoques.

Elaboración propia

### Sistema Sexo-Género

Partiendo del concepto teórico del sistema sexo-género que fue definido por primera vez en los años 70 por la antropóloga y feminista estadounidense Gayle Rubin, se genera un primer acercamiento hacia los roles que cumplen las mujeres en la sociedad, y en este caso específico las mujeres comerciantes. Rubin lo define como “el sistema de relaciones sociales que transforma la sexualidad biológica en productos de actividad humana y en el que se encuentran las resultantes necesidades sexuales históricamente específicas”. (Rubin, 1986)

En otros términos, este concepto alude a las diversas formas de relación que se han establecido en la sociedad entre hombres y mujeres, producidas bajo un sistema de poder que instaaura condiciones distintas en base a las funciones y roles constituidos socialmente, es decir en base al género atribuido a partir del sexo.

Este sistema basado en la atribución de significados sociales establecidos a partir de la producción cultural y social de los roles de género, asegura la posición de la mujer como un ser subordinado frente a la posición de poder en la que se ubica un hombre, situando al género como un factor social de dominación.

### Género

Los estudios de género se empezaron a desarrollar a partir del año de 1949, en el que la filósofa y feminista Simone de Beauvoir, planteó la diferenciación que existe entre el género y el sexo

en su libro “El Segundo Sexo”. Esta diferencia surge a partir de las consideraciones de que los hombres y las mujeres son el resultado de una construcción sociocultural y no de una naturaleza biológica y lo manifiesta en la frase revolucionaria de “No se nace mujer, se llega a serlo”. (Beauvoir, 1987)

A partir de estos primeros indicios acerca del género, varios autores y autoras plantean varias definiciones y conceptualizaciones acerca del mismo. Rubin (1986) menciona que el género ha sido definido como la interpretación cultural e histórica que cada sociedad elabora en torno a la diferenciación sexual. La misma da lugar a un conjunto de representaciones sociales, prácticas, discursos, creencias, normas, valores y relaciones que dan significado a la conducta de las personas en función de su sexo.

Como lo menciona Bourdieu (1997), las mujeres y los hombres no son un reflejo de la realidad “natural”, sino que son el resultado de una producción histórica y cultural, basada en el proceso de simbolización; y como “productores culturales” desarrollan un sistema de referencias comunes (Bourdieu, 1997 citado en Lamas, 2000). Es decir, el género es una construcción social de lo que se ha ido considerando como femenino o masculino a lo largo del tiempo en las distintas sociedades.

A partir de esta construcción sociocultural que marca a los sexos con el género, el género marca la percepción de toda la realidad multidimensional, incluyendo los ámbitos políticos, económicos, sociales, religiosos, cotidianos, etc. Es por eso que se definen varias características específicas asignadas al sexo como la división sexual del trabajo, el ejercicio de poder, la afectividad y las practicas rituales.

### ***División sexual del trabajo***

Mediante la consideración de las diferencias entre sexo y género, se identifica a la división sexual del trabajo que se justifica en argumentos biológicos centrados en el cuerpo y en la sexualidad de la mujer. Las funciones que se le atribuyen a la mujer por naturaleza biológica se enmarcan en la procreación y en el placer que esta puede dar a un hombre por medio del uso de su cuerpo.

De igual forma, debido a la posibilidad que tiene la mujer para gestar y amamantar a los hijos, se la ha ubicado históricamente en un espacio que, como resultado de una construcción social, está caracterizado por las ocupaciones centradas en los trabajos de cuidado y reproducción de la vida. Esta designación de roles que idealizaba la maternidad, termina

limitando su desarrollo personal y su libertad, al verse relegada a cumplir con dichas atribuciones y al no poseer un control propio sobre su vida y su cuerpo.

A partir de esta inserción diferenciada en la sociedad entre hombres y mujeres, se establece una división sexual del trabajo que parte de la organización construida socialmente, a través de la concepción del espacio público en el que se ubica el hombre y está relacionado a la función productiva y al trabajo remunerado. Mientras que, el espacio privado en el que se le posiciona a la mujer, esta caracterizado por la función reproductiva, del trabajo doméstico y de cuidados del hogar y de sus miembros, el cual no es remunerado o en ocasiones es remunerado, pero de manera injusta o desigual frente a la remuneración del hombre.

Con base en esta diferenciación, es posible reconocer el espacio que las mujeres comerciantes ocupan y han ocupado. Pues, en el mercado se desarrollan actividades que más allá de considerarlas como puramente económicas, llevan detrás unas características que responden y aportan al cuidado y a la sobrevivencia de las personas de la sociedad que hacen uso de los servicios y bienes que las mujeres ofrecen.

La división sexual del trabajo relega a la mujer a una posición de subordinación y dependencia del hombre, debido a su restricción de acceso a la esfera pública-productiva. Además, puesto que los roles para el hombre y la mujer son valorados distintamente, la división sexual del trabajo puede traducirse en relaciones jerárquicas y por ende en una desigualdad multidimensional.

#### *Ámbito reproductivo-privado*

El ámbito privado es el espacio del cuidado, de la atención a los otros, de los afectos, de la reproducción de la vida, del trabajo no remunerado e invisible (Delgado, 2008) en el que la mujer se posiciona por asignación en base al género.

El trabajo que se desarrolla en este ámbito es desvalorado y carece de visibilidad y reconocimiento. Esta desvaloración suele desplazarse al mercado laboral en el espacio público, el cual limita a las mujeres a ocupar plazas laborales precarias y de menor remuneración en comparación al hombre. Como es el caso de las mujeres comerciantes que laboran en mercados populares como el de Ñaquito.

Sin embargo, a pesar de que la mujer se incorpore a actividades del ámbito público, debe seguir cumpliendo con el trabajo doméstico y de cuidados. Esto se traduce en el cumplimiento de una doble jornada que debe efectuar. La cual, para las mujeres comerciantes se vuelve una

carga exponencial al tener que cumplir con su rol de trabajadoras, pero a la vez con su rol de madres, hijas, tías, sobrinas, etc.

Esta doble jornada, en el caso de las mujeres comerciantes del mercado de Ñaquito, muchas veces es simultánea. Pues, en varios casos deben cumplir con actividades domésticas y de cuidados en el mismo espacio del mercado, mientras desarrollan sus actividades laborales. Por ejemplo, es normal ver a una madre comerciante que, mientras acomoda y ordena los productos que comercializa, asiste a sus hijos en tareas escolares o los alimenta.

### ***Perspectiva de Género***

Es importante precisar al género como una categoría de análisis para el desarrollo de la presente investigación debido a que está centrada en las mujeres comerciantes de dicho mercado. Es por eso que es pertinente tomar las palabras de Chávez Carapia (2004) quien señala que, a partir de considerar al género como una categoría analítica, se identifica a lo femenino y a lo masculino con el trasfondo de la desigualdad entre géneros (Chávez Carapia, 2004 citado en Paliza Rodríguez, 2020).

Es decir, la perspectiva de género posibilita romper el precepto establecido tradicionalmente sobre la relación del género con el sexo biológico, a partir de una crítica de la desigualdad y la diferencia que existe entre los roles y las oportunidades que adquiere una persona de determinado género en relación a otra perteneciente a uno distinto.

La realidad de las mujeres comerciantes del mercado de Ñaquito está configurada por otros factores e identidades que están basadas en el género, pero van más allá de él. Estas realidades pueden ser comprendidas mediante el concepto de interseccionalidad.

### **Interseccionalidad**

La interseccionalidad es un concepto que surge a partir de la consideración de que la condición de género es la base de la instauración de otras formas de discriminación, sometimiento, desigualdad y violencia que están entrelazadas y suceden al mismo tiempo, fundamentadas en distintas identidades y formas de opresión como la clase, religión, etnia, orientación sexual, formación educativa, estado civil, etc.

El término de interseccionalidad fue planteado por Kimberlé Williams Crenshaw, una mujer afro estadounidense feminista, quien desarrolló dicho concepto a partir de la preocupación acerca de la intersección entre varios sistemas de opresión como la supremacía racial y el patriarcado existentes en la sociedad estadounidense. Al considerar las diversas

formas de opresión que afectan a una mujer negra estadounidense, define a la interseccionalidad como la expresión de un “sistema complejo de estructuras de opresión que son múltiples y simultáneas” (Chrenshaw, 1995 citado en Muñoz Cabrera, 2011).

Varios autores se suman a las aportaciones de Crenshaw siguiendo la línea de la interseccionalidad. Entre ellos Valerie Purdie-Vaughns y Richard P. Eibach (2008), quienes retoman dicho concepto para referirse a un modelo en el que las diversas “identidades múltiples subordinadas” interactúan (Purdie-Vaughns & Eibach, 2008 citado en Muñoz Cabrera, 2011, pág. 12). Es decir, que cada persona poseyente de unas identidades conjuntas construidas socialmente como inferiores a partir de los sistemas hegemónicos de poder, experimenta dichas identidades como un todo que se relaciona.

Purdie-Vaughns y Eibach (2008) afirman que, a partir de la autodefinición, cada persona puede comprender sus identidades subordinadas como múltiples e inseparables. “Esta estrategia de auto reconfiguración les permite empoderarse para luchar contra estructuras de discriminación como sujetos marginados de manera múltiple y simultánea” (Purdie-Vaughns & Eibach, 2008 citado en Muñoz Cabrera, 2011, pág. 12), pues una persona que posee varias identidades subordinadas se ve expuesta a un mayor nivel de opresiones, formas de discriminación, violencias y prejuicios frente a aquellas personas que poseen solo una identidad subordinada.

### ***Enfoque Interseccional***

En el desarrollo de la investigación se genera un análisis basado en un enfoque interseccional, entendiéndolo como una herramienta conceptual, política y teórica. Esta posibilita la comprensión de las múltiples formas de opresión y discriminación que las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito enfrentan de manera diferenciada en función de categorías como raza, etnia, condición migratoria, edad, entre otras.

Al aplicar este enfoque en el desarrollo de la investigación, se reconocen las distintas realidades de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito. Pues, existe una amplia diversidad de mujeres que laboran en este espacio. Estas identidades diversas están caracterizadas por distintas vulnerabilidades, problemáticas y necesidades que surgen a partir de varias formas de desigualdad y violencia que se instauran a partir del género. Pero, además, es posible reconocer como al ser poseedoras de otras identidades menos subordinadas, ciertas mujeres comerciantes tienen un mayor acceso a beneficios, privilegios y oportunidades, que otras no.

## *Vulnerabilidad*

Muchas veces la interacción de varias identidades subordinadas provoca diversas situaciones que posicionan a las mujeres en una condición de inseguridad y peligro debido a distintos cambios que ocurren dentro de su entorno social, político o económico, los cuales impiden la satisfacción total de sus necesidades básicas.

Diversos autores tienden a concentrarse en dos principales interpretaciones de la vulnerabilidad social: como fragilidad o como riesgo (Moreno Crossley, 2008). Estas resultan de la susceptibilidad del ser humano a sufrir cierto tipo de perjuicio o afectación asociados a situaciones de precariedad, incertidumbre y abandono, instauradas a partir de diversos procesos estructurales que pueden estar enmarcados en las distintas dimensiones de la vida como en el ámbito social, económico, político o ambiental, los cuales impactan en las posibilidades del desarrollo humano e inclusión social.

Es destacable que existe una gran diferencia entre el ser humano vulnerable y el que es vulnerado. Pues todas las personas somos vulnerables debido a nuestra condición humana, pero solo algunas son o están vulneradas al ser desposeídas o afectadas por la privación de ciertas oportunidades, capacidades y accesos a diversos bienes y servicios. Es por eso que, para dar sustento a dicha diferenciación es importante hacer una distinción entre la vulnerabilidad antropológica y la vulnerabilidad contextual.

### *Vulnerabilidad antropológica*

Esta vulnerabilidad puede ser concebida como un conjunto de características y rasgos propios del ser humano, los cuales son compartidos entre todos los individuos y están relacionados a la posibilidad de enfrentar pérdidas, daños y afectaciones diversas. Uno de los rasgos de vulnerabilidad principal es la mortalidad, pues cuando un individuo está vivo no está exento de morir debido a que es un ciclo vital que el ser humano no puede evitar.

Sin embargo, la vulnerabilidad humana es un poco más compleja, porque incluso tras la muerte, una persona podría ser “dañada” en cuestiones como su buena imagen o la desatención a sus últimas voluntades, y aunque la persona fallecida no podrá ser consciente de ese daño, y ya no puede sufrir por ello, existe un perjuicio objetivo a su memoria que sí perciben y sufren sus allegados y otras personas que le sobreviven. (Martínez Navarro, 2020)

La vulnerabilidad antropológica incluye otros aspectos como la accidentalidad o la posibilidad de ser víctimas de catástrofes y accidentes en cualquier momento, la enfermabilidad

o la probabilidad de enfermar y la limitación física y psíquica que se acentúa mayormente en ciertas etapas vitales del ser humano. Además, como lo expone Martínez Navarro (2020), existe la posibilidad de ser víctimas de abusos, injusticias y daños, tanto a nivel corporal como a nivel de derechos civiles y políticos.

### *Vulnerabilidad contextual*

La vulnerabilidad antropológica se concreta individualmente en cada persona debido a diversos factores y variables que configuran la vulnerabilidad contextual, la cual como su nombre lo indica, surge a partir del contexto y entorno específico de cada persona. Por lo que, esta vulnerabilidad no es la misma para todos los seres humanos, sino que varía entre una persona y otra. Así mismo, esta vulnerabilidad puede cambiar a lo largo de la vida, ya que depende de las variaciones de riesgos internos o externos a los que una persona se pueda ver expuesta.

Las consideraciones de las vulnerabilidades contextuales surgen en el siglo XX, a finales de los años 80. Estas se posicionan a partir del análisis científico de los desastres y las catástrofes naturales como las sequías, los terremotos, las inundaciones, pero también las de origen humano como los conflictos sociales y las guerras. (Martínez Navarro, 2020)

Por lo que, según Martínez Navarro (2020) el grado de vulnerabilidad de una persona, de una familia o de un grupo social, es muy diferente según las circunstancias concretas que afecten a cada uno, conforme al contexto específico que rodea a esa persona, a esa familia o grupo en un momento dado.

Es así como las mujeres comerciantes del mercado de Ñaquito pueden verse expuestas a ambos tipos de vulnerabilidades. Sin embargo, cabe recalcar que estas vulnerabilidades pueden ser aún mayores mientras más identidades subordinadas posean y se acentúan más en diversos contextos y espacios, como por ejemplo en los mercados populares.

### **Mercados Populares**

Los mercados populares son espacios en los que se asientan los sistemas tradicionales de producción, organización y distribución de alimentos para atender las necesidades básicas (Horton & Hunt, 1988 citado en Aguilar, Vargas, García, Jaramillo, & Reyes, 2007) alimenticias de la población de una determinada sociedad, pues estos espacios son el centro que provee de alimentos básicos al resto de espacios de comercialización que se ubican en los distintos puntos de la ciudad.

Además de ser espacios de comercialización, son espacios que reflejan elementos esenciales y dinámicas de varias culturas que se encuentran en dicho espacio. Para comprender a los mercados populares es necesario considerar los procesos históricos por los cuales se ha ido conformando, así como los actores que lo han ido constituyendo. A partir de estudios realizados sobre los mercados populares, Kingman y Muratorio (2014) los han presentado como espacios urbanos de interacción económica, social y cultural de los sectores populares. (Kingman & Muratorio, 2014 citado en Moya Rodríguez, 2017)

De igual forma es posible entender a los mercados como espacios populares al considerar las distintas prácticas que se realizan en ellos, al estar caracterizadas por una diversidad de formas productivas, de consumo e interacción que parten de la tradición y rompen con los estándares que se imponen desde el capitalismo. Así como lo indican los autores Gago (2014), Tassi, Hinojosa y Canaviri (2015) quienes mencionan que, “a través de estas prácticas y dinámicas, los actores y las actoras despliegan modos de vida que resisten a las lógicas de vida que impone el capitalismo” (Gago, 2014, Tassi, Hinojosa, & Canaviri, 2015 citado en Moya Rodríguez, 2017). Por lo que, los mercados populares no pueden ser entendidos como espacios únicamente economicistas, sino que se componen de varios elementos principalmente culturales.

Rossana Barragán además plantea que “los mercados han sido y son, al mismo tiempo, espacios laborales, de intercambio, de relaciones sociales, de cohesión y confrontación, de articulación entre lo público y lo privado, entre la sociedad rural y urbana, y entre grupos sociales distintos” (Barragán, 2006 citado en Moya Rodríguez, 2017). Por lo que, pueden ser identificados como territorios en los cuales las realidades complejas de sus protagonistas se interrelacionan y se enfrentan a dinámicas sociales diversas.

### ***Espacios Populares***

Desde los estudios históricos culturales se ha pensado a lo popular como una forma de conformar un sector dentro de una sociedad específica que los domina y los priva de ciertos recursos y beneficios a los que únicamente pueden acceder las clases dominantes. Lo popular se puede concebir como “una cultura “tradicional” rebelde que asumiendo una posición apartada de las imposiciones institucionales define sus propias leyes, desde su cotidianidad creativa, construyen tradiciones y maneras de hacer, como formas de reivindicación y reclamo de derechos” (Thompson, 1990 citado en Moya Rodríguez, 2017).

A partir de varias concepciones acerca de lo popular, se destaca que históricamente se lo ha caracterizado como propio de los grupos sociales que se encuentran en diversas situaciones de marginalidad, opresión, desigualdad, dominación y exclusión en una determinada sociedad. Es así como Mario Margulis señala que la expresión de lo popular en América Latina responde a las necesidades, las carencias y la opresión, generando conciencia, solidaridad, un lenguaje y un vasto cúmulo de símbolos que facilitan la toma de conciencia y la acción. (Margulis, 2010)

Lo popular además puede ser entendido a partir de la convivencia simultánea de diversos actores y sectores que interactúan en una realidad caracterizada por la convergencia de lo tradicional, lo moderno, lo étnico, lo generacional, lo autóctono, lo tradicional y lo cultural. A partir de lo cual se establecen nuevas formas de convivencia, interacción y entendimiento de la vida social.

### ***Mercados Populares como espacios de reproducción de la vida***

Si bien los mercados populares pueden ser estudiados desde diversos enfoques, en este caso es necesario abordarlo en un sentido más amplio, considerándolos como espacios complejos caracterizados por la interacción social, cultural y política. Pero además como “espacios vitales de producción y reproducción de la vida de las mujeres, de sus familias, de la fuerza de trabajo y de la sociedad misma” (Moya Rodríguez, 2017).

Los espacios de reproducción de la vida, desde el feminismo han sido planteados como espacios en los que se desarrollan distintas prácticas, dinámicas y actividades cotidianas que son requeridas para asegurar la supervivencia y la sobrevivencia de los individuos de una sociedad específica, las cuales son desarrolladas principalmente por mujeres.

Es por eso que desde los estudios feministas se plantea una alternativa de entender a los mercados populares como espacios de reproducción de la vida. Haciendo referencia a que son espacios en los que el trabajo supera el espacio únicamente privado o público, así como el ámbito reproductivo o productivo. Debido a que los procesos que sostienen la vida han sido desvalorados en comparación con los procesos que generan capital, se ha visto la necesidad de promover la valoración del trabajo de reproducción de la vida que perpetúan las mujeres en los espacios como el mercado popular.

Por lo tanto, se propone un análisis de la presencia de la mujer en los mercados populares “descentrado de los procesos de acumulación y mirando de manera atenta las capacidades de reproducción de la vida” (Rodríguez, 2015 citado en Moya Rodríguez, 2017).

### ***Mujeres en los mercados populares***

A partir de la crítica que se realiza desde el feminismo a los mercados populares como espacios puramente económicos, surge la importancia de destacar el rol que las mujeres cumplen dentro de estos espacios. El lugar que las mujeres han ocupado históricamente en los mercados populares se ha asignado a partir de la división sexual del trabajo, por lo que se les ha considerado como espacios populares “femeninos por excelencia” (Barragán, 2006)

Peredo (2001) y Quispe (2011), a través de estudios antropológicos e históricos han planteado que la presencia de las mujeres en los mercados populares surge de un proceso histórico que está articulado a la construcción de una identidad propia de las mujeres comerciantes que está ligada al género y a la diversidad de identidades étnicas que se encuentran en estos espacios.

En este sentido, la presencia de las mujeres como productoras, distribuidoras y comerciantes en el mercado de Ñañaquito, requiere de la consideración de estos espacios como económicos, pero a la vez vitales. Debido a que las prácticas que desarrollan las mujeres están compuestas tanto de un sentido productivo como de un sentido reproductivo. Pues, el rol de la mujer comerciante permite a la vez entender diversos procesos sociales, políticos, económicos y culturales mediante sus dinámicas propias que parten del cuidado y la sostenibilidad de la vida.

A partir de las consideraciones que se plantean en torno a la realidad de las mujeres comerciantes es necesario llegar a un concepto que resulta en cuestionamiento debido a la situación y al contexto en el que se desenvuelven las mujeres comerciantes del mercado de Ñañaquito, teniendo por detrás al factor de género e interseccionalidad. Pues estos factores terminan afectando directamente al pleno desarrollo humano de las mismas debido a diversas circunstancias.

### **Desarrollo Humano**

El concepto de Desarrollo Humano descende desde una concepción que considera al desarrollo como un proceso individual en el que se desenvuelven y se fortalecen las oportunidades. Como se menciona en el primer informe acerca del Desarrollo Humano Mundial publicado por el PNUD (1990):

El Desarrollo Humano puede ser definido como un proceso mediante el cual las personas amplían sus oportunidades, considerando que las más esenciales para cualquier nivel de

desarrollo son: una vida prolongada y saludable, el acceso a la educación, la disposición de recursos para disfrutar de un nivel de vida decente, así como las libertades políticas, económicas y sociales, el respeto de los derechos humanos, la posibilidad de ser creativo y productivo, el respeto a sí mismo, entre otras. (PNUD, 1990)

El concepto de Desarrollo Humano que se ha ido posicionando con el paso del tiempo, ha superado la concepción de que el desarrollo está centrado en alcanzar únicamente un crecimiento económico. Por el contrario, se ha enfatizado en buscar ampliar las posibilidades y oportunidades para que una persona pueda vivir su vida de forma digna y valiosa. Sin embargo, dicho crecimiento económico no se deja de lado, sino que, se lo considera como un medio para alcanzar el fin del desarrollo.

El alcance de este desarrollo humano en la mayoría de casos se limitado para las mujeres comerciantes, debido a que, las oportunidades y posibilidades que tienen son escasas o reducidas. Si bien la posesión de bienes económicos no es la prioridad en lo que cabe dentro del desarrollo humano, se vuelve un factor clave para su desarrollo humano personal y aún más para un desarrollo que sea sostenible y asegure su presente, así como su futuro.

### ***Desarrollo Humano Sostenible***

Debido a las consideraciones que han girado en torno al concepto de desarrollo, se ha incorporado el concepto de sostenibilidad para hacer referencia a un principio de conservación que está centrado en la satisfacción de las necesidades presentes sin poner en riesgo o comprometer la posibilidad de que las generaciones futuras puedan satisfacer sus propias necesidades.

Es así como a partir de la Declaración de Río de Janeiro en el año de 1992, se empezó a incorporar la idea del “Desarrollo Humano Sostenible”, la cual se originó a partir de una visión integradora e innovadora del desarrollo. Esta visión no considera únicamente el crecimiento, sino que se enfoca también en la distribución equitativa, en la regeneración del medio ambiente, en la ampliación de oportunidades y posibilidades, en la protección y el cuidado del medio ambiente, en la participación de la población, en la equidad de género, etc.

El Desarrollo Humano Sostenible según Herrero (2000) puede ser concebido como un proceso social abierto que debe permitir la integralidad, la sostenibilidad y la globalidad de las relaciones entre los sistemas humanos y naturales, para lograr un bienestar colectivo incluyente, solidario, equitativo, donde el valor y respeto a todas las formas de vida en el

planeta conlleve un futuro común ecológicamente armónico, socialmente equitativo y sobre todo perdurable (Herrero, 2000 citado en Gómez Andrade, 2017).

Es por eso que el DHS requiere contemplar los distintos ámbitos, dimensiones y campos que configuran la realidad como lo político, social, económico, ambiental, demográfico, cultural, científico y tecnológico.

### ***Condiciones de Vida***

Continuando por la línea de acceso a oportunidades y recursos que se contemplan en el Desarrollo Humano y Desarrollo Humano Sostenible, se alude al concepto de condición de vida para hacer referencia al modo de vida en el que un individuo existe y se desarrolla. En este caso, se centra en el modo de vida en el que las mujeres comerciantes del mercado de Ñaquito se desenvuelven día a día, tanto dentro como fuera del mercado.

Este concepto está ligado a la satisfacción de necesidades básicas propias del ser humano mediante diversos servicios y recursos que posibilitan el cumplimiento de los requerimientos básicos para el desenvolvimiento del ser humano. Estas condiciones no son estáticas ni homogéneas, pues varían de acuerdo a la realidad contextual de cada persona y a las características del entorno en el que se desenvuelven, por lo que están enmarcadas en particularidades individuales en relación a un contexto social, político, histórico y económico específico.

### ***Necesidades básicas***

El ser humano posee una serie de necesidades básicas que están ligadas a su condición humana natural, las cuales deben ser precisamente atendidas y satisfechas para garantizar la subsistencia y sobrevivencia de cada individuo. Entre algunas de estas necesidades vitales se puede identificar la alimentación, salud, vivienda, vestimenta, seguridad, entre otras.

Las necesidades básicas del ser humano están derivadas de un contexto histórico que ha determinado como factores necesarios aquellos que han sido indispensables en la vida del ser humano, los cuales aportan a su desarrollo y bienestar. Estos factores indispensables pueden ser reconocidos indistintamente en cualquier individuo, sin embargo, lo que cambia en relación al contexto es la forma de dar satisfacción a dichas necesidades. Es por eso que autores como Max Neef, Elizalde y Hopenhayn (1986) postulan que las necesidades humanas son finitas y clasificables, idénticas en las diferentes culturas y no cambian con el tiempo; lo que realmente cambia es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las mismas.

El ser humano puede satisfacer sus necesidades vitales mediante el acceso a varias oportunidades y recursos que le permitan cumplir con los factores requeridos que le permitan subsistir y alcanzar un nivel de bienestar personal que responda a la realidad de la sociedad a la que pertenece.

Es por eso que, la satisfacción de estas necesidades básicas requeridas para el bienestar integral y el desarrollo humano sostenible de las mujeres comerciantes son escasas o nulas. Debido a que, al trabajar en un mercado popular, dependen de los ingresos diarios que les permitan satisfacer sus necesidades, por lo que, muchas veces esta satisfacción de necesidades no es posible. Además, al ser trabajadoras independientes, la mayoría de ellas no cuenta con las debidas garantías legales que le aseguren el acceso a ciertos bienes y servicios considerados como básicos.

En esta sección se han abordado los distintos conceptos y enfoques con el propósito de articularlos a fin de explicar cómo se relacionan e influyen unos en el planteamiento de otros. Partiendo desde el género y la interseccionalidad es posible hablar de varias características específicas que tradicionalmente han sido asignadas al sexo y a las distintas identidades subordinadas simultaneas, las cuales se visibilizan en espacios como el mercado de Iñaquito.

Estas realidades complejas y diversas son condicionantes, y en muchos casos limitantes, para el alcance de unas condiciones de vida dignas y adecuadas que aseguren el pleno desarrollo humano de las mujeres que laboran en dicho mercado. Por lo que, al tener como centro de la investigación a mujeres con edades, discapacidades, etnias, nacionalidades y condiciones migratorias distintas, se puede hablar de una serie de limitaciones, necesidades, problemáticas, violencias, vulnerabilidades y opresiones a las que se ven expuestas tanto dentro, como fuera del mercado. Las mismas que se presentan en el siguiente capítulo.

## **CAPÍTULO III**

### **CONDICIONES DE VIDA, GÉNERO E INTERSECCIONALIDAD**

En el presente capítulo se presenta el análisis de la información recopilada por medio de la aplicación de encuestas a 138 mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito. Así como sus respectivos gráficos e interpretaciones desde una perspectiva de género y un enfoque interseccional.

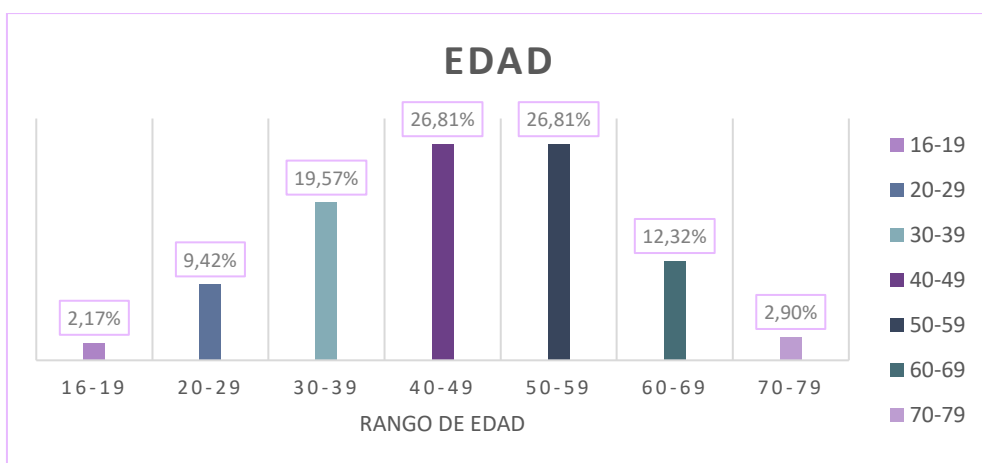
El mercado de Iñaquito es un espacio heterogéneo en el que la diversidad cultural e identitaria se encuentran. Es por eso que, en él, se hace visible el encuentro y la presencia de diversos grupos etarios, poblaciones étnicas, nacionalidades y migrantes.

#### **CONFORMACIÓN POBLACIONAL**

Es necesario partir desde una aproximación general acerca de las principales características demográficas de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito, teniendo en cuenta variables que permiten reconocer sus diversas identidades como la edad, la autoidentificación étnica, la discapacidad y la condición migratoria.

Es posible reconocer que la población de mujeres encuestadas en el mercado está conformada por una diversidad de edades que van desde los 16 hasta los 79 años de edad. Sin embargo, se identificó que la mayoría de mujeres comerciantes se encuentran en un rango desde los 30 hasta los 59 años de edad. Pues, el 26.81% de mujeres se sitúa en un rango de 40 a 49 años, al igual que el 26.81% que se ubica en un rango de 50 a 59 años. Seguidamente se ubican las mujeres de entre 30 a 39 años representando un 19.57% y las mujeres de entre 60 a 69 años un 12.32%.

Los rangos de menor representación porcentual comprenden edades entre 20 a 29 (9.42%), 70 a 79 (2.90%) y 16 a 19 (2.17%). Por lo que, en su mayoría, las mujeres comerciantes conforman una población etaria de adultas y adultas jóvenes.

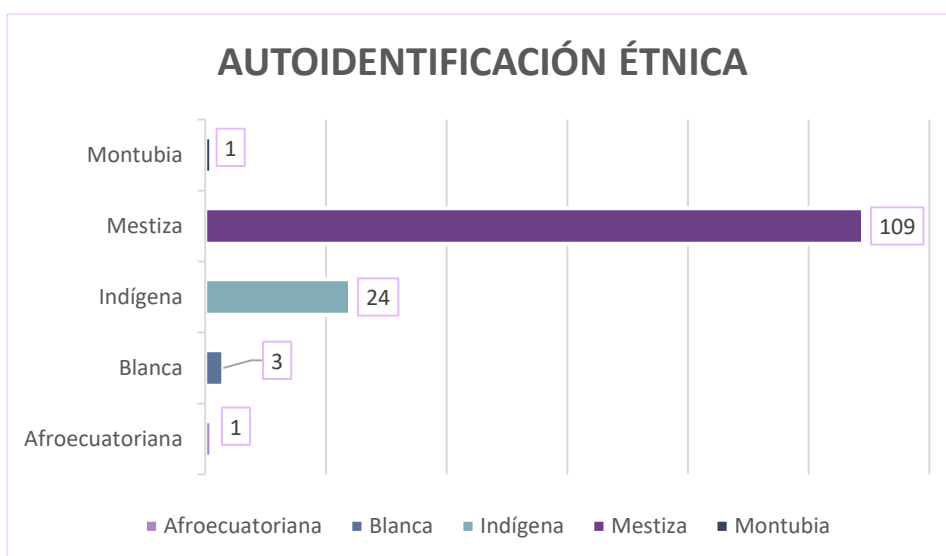


**Figura 4.** Porcentaje de edad de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito.

Elaboración propia.

Por otro lado, otra de las principales características demográficas que es pertinente resaltar es la autoidentificación étnica. Al igual que la edad es diversa, pero se destaca por mucho, el autorreconocimiento étnico mestizo, pues está representado por el 78.99% del total, es decir 109 de las 138 mujeres encuestadas se autoreconocen como mestizas.

El segundo grupo étnico con el que las mujeres comerciantes se autoidentifican es el indígena, pues 24 mujeres del total (17.39%), consideran formar parte de esta etnia. Además, el 2.17% de las mujeres encuestadas se autoidentifica como blanca, mientras que, el 0.72% se autoidentifica como montubia y afroecuatoriana, respectivamente.



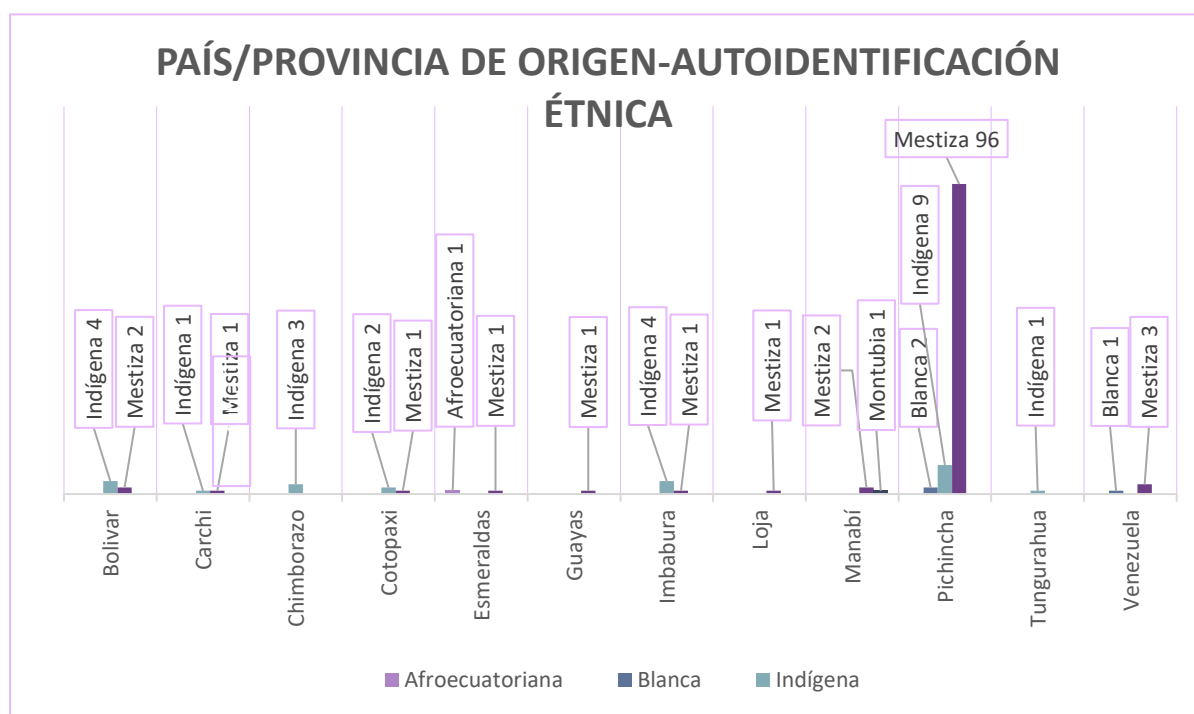
**Figura 5.** Autoidentificación de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito.

Elaboración propia.

Además, se reconoció que las mujeres comerciantes del mercado de Ñaquito provienen de distintas provincias del país, pero además de otro país. La mayoría de las mujeres comerciantes, indistintamente de su autoidentificación étnica, proviene de provincias de la sierra del Ecuador como Bolívar, Pichincha, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Loja, Pichincha y Tungurahua.

Por otro lado, un número reducido de mujeres son originarias de provincias de la costa ecuatoriana como Esmeraldas, Guayas y Manabí. De igual forma, hay una cantidad mínima de mujeres comerciantes provenientes de Venezuela.

Si bien las mujeres que se autoidentifican como mestizas no son originarias de una sola provincia, sino que proceden de la mayoría de provincias registradas, se reconoce que la mayoría de ellas es de Pichincha. Al igual que las mujeres indígenas, sus provincias de origen son distintas.

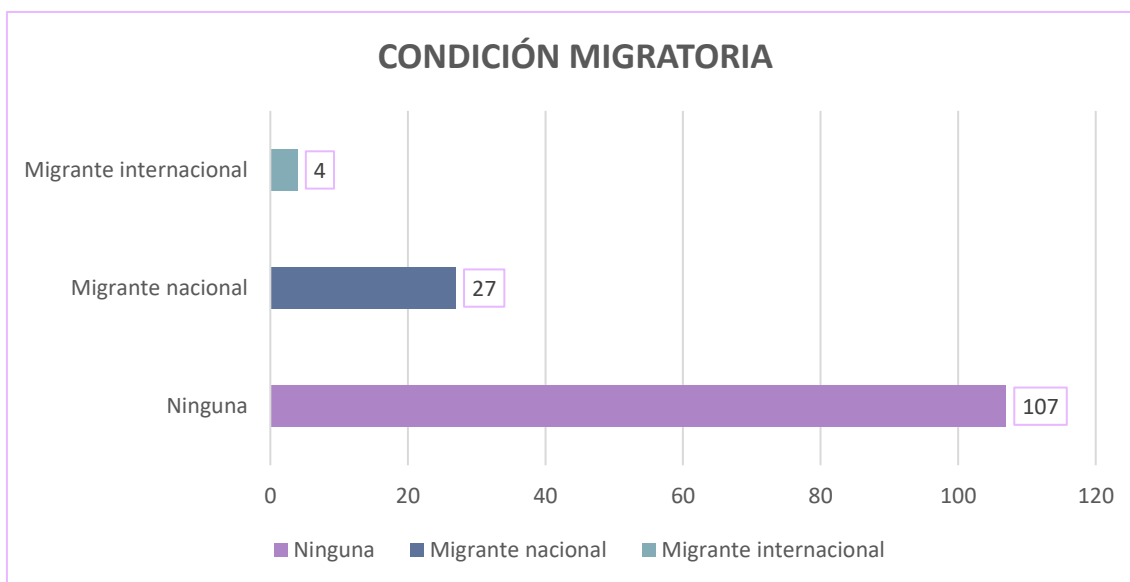


**Figura 6.** Autoidentificación étnica según provincia/país de origen.

Elaboración propia.

Considerando las distintas provincias y el país del que proceden las mujeres comerciantes, se reconoce que quienes no son originarias de la provincia de Pichincha, en la que se sitúa el mercado de Ñaquito, poseen una condición migratoria. Así pues, de las 138 mujeres encuestadas, 27 se encuentran en una condición de migrante nacional, es decir, han tenido que

movilizarse por distintos motivos entre provincias del país para establecerse y residir en la provincia de Pichincha. Además, 4 mujeres que laboran en el mercado son migrantes internacionales debido a que se han trasladado desde Venezuela hacia Ecuador por diversas razones.

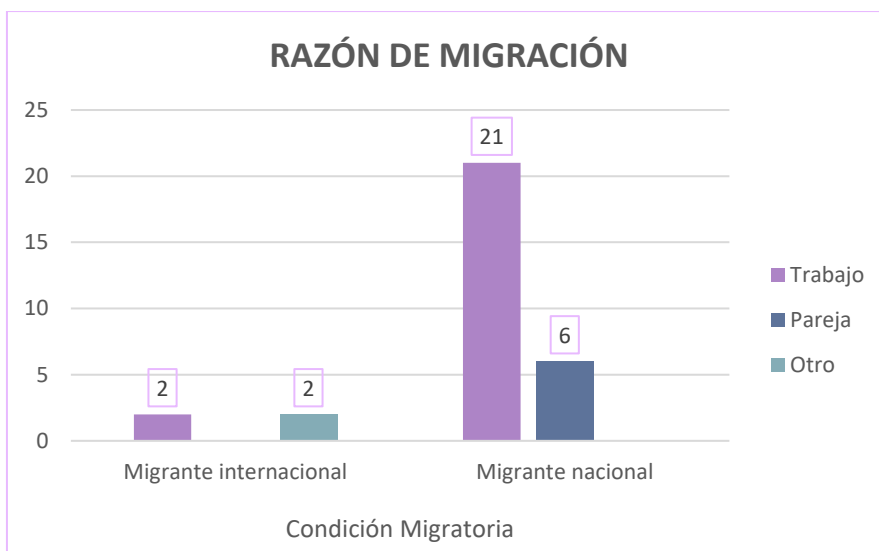


**Figura 7.** Condición migratoria de las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito.

Elaboración propia.

Es posible evidenciar que tanto para migrantes nacionales como internacionales, las razones de su movilización se enmarcan en el objetivo de encontrar un trabajo y de mantenerse junto a sus parejas. En cuanto a las mujeres comerciantes migrantes originarias de Venezuela, 2 de ellas expresaron haber migrado debido a la necesidad de conseguir un trabajo que les posibilite generar ingresos económicos para su sustento y el de sus familias, pues la situación económica, política y social de Venezuela es crítica. Por otro lado, las otras 2 mujeres venezolanas comentaron que la razón de su migración es mantenerse junto a sus parejas que también se han visto en la necesidad de migrar de su país de origen.

De igual forma, en relación a las migrantes nacionales, se destaca que la principal razón de su migración ha sido conseguir un trabajo, pues 21 de las 27 mujeres comerciantes que han migrado a nivel nacional han manifestado la necesidad de establecerse en otra provincia en la que puedan acceder a una plaza de trabajo. Por otra parte, las 6 mujeres restantes en condición de migración interna, indican que la razón por la que se desplazaron, fue porque sus parejas también lo tuvieron que hacer.



**Figura 8.** Razón por la que algunas mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito migraron.

Elaboración propia.

La mayoría de las mujeres comerciantes no posee ningún tipo de discapacidad. Sin embargo, 5 de las 138 mujeres afirman tener una discapacidad. Entre ellas, 3 (2.17%) mencionan que poseen una discapacidad física. Mientras que, 2 mujeres (1.4%) indican tener una discapacidad sensorial.



**Figura 9.** Discapacidad que poseen las mujeres comerciantes del Mercado de Iñaquito.

Elaboración propia.

Partiendo de las principales características poblaciones presentadas anteriormente, a continuación, se desarrolla el análisis interseccional acerca de las condiciones de vida de las mujeres comerciantes.

Mediante dicho análisis se destacan situaciones, problemáticas particularidades y realidades que se configuran en base a ciertas identidades específicas. Las mismas que se establecen a partir de sistemas de opresión hegemónicos como el patriarcado, el racismo, el clasismo, etc.

Es por eso que se detallan los hallazgos más relevantes acerca de ciertos aspectos relacionados a cada una de las categorías preestablecidas. Asimismo, a lo largo del análisis se tienen en consideración elementos que, además del género, influyen en la condición de vida de cada mujer comerciante, como la etnia, la discapacidad, la condición migratoria etc.

## **TRABAJO DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO DE IÑAQUITO**

La situación laboral de las mujeres se ha visto históricamente agravada y vulnerada por la desigualdad, las brechas y las opresiones impuestas desde el sistema patriarcal a partir de las atribuciones que se le han dado al género femenino. Partiendo de la división sexual del trabajo, la mujer ha sido asignada para cumplir con el rol de reproductora y cuidadora del hogar y de sus miembros. Es por eso que, las mujeres han sido históricamente imposibilitadas a cumplir con actividades productivas y generadoras de recursos.

En el caso de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito, estas imposiciones y asignaciones machistas y patriarcales se mantienen. Pues, a pesar de que cuentan con un espacio en el que pueden trabajar, este espacio no deja de tener un sentido reproductivo, además de productivo. Es decir, su rol en el mercado mantiene una lógica de sostenibilidad de la vida, por lo que su actividad laboral puede ser considerada puramente femenina al estar condicionada por sesgos y estereotipos sexistas.

Pese a que la situación de todas las mujeres en el ámbito laboral está precarizada, la situación de las mujeres comerciantes se ve mucho más agravada. Pues, al tratarse de una actividad laboral que se realiza en un espacio de comercio popular, las garantías y derechos laborales que las amparan son pocas o inexistentes.

A partir de lo postulado anteriormente, es importante destacar que las vulnerabilidades y precariedades que las mujeres enfrentan en el mercado, se deben a una serie de factores que

condicionan su realidad. Entre ellos se encuentra la edad en la que las mujeres se han insertado al mercado laboral, pues es un factor determinante que limita su pleno desarrollo y su acceso a la educación.

Por lo general, indistintamente de su autoidentificación étnica, la mayoría de mujeres comerciantes encuestadas ha empezado a trabajar a una edad bastante temprana comprendida entre los 11 y los 18 años. Sin embargo, también se registran mujeres indígenas y mestizas que se han visto en la necesidad de trabajar desde los 5 hasta los 10 años. La edad de inserción laboral muchas veces se debe a factores culturales que promueven el trabajo infantil debido a la necesidad de generar ingresos económicos.

Además, es destacable que las mujeres mestizas se incorporan al ámbito laboral a una edad mayor, en comparación a las demás mujeres que se identifican con otra etnia. Pues, 65 de las 109 mujeres mestizas, han empezado a trabajar desde la edad de 17 años en adelante.

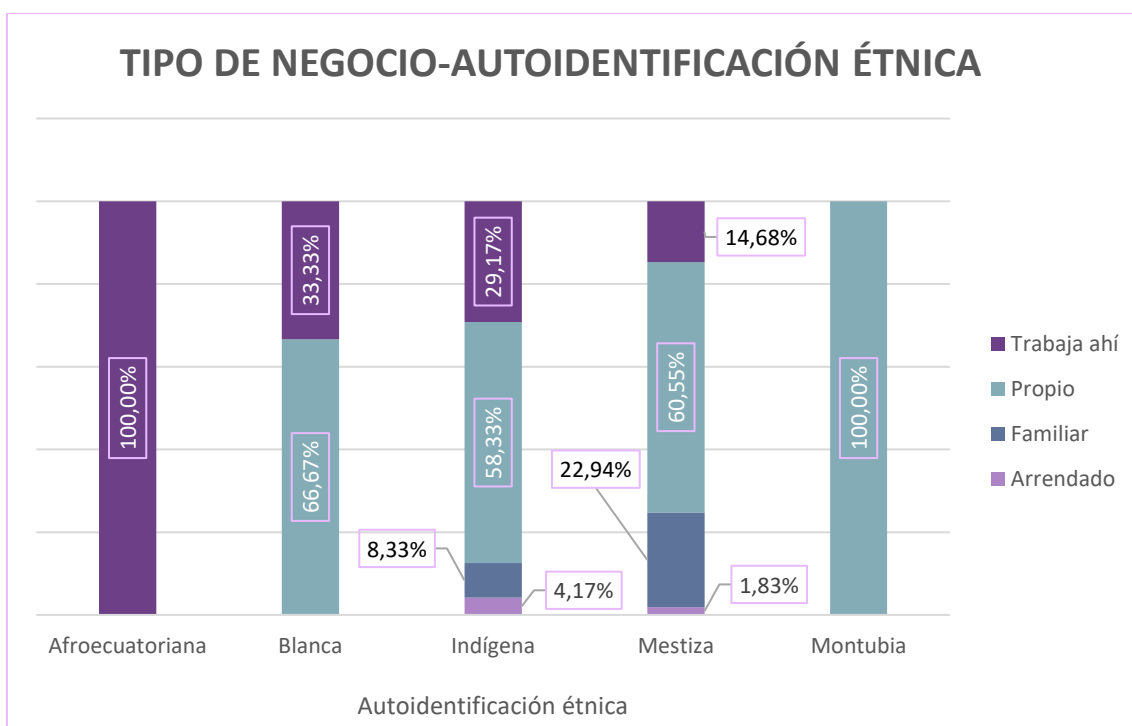
**Tabla 1**

*Edad de inserción laboral según autoidentificación étnica*

<b>Edad de Inserción Laboral</b>	<b>Afroecuatoriana</b>	<b>Blanca</b>	<b>Indígena</b>	<b>Mestiza</b>	<b>Montubia</b>	<b>Total</b>
<b>5-6 años</b>				2		2
<b>7-8 años</b>			3	2		5
<b>9-10 años</b>			1	2		3
<b>11-12 años</b>			4	8		13
<b>13-14 años</b>			2	17		19
<b>15-16 años</b>		1		13		22
<b>17-18 años</b>			5			45
<b>19-20 años</b>			1	15		16
<b>21-22 años</b>				4		4
<b>23-24 años</b>				2		2
<b>25-26 años</b>			1	2		3
<b>27-28 años</b>				2		2
<b>30 años o más</b>				2		2
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>109</b>	<b>1</b>	<b>138</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las mujeres encuestadas. Elaboración propia.

Por otro lado, en cuanto al tipo de negocio que poseen las mujeres comerciantes encuestadas, se destaca que la mayoría de ellas son dueñas de sus propios negocios. También se reconoce que un porcentaje de mujeres indígenas, además de tener negocios propios (58.33%), también trabajan en negocios familiares (8.33%), en negocios arrendados (4.17%) y en negocios en los que son remuneradas por trabajar ahí (29.71%).

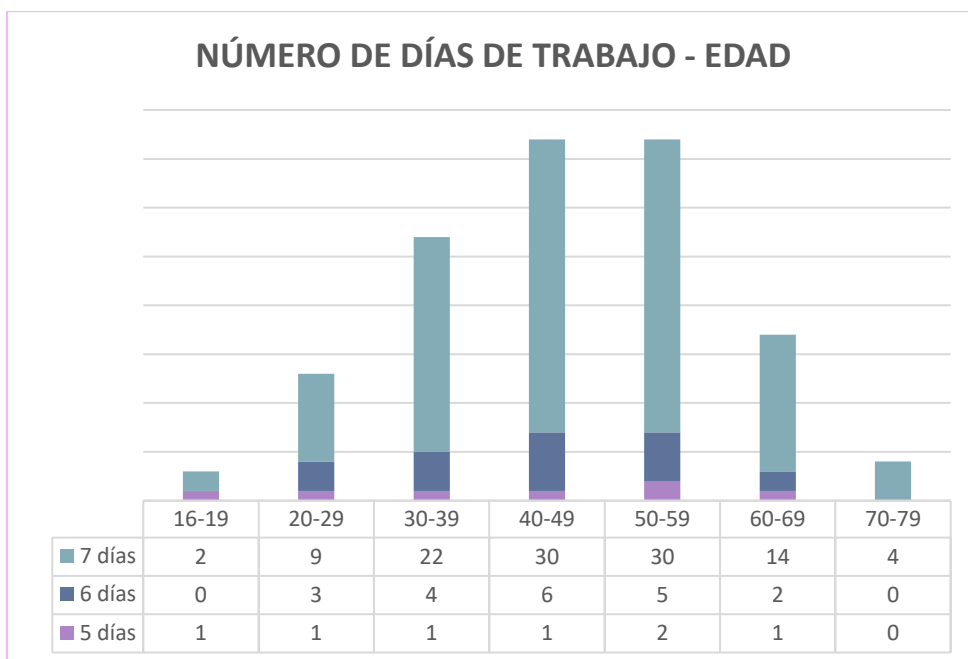


**Figura 10.** Tipo de negocio según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

La mayor parte de las mujeres comerciantes dentro de todos los rangos de edad se dedican a las actividades comerciales dentro del mercado los 7 días de la semana. Además, un número reducido de comerciantes (20 mujeres), trabaja únicamente 6 días semanales. Mientras que, una cantidad mínima (7 mujeres), cumplen con sus responsabilidades laborales 5 días a la semana.

Un dato que se debe resaltar es que, las mujeres encuestadas de mayor edad que se encuentran en un rango de entre 70 a 79 años, trabajan los 7 días a de la semana. Esto puede resultar en consecuencias que afecten a su salud, debido a que, considerando su edad, sus limitaciones y sus necesidades, al trabajar todos los días, pueden verse expuestas a una sobrecarga de trabajo.

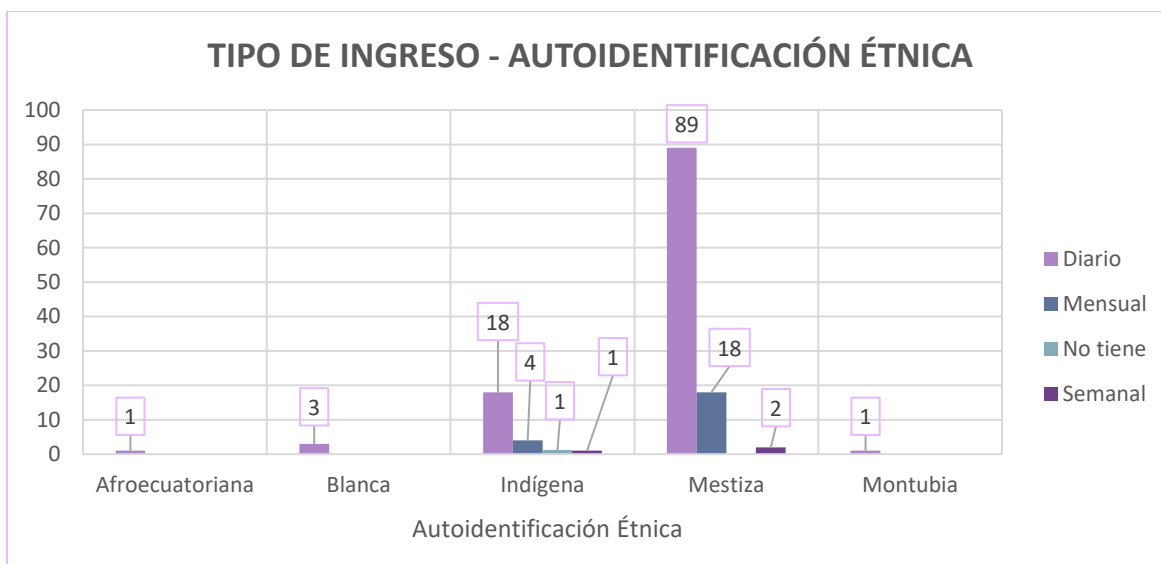


**Figura 11.** *Número de días que trabajan las mujeres comerciantes a la semana según rango de edad.*

Elaboración propia.

Se reconoce, además, que los ingresos económicos de las mujeres comerciantes, en su gran mayoría no son fijos, sino que dependen de las ventas diarias que realicen. Pues, incluyendo a las mujeres indígenas, mestizas, blancas, montubia y afroecuatoriana, se determina que 112 mujeres del total encuestado, adquiere un tipo de ingreso que varía de acuerdo a la cantidad de productos que comercialicen al día. Seguidamente, se identifica que 22 mujeres reciben ingresos mensuales y 3 semanales.

Adicionalmente, se presenta el caso de una mujer indígena de 16 años, que afirma no recibir ningún tipo de ingreso económico a cambio del trabajo que realiza en el mercado. En esta situación particular, se puede evidenciar las desigualdades que se presentan hacia esta mujer comerciante que posee identidades subordinadas como la edad, el género y la identidad étnica.



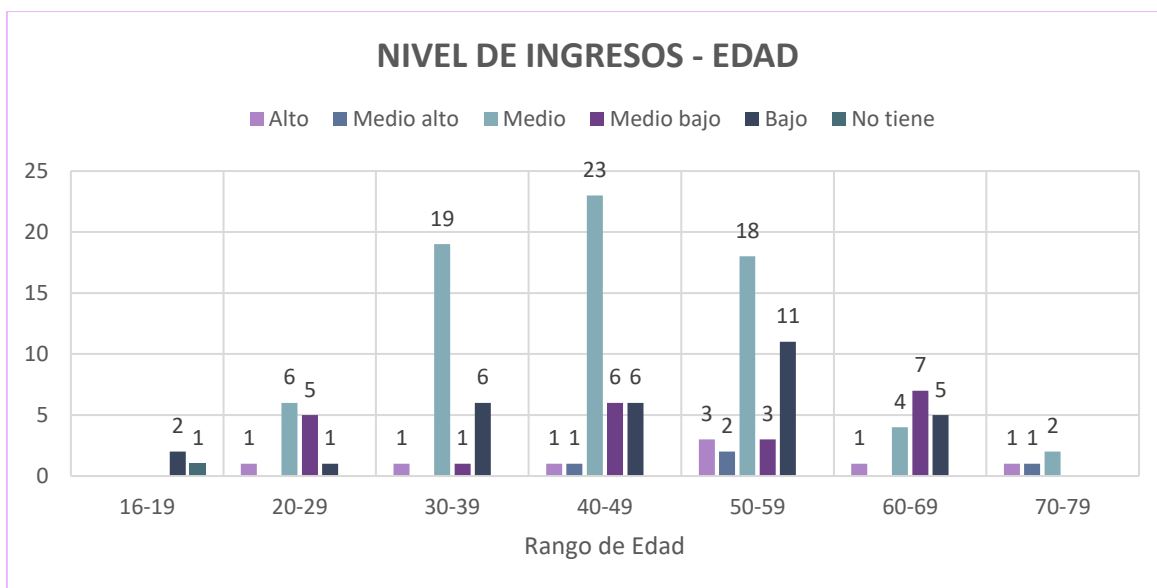
**Figura 12.** Tipo de ingreso económico según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

El nivel de ingreso mensual que genera la mayoría de mujeres comerciantes que se encuentran en un rango de edad de entre 20 a 59 años es medio, considerando que sus ganancias van desde \$360 a \$500. Este valor podría ser aproximadamente referido a un sueldo básico actual en el Ecuador.

Seguidamente se registra que 31 mujeres de distintas edades, principalmente de entre 50 a 59 años, obtienen un ingreso mensual bajo que consta una cantidad de entre \$40 a \$190. Cabe destacar que quienes generan este tipo de ingreso son mujeres mestizas e indígenas.

Además, un número mínimo de mujeres (8) autoidentificadas también como indígenas y mestizas, posee un nivel de ingresos alto, que va desde los \$700 a los \$2500. Esto se debe principalmente al tipo de negocio que poseen, pues la mayoría de mujeres que generan este nivel de ingresos se dedican a la venta de abarrotos como conservas, licores y productos industrializados, los cuales se venden en grandes cantidades y al por mayor.



**Figura 13.** Nivel de ingreso económico según rango de edad.

Elaboración propia.

Considerando que 126 de las 138 mujeres encuestadas tienen un nivel de ingresos que va desde los \$40 hasta los \$500 mensuales, cabe resaltar el impacto que la generación de ingresos económicos tiene en su vida. Pues, al no contar con recursos suficientes para su sustento y el de sus familias, la satisfacción de necesidades básicas se ve restringida y por ende se ven afectadas sus condiciones de vida. A esto se le suma que los ingresos no son fijos, pues dependen de las ventas que realicen a diario.

## **SALUD DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO DE IÑAQUITO**

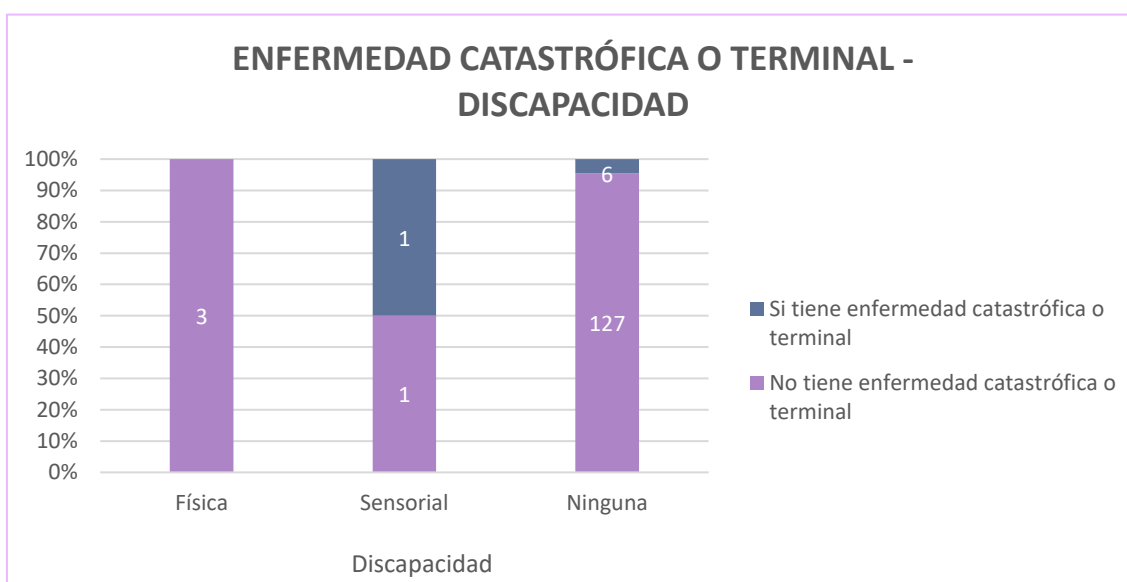
La salud es un derecho humano fundamental que configura la base para la participación y el desenvolvimiento pleno de la mujer en los distintos ámbitos, tanto públicos como privados. Además de estar relacionada con aspectos biológicos, inciden en ella distintos factores externos y condiciones socioeconómicas que la condicionan.

Es por eso que, factores como la precariedad laboral, los ingresos económicos bajos, la sobrecarga de tareas domésticas y de cuidados y la exclusión de sistemas de salud públicos de calidad, provocan que la salud de las mujeres comerciantes se vea afectada.

Es común identificar que estos factores se posicionan en base a ciertos patrones de desigualdad y discriminación de género. Por lo que, para comprender las limitaciones y vulnerabilidades que enfrentan las mujeres en la salud, es necesario también tener en cuenta

las inequidades existentes según la clase social, la autoidentificación étnica, la discapacidad y la condición migratoria.

Si bien la menor parte de mujeres posee una enfermedad terminal o catastrófica, 1 de las 5 mujeres que tiene discapacidad si sufre una de ellas. Esto se convierte en una doble vulnerabilidad debido a que, la mujer comerciante se enfrenta a mayores riesgos que pueden ocurrir debido a su condición de salud. Además, puede encontrarse en una situación de mayor vulnerabilidad, desigualdad y discriminación debido a que es una mujer indígena, que se encuentra en situación de migración interna y que genera ingresos económicos bajos. Esto, bajo un análisis, se puede reconocer como la interacción de las distintas identidades que influyen y configuran la realidad de la mujer comerciante de este caso en particular.

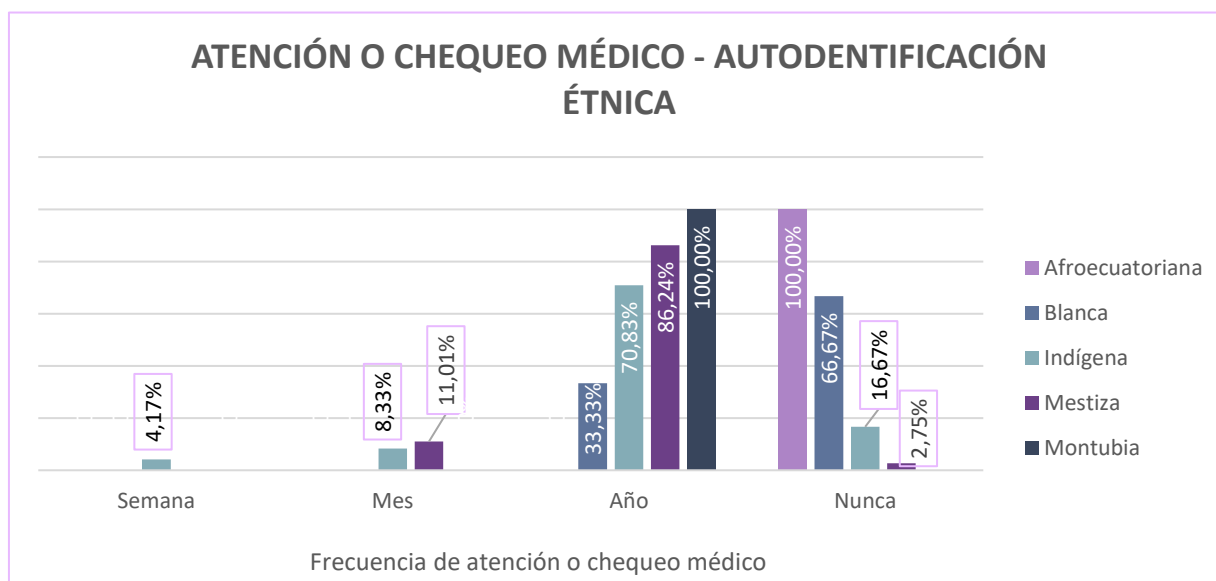


**Figura 14.** Mujeres que además de una enfermedad catastrófica o terminal tienen algún tipo de discapacidad. Elaboración propia.

En cuanto al acceso a la atención médica o chequeos médicos, el 81.8% del total de mujeres encuestadas afirma que asiste aproximadamente 1 vez al año a los distintos establecimientos de salud de tipo público y privado. El 10.14% de mujeres indígenas y mestizas menciona que acude a estos establecimientos de manera mensual.

Además, el 7.25%, conformado por 10 mujeres blancas, indígenas, mestizas y afroecuatorianas, comentan que nunca acceden a ningún tipo de atención médica en ningún establecimiento de salud. Esto ocurre principalmente debido a la falta de recursos económicos

para costear los gastos necesarios que resulten de las consultas médicas, de la compra de insumos y medicamentos.

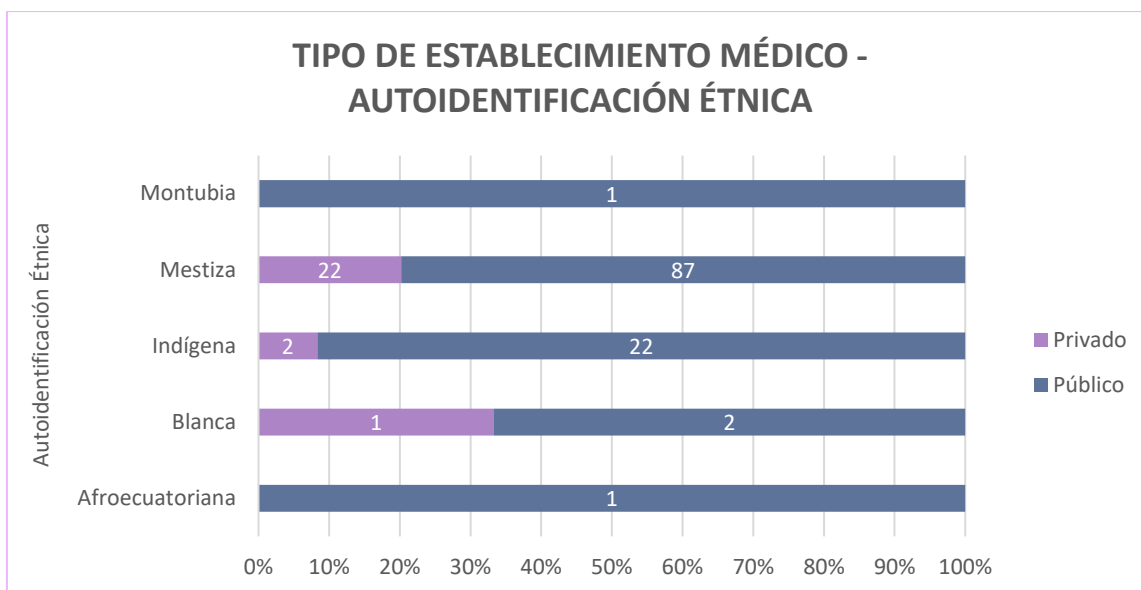


**Figura 15.** Frecuencia de atención o chequeo médico según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

Por otro lado, se destaca que independientemente de la autoidentificación étnica de las mujeres comerciantes, la gran mayoría de ellas, acude a establecimientos públicos como centros de salud, subcentros de salud y hospitales públicos. Mientras que, únicamente 25 mujeres de las 138 encuestadas, asiste a establecimientos privados en caso de requerirlo, como centros de salud, consultorios y hospitales privados.

Si bien el Estado es el encargado de garantizar la salud de la población, en la actualidad, debido a la crisis que atraviesa el sistema de salud público, esto no se cumple. Pues, la mayoría de establecimientos públicos no cuenta con el presupuesto necesario para atender y proveer de los insumos y las medicinas necesarias a la población. Por lo que muchas veces, los requerimientos y las necesidades de las mujeres comerciantes no pueden ser solventados.



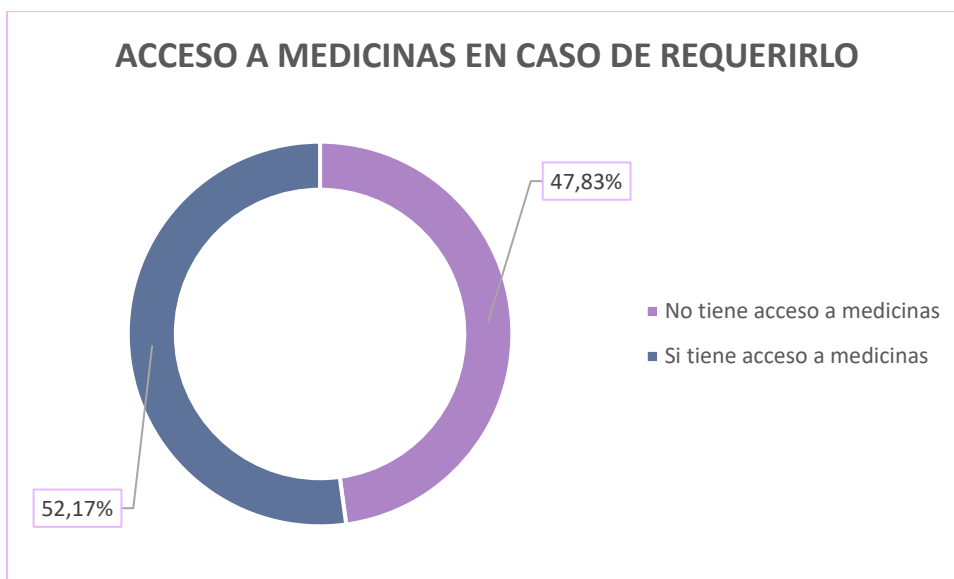
**Figura 16.** Tipo de establecimiento médico al que asisten las mujeres según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

Considerando que la mayoría de mujeres comerciantes accede a servicios de salud pública y teniendo en cuenta la situación actual del sistema de salud pública, el 47.83% del total de encuestadas afirma que en caso de requerirlo no pueden acceder a las medicinas que necesiten, ya sea por la falta de recursos económicos o por la falta de insumos médicos en los establecimientos de salud pública.

Esta situación puede generar consecuencias en la salud de las mujeres comerciantes a corto, mediano y largo plazo. Pero, además, la falta de medicamentos, no aporta a la prevención de posibles enfermedades que se pueden presentar en un futuro.

A pesar de que varias mujeres comerciantes mencionaron que por parte del ministerio de salud pública reciben visitas al mercado para registrar controles médicos, estos no son integrales ni llevan un seguimiento. Por lo que, dichas visitas no generan un mayor impacto y beneficio en el bienestar de las mujeres.



**Figura 17.** *Mujeres que tienen acceso a medicinas en caso de requerirlo.*

Elaboración propia.

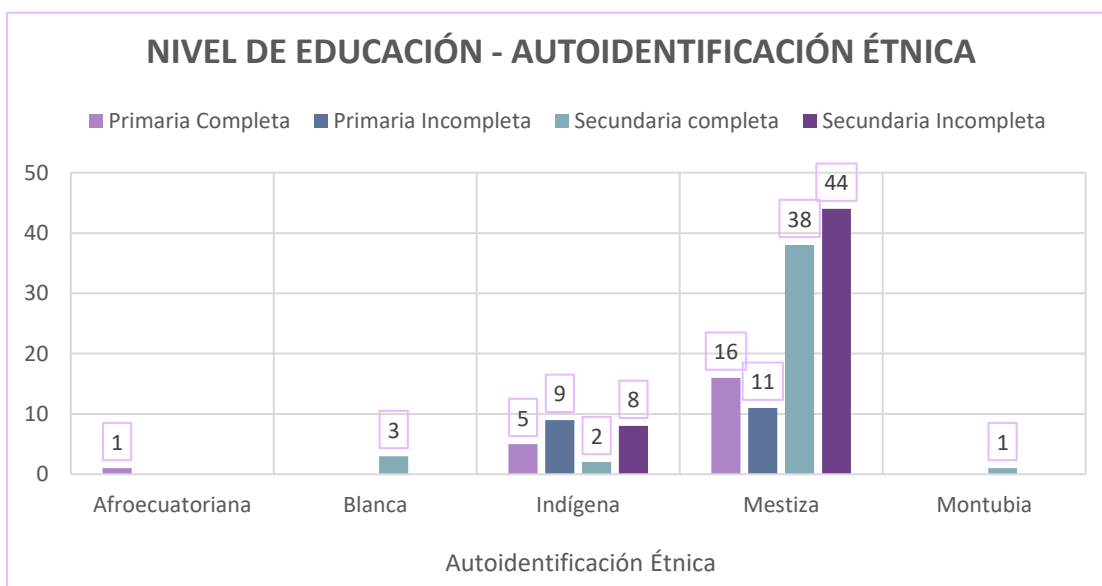
La salud de las mujeres comerciantes se ve condicionada por varios factores relacionados a los sistemas estructurales que las excluyen del acceso a la atención médica y a la prestación de servicios de salud integral. Es por eso que se reconoce la necesidad de implementar medidas interseccionales que superen la inequidad y la exclusión de las mujeres. Y que, por el contrario, incluya a las diversidades identitarias a fin de que la atención medica sea especializada, integral y equitativa.

## **EDUCACIÓN DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO DE IÑAQUITO**

El análisis de la categoría de educación está centrado en la autoidentificación étnica debido a que, además del género, los constructos culturales tradicionalistas, son un factor clave en la educación que reciben las mujeres. Pues, en la realidad educativa de las mujeres se pueden reconocer diversas problemáticas basadas en estereotipos, roles y asignaciones de género. Así se menciona, por ejemplo, la deserción escolar fundamentada en distinciones sexistas que designan a la mujer a cumplir con actividades asignadas al género, como el trabajo doméstico y de cuidados, además de la maternidad y el matrimonio.

En el caso de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito, 72 de ellas tienen un nivel de educación inconcluso, entre primaria y secundaria, debido a diferentes causas como el

embarazo, la falta de recursos económicos, el impedimento familiar, etc. Sin embargo, existe una notable diferencia en la formación educativa de las mujeres que se autoreconocen con diferentes etnias.



**Figura 18.** Nivel de educación de las mujeres comerciantes según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

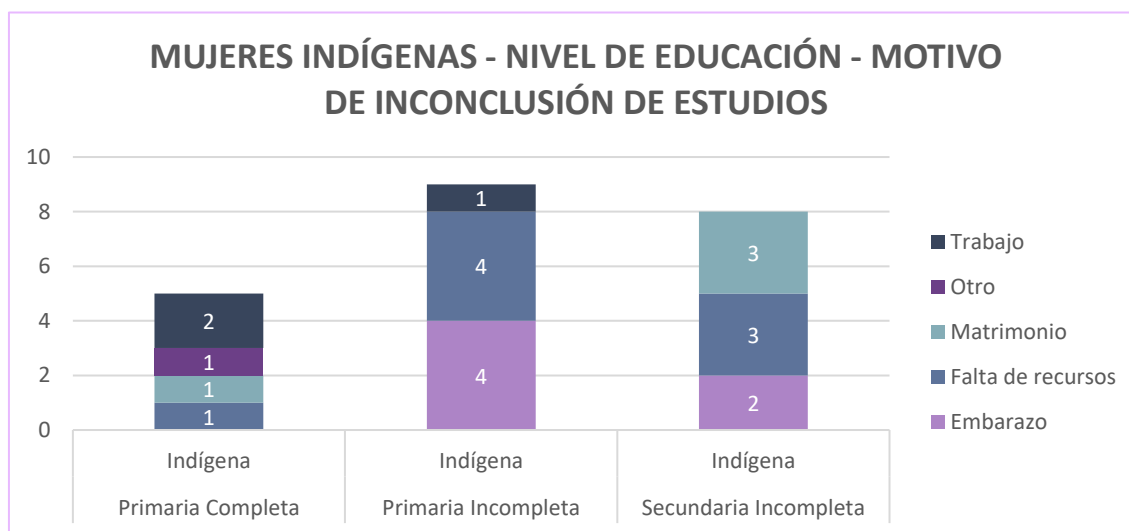
En cuanto a las 24 mujeres indígenas, 9 de ellas no ha completado la educación primaria, mientras que, 5 tienen un nivel de educación primaria completado. Además, 8 mujeres no han podido completar sus estudios secundarios y solamente 2 los han podido terminar. Entre las principales causas que han imposibilitado la conclusión o continuación de sus estudios se encuentra el embarazo, la falta de recursos económicos, el matrimonio y la necesidad de trabajar.

Cabe destacar que, de acuerdo al nivel de educación inconcluso o discontinuado, las causas varían. En el caso de las mujeres indígenas que tienen una educación primaria incompleta, 4 de ellas han tenido que abandonar sus estudios debido a embarazo, lo que se ve reflejado en una problemática de embarazo temprano. Las 5 mujeres restantes no han completado la primaria debido a motivos relacionados con la falta de recursos y a la necesidad de trabajar para poder aportar a la economía del hogar, lo que puede ser concebido como trabajo infantil.

Respecto a las mujeres indígenas que han completado la educación primaria, los motivos por los que no han continuado sus estudios son similares a los señalados anteriormente. Sin embargo, en este caso, se destaca que una mujer no pudo continuar con sus estudios secundarios

debido al matrimonio. Así mismo, en el caso de las 8 mujeres que no han podido terminar la secundaria, 3 de ellas se debe al matrimonio, 3 a la falta de recursos y 2 al embarazo.

A partir de estos casos particulares es posible identificar patrones que comprometen a las indígenas a cumplir con el rol de madres y esposas a edades bastante tempranas, lo cual influye en su desarrollo personal, económico y social.



**Figura 19.** Nivel de educación de las mujeres indígenas y motivo de la inconclusión de estudios.

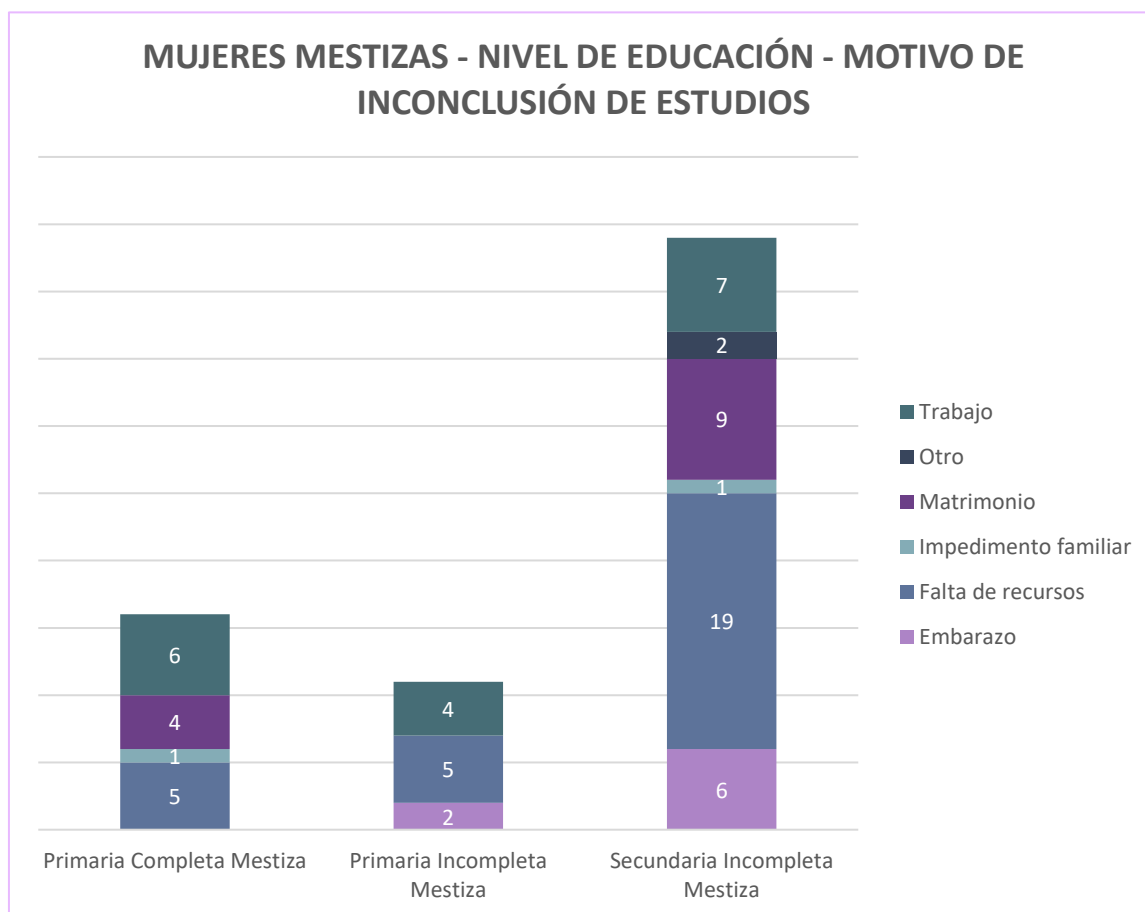
Elaboración propia.

Con la información referente a las mujeres comerciantes, se reconoce que 55 de las 109 mujeres mestizas no ha completado el nivel educativo primario o secundario. Los motivos que impiden la culminación de ambos niveles educativos son similares a los que se presentan para las mujeres indígenas, pero además se le suma el impedimento familiar.

Sin embargo, se identifica que, en el caso de las mujeres autorreconocidas como mestizas, existe una gran diferencia en cuanto al número de mujeres que han accedido a la educación primaria y secundaria. Pues, indiferentemente de si el nivel educativo se completó o no, la gran mayoría de mestizas tiene un nivel educativo secundario.

En este sentido, de las 82 mujeres mestizas que han tenido acceso a la educación secundaria, únicamente 38 han podido concluirla. Las 44 mestizas restantes no han culminado este nivel educativo por distintas causas, entre las que sobresale de manera importante la falta de recursos económicos.

En cuanto a las mujeres que han completado la primaria, pero no han dado continuidad a los estudios secundarios, se destaca que la mayoría de ellas no lo ha podido hacer por la necesidad de trabajar y por la falta de recursos económicos para cubrir los gastos necesarios. Estos motivos se mantienen en las mujeres mestizas que poseen una educación primaria incompleta, pero, además, se le adhieren 2 casos en los que, debido a embarazo, no pudieron continuar sus estudios primarios.



**Figura 20.** Nivel de educación de las mujeres mestizas y motivo de la inconclusión de estudios.

Elaboración propia.

En lo que respecta a las demás identidades étnicas, todas han completado sus estudios secundarios, a excepción de una mujer afroecuatoriana que tiene un nivel educativo primario completo. Esta mujer comerciante tuvo que desertar la continuación de sus estudios secundarios debido a responsabilidades que se le atribuyeron referentes al cuidado del hogar.

En el caso de la educación, la autoidentificación étnica es un factor clave para la comprensión de como las diversas identidades construyen su propia realidad en los distintos ámbitos. Entre estas distinciones se reconocen por ejemplo los motivos que llevaron a las

mujeres a discontinuar sus estudios. Pues, en el caso de las mujeres indígenas, dichos motivos están más arraigados a pensamientos y costumbres culturales basadas en el género y en el rol de la mujer dentro del hogar y la familia. Esto se ve fuertemente articulado a la división sexual del trabajo, que desde edades tempranas designa a la mujer al cuidado, a la reproducción y al sostenimiento de la vida en los espacios privados.

Mientras que, por otro lado, para las mujeres mestizas, los principales motivos que las llevan a discontinuar sus estudios están más ligados a limitaciones puramente económicas que les obligan a trabajar para generar recursos desde edades anticipadas. Cabe mencionar la importancia de considerar que el inicio de la vida laboral temprana puede significar una serie de riesgos y peligros para las jóvenes y las niñas implicadas. Puesto que, se pueden ver expuestas a situaciones de violencia, abuso, explotación y maltrato, las cuales se pueden ver agravadas al desempeñar trabajos precarios que exponen la integridad de la mujer.

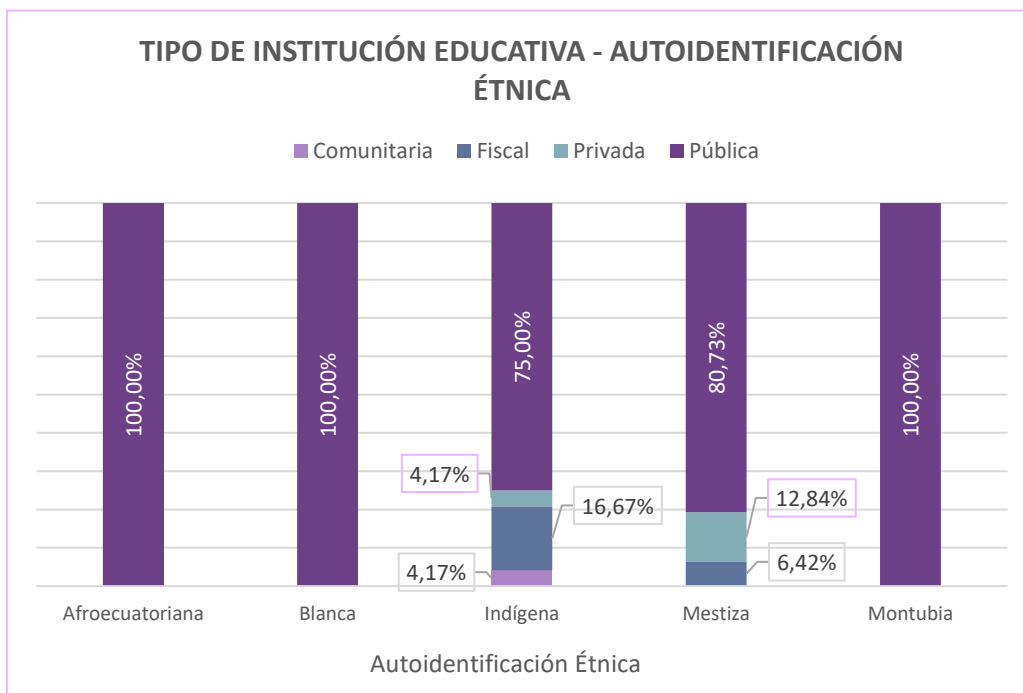
Además del acceso, un factor importante en la educación es la calidad de la misma. En la Constitución del Ecuador (2011, 13 de julio) se menciona que el Estado ecuatoriano es el encargado de proveer a la población de una educación “participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez” (Art. 27), sin embargo, al poner atención en la educación pública del país, es posible identificar que dicho artículo no se cumple en su totalidad.

La educación de la mayor parte de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito (80.43%), indistintamente de su autoidentificación étnica, ha sido en una institución pública. Es importante destacar que, hoy en día sigue existiendo una brecha significativa entre la educación pública y privada en el Ecuador. Si bien se ha querido mejorar el sistema de educación pública, la inadecuada asignación de presupuesto y la gestión estatal deficiente han sido un impedimento para cumplirlo.

Los principales problemas de la educación pública se ven relacionados con la falta de infraestructuras, docentes, bienes y servicios, pero, además, con la carencia de actualizaciones, innovaciones y mejoras en el sistema educativo. Como consecuencia de dichos problemas se originan problemáticas de deserción escolar, analfabetismo y bajos niveles de escolaridad que resultan en un nivel educativo deficiente.

Además, en el entorno educativo, la desigualdad de género resultante de la interseccionalidad, se ve exponencialmente marcada. Por lo que, las mujeres pobres, indígenas, afroecuatorianas, montubias, mestizas, se ven mayormente expuestas a privaciones que afectan

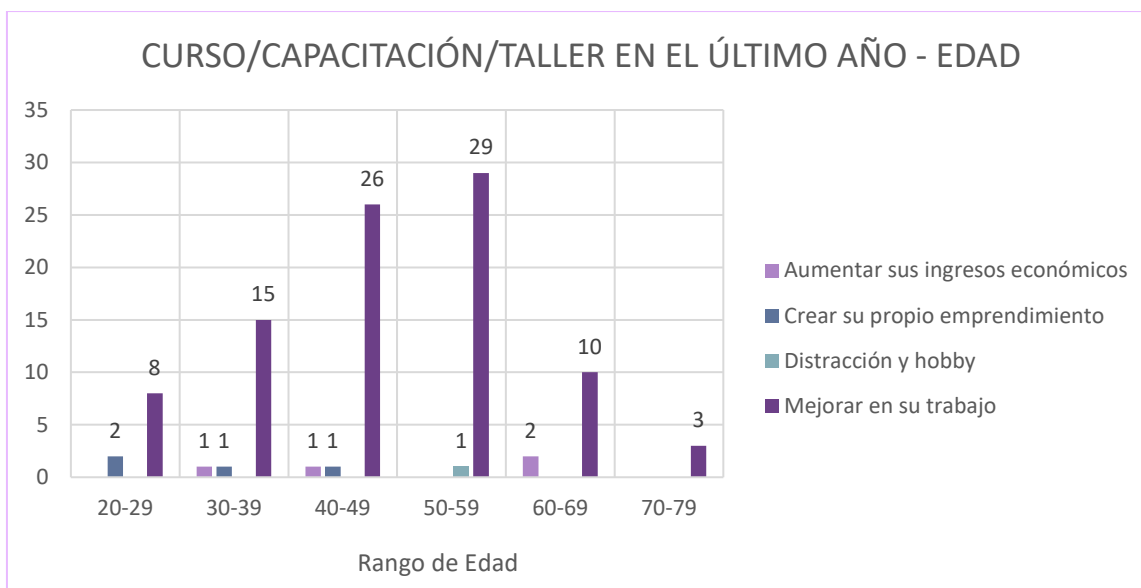
a su formación educativa y posteriormente laboral, como es el caso de las comerciantes del mercado de Ñaquito.



**Figura 21.** Tipo de instituciones educativas a las que han asistido las mujeres según autoidentificación étnica. Elaboración propia.

Pese a que los cursos, talleres y capacitaciones forman parte de la educación no formal, son un elemento importante en el desenvolvimiento personal y laboral de las mujeres comerciantes. Es por ello que es destacable mencionar que, 100 de las 138 mujeres encuestadas, afirman haber recibido algún tipo de curso, taller o capacitación. La mayoría de ellas ha participado en procesos de formación encaminados a mejorar en el trabajo que realizan.

Aunque no se tratan de procesos educativos formales, mediante ellos, las mujeres comerciantes de todas las edades, etnias y condiciones, se forman dentro de su lugar de trabajo, adquieren conocimientos sobre diversas técnicas, herramientas y métodos acerca de la comercialización y la interacción con el cliente. Esto posibilita que, como mujeres, puedan mejorar su productividad y aumentar su nivel de ventas en medida de lo posible.



**Figura 22.** Tipo de curso, capacitación o taller al que las mujeres han asistido en el último año según rango de edad.

Elaboración propia.

## VIVIENDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO DE IÑAQUITO

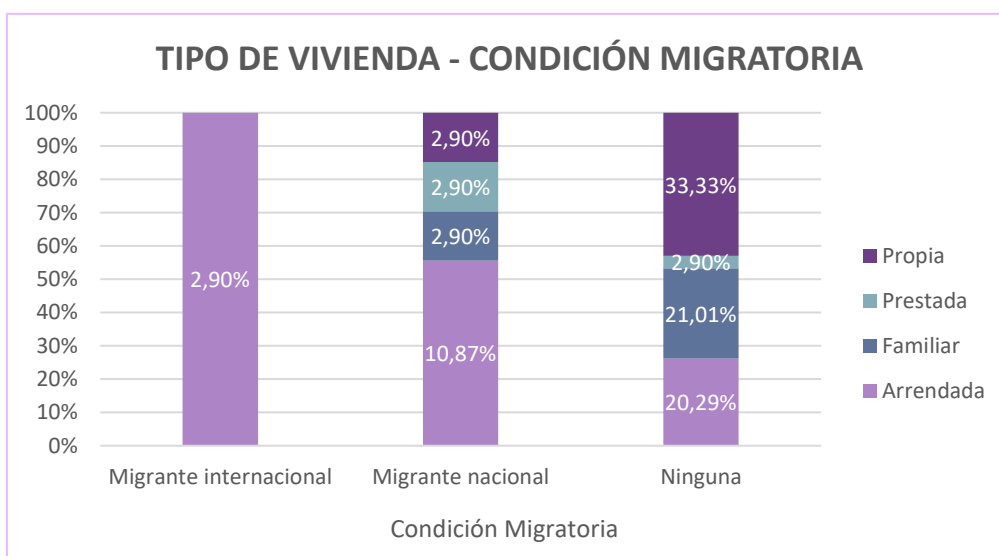
La vivienda forma parte de las necesidades básicas y derechos fundamentales de las personas, para su bienestar y resguardo diario. Sin embargo, la desigualdad de género provoca que esta necesidad sea, en muchos casos, insatisfecha para las mujeres. Esto se debe principalmente a factores como la pobreza, la dependencia económica y la vulnerabilidad de la mujer en casos de violencia de género. Es por eso que, el acceso y la tenencia de una vivienda de la mujer es desproporcional e inferior a la del hombre.

En el caso de las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito, el 36.23% tienen una vivienda propia. Sin embargo, se reconoce que de ese porcentaje el 33.33% no tiene ninguna condición migratoria, mientras que, el 2.90% restante tiene una condición de migrante nacional.

Por otro lado, se identifica que el 34.06% de mujeres encuestadas es arrendataria de su vivienda. Del cual el 2.90% está conformado por mujeres en condición de migrantes internacionales, el 10.87% de mujeres en condición de migrantes nacionales y el 20.29% son mujeres que no se encuentran en condición de migración. Además, el 23.91% y el 5.80% de mujeres encuestadas, hacen uso de viviendas familiares y prestadas respectivamente.

Al igual que en los distintos ámbitos antes mencionados, las mujeres racializadas, con bajos recursos o con alguna condición migratoria, se ven mayormente afectadas en cuanto al acceso a bienes o recursos. En este caso, gran parte de las mujeres comerciantes en condición de arrendatarias, tiene ingresos económicos que dependen de la venta diaria, lo cual puede ser un factor determinante en el cumplimiento del pago de arriendos. Esta situación podría ser crucial en cuanto al acceso a una vivienda adecuada en la que la mujer y su familia puedan resguardarse.

De esta forma se hacen visibles las desigualdades e inequidades de género que priman tanto en el ámbito público como en el privado. Por lo que, el derecho a una vivienda puede verse afectado y vulnerado por problemáticas que tienen detrás fundamentos machistas y discriminatorios, como por ejemplo la brecha salarial.



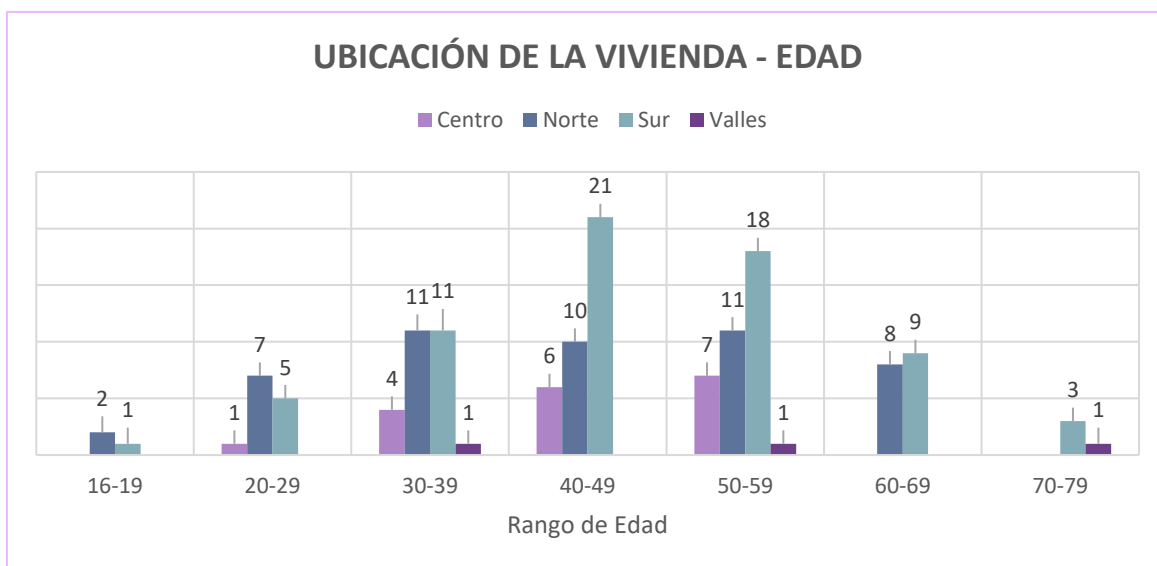
**Figura 23.** Tipo de vivienda según condición migratoria.

Elaboración propia.

Para las mujeres que no cuentan con ingresos fijos, que se encuentran en situación de movilidad o que pertenecen a determinados grupos etarios o étnicos, acceder a una vivienda se vuelve más complicado. Como consecuencia de diversos tipos de situaciones, las mujeres no tienen más opción que acceder a viviendas con bajos costos de renta, que por lo general se encuentran localizadas en sectores lejanos y marginados. Además, en ciertos casos, dichas viviendas no se encuentran totalmente adecuadas y adaptadas a sus necesidades.

Al identificar que 68 mujeres del total de encuestadas residen en el sur de la ciudad de Quito, 18 en el centro y 1 en el valle, es importante considerar los riesgos y peligros a los que

se pueden ver expuestas al tener que movilizarse, considerando que se encuentran a una gran distancia de donde se sitúa el mercado de Ñaquito. Dichos riesgos se pueden ver agravados al considerar que son mujeres de distintas edades, que en su mayoría se movilizan en medios de transporte públicos.



**Figura 24.** Ubicación de la vivienda según rango de edad.

Elaboración propia.

En definitiva, el acceso desigual a la vivienda que forma parte de la realidad de las mujeres, se ve incrementado por patrones de discriminación machista, racista y clasista. Por lo que una vez más, la situación de la mujer comerciante se ve vulnerada en este ámbito específico.

## USO DEL TIEMPO DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO DE ÑAQUITO

Las variables del género y el sexo son la base para el posicionamiento de una gran diferencia sobre el uso del tiempo entre hombres y mujeres. Es por eso que, la realidad de las mujeres comerciantes se ve caracterizada principalmente por su dedicación a las labores que desempeñan en su trabajo dentro del mercado, pero además por el trabajo doméstico y de cuidados que realizan tanto en el hogar como fuera de él.

Entre las responsabilidades que cumplen en el mercado y en su hogar, el tiempo que tienen para su cuidado y atención personal es reducido o nulo. Esto se ve reflejado en el tiempo reducido que tienen para destinar al ocio, la recreación y el descanso.

Debido a que el cumplimiento de las labores que les han sido asignadas como mujeres, madres, abuelas, hijas, tías, hermanas y comerciantes no se realizan en un horario definido, estas son demandadas y requeridas de manera indeterminada, por lo que no existen tiempos específicos para su descanso y esparcimiento.

En este sentido, la mayoría de mujeres de un rango de edad variado (32 mujeres) considera que no tiene nada de tiempo libre para descansar o distraerse de las actividades cotidianas que realiza. Sin embargo, 29 mujeres estiman de manera aproximada que tienen 7 horas semanales para su ocio, descanso y esparcimiento, es decir aproximadamente 1 hora diaria. Mientras que, 23 mujeres creen tener 14 horas semanales, o sea 2 horas diarias.

**Tabla 2**

*Tiempo semanal dedicado al descanso, ocio y recreación*

Horas semanales	Rango de edad							Total
	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	
<b>0</b>	1	4	7	10	8	1	1	32
<b>2 horas</b>			1		1	2		4
<b>3 horas</b>		1		3	1	1		6
<b>4 horas</b>		2	4	2	5			13
<b>5 horas</b>			1	1		2		4
<b>6 horas</b>		1	2					3
<b>7 horas</b>	1	1	4	11	8	3	1	29
<b>8 horas</b>				1	3			4
<b>14 horas</b>	1	3	2	4	6	5	2	23
<b>18 horas</b>						1		1
<b>1 día</b>		1	4	3	5	1		14
<b>2 días</b>			2	2		1		5

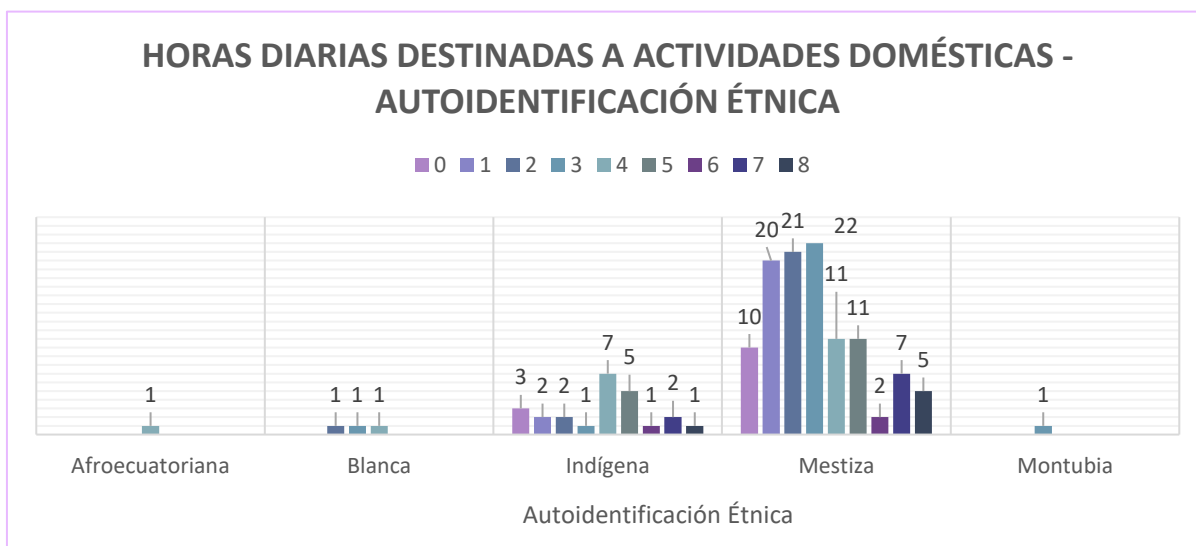
*Nota.* Datos obtenidos de las mujeres encuestadas. Elaboración propia.

El trabajo doméstico constituye un porcentaje importante en el uso del tiempo de las mujeres comerciantes. Debido a que está constituido por una variedad de procesos y actividades guiados al sostenimiento de la vida familiar, la única forma de cuantificarlo es por medio del tiempo.

El trabajo de cuidados puede ser concebido a partir de la falsa creencia de que la maternidad es puramente propia del género. La cual posiciona a la mujer como un ser que tiene una capacidad intrínseca de cuidar, criar y velar por el resto de los miembros de la familia. Además,

debido a la división sexual del trabajo, se instauran roles y asignaciones para la mujer en el espacio privado-reproductivo, considerado como puramente femenino.

Teniendo en cuenta que el trabajo doméstico está caracterizado por actividades como la preparación de alimentos, lavado y planchado de ropa, realización de compras, mantenimiento y limpieza de la vivienda, reparación de bienes, jardinería, etc., se reconoce que existe una distinción en cuanto a las horas que las mujeres comerciantes destinan a la realización de las mismas según su autoidentificación étnica. La mayoría de mujeres mestizas dedica para estas actividades aproximadamente de 2 a 3 horas diarias, mientras que, la mayoría de mujeres indígenas, montubias y afroecuatorianas dedican una hora más a estas actividades, es decir entre 4 a 5 horas al día.



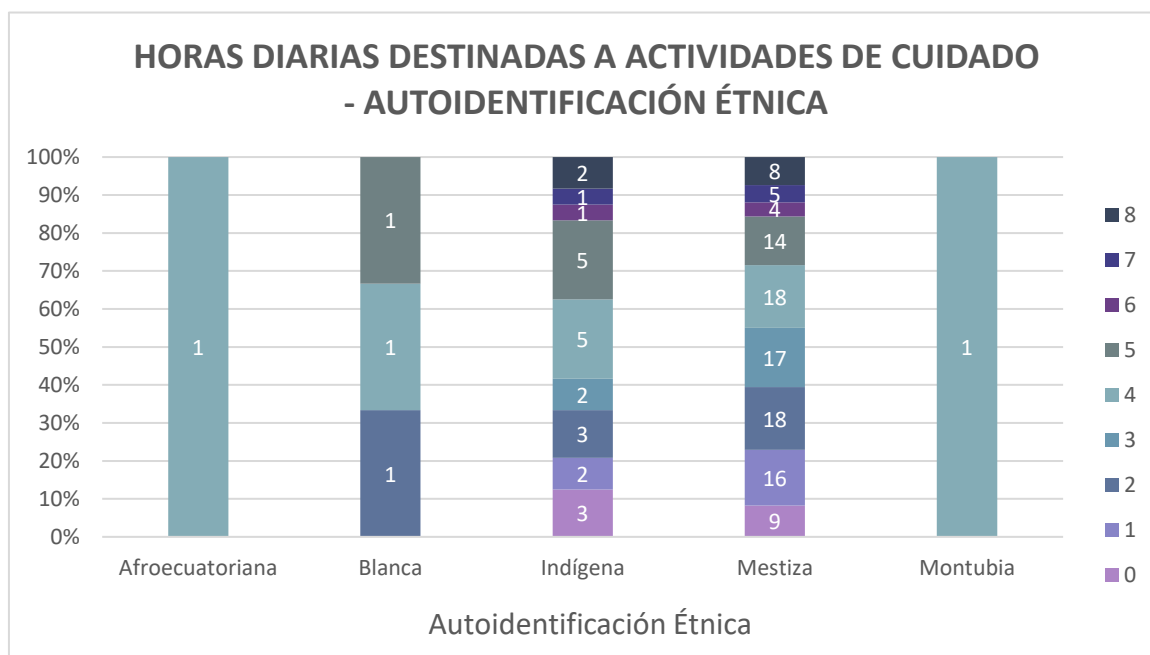
**Figura 25.** Número de horas diarias destinadas a las actividades domésticas según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

Además del trabajo doméstico, las mujeres también destinan su tiempo al trabajo de cuidados. Si bien ambos están relacionados, es posible diferenciarlos en base a sus principales objetivos constituidos por el cuidado y la atención directa a los miembros del hogar.

Haciendo una distinción entre mujeres comerciantes de diferentes etnias, se identifica que, gran parte de las mestizas realizan un trabajo de cuidados diario de entre 2 a 4 horas. Mientras que, las mujeres indígenas, afroecuatorianas y montubias ocupan para estas actividades un aproximado de 4 a 5 horas diarias. Dentro de las actividades que realizan se encuentra el cuidado de niños, ancianos, enfermos o personas con discapacidad mediante actividades

específicas como la alimentación, el aseo, la compañía, el juego, el apoyo en tareas escolares o terapias, etc.



**Figura 26.** Número de horas diarias destinadas a las actividades de cuidado según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

El trabajo doméstico y de cuidados repercute en la vida de las mujeres comerciantes, pues además de la sobrecarga de tareas acumuladas entre el ámbito doméstico y laboral, el trabajo doméstico y de cuidados no es remunerado a pesar de que es intenso en cuestión de esfuerzos, tiempos y destrezas.

Además, estos trabajos asignados desde el género, provocan limitaciones y restricciones para las mujeres que lo realizan. Esto se debe a que, al destinar una cantidad importante de su tiempo a realizar dichas actividades, el tiempo personal de las mujeres se ve vulnerado. Es así como, las mujeres se ven limitadas a optar por tiempo para su bienestar y cuidado propio, para su formación académica y para su descanso.

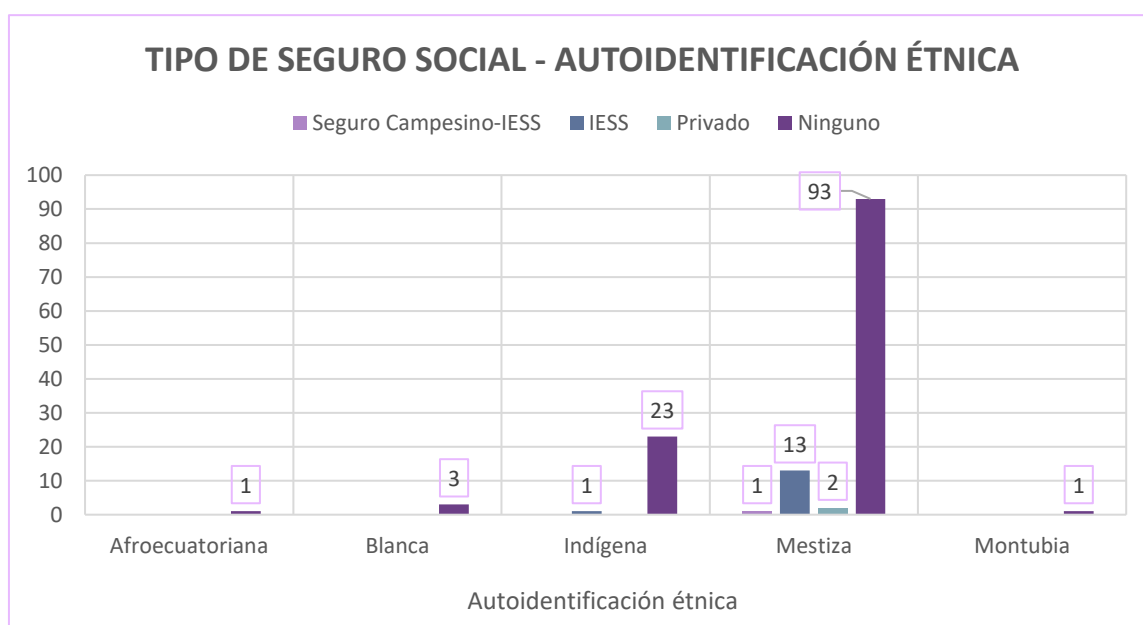
## SEGURIDAD SOCIAL DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO DE IÑAQUITO

La seguridad social en el caso de las mujeres comerciantes, puede ser considerada como un elemento importante en el sostenimiento de su vida y en su bienestar personal. Esto suponiendo

que el acceso a la misma puede garantizar a las mujeres un mínimo de protección en caso de enfermedad, vejez, muerte o cualquier otra situación o condición que les vuelva más vulnerables.

Sin embargo, debido a la realidad de su trabajo, las mujeres comerciantes no pueden cumplir con ciertos requisitos establecidos en la ley para poder afiliarse al seguro social obligatorio y peor aún al seguro social voluntario.

Esta realidad puede verse reflejada en las cifras obtenidas de las mujeres encuestadas. Pues 121 mujeres entre afroecuatorianas, indígenas, montubias, mestizas y blancas, no se encuentran afiliadas a ningún tipo de seguro. Mientras que, 14 mujeres mestizas y 1 indígena afirman que si están afiliadas a algún tipo de seguro del IESS. Además, las 2 mujeres mestizas restantes, se encuentran afiliadas a un seguro privado.



**Figura 27.** Tipo de seguro social al que están afiliadas según autoidentificación étnica.

Elaboración propia.

La seguridad social se ve marcada por la desigualdad de género, partiendo de que las condiciones laborales y el acceso al trabajo no son iguales para hombres y mujeres. Pero, además, debido a que el trabajo doméstico y de cuidados sigue invisibilizado y desconocido como tal.

La ausencia de seguridad social repercute de manera significativa en la vida de las mujeres comerciantes, pues al no contar con los recursos necesarios, necesidades básicas como la salud

no pueden ser atendidas. Asimismo, su realidad puede verse agravada a largo plazo, cuando las posibilidades y capacidades que tengan para trabajar sean menores o nulas.

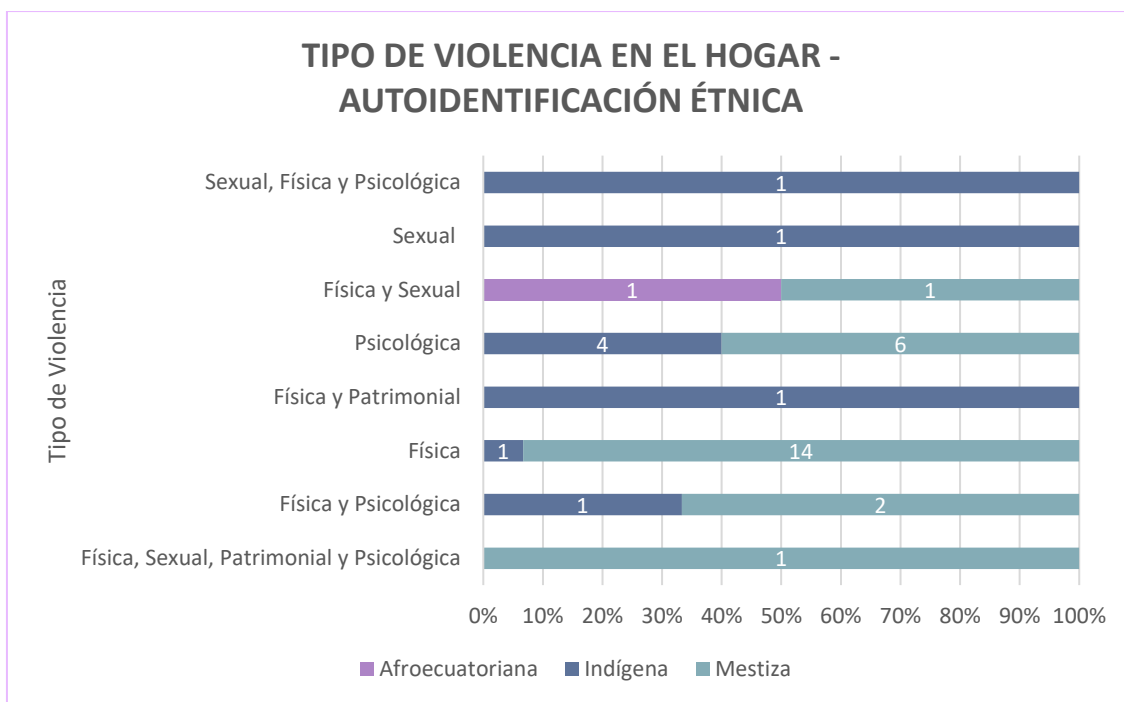
## **VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO DE IÑAQUITO**

La violencia contra la mujer es ejercida en los distintos ámbitos y espacios de la vida cotidiana, pero además afecta a las mujeres indistintamente de su etnia, nacionalidad, edad, condición social o cualquier otra identidad que posean. La violencia refleja la asimetría que existe entre los géneros y se presenta mediante relaciones desiguales y dominantes que afectan de manera integral la vida de las mujeres.

Considerando que la violencia de género se puede presentar de diversas formas, se reconoce que, 42 de las 138 mujeres comerciantes encuestadas han sido víctimas de distintos tipos de violencia de género, como física, sexual, patrimonial y psicológica. Sin embargo, haciendo una distinción entre mujeres de diferentes etnias, se identifica que las mestizas e indígenas se enfrentan principalmente a violencia física y psicológica.

Además, mujeres mestizas, indígenas y afroecuatorianas, han sido víctimas de violencias múltiples de 2 hasta 4 tipos, los cuales están sustentados en patrones y comportamientos machistas, patriarcales, racistas y misóginos que aumentan la vulnerabilidad de la mujer.

Debido a construcciones sociales y culturales, la violencia de género puede llegar a ser naturalizada tanto en el ámbito público como en el privado. Esta situación se ve agravada debido a la falta de conocimiento acerca de las prácticas violentas, pero además debido al desconocimiento de los derechos que respaldan a la mujer ante la ley. Como es el caso de algunas mujeres indígenas encuestadas, quienes afirman haber sufrido actos violentos por parte de sus esposos como golpes y agresiones, pero no reconocían dichas acciones como violencia.

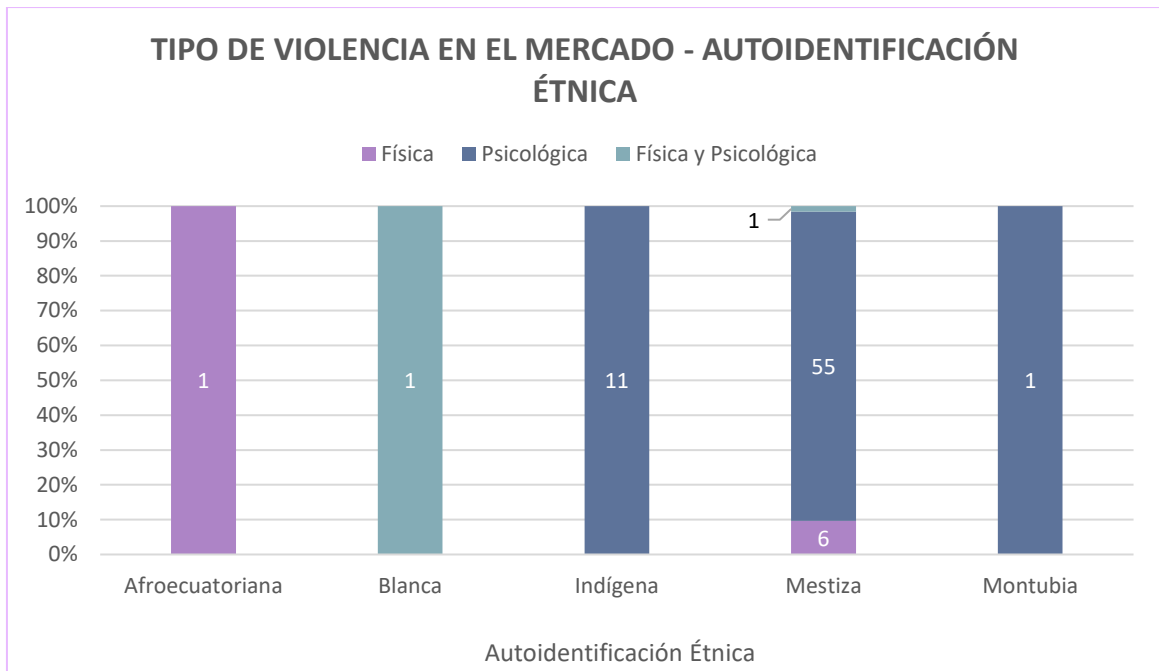


**Figura 28.** Tipo de violencia que han experimentado las mujeres en el hogar.

Elaboración propia.

Por otra parte, en el espacio del mercado de Iñaquito, un número mayor de mujeres expresa haber experimentado algún tipo de violencia. De este modo, 76 mujeres autorreconocidas como indígenas, montubias, afroecuatorianas, blancas y mestizas, han sufrido violencia física, psicológica o ambas, en el mercado. Mencionan, además, que la violencia psicológica generalmente está determinada por insultos, ofensas, humillaciones, amenazas y aislamientos.

Aunque la violencia que enfrentan en el hogar está marcada por diversos patrones patriarcales, machistas y misóginos que atentan contra la mujer en base al género, la violencia que se presenta en el mercado es distinta. Principalmente se ve caracterizada por cuestiones de racismo originadas por clientes que asisten al mercado. Pero además por disputas de superioridad, control y poder entre las mismas mujeres comerciantes. Esto ocurre principalmente debido a la mala organización, a la diferencia de opiniones y pensamientos y a la competencia entre comerciantes al momento de realizar sus ventas.



**Figura 29.** *Tipo de violencia que han experimentado las mujeres en el mercado.*

Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo del presente análisis se puede concluir que el género es una categoría de análisis indispensable para comprender las subordinaciones, vulneraciones y limitaciones que enfrentan las mujeres. Pero también para reconocer la necesidad de alcanzar una equidad de condiciones que den respuesta a las necesidades y realidades de las mujeres que viven constantemente en condiciones de desigualdad y violencia.

Además, junto a la categoría de género, se destaca la importancia de incluir a la interseccionalidad como categoría de análisis para que las acciones sean integrales y estén guiadas desde la diversidad. Pues las identidades de las mujeres no son simples, sino que por el contrario son complejas y particulares. Y por ende requieren de intervenciones contextualizadas acorde a sus propias realidades.

Se distinguen problemáticas comunes que, indistintamente de la edad, la condición migratoria, la discapacidad, la nacionalidad o el estado civil, están basadas en fundamentos de género y asignación de roles, los cuales afectan a gran parte de las mujeres. De igual forma, estas problemáticas son el producto de la imposición de sistemas estructurales violentos como el patriarcado, el clasismo y el racismo que se entrelazan y posicionan a las mujeres comerciantes en una situación de vulnerabilidad mayor.

Las distintas problemáticas y desigualdades a las que las mujeres se han visto expuestas desde edades tempranas, se evidencian en la privación al acceso y satisfacción de necesidades básicas tales como la educación, la salud y la vivienda. Esta situación se ve reflejada como una problemática a largo plazo que, a fin de cuentas, terminará afectando a las mujeres comerciantes en edades posteriores, cuando su capacidad de generar ingresos a través de su trabajo sea menor o nula.

Una situación común que se identifica en la realidad de la mayoría de mujeres comerciantes es la falta de recursos económicos que se puede ver traducida en una pobreza puramente femenina. En muchos casos esta realidad se mantiene a través de un círculo de pobreza que se perpetua entre diferentes generaciones de mujeres comerciantes. Esto se debe a que, el trabajo que realizan se ve caracterizado por la flexibilidad, pues, las ventas que realizan se convierten en una mercancía que se adapta a las demandas de la población que accede a las mismas. Esto se traduce en el recorte o inexistencia de sus derechos y garantías laborales que generan que,

además de los pocos ingresos que reciben, la pobreza se mantenga incesante de manera intergeneracional.

A pesar de que todas las personas poseemos una vulnerabilidad antropológica propia de la vida humana, en ciertos casos este tipo de vulnerabilidad puede verse acrecentado para las mujeres comerciantes. Esto se debe a que se ven expuestas a una serie de riesgos que las posicionan en una situación de mayor vulnerabilidad. De igual forma, a la vulnerabilidad antropológica, se le adhiere la vulnerabilidad contextual que agrava aun más la realidad de las mujeres comerciantes debido al contexto en el que laboran pero además debido a las distintas opresiones, desigualdades y violencias a las que se enfrentan debido a sus identidades subordinadas.

Varias mujeres comerciantes son el sustento de sus hogares, por lo que, si no generan los ingresos económicos necesarios, se podría ver en riesgo la satisfacción de las necesidades básicas de los miembros de su hogar y por ende su bienestar integral. Es por eso que, una vez más se recalca la importancia del rol de la mujer en el sostenimiento de la vida, gracias a su labor en el ámbito productivo, pero además en el reproductivo.

Además, el desarrollo humano de la mayor parte de las mujeres comerciantes se ve condicionado principalmente por los escasos ingresos que generan. Pues, si bien su desarrollo no puede estar caracterizado únicamente por el ámbito económico, este perpetúa que existan otras vulneraciones en el resto de ámbitos. Esto ocurre debido a que, al no tener la posibilidad de acceder a los diferentes servicios públicos, el cumplimiento de sus necesidades básicas se ve vulnerado. Y en caso de que puedan acceder a ellos, muchas veces no son adecuados ni de calidad.

Se destaca además que la presencia de las mujeres en este mercado específico se ve fragmentada debido a que se reconoce una dualización del trabajo dentro del mismo espacio. Pues como se había mencionado, las condiciones de vida de un grupo reducido de mujeres comerciantes no se ven tan afectadas por problemáticas como la deserción escolar, el embarazo temprano, la ausencia de seguro social o la falta de recursos económicos. Este grupo reducido está caracterizado por el tipo de negocio que poseen el cual cuenta con una mayor inversión e ingreso al tratarse de mercadería industrializada que es comercializada al por mayor. La diferencia en cuanto al nivel de ingresos se debe a que los costos de dichos productos son más altos en relación a los productos no procesados que ofrece la mayoría de comerciantes.

Es fundamental reconocer la importancia del rol de la mujer en los sistemas de distribución alimentarios urbanos. Pues, los mercados populares como espacios de reproducción de la vida, son un elemento central en la aseguración de la soberanía alimentaria en los espacios urbanos como, por ejemplo, en el caso del mercado de Iñaquito, varios sectores de la ciudad de Quito. Es por eso que es necesario intervenir de manera multidimensional en espacios como dicho mercado, para fomentar el bienestar integral de las mujeres comerciantes, así como su reconocimiento y legitimación en la sociedad.

Con respecto a la Gestión Social, se concluye que, al tener como eje transversal el género, este permite tener una mirada focalizada en la realidad de las mujeres comerciantes. Mediante el mismo es posible comprender las desigualdades y problemáticas de las mujeres, que, a diferencia de los hombres, estas están enraizadas a la construcción social de lo que involucra “ser mujer”. Además, mediante la Gestión Social se pueden identificar los diversos factores que se requieren para el mejoramiento de su calidad de vida a partir del mejoramiento de sus condiciones de vida. De igual forma, se rescatan estos aportes sobre todo para visibilizar la realidad de las actoras sociales que han sido históricamente invisibilizadas, abandonadas y desplazadas en espacios poco estudiados o reconocidos, como lo son espacios populares.

Al igual que la poca visibilización de las mujeres en los espacios populares, el trabajo doméstico y de cuidados sigue sin ser reconocido dentro del sistema económico. Por lo que, se lo puede reconocer como un elemento estructural de la desigualdad e inequidad de género. Es por eso que, desde espacios de socioeducación implementados desde la Gestión Social es posible lograr que el trabajo doméstico realizado por las mujeres se valore y empiece a tomar lugar como un tema público y no solo privado. De esta forma, además, se puede posicionar la corresponsabilidad en cuanto al cumplimiento de tareas domésticas y de cuidados, a fin de erradicar los estereotipos y roles de género injustos y desiguales. Este reconocimiento sería a la vez favorable para las mujeres comerciantes que desempeñan dobles jornadas de manera cotidiana.

En cuanto a la metodología utilizada se reconoce que, si bien las técnicas y herramientas de recolección de datos como las encuestas, fueron el punto central del presente análisis, la observación participante también aportó de manera significativa a la comprensión de la realidad del mercado de Iñaquito. Pues, al encontrarse inmerso en el espacio propio del mercado, se pudo recoger información importante que no se registró en las encuestas aplicadas, mediante la interacción social con el entorno y las actoras protagonistas del presente estudio.

Además, en relación a la aplicación de encuestas, cabe destacar la importancia de seleccionar un equipo encuestador adecuado para cada contexto y ámbito específico. Esto se debe a que, en la presente investigación se pudo evidenciar que las mujeres informantes no tuvieron la apertura requerida para dar respuesta a un equipo encuestador conformado por 5 jóvenes universitarios con edades entre los 20 y 23 años. Por lo que, para las siguientes visitas al mercado se realizó un cambio en cuanto a los miembros que me ayudaron en la aplicación de encuestas. En este caso se conformó un grupo de 3 mujeres de edades entre 50 y 72 años que ya tenían acercamiento con las mujeres comerciantes del mercado de Iñaquito debido a que visitaban el lugar con frecuencia. Esto facilitó el proceso de levantamiento de información mediante la cooperación y la disponibilidad de las informantes para dar respuesta a las preguntas establecidas en las encuestas.

Para finalizar, me parece importante mencionar la poca valoración y reconocimiento que se les da a los espacios populares, como el mercado de Iñaquito, tanto por parte de la sociedad civil como por parte de las diversas instancias públicas. Pues, a pesar de que estos espacios son la base del sustento y el sostenimiento de la vida de muchas personas que se dedican a diversas labores, no son tomados con la debida importancia relativa a su significación. Es por eso que, exhorto a quien se encuentre leyendo la presente investigación a consumir bienes y servicios ofrecidos desde los espacios populares. Ya que, al hacerlo, además de aportar a la economía de muchas familias, permite el reencuentro con las diversas culturas, tradiciones y costumbres que nos representan como un pueblo diverso, plurinacional e intercultural.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia de Coordinación Distrital de Comercio. (s.f.). *Examen especial a los procesos de adjudicación de locales en el Centro Comercial Popular Chiriyacu del Distrito Metropolitano de Quito, de la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, por el período comprendido entre el uno de enero de dos mil doce*. Quito. Obtenido de <https://www.contraloria.gob.ec/WFDescarga.aspx?id=46251&tipo=inf>
- Aguilar, J., Vargas, J., García, H., Jaramillo, M., & Reyes, M. (2007). Mercados populares vs. centros comerciales: un análisis de los incidentes delictivos. *Psicología para América Latina*.
- Barragán, R. (2006). Maestras mayores en los mercados de la ciudad de La Paz: espacios organizativos laborales y de gobierno y construcción de territorialidades. *Mujeres, familia y sociedad en la historia de América Latina*.
- Beauvoir, S. (1987). *El Segundo Sexo*. Buenos Aires: Siglo XX.
- Bourdieu, P. (1997). Razones Prácticas. Sobre la teoría de la Acción.
- Chávez Carapia, J. (2004). Perspectiva de Género. *Género y Trabajo Social*.
- Chrenshaw, K. (1995). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence. *Critical race theory*.
- Decreto Legislativo. (2011, 13 de julio). *Constitución de la República del Ecuador*.
- Delgado, Y. (2008). El Sujeto: Los Espacios Públicos y Privados desde el Género. *Estudios Culturales, 1*.
- Gago, V. (2014). La razón Neoliberal: economías barrocas y pragmática popular.
- Gómez Andrade, F. (2017). Caracterización de la participación de las mujeres en la Asociación de Productores Artesanales La Victoria. Y su relación con el mejoramiento de las condiciones de vida individual y colectiva de sus miembros. *(Disertación de grado)*. PUCE, Quito.
- Herrero, L. (2000). La sostenibilidad como proceso de equilibrio dinámico y adaptación.
- Horton, P., & Hunt, C. (1988). Sociología.

- Kingman, E., & Muratorio, B. (2014). Los trajines callejeros. Memoria y vida cotidiana, Quito siglos XIX y XX.
- Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. *Cuicuilco*, 7.
- Margulis, M. (2010). Acerca de la cultura popular. *Perspectivas Metodológicas*.
- Martínez Navarro, E. (2020). Ética de la vulnerabilidad en tiempos de pandemia. *VERITAS*.
- Max Neef, M., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1986). Desarrollo a escala humana. *Una opción para el futuro*.
- Moreno Crossley, J. (2008). El concepto de vulnerabilidad social en el debate en torno a la desigualdad: problemas, alcances y perspectivas. *Working Paper*.
- Moya Rodríguez, M. (2017). Los dilemas de la reproducción de la vida en el circuito de la economía popular globalizada: mujeres del sector de la ropa tradicional en el mercado La Cancha. (*Tesis de maestría*). FLACSO, Quito.
- Muñoz Cabrera, P. (2011). Violencias Interseccionales. *Debates Feministas y Marcos Teóricos en el tema de Pobreza y Violencia contra las Mujeres en Latinoamérica*.
- Paliza Rodríguez, M. (2020). Mujeres Pobres, una realidad que no cambia. (*Tesis de Maestría*). FLACSO, Buenos Aires.
- Peredo, E. (2001). Recoveras de los Andes: una aproximación a la identidad de la chola del mercado. *Fundación Solón*.
- PNUD. (1990). Informe sobre Desarrollo Humano .
- Purdie-Vaughns, V., & Eibach, R. (2008). Intersectional Invisibility: The Distinctive Advantages and Disadvantages of Multiple Subordinate-Group Identities. *Sex Roles*.
- Quispe, A. (2011). Mujeres y mercados en la historia de Cochabamba. *Mujeres poblando el pasado*.
- Quito Cómo Vamos. (3 de Agosto de 2021). *Quito Cómo Vamos*. Obtenido de El potencial económico de los mercados de Quito: <https://quitocomovamos.org/el-potencial-economico-de-los-mercados-de-quito/>
- Rodríguez, E. (2015). Economía feminista y economía del cuidado. *Nueva Sociedad*.

Rubin, G. (1986). El tráfico de mujeres: notas sobre la "economía política" del sexo. *Nueva Antropología, III*, 95-145.

Tassi, N., Hinojosa, A., & Canaviri, R. (2015). La economía popular en Bolivia: tres miradas.

Thompson, E. (1990). Costumbres en común.

Unda, U., & Vimos, S. (s.f.). Exposición Memoria Social del Mercado de Iñaquito. *Organizarse, luchar y vencer*. Quito.

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta.

#### Encuesta

#### Medición de Condiciones de Vida

La presente encuesta se realiza con la finalidad de conocer las condiciones de vida de las mujeres comerciantes que laboran en el Mercado Iñaquito. Por favor responder el siguiente cuestionario de manera honesta. La información brindada será totalmente anónima.

1. **Edad** \_\_\_\_\_
2. **Autoidentificación étnica**  
 Indígena     Afroecuatoriana     Mestiza     Blanca     Montubia
3. **Provincia de origen:** \_\_\_\_\_
4. **Discapacidad**  
 Física     Intelectual     Psíquica     Sensorial     Ninguna
5. **Estado civil**  
 Soltera     Casada     Divorciada     Viuda     Unión libre
6. **Condición migratoria**  
 Migrante nacional     Migrante internacional     Ninguna
7. **En caso de haber migrado, ¿por qué razón migró?**  
 Educación     Vivienda     Trabajo     Pareja     Otro:
8. **Número de hijos** \_\_\_\_\_
9. **Número de personas a cargo** \_\_\_\_\_
10. **Tipo de ingreso**  
 Diario     Mensual     Semanal     Otro: \_\_\_\_\_
11. **¿Cuántas horas trabaja en el mercado al día?**  
 de 1 a 3 horas     de 4 a 6 horas     de 7 a 9 horas     más de 9 horas
12. **¿A qué hora empieza su jornada laboral?** \_\_\_\_\_
13. **¿A qué hora finaliza su jornada laboral?** \_\_\_\_\_
14. **¿Cuántos días a la semana trabaja en el mercado?** \_\_\_\_\_
15. **¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?** \_\_\_\_\_
16. **¿A qué edad empezó a trabajar?** \_\_\_\_\_
17. **Su negocio es:**  
 Propio     Familiar     Cónyuge     Arrendado     Trabaja ahí
18. **¿Posee algún tipo de enfermedad catastrófica o terminal?**  
 Si     No
19. **¿Cada cuánto tiempo se realiza chequeos médicos?**  
 Cada semana     Cada mes     Cada año     Nunca
20. **Cuando asiste a realizarse un control o revisión médica, asiste a:**  
Establecimiento público:  
 Hospital público/IESS/FFAA/ISSPOL  
 Centro de salud MSP/IESS  
 Subcentro o dispensario de salud MSP/IESS

Establecimiento privado:

- Hospital/ clínica privada
- Centro de salud privado
- Consultorio particular

**21. En caso de requerirlo, ¿tiene acceso a medicinas?**

- Sí
- No

**22. ¿Cuál es su nivel de educación?**

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Ninguno
- No sabe

**23. En caso de no haber completado sus estudios, ¿cuál fue el motivo para abandonar sus estudios?**

- Trabajo
- Matrimonio
- Embarazo
- Falta de recursos económicos
- Impedimento familiar
- Responsabilidades del hogar
- Otro: \_\_\_\_\_

**24. La institución educativa a la que asistía era:**

- Pública
- Privada
- Fiscomisional/municipal
- Comunitaria

**25. En el último año, ¿ha asistido a algún curso, capacitación o taller?**

- Sí
- No

**26. En caso de haber asistido, ¿A qué tipo de curso, capacitación o taller asistió?**

- Mejorar en su trabajo
- Aumentar sus ingresos
- Crear su propio emprendimiento
- Hobby/distracción
- Otro: \_\_\_\_\_

**27. Su vivienda es:**

- Propia
- Familiar
- Arrendada
- Prestada
- Otro: \_\_\_\_\_

**28. ¿Por cuántos miembros está conformado su hogar? \_\_\_\_\_**

**29. ¿Quién maneja la jefatura de su hogar?**

- Mamá
- Papá
- Hijo
- Hija
- Otro: \_\_\_\_\_

**30. Su vivienda está ubicada en:**

- Norte
- Sur
- Centro
- Valles
- Otro: \_\_\_\_\_

**31. ¿Está afiliada a algún tipo de seguro?**

- Seguro de salud privada
- IESS/ seguro general
- IESS/ seguro campesino
- ISSFA/ISSPOL
- Ninguno

**32. ¿Cuánto tiempo destina para su ocio y recreación a la semana? \_\_\_\_\_**

**33. ¿Cuánto tiempo dedica a las actividades domésticas al día? \_\_\_\_\_**

**34. ¿Cuánto tiempo dedica a las actividades de cuidado de su familia al día? \_\_\_\_\_**

**35. ¿Ha sufrido algún tipo de violencia en su hogar?**

- Física
- Psicológica
- Sexual
- Patrimonial
- Ninguna

**36. ¿Ha sufrido algún tipo de violencia en el mercado?**

- Física
- Psicológica
- Sexual
- Patrimonial
- Ninguna

**¡Gracias por su colaboración!**

**Anexo 2:** Tabla de indicadores para medir condiciones de vida.

CATEGORIA	INDICADORES
<b>General</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Autoidentificación étnica</li> <li>• Discapacidad</li> <li>• Estado civil</li> <li>• Número de hijos</li> <li>• Condición migratoria</li> </ul>
<b>Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de ingreso (diario, semanal, mensual)</li> <li>• Horas de trabajo diarias</li> <li>• Hora de inicio de la jornada laboral</li> <li>• Hora de finalización de la jornada laboral</li> <li>• Días de trabajo semanales</li> <li>• Nivel de ingresos</li> <li>• Edad de inserción en el ámbito laboral</li> <li>• Tipo de negocio (propio, familiar, etc.)</li> </ul>
<b>Salud</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfermedades catastróficas o terminales</li> <li>• Frecuencia de control/chequeo médico</li> <li>• Tipo de atención médica regular (pública, privada, etc.)</li> <li>• Acceso a medicina en caso de enfermedad</li> </ul>
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de estudios</li> <li>• Motivo de abandono escolar</li> <li>• Tipo de institución educativa</li> <li>• Asistencia a cursos, capacitaciones, talleres</li> <li>• Tipo de curso/capacitación/taller</li> </ul>
<b>Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de vivienda (propia, arrendada, familiar, etc.)</li> <li>• Estructura familiar (jefatura de hogar)</li> <li>• Ubicación de la vivienda (norte, sur, centro, etc.)</li> </ul>
<b>Uso del tiempo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo dedicado al ocio, descanso y recreación</li> <li>• Tiempo dedicado a las actividades domésticas</li> <li>• Tiempo dedicado a las actividades de cuidado</li> </ul>
<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad social/afiliación</li> <li>• Porcentaje de mujeres que han sufrido algún tipo de violencia en el hogar</li> <li>• Tipo de violencia vivida en el hogar</li> </ul>

- 
- Porcentaje de mujeres que han sufrido algún tipo de violencia en el mercado
  - Tipo de violencia vivida en el mercado
-