



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

CONDICIONES SOCIOECONOMICAS Y SU INCIDENCIA EN LA
CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL
MERCADO LA GRANJA, MACHALA 2024

AGUILAR ROJAS JULIANA ISABEL
LICENCIADA EN SOCIOLOGIA

MACHUCA CASTILLO LUIS STEVEN
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA

MACHALA
2024



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

**CONDICIONES SOCIOECONOMICAS Y SU INCIDENCIA EN
LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES
DEL MERCADO LA GRANJA, MACHALA 2024**

**AGUILAR ROJAS JULIANA ISABEL
LICENCIADA EN SOCIOLOGIA**

**MACHUCA CASTILLO LUIS STEVEN
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

PROYECTOS INTEGRADORES

**CONDICIONES SOCIOECONOMICAS Y SU INCIDENCIA EN
LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES
DEL MERCADO LA GRANJA, MACHALA 2024**

**AGUILAR ROJAS JULIANA ISABEL
LICENCIADA EN SOCIOLOGIA**

**MACHUCA CASTILLO LUIS STEVEN
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA**

RUILOVA REYES BISMARCK GERARDO

**MACHALA
2024**



Machuca y Aguilar_1

3%
Textos sospechosos



3% Similitudes
1% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: Machuca y Aguilar_1.docx
ID del documento: 60d21be891ca110688d6ab8e62844bb0203d8498
Tamaño del documento original: 123,81 kB
Autores: []

Depositante: Granda Dávila Pablo Esteban
Fecha de depósito: 30/1/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 30/1/2025

Número de palabras: 24.827
Número de caracteres: 158.724

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	investigacion.utmachala.edu.ec https://investigacion.utmachala.edu.ec/semci/2024/ponencias/ponencias_codecip.pdf 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (223 palabras)
2	repositorio.puce.edu.ec Análisis de las condiciones de vida de las mujeres comerci... https://repositorio.puce.edu.ec/items/7b6badfa-523c-4093-a419-6ba2c3260dbd	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (69 palabras)
3	dx.doi.org EMPODERAMIENTO SOCIAL Y ORGANIZACIONAL COMO UN MODELO DE... http://dx.doi.org/10.33975/riuq.vol34n1.558 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (58 palabras)
4	repositorio.utmachala.edu.ec http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/21217/1/1309_TTFCS-2023-SOC-DE0002-SA... 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (55 palabras)
5	repositorio.utmachala.edu.ec http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/18884/1/Trabajo_Titulacion_66_12.pdf 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (52 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.redalyc.org APROXIMACIÓN ÉTICO-POLÍTICA A LA RESPONSABILIDAD POLÍTICA https://www.redalyc.org/pdf/5857/585761327009.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
2	repositorio.utmachala.edu.ec Análisis de la problemática surgida con la adopción ... http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/3094	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
3	dialnet.unirioja.es Estudio de factores que influyen en el comercio informal y su i... https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9586388	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)
4	revistas.utb.edu.ec https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/download/3041/2749/10538	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (15 palabras)
5	www.repositorio.usac.edu.gt Limitaciones de la superación personal en mujeres ... http://www.repositorio.usac.edu.gt/20672/1/13_T(3586).pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, AGUILAR ROJAS JULIANA ISABEL y MACHUCA CASTILLO LUIS STEVEN, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado CONDICIONES SOCIOECONOMICAS Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA, MACHALA 2024, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



AGUILAR ROJAS JULIANA ISABEL

0750706756



MACHUCA CASTILLO LUIS STEVEN

0706684875

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con entera gratitud a mis padres, Isabel Rojas López y Víctor Manuel Aguilar, con especial énfasis a mi querida madre, que es mi fuente de inspiración y siempre está presente en todo momento de mi vida, su motivación constante y su apoyo incondicional ha sido esencial en toda mi desarrollo personal y profesional. Asimismo, dirijo esta dedicatoria a mi hermano Jonathan Aguilar Rojas por haber sido parte de este nuevo recorrido, puesto que, me ha aconsejado en cada decisión tomada, durante mi etapa universitaria, siendo un pilar fundamental en mi proceso de aprendizaje, y a las personas que me han impulsado en cada aspiración académica.

Juliana Isabel Aguilar Rojas

Dedico este trabajo con mucho cariño y gratitud a mi padre Luis Machuca Sandoval y a mi madre Vilma Castillo Godos, quiénes me han apoyado arduamente durante la etapa universitaria, incluso a pesar de las dificultades económicas ellos han estado presente conmigo, siendo la motivación de mi vida, también dedico a mi hermana Andrea Machuca Castillo al ser fuente de inspiración y orientarme por el camino correcto. Además, extendiendo mi agradecimiento a los demás integrantes de mi familia que han contribuido con valores y aprendizajes en mi experiencia académica. De igual manera, dirijo esta dedicatoria a mis amigos y compañeros quiénes han sido parte de mi proceso de formación profesional representando mucho para mí carrera universitaria.

Luis Steven Machuca Castillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida y las bendiciones que he recibido en todo mi proceso de crecimiento, y por permitirme ser una persona resiliente ante las adversidades u obstáculos que se cruzan en el camino. A los docentes que han influencia de manera significativa en mi formación académica, principalmente a mi estimado tutor, Ing. Bismark Ruilova por su motivación durante el desarrollo de la investigación; a la Soc. Ingrid Córdova por su apoyo incondicional y sus enseñanzas; al Soc. Francisco Sánchez por sus apreciadas recomendaciones, al Soc. Galo Mendoza por sus valiosos conocimientos que han sido esenciales para el aprendizaje y finalmente al Lic. Pablo Granda por el cariño y respaldo que nos ha brindado a los estudiantes.

Mi agradecimiento eterno a mi compañero de trabajo de titulación, Luis Machuca, dado que ha puesto su gran esfuerzo y sacrificio en el desarrollo del trabajo, a su vez, extendiendo mis agradecimientos a los docentes que siempre nos han alentado en nuestra vida estudiantil; y a mis compañeros de curso por su amistad y compañerismo en este recorrido ya que con ellos el trayecto ha sido emocionante, finalmente a mis amigos externos a la Universidad por su valiosa amistad que ha sido fundamental en todo mi crecimiento personal.

Juliana Isabel Aguilar Rojas

Expreso mi profundo agradecimiento a Dios por brindarme salud, fortaleza y disciplina en no declinar durante el proceso de desarrollo del trabajo de titulación. También agradezco al tutor, Ing. Bismark Ruilova, quién fue nuestro guía a lo largo de este trayecto académico en torno a la realización del presente trabajo. A la especialista, Soc. Ingrid Córdova que a través de sus conocimientos y su apoyo incondicional nos orientó adecuadamente, al especialista Soc. Francisco Sánchez que mediante su experiencia nos brindó grandes aportes para la investigación, al Soc. Galo Mendoza por ser el mentor en el transcurso de mi desarrollo profesional. Finalmente, al Lic. Pablo Granda por ser un guía entusiasta en nuestro camino universitario.

Además, quiero agradecer particularmente a mi compañera de investigación Juliana Aguilar, que, gracias a su determinación, su aporte y sacrificio logrado junto a mí, este trabajo es plasmado a la comunidad académica. También agradezco a los docentes de la carrera que me han motivado y han sido pieza clave para mi formación.

Luis Steven Machuca Castillo

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo, identificar la incidencia de las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja en su calidad de vida. Por tanto, abordar la siguiente temática es fundamental porque comprende los factores del entorno laboral precario, en el que la mujer se ve expuesta. Actualmente la población femenina que desarrolla su actividad comercial tiene un bajo nivel de ventas en sus respectivos negocios debido a la mala ubicación del lugar y a la infraestructura deficiente, por esta razón, el bienestar social de las trabajadoras es vulnerable, consecuentemente los miembros del núcleo familiar también se ven afectados.

Además, la investigación está ligada a la teoría estructural funcionalista propuesta por el sociólogo Talcott Parsons, englobando la dinámica del comercio femenino y el rol que desempeñan las mujeres en torno a sus diferentes actividades económicas, especificando las desigualdades de género y las barreras que obstruyen la calidad de vida de las trabajadoras en la estructura social. En tanto que, la metodología de la investigación es de tipo básica, puesto que, aportó con ideas y conocimientos anclados al contexto de estudio, entrelazando enfoques de carácter cuantitativo y cualitativo, contribuyendo a un análisis exhaustivo y enriquecedor sobre las causas y hechos que constituyen al problema.

En torno a los resultados alcanzados, se logró constatar que, el 74% de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, obtienen ingresos mensuales menores a \$100, viviendo en condiciones de pobreza y pobreza extrema, por lo tanto, sus estándares de vida son precarios e inestables, puesto que, este problema dificulta el acceso a servicios básicos de calidad, a tener una vivienda digna y a mejorar el espacio de sus negocios. Adicionalmente, el 75% de las encuestadas señalaron que no han recibido el apoyo suficiente de parte del GAD Municipal de Machala, evidentemente esto representa su estado de abandono, que limita su crecimiento socioeconómico. Además, se destacó que, la mayoría de las féminas abarcando el 83% desean que se implementen políticas de apoyo en beneficio de su integridad personal.

Por lo tanto, en función de estos datos, se tuvo como objetivo la elaboración de una propuesta, justificando el porqué de su elección. Es decir, su finalidad es elevar el nivel de ingreso de las mujeres comerciantes del mercado La Granja a través de la transmisión

de conocimientos y habilidades relacionadas al marketing digital, estrategias en venta y atención al cliente desde un enfoque de género logrando empoderar el liderazgo y la actividad comercial femenina para el mejoramiento de su calidad de vida. Por esta razón, las capacitaciones, el foro, el curso y los talleres se convierten en actividades imprescindibles para captar la atención de la población beneficiaria, que son; madres de familia, adultas mayores y jóvenes mujeres.

Asimismo, la propuesta cuenta con la viabilidad técnica, en donde se señala que los recursos humanos, materiales y tecnológicos son fundamentales para proyectar las capacitaciones y talleres estructurados en el cronograma de actividades. En la viabilidad social, se evidenció el aporte que representa los conocimientos y habilidades sobre educación financiera, igualdad de género y liderazgo comercial en perspectiva de contribuir al incremento de los ingresos de las mujeres comerciantes, mientras que, la viabilidad económica, está anclada con el presupuesto final de la ejecución de la propuesta acorde a los roles de las autoridades locales y los autores del proyecto. Cabe mencionar, que la viabilidad ambiental también se detalló, con el afán de ser amigable con la naturaleza y preservar el espacio medioambiental.

Palabras clave: mujeres comerciantes, condiciones socioeconómicas, calidad de vida, mercado La Granja, bienestar.

ABSTRACT

The objective of the present study was to identify the incidence of the socioeconomic conditions in which the women traders of La Granja market live on their quality of life. Therefore, addressing the following topic is fundamental because it includes the incident factors of the precarious work environment in which women are exposed. Currently the female population that develops their commercial activity has a low level of sales in their respective businesses due to the poor location of the place and the deficient infrastructure, for this reason, the social welfare of the workers is vulnerable, consequently the members of the family nucleus are also affected.

In addition, the research is linked to the functionalist structural theory proposed by sociologist Talcott Parsons, encompassing the dynamics of women's trade and the role played by women in their different economic activities, specifying gender inequalities and the barriers that obstruct the quality of the life of women workers in the social structure. The research methodology is of a basic type, since it contributed with ideas and knowledge anchored to the study context, intertwining quantitative and qualitative approaches, contributing to an exhaustive and enriching analysis of the causes and facts that constitute the problem.

The results showed that 74% of the women traders in La Granja market earn less than \$100 per month, living in conditions of poverty and extreme poverty, so their living standards are precarious and unstable, since this problem makes it difficult for them to access quality basic services, have decent housing and improve their businesses. In addition, the surveys indicated that 75% of the respondents stated that they have not received sufficient support from the Machala Municipal Government, which evidently represents their state of abandonment and limits their socioeconomic growth. In addition, it was noted that the majority of women 83%, want support policies to be implemented for the benefit of their personal integrity.

Therefore, based on these data, the objective was to prepare a proposal, justifying the reasons for its choice. That is, its purpose is to raise the income level of women traders of La Granja market through the transmission of knowledge and skills related to digital marketing, sales strategies and customer service from a gender approach to empower

leadership and female business activity to improve their quality of life. For this reason, the trainings, the forum, the course and the workshops have become essential activities to attract the attention of the beneficiary population, which are mothers, elderly women and young women.

Likewise, the proposal has the technical feasibility, where it is states that human, and technological resources that are essential to plan the training and workshops structured in the schedule of activities. In terms of social viability, the contribution of knowledge and skills on financial education, gender equality and business leaderships in the perspective of contributing to increase the income of women traders was evidenced, while economic viability is anchored to the final budget for the implementation of the proposal according to the roles of local authorities and the authors of the project. It is worth mentioning that the environmental feasibility was also detailed, in order to be friendly with nature and preserve the environmental space.

Key words: women traders, socioeconomic conditions, quality of life, La Granja market, wellbeing.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN	5
ABSTRACT.....	7
INTRODUCCIÓN	13
1. EL PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO	15
1.1 Planteamiento del problema.....	15
1.1.1 Descripción del problema.....	15
1.1.2 Sistematización del problema	18
1.2 Justificación de la investigación.....	18
1.3 Objetivos de la investigación.....	21
1.3.1 Objetivo General.....	21
1.3.2 Objetivos específicos.....	21
1.4 Hipótesis.....	21
1.4.1 Hipótesis Central	21
1.4.2 Hipótesis Particulares	22
1.5 Concepciones, normas o enfoques diagnósticos	22
1.5.1 Concepciones del problema objeto de estudio.	22
1.5.2 Normativa legal relacionada con el problema.	50
1.5.3 Enfoque epistemológico del proceso diagnóstico.....	55
1.6 Descripción del proceso diagnóstico.....	55
1.6.1 Tipo de investigación.	55
1.6.2 Enfoque metodológico del proceso diagnóstico.	56
1.6.3 Análisis del contexto.	59
1.7 Resultados de la investigación empírica	60

1.7.1 Resultados de la encuesta.	60
1.7.2 Resultados de la entrevista.	80
1.7.3 Resultados de la guía de observación.....	87
1.8 Conclusiones y recomendaciones.....	89
1.8.1 Conclusiones.....	89
1.8.2 Recomendaciones.....	90
1.9 Sistema de requerimientos	91
1.9.1 Matriz de requerimientos comunitarios.....	91
1.9.2 Selección y justificación del requerimiento a intervenir.	92
2. PROPUESTA INTEGRADORA	93
2.1 Descripción de la propuesta	93
2.1.1 Título.....	93
2.1.2 Antecedentes.	93
2.1.3 Justificación de la propuesta.	93
2.2 Objetivos de la propuesta.....	94
2.2.1 Objetivo general	94
2.2.2 Objetivos específicos.....	94
2.3 Componentes estructurales	95
2.3.1 Fundamentación teórica de la propuesta.	95
2.3.2 Institución ejecutora de la propuesta.	96
2.3.3 Responsables de la ejecución de la propuesta.....	96
2.3.4 Beneficiarios de la propuesta.	96
2.3.5 Planificación operativa.....	97
2.3.6 Cronograma de actividades.....	100
2.4 Fases de implementación de la propuesta.....	103
2.5 Estrategias de evaluación de la propuesta	103
2.6 Recursos logísticos	106

2.6.1 Recursos humanos.	106
2.6.2 Recursos materiales.	106
2.6.3 Equipos tecnológicos.	106
2.6.4 Presupuesto.....	106
2.6.5 Financiamiento	107
3. VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD	108
3.1 Análisis de la dimensión Técnica de Implementación de la propuesta.....	108
3.2 Análisis de la dimensión Económica de Implementación de la propuesta	108
3.3 Análisis de la dimensión Social de Implementación de la propuesta	108
3.4 Análisis de la dimensión Ambiental de Implementación de la propuesta	109
REFERENCIAS.....	110
ANEXOS.....	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Edad de las comerciantes.....	61
Cuadro N° 2. Nivel de estudios de las comerciantes	62
Cuadro N° 3. Condiciones del espacio de trabajo	63
Cuadro N° 4. Nivel de seguridad en la vivienda.....	64
Cuadro N° 5. Inestabilidad de ingresos	65
Cuadro N° 6. Actividad comercial de las mujeres.....	66
Cuadro N° 7. Interés de las autoridades locales en proporcionar espacios de trabajo adecuados.....	67
Cuadro N° 8. Nivel de ingreso mensual	68
Cuadro N° 9. Apoyo recibido de las autoridades locales	68
Cuadro N° 10. Valorización de la mujer en el comercio	69
Cuadro N° 11. Horarios de trabajo de las comerciantes	70
Cuadro N° 12. Afiliación al seguro social	71
Cuadro N° 13. Tipos de seguro social de las comerciantes	71
Cuadro N° 14. Acceso a recursos económicos	72
Cuadro N° 15. Servicios básicos que dispone el espacio de trabajo.....	73
Cuadro N° 16. Frecuencia de estrés laboral en las comerciantes	74
Cuadro N° 17. Incidencia de la intervención política de las autoridades locales	75
Cuadro N° 18. Nivel de sensibilidad de género de las autoridades locales hacia las comerciantes	76
Cuadro N° 19. Implementación de políticas de apoyo a las mujeres	76
Cuadro N° 20. Tipos de estrategias para la actividad comercial	77
Cuadro N° 21. Nivel de satisfacción de la creación de la Plaza Bicentenario.....	78
Cuadro N° 22. Evaluación de la Plaza Bicentenario como estrategia laboral	79

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación enfocado en las “Condiciones socioeconómicas y su incidencia en la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, Machala 2024” es una investigación que detalla minuciosamente la situación laboral, económica, salud física y emocional que enfrentan diariamente las féminas en sus espacios de trabajo. En ese marco, la actividad comercial que desarrollan en sus respectivos negocios, no cubre satisfactoriamente su bienestar integral, como resultado, se exponen a riesgos que desfavorece el estándar de vida familiar.

Cabe mencionar que el objetivo general de la investigación se encamina a: Identificar la incidencia de las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja en su calidad de vida. En el caso de los objetivos específicos son los siguientes: Determinar las características socioeconómicas presentadas en las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala; Caracterizar las causas generadoras de las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala; Establecer las condiciones socioeconómicas que están afectando la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja e Identificar las estrategias implementadas por las autoridades para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja.

Es así que, el tema de investigación es de gran importancia analizarlo, fundamentalmente porque si la problemática persiste a largo plazo, se desatarán en mayor medida afectaciones en la calidad de vida de la mujer comerciante, desde luego, estos riesgos representan amenazas en contra de los derechos laborales de las trabajadoras, sumado a su condición socioeconómica que actualmente es precaria. Por tal motivo, el estudio es relevante profundizarlo puesto que, a raíz de los resultados del trabajo de campo, se evidenciaron desafíos en torno al nivel ingresos, falta de oportunidades y la disparidad laboral que obstaculiza el bienestar integral de las féminas del mercado La Granja.

En lo que concierne a la metodología se estableció un enfoque mixto con el propósito de comprender detalladamente la realidad socioeconómica de las mujeres comerciantes de La Granja, a su vez, permitió generar datos cuantitativos y cualitativos propiciando una explicación holística de los hechos. Por otro lado, se aplicó el método inductivo,

deductivo, analítico y sintético otorgando mayor fundamento teórico sobre el objeto de estudio, en cambio, para la recopilación de la información se utilizó una guía de observación, cuestionario de preguntas y una guía de entrevista semiestructurada para triangular la información. Por lo que respecta a las unidades de investigación constituyen las 600 mujeres comerciantes del mercado, autoridades locales conformadas por el alcalde, la vicealcaldesa, director administrativo de la Red de Mercados de Machala y la dirigente de la Asociación de minoristas 18 de Enero.

Es importante señalar que el trabajo de titulación está anclado a tres capítulos, el primero se especifica el planteamiento del problema, justificación, estado de arte, el proceso metodológico, y los resultados obtenidos en base al objeto de estudio. Mientras que, en el segundo, se expone la propuesta de intervención enmarcado al requerimiento más importante con el afán de establecer estrategias que minimicen el impacto de la problemática. Finalmente, para la tercera sección se estableció la valoración de factibilidad, englobando cuatro dimensiones; la técnica, la económica, la social y la ambiental.

1. EL PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Descripción del problema. Las condiciones socioeconómicas definen la calidad de vida de los seres humanos, es decir, es una situación social en la que viven las personas que está ligada al nivel de ingresos, trabajo, educación, salud, que repercuten en su proceso de crecimiento y desarrollo; en ese sentido, esta dimensión influye significativamente en el bienestar integral del núcleo familiar y fundamentalmente en las mujeres que continuamente ven vulnerados sus derechos en la sociedad.

Según Delgado (2023) en el Ecuador ha sido notoria la incidencia de la crisis económica a causa de múltiples factores, entre ellos, las políticas neoliberales, la emergencia sanitaria, casos de corrupción e incapacidad de gobernabilidad de las administraciones anteriores. Desde luego, las decisiones tomadas por los gobiernos de turno han llevado consigo afectaciones en la economía local, principalmente en los hogares en el que las mujeres son la base del sustento económico.

A lo largo de la historia la mujer ha tenido poco espacio y protagonismo en el mercado laboral debido a la disparidad de género reflejado en el país; desde esa perspectiva, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2022) citado por Bucaram et al. (2023) mencionan que en el Ecuador la tasa de desempleo en las mujeres alcanzó el 6.5%, por su parte en el caso de los hombres llegó al 4%; en otras palabras, la población femenina se enfrenta a mayores barreras en la búsqueda de un empleo, respecto al género masculino a su vez, reciben un ingreso del 17%, es decir, un promedio inferior en comparación de los varones.

En la actualidad, el panorama de la economía de la mujer ecuatoriana es complejo debido a la gran brecha de género en función de acceder a un empleo digno y de calidad. Es por ello que en el estudio realizado por la Cámara de Industrias y Producción del Ecuador (2023) afirma que “en junio del mismo año, del total de personas con empleo adecuado, el 67,2% fueron hombres frente al 32,8% de mujeres”. Así pues, las condiciones socioeconómicas en las que viven muchas madres de familia que son jefas de hogar, se ven expuestas a situaciones de precariedad económica a causa de la limitada participación

en trabajos decentes, por lo tanto, asumir estos roles repercuten en los principios y derechos de la ciudadanía femenina.

Por otro lado, de acuerdo con la perspectiva de Amaya et al. (2023) consideran que en el Ecuador la economía femenina se ha sostenido principalmente del comercio mayorista y minorista, es decir, en los últimos 10 años la participación de la mujer en las actividades comerciales ha sido del 71.33%. No obstante, su crecimiento económico ha sido limitado debido a la alta competencia que existe en el mercado laboral, consecuentemente esta situación ha repercutido en aumentar el nivel de productividad de sus locales.

En lo que concierne a la provincia de El Oro, frente a las necesidades que tienen muchas mujeres, se han direccionado a realizar actividades del sector terciario, entre ellas el comercio, debido a la flexibilidad que les puede ofrecer para cumplir con otras responsabilidades como el cuidado del hogar y motivado por las limitadas fuentes de empleo en el mercado laboral. De acuerdo con el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro (2021) la mujer representa el 65,2% de población económicamente inactiva, mientras que, de los hombres solamente el 34,8% son los ciudadanos que no se encuentran laboralmente activos.

En tal sentido, pese a que un segmento de la población femenina de la provincia de El Oro se encuentra económicamente inactiva, existe gran parte de mujeres dedicadas a la actividad comercial minorista, mayorista, informal o especializada y las que presentan mayores desafíos son las vendedoras ambulantes puesto que reciben ingresos medianos y bajos a lo largo de su jornada laboral, es decir, las condiciones socioeconómicas en las que viven no son las más adecuadas, dada esta situación arriesgan su integridad personal en búsqueda de una mejor calidad de vida. Según Calero et al. (2023) consideran que “muchacha dada en la situación en que se encuentra, tiene que dedicarse a comercializar para sí generar una actividad empresarial que le permita una subsistencia mínima y poder sobrevivir” (pág. 1301).

Asimismo, en el cantón Machala particularmente en el casco urbano, el rol de la mujer ha destacado en la creación de microemprendimientos, puesto que, se han encargado de ofrecer a la ciudadanía una diversa gama de productos tales como, venta de cárnicos, verduras, frutas, bisutería, plantas medicinales, ropa, entre otros. No obstante, en el año

2021, el alcalde Darío Macas en visión de una regeneración urbana reubicó a los comerciantes que laboraban informalmente en las calles, en el mercado La Granja; a causa de ello, se generó una malestar y descontento por parte de los emprendedores dado que, la lejanía del sitio ha perjudicado el nivel de ventas, especialmente a la mujer (El Universo, 2022).

Otras de las causas que derivan a este problema de carácter socioeconómico es la pobreza que les ha impedido a las mujeres alcanzar un nivel óptimo para un buen desarrollo humano, adicionalmente, los altos costos de vida, la poca demanda de la compra de los productos y el acceso limitado a la educación son otros de los factores que han desencadenado la problemática.

Según Viviana Tuarez presidenta de la Asociación de comerciantes minoristas 18 de enero, en el mercado La Granja laboran alrededor de 600 mujeres en la que la mayoría desarrolla sus actividades en sus locales correspondientes, mientras que otra parte, lo realiza de manera ambulatoria en las diferentes calles de la ciudad de Machala. Por otro lado, según Pinto (2023) diversas comerciantes se han visto en la obligación de cerrar sus locales debido a la poca demanda de consumidores y a las condiciones desfavorables que mantiene el lugar.

Cabe aclarar que, si no se interviene oportunamente en la resolución del problema de las condiciones de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, la situación empeoraría, generándose el aumento de pobreza y pobreza extrema, puesto que la mujer es quien recibe menos ingresos a comparación del hombre, a su vez, a futuro la tasa de ocupación femenina seguirá decayendo, por lo que se verán expuestas a enfrentar dificultades para tener a su disposición servicios básicos de calidad y de salud incidiendo en su desarrollo físico y emocional.

En ese sentido, la investigación se desarrolló con la finalidad de indagar sobre las afectaciones en la calidad de vida de las mujeres del mercado La Granja, generados por sus condiciones socioeconómicas, en la que se planteó una propuesta de intervención para implementar programas de reactivación económica que benefició a las comerciantes que presentaron mayores afectaciones en lo que respecta a su estilo de vida.

1.1.2 Sistematización del problema

1.1.2.1 Problema central

- ¿Cómo inciden las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja en su calidad de vida?

1.1.2.2 Problemas complementarios

- ¿Qué características socioeconómicas presentan las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala?
- ¿Cuáles son las causas generadoras de las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala?
- ¿De qué manera las condiciones socioeconómicas afectan la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja?
- ¿Qué estrategias han implementado las autoridades para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja?

1.2 Justificación de la investigación

Las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes engloban una serie de elementos que inciden en la capacidad de desarrollo y bienestar social, especialmente, estos factores pueden tornarse negativos de acuerdo a la estabilidad económica de cada familia más aún, si la situación que presenta el sitio en el que desarrollan su actividad comercial es desfavorable; es por ello que, ante la falta eminente de oportunidades que tiene la mujer en la sociedad, se le ha imposibilitado satisfacer de manera oportuna sus necesidades básicas, por ende, su calidad de vida se expone a riesgos que afectan su salud emocional y física.

En el informe más reciente publicado por Global Entrepreneurship Monitor (2020) citado por Véliz et al. (2023) enfatizan que a nivel internacional las mujeres ecuatorianas ocupan el primer lugar en torno a las estadísticas de emprendimiento femenino con un índice del

34%, consecuentemente esta cifra supera a diversos países de la región entre ellos; Brasil, Colombia y Chile. En definitiva, pese a que la mujer tiene dificultades para acceder a ocupaciones formales, optan por la actividad comercial como una propuesta para mejorar las condiciones de vulnerabilidad y problemas socioeconómicos como; la pobreza y pobreza extrema.

Según Diario El Comercio (2021) en la provincia de El Oro las mujeres, pese a tener mayor participación en la actividad comercial, enfrentan muchas dificultades para iniciar sus negocios minoristas y mayoristas; es decir, que los estándares de vida de la población femenina oreña depende de la comercialización y tiende a presentar problemas de carácter socioeconómico, como resultado, no logra satisfacer sus necesidades básicas, por lo que esta ocupación es la única fuente de ingresos que permite a las trabajadoras subsistir y sostener a su familia.

Por otro lado, desde la perspectiva de Pachano y Molina (2022) consideran que las mujeres se encaminan a realizar “labores de mayor inestabilidad, menor compensación y menor reconocimiento, demostrándose que, la valoración social que se ha dado en función del género, es una clara evidencia de que el rol femenino tienen menor relevancia que el masculino” (pág. 182); por ello, ante las limitadas oportunidades a empleos formales, muchas trabajadoras son relegadas del mercado laboral, por esta razón, para obtener un sustento económico digno, se motivan a crear sus propios negocios.

Según El GAD Provincial de El Oro (2020) citado por Burgos (2022) en el cantón Machala el 24% de la PEA se desenvuelve en el comercio, a diferencia de las actividades agropecuarias, bisutería y accesorios, servicios de comedor e industrias manufactureras, entre otras. En otras palabras, esta actividad es la principal fuente económica de muchas familias, particularmente, de la población femenina donde mayor impacto tiene en cuanto a su calidad de vida, dado que, al tener escasas oportunidades en alcanzar un empleo digno se ven inmersas en este tipo de trabajos, atravesando por un ambiente inseguro, desigual y discriminatorio.

En el mercado La Granja, las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes no son las más oportunas, puesto que, se evidenció la poca demanda de los consumidores para la compra de productos cárnicos, frutas, verduras, víveres y servicios de comida, a

causa de la ubicación lejana en la que se encuentra el sitio, por la deficiente infraestructura que presenta las instalaciones y sobre todo por la competencia desleal con los mayoristas puesto que, mediante redes sociales la ciudadanía ha denunciado el incremento de precios en cuanto a los artículos de venta, por el contrario, las vendedoras han expresado que esto se debe a que tienden a comprar sus productos en costes más altos, por ende, se ven en la necesidad de incrementar los valores con la finalidad de mejorar su situación socioeconómica (Reyes, 2022).

En ese sentido, es de vital importancia que las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja sean las más óptimas para que logren acceder a servicios básicos de calidad alcanzando un mayor bienestar y desarrollo para sus familias, puesto que, los obstáculos que enfrentan a diario para instaurarse en un empleo adecuado inciden en su capacidad de independencia económica, es decir, no les permite alcanzar suficientes ingresos para superar situaciones de pobreza y pobreza extrema.

Es importante mencionar que, en caso de no intervenir a tiempo en esta problemática, las mujeres comerciantes del mercado La Granja, no alcanzarán los cambios positivos suficientes en procura de una mejor calidad de vida, afectando negativamente en los derechos y principios de la mujer establecidos en la Constitución de 2008.

En relación al objeto de estudio se formuló el siguiente título de investigación: **CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA, MACHALA 2024.** Fundamentándose en el dominio de Desarrollo Social y línea de investigación: Sociedad y Cultura, definido por la carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales en el que se orienta al marco legal que dispone la Universidad Técnica de Machala.

En esa perspectiva, el estudio tributó al desarrollo de mejores condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes promoviendo un entorno más equitativo, oportuno e igualitario. Además, la investigación es de gran relevancia dado que, la problemática vista en el mercado La Granja de la ciudad de Machala suscita en la actualidad, por ende, los resultados que se obtuvieron se encaminaron a fortalecer la

calidad de vida de la mujer comerciante, con el propósito de facilitar un mayor acceso a oportunidades para el goce correcto de sus derechos.

La investigación que se desarrolló es factible puesto que se dispuso del tiempo suficiente, los recursos humanos, económicos, y el apoyo permanente por parte de los tutores y especialistas de la carrera de Sociología, asimismo, con la calidad de documentación bibliográfica integrada en artículos científicos, revistas, sitios web y libros, generando un panorama más amplio respecto al problema abordado.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

- Identificar la incidencia de las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja en su calidad de vida.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar las características socioeconómicas presentadas en las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala.
- Caracterizar las causas generadoras de las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala.
- Establecer las condiciones socioeconómicas que están afectando la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja.
- Identificar las estrategias implementadas por las autoridades para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis Central

- Las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja inciden negativamente en su calidad de vida debido a los

limitados ingresos que reciben en su jornada laboral, aumentando un mayor índice de pobreza y desigualdad en sus hogares.

1.4.2 Hipótesis Particulares

- Las características socioeconómicas que presentan las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala son: el bajo nivel educativo, espacios de trabajo inapropiados y situaciones de viviendas inseguras, generadas por los ingresos inestables que obtienen de sus actividades comerciales y el desinterés de las autoridades competentes para proporcionar entornos adecuados.
- Las causas generadoras de las condiciones socioeconómicas precarias en las mujeres comerciantes del mercado La Granja son: la brecha salarial, el bajo nivel de educación y la poca ayuda de las autoridades locales, como resultado son relegadas y se ven expuestas a situaciones de vulnerabilidad social y laboral.
- Las condiciones socioeconómicas que están afectando negativamente la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, son; poca protección social, limitado acceso a recursos económicos, servicios básicos deficientes, los mismos que impiden el alcance de su bienestar social, físico y emocional.
- Las autoridades locales no han establecido estrategias para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, a causa de la falta de voluntad política y la poca sensibilidad de género, restringiendo la reactivación económica, la mejora de infraestructura y la regulación del comercio mayorista y minorista.

1.5 Concepciones, normas o enfoques diagnósticos

1.5.1 Concepciones del problema objeto de estudio. En un informe propuesto por Heller (2010) para la Organización de las Naciones Unidas (ONU) expresa que “las mujeres de la región enfrentan barreras mucho más complejas en la participación de la economía formal que sus contrapartes en países desarrollados escasas políticas y programas de apoyo y estímulo a la actividad emprendedora” (pág. 12). En ese sentido, ante la falta de

políticas de género de parte de varios gobiernos latinoamericanos ha condicionado indudablemente a las condiciones socioeconómicas de las mujeres limitando su incorporación a trabajos de calidad, a diferencia de los países desarrollados en donde se estimula plenamente la incorporación de programas de apoyo que permita el crecimiento e inclusión de la mujer en beneficio de su calidad de vida.

Cabe mencionar que en América Latina se manifiesta mayores barreras en torno a la actividad laboral de la mujer debido a la escasa intervención estatal, restringiendo aún más la participación de las féminas en empleos formales. Por esta razón, al no gozar de condiciones adecuadas pues, se insertan en el comercio minorista e informal de frutas, hortalizas, mariscos cárnicos, bisutería entre otras, sin embargo, en ciertos casos este tipo de trabajos que desempeñan no cuentan con la protección laboral lo que provoca un menor desarrollo social, exclusión, pobreza, discriminación y explotación laboral que afecta al desarrollo de sus condiciones socioeconómicas.

Por otra parte, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2016) expone que “las mujeres tienen más probabilidades de estar desempleadas que los hombres, y las tasas mundiales de desempleo son del 5,5 por ciento en el caso de los hombres y del 6,2 por ciento con respecto a las mujeres” (pág. 14). En términos generales, la población masculina ocupa más plazas en el mercado laboral debido a que, las féminas la mayor parte de su tiempo lo dedican a las tareas domésticas, ya que, gran parte de mujeres asumen responsabilidades en el hogar desde tempranas edades, además, quienes tienen la posibilidad de trabajar obtienen remuneraciones muy bajas, es así que, estas disparidades son el reflejo de la desvalorización del trabajo femenino atravesando por instancias discriminatorias que repercuten a su bienestar integral.

Desde otra perspectiva, la Organización Mundial del Comercio (OMC) (2022) en un informe postula que, los países del mundo tienen la obligación de garantizar el empoderamiento económico en mujeres, por ello, en vista de que, muchos Gobiernos carecen información en torno a las actividades comerciales pues, se tiene la opción de implementar estudios que identifiquen datos del comercio por ambos sexo, es decir, recopilarlos y gestionar recursos que permitan el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas, y con ello, minimizar la desigualdad de género.

En el Ecuador, la Cámara de Comercio se ha encaminado a impulsar la actividad comercial femenina mediante políticas y programas en donde la mujer tenga la respectiva formación, el acceso a recursos y el acompañamiento profesional especializado para lograr la estabilidad financiera que aporte al núcleo familiar. Asimismo, en Quito se ha puesto en marcha la realización de capacitaciones sobre el capital semilla, negocios e innovación, con el afán de que los emprendimientos femeninos sostengan a largo plazo su crecimiento, alcanzando así, la equidad de género.

1.5.1.1 Fundamentación Sociológica. La investigación se basó en la teoría sociológica estructural funcionalista que, permite analizar las estructuras sociales y económicas que se presentan alrededor de las mujeres comerciantes del mercado La Granja de la ciudad de Machala, y de qué manera diversos factores como; las normas, leyes y comportamientos de la sociedad, que regulan el orden y la cohesión social, inciden en la calidad de vida de las trabajadoras.

La teoría estructural funcionalismo tiene su origen a mediados del siglo XX, impulsada por el sociólogo Talcott Parsons visualizando a la sociedad como un sistema y órgano complejo en el que las partes cumplen roles específicos en función de alcanzar resultados que se enmarquen al orden, la armonía, el consenso y el bienestar colectivo. En otras palabras, la estructura social está integrada por diversos subsistemas en el que los individuos constantemente se preparan y se adaptan acorde a las necesidades que exige el entorno, ligado a una serie de normas, valores y principios que conjugan la cohesión y el equilibrio del medio.

De acuerdo a Camou (2023) la teoría estructural funcionalista se orienta hacia un sistema de acción en el que los individuos tienen constantes exigencias adaptándose a situaciones cambiantes de la sociedad con el propósito de alcanzar determinados objetivos y metas, para ello, el equilibrio entre cada parte permitirá lograr transformaciones significativas a nivel colectivo y personal, sin embargo, Parsons tiene en cuenta que, en la dinámica e interacción que se desarrolla en la estructura social se atraviesa por innumerables tensiones de tal suerte que, si no se logran contrarrestar en su debido tiempo, pueden provocar conflictos que dificultarán las condiciones de vida de las personas.

La investigación, se basó en la teoría estructural funcionalista puesto que las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja no es la más idónea, por lo que incide negativamente en su calidad de vida, todo ello, debido a que la estructura normativa y legal del sector comercial no ha favorecido satisfactoriamente en la reactivación económica de la mujer emprendedora por lo cual, es complejo alcanzar hacia un goce correcto de oportunidades y derechos ante la inestabilidad que presenta el sitio, los bajos salarios que reciben y la poca protección social por parte de las autoridades.

Es decir, que al estar encabezada la estructura social del comercio del mercado La Granja por parte de las autoridades principales como, el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Machala, tienen un rol fundamental enfocado a brindar mayor transparencia en el entorno laboral, ante la competencia desleal que existe entre comerciantes mayoristas y minoristas, con el objetivo de regular correctamente la actividad comercial que realiza la mujer, de manera más justa y oportuna, alcanzando un mayor orden y bienestar socioeconómico en su calidad de vida.

1.5.1.2 Estado del Arte

- *Condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes*

Las condiciones socioeconómicas hacen referencia al estilo de vida que lleva a cabo una persona en la sociedad. La misma que puede ser positiva o negativa en el núcleo familiar que el individuo la conforma, esta situación puede variar por el contexto socioeconómico del lugar en el que habitan o por los factores culturales que influyen en su hogar. Por esta razón, Agualongo y Garcés (2020) consideran que “el hablar de nivel socioeconómico no solamente se hace referencia a los ingresos económicos, sino también a factores como el nivel de educación, la ocupación, el cargo y el prestigio, tanto a nivel individual como familiar” (pág. 24).

En la sociedad las mujeres han enfrentado una serie de obstáculos para mantener una calidad de vida adecuada sin embargo el limitado acceso a recursos económicos, es generado por la escasa aceptación por parte de aquellas personas que aún sostienen ideas retrogradadas acerca de la participación de la mujer puntualizando que solo se dedican a las actividades domésticas. Por esta razón, las féminas se han visto en condiciones socioeconómicas precarias, por las pocas oportunidades laborales en áreas de empresas e

instituciones públicas; de esta manera se ven en la obligación de buscar ingresos para sus hogares, por lo cual, comienzan a emprender para alcanzar un sustento económico que contribuyan en su bienestar social.

Por otro lado, desde la perspectiva de Flores et al. (2023) plantean que, a pesar de que la participación de la mujer es esencial en el dinamismo económico, ha sido relegada y desvalorizada en el mundo laboral, siendo así, que los emprendimientos que realizan pasan desapercibidos por el resto de la sociedad, influyendo negativamente en las condiciones socioeconómicas de sus familias.

Según, Alvarado y Arévalo (2023) en su investigación titulada “Participación de las mujeres en la economía de países en desarrollo” consideran que los emprendimientos liderados por la mujer se centran en ofrecer bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población. Principalmente, dedicadas a comercializar productos de primera necesidad, entre ellas, verduras, hortalizas, lácteos, cárnicos, que son sustanciales para el desarrollo de las familias; sin embargo, pese al aporte que realizan las féminas a la economía de la región latinoamericana, han tenido problemas para ocuparse plenamente a sus negocios, debido a la carga de responsabilidades domésticas y dificultades para acceder a mercados más grandes para servir a un público de mayor amplitud.

Desde la perspectiva de Amaya et al. (2023) en su estudio denominado “Oportunidades y desafíos del ecosistema de emprendimiento femenino en Ecuador” determinan que en el año 2019, el 50,1% de las mujeres han emprendido en el país con la finalidad de aprovechar una oportunidad de negocio en el mercado laboral, mientras que el 49,9% lo realizaron por motivo de subsistencia, debido a las situaciones de pobreza en sus hogares.

De acuerdo con ambos postulados, las mujeres han presentado muchas limitantes, debido a la infravaloración que tienen en la sociedad, a causa de que se ha mantenido presente estereotipos donde hacen hincapié a que las féminas deben tener mayor participación en las actividades del hogar, no obstante, a través de los años, se han realizado diferentes estudios donde se destaca su contribución en el mercado laboral. En el que se manifiesta que, el nivel de población femenina en torno a las actividades comerciales ha aumentado, puesto que, para muchas trabajadoras, ésta ha sido la única fuente de trabajo en el que les

posibilita lograr un sustento económico, permitiéndoles sostener una mejor calidad de vida del núcleo familiar.

Sin embargo, en el contexto de estudio del mercado La Granja se ha evidenciado pocas ventas de los productos que ofrecen las comerciantes, por lo que esto ha generado un gran descontento en ellas, porque no les permite cubrir sus gastos y necesidades básicas familiares, a su vez, las condiciones donde laboran no son las más óptimas para el desarrollo de sus actividades comerciales.

- *Características socioeconómicas*

Acceso limitado de la educación en las mujeres comerciantes. La segregación de la mujer en la educación, es prevista como un factor influyente en la situación económica de sus familias, en vista de que, determina el tipo de ocupación laboral donde van a desarrollar sus actividades como; en el área administrativa, industrial, servicios y comercial. Por lo tanto, esta última es la que ha presentado mayor repercusión para que las féminas puedan cursar sus estudios de educación básica, bachillerato y superior, puesto que, las comerciantes han tenido doble sacrificio tanto en sus hogares como en sus negocios, con el propósito de llevar un sustento destinado al núcleo familiar.

En esa línea, el artículo propuesto por Tamayo y Cajilema (2023) determinaron que en la ciudad de Latacunga las comerciantes informales son alrededor del 74%, de este rango, una gran parte son madres de familia con hijos de 3 a 12 años y de 13 a 18 años respectivamente. Cabe aclarar que de este porcentaje de féminas únicamente han alcanzado el nivel primario en cuanto a educación, no obstante, aspiran por retomar sus estudios a futuro y ser partícipes de programas de capacitación para mejorar sus competencias.

Por otro lado, la desigualdad de género en el Ecuador ha impedido que la población femenina se prepare académicamente, es decir que su segregación impide su participación en entidades educativas, lo que condiciona a que no culminen sus estudios debido a factores socioeconómicos y culturales que enfrentan diariamente (Colón, 2023). Desde luego, esta situación afecta sobre todo a las mujeres que se dedican al comercio cuyas responsabilidades son ligadas al trabajo y al hogar.

Repercusiones en la disminución de ventas en el comercio. La situación socioeconómica que atraviesa en la actualidad el país, ha tenido un impacto negativo en los hogares ecuatorianos, dado que se ha evidenciado la influencia de factores incidentes tales como, el aumento excesivo de bienes y servicios, y el desempleo que ha representado la mayor parte de la población, por lo que, ha repercutido en el bienestar de las familias. Por esta razón, para obtener un sustento económico la ciudadanía se ha encargado de realizar actividades comerciales, por lo cual, Quispe et al. (2020) especifican que el 32,2% desarrollan el comercio en el Ecuador a diferencia de la región latinoamericana que son el 26,8%. Con respecto a las mujeres, ellas tienen una elevada representatividad del 42,4% en tanto que los hombres alcanzan el 25%, de esta forma se puede evidenciar que existe una desigualdad de género en la ocupación laboral.

Por otro lado, el bajo nivel de ventas afecta directamente a las féminas por ser el mayor porcentaje de la población que se dedica al comercio, asimismo, las consecuencias para las comerciantes son el bajo nivel de ingresos, en vista que perjudica a su bienestar familiar ya que limita el acceso a servicios básicos y otras necesidades indispensables para su calidad de vida. Finalmente, esta problemática conlleva al cierre de negocios ocasionando altos niveles de estrés ante la desfavorecida situación socioeconómica.

En la investigación propuesta por Belduma et al. (2024) hacen alusión que en la ciudad de Machala uno de los problemas con mayor realce, se debe a la estructura socioeconómica precaria de la población, en vista de que, en el 2022, el 11,9% de los ciudadanos tienen pobreza, y el 2,1% refleja la situación de pobreza extrema, generando mayor preocupación en las comerciantes por el bajo nivel de ventas en sus negocios, y por mantener una calidad de vida digna para sus hogares.

Servicios básicos deficientes. Los servicios básicos hacen referencia a las obras de infraestructuras indispensables para alcanzar una calidad de vida próspera en la sociedad. Para ello, el Estado como ente regulador tiene el deber de garantizar este derecho de forma accesible y equitativo, puesto que, cada núcleo familiar necesita gozar de la cobertura eficiente de agua potable, alcantarillado, salud y energía eléctrica, logrando así, la satisfacción completa de la sociedad respecto a las necesidades fundamentales de cada persona.

Cabe mencionar que, autores como Carrera et al. (2020) del artículo “Desarrollo local y turismo en Ecuador” mencionan que para lograr que los ciudadanos tengan el acceso a los servicios básicos, es fundamental que desde la administración de recursos financieros que maneja el Estado sea de manera responsable, ética, racional y planificada teniendo en cuenta, los aspectos sociales, culturales y ambientales que presenta el país. Puesto que, si se manifiesta un uso irracional de los medios, no logrará cumplir satisfactoriamente los derechos de la ciudadanía y, por lo tanto, quedarán inconformes ante la poca preocupación e interés por atender las necesidades elementales de la sociedad.

Por otro lado, los servicios básicos que garantiza un país se logran mediante la cooperación de las instituciones públicas, mixtas y comunitarias en función de prevalecer gestiones adecuadas basándose en las necesidades colectivas. Es por ello que, desde la perspectiva de Díaz (2023) en su artículo titulado “El acceso a los servicios públicos como derecho humano” menciona que para garantizar estos derechos que tiene la ciudadanía se deben desarrollar obras e infraestructuras con absoluta responsabilidad en cuanto a la utilización de los recursos, es decir, logrando la eficiencia, eficacia y pertinencia en el que se lleve a cabo un alcance mayoritario de la población beneficiada.

Por tanto, más allá de la importancia que tienen los servicios básicos en la cotidianidad de las personas, es responsabilidad por parte del Estado en promoverlos en los sectores más precarios para que logren tener un entorno digno y de calidad, priorizando la seguridad e integridad de cada familia, alcanzando un desarrollo más sostenible e integral. “Además, corresponde a tal Estado el manejo de la economía nacional en síntesis con la satisfacción del bien común en la efectividad de estos derechos sociales y de la prestación de los servicios públicos” (Albuja, 2021, pág. 90).

Tipos de servicios básicos. Los tipos de servicios básicos son las necesidades prioritarias que tienen las personas en la sociedad, en la que el Estado debe asignarlas correctamente para que todos puedan alcanzar un desarrollo pleno en sus hogares.

Agua potable. El agua potable es un recurso esencial en la vida del ser humano y en el ciclo de la naturaleza, puesto que, si se encuentra en condiciones salubres y seguras sirve para el consumo cotidiano del hombre y de los animales. Además, su utilidad es importante para la preparación adecuada de alimentos y para las necesidades básicas del

hogar, no obstante, si se encuentra con sustancias dañinas y tóxicas alteran la calidad del sabor y color por lo que, puede ser perjudicial en la salud de las personas.

En la investigación propuesta por Parrales et al. (2022) mencionan que, para alcanzar condiciones adecuadas en torno a la calidad del agua potable, debe atravesar por un proceso de inspección sanitaria y saneamiento, permitiendo contrastar que este recurso sea útil para el consumo o para la realización de otras actividades indispensables en las necesidades de cada individuo propiciando un adecuado desarrollo sostenible del recurso hídrico.

Alcantarillado. El servicio de alcantarillado es una red de saneamiento que mediante un sistema de tuberías permite lograr la recolección de las aguas residuales, pluviales, desechos domésticos, que se almacenan en los espacios de la sociedad como; en los domicilios, industrias, edificios entre otros. Asimismo, este sistema de drenaje es muy importante tenerlo, porque permite alcanzar una buena limpieza e higiene evitando así, cualquier patógeno e infección, perjudicial para la vida del ser humano, por lo cual su finalidad se enmarca hacia condiciones más salubres y eficientes.

Energía Eléctrica. La energía eléctrica es un servicio que se orienta a la distribución de electricidad en gran escala, brindado por empresas y entidades con destino hacia el cliente, atravesando por una serie de procesos y fases que permiten almacenar y generar el recurso energético. Para las generaciones actuales este suministro es de vital importancia para el funcionamiento de las instituciones financieras, dispositivos tecnológicos y en los hogares, no obstante, la cobertura debe ser de calidad, equitativa, continua y a un precio accesible para el consumidor.

Recolección de basura. El servicio de recolección es un proceso de limpieza en el que se utilizan transportes especializados para recolectar los desechos sólidos, residuos orgánicos y basura que se acumulan en los hogares, con la finalidad de prevenir la contaminación de tal suerte que, se garantice un ambiente adecuado para proteger la salud e integridad de la ciudadanía. Por lo general, este tipo de trabajos es realizado por un GAD municipal y en ciertos casos por otras empresas, no obstante, todos se enfocan en la clasificación y gestión correcta de los desperdicios contribuyendo así, a la sostenibilidad de los entornos rurales y urbanos.

Escasa formalización del empleo. La escasa formalización del empleo en mujeres hace alusión a que en sus respectivos trabajos no son remuneradas adecuadamente lo que conlleva a perjudicar el desarrollo profesional y ocupacional de las féminas en el mercado laboral. En efecto, sus derechos se ven vulnerados debido a la precariedad de sus actividades laborales y al no contar con un seguro social que permita lograr su estabilidad.

En ese marco, en el estudio realizado por Quispe (2023) determina que, en el Perú existen disparidades en torno al acceso a un empleo formal de calidad y a su vez, las condiciones con las que trabajan son inestables. Cabe añadir que, de la población femenina el 30%, laboran en la formalidad y solo tres de cada diez mujeres emplean su fuerza laboral en trabajos adecuados consecuentemente, trabajan bajo jornadas extenuantes que rondan las 35 o hasta más horas a la semana.

- *Causas generadoras de las condiciones socioeconómicas de las comerciantes*

Desigualdad laboral. Es un problema global que influye negativamente las condiciones de vida de las personas sobre todo quienes se encuentran en situaciones vulnerables y precarias en la sociedad. Desde luego, en el marco de la historia y de la coyuntura actual, en el mercado ocupacional, la mujer ha enfrentado una serie de circunstancias que les ha impedido obtener oportunidades en espacios de trabajo, puesto que, a menudo obtienen menos ingresos en comparación del hombre, por ello las barreras que enfrentan, limitan sus capacidades para desarrollarse económicamente, por lo cual, sus derechos se ven afectados ante la poca participación de acceder a un empleo de calidad.

Desde la perspectiva de Cedeño y Veliz (2023) en un estudio realizado, que evidencia la cantidad de personas que se dedican al comercio en la ciudad de Portoviejo, a través de encuestas aplicadas, se demostró que el 78% son mujeres las que realizan actividades comerciales debido a las pocas oportunidades de desenvolverse en otros espacios laborales, por esta razón, se direccionan a esta fuente de trabajo que les permite generar ingresos para mantener a sus familias, mientras que, en menor proporción con el 22% se constató que los hombres se dedican a la comercialización.

Por otro lado, la actividad comercial en muchos de los casos se vuelve una sobrecarga porque en ciertos núcleos familiares la mujer suele ser la principal proveedora y jefa del

hogar, por lo cual, se ve en la obligación de realizar dos ocupaciones, el trabajo doméstico y el comercio, por lo tanto, su bienestar físico y emocional puede verse afectada por el arduo esfuerzo y compromiso con sus familias.

Brecha salarial de género. Se refiere a la desigualdad marcada en los espacios laborales a causa de los ingresos que reciben, donde mayormente el hombre obtiene mayor beneficio económico que la mujer, pese a realizar las mismas actividades de trabajo. Según Véras et al. (2023) en Latinoamérica los ingresos que reciben las personas se han distribuido acorde a la edad, género y educación, pese a ello, ha tenido mayor impacto la disparidad salarial como, por ejemplo, en los trabajos informales la población masculina obtiene mayores ganancias en comparación de la femenina, restringiendo el acceso a mejores condiciones socioeconómicas, que perpetúan negativamente en las féminas.

Desde el punto de vista de Sánchez et al. (2021) en su estudio denominado “Discriminación y desigualdad salarial. Exploración de brechas por género en Ecuador” mencionan que, la brecha de salarios ha incidido negativamente en la situación socioeconómica de las mujeres, puesto que, en el año 2019 se marcó una diferencia de 52,80 dólares, siendo un nivel bajo de ingresos a comparación de los hombres. Ante esto, se ha evidenciado que la disparidad salarial de género influye en la calidad de vida de la población femenina, por lo cual, al seguir reflejándose la desigualdad, la mujer no podrá desenvolverse en otras áreas laborales.

Condiciones laborales. Son los elementos sustanciales que inciden en los espacios de trabajo, que hacen referencia a la infraestructura, el horario laboral, el salario, seguro social, entre otros, que permite el bienestar físico y emocional de las mujeres. En el ámbito comercial la mujer ha presentado varias dificultades en torno a la comercialización de sus productos, sintiéndose excluida en mucho de los casos, por las autoridades locales y la sociedad, en este sentido, Montoya (2010) manifiesta que “se evidencia el deterioro de condiciones laborales que las ubica en una doble situación de desventaja, pues afecta la realización del empleo y su consecuente goce del derecho al trabajo en condiciones dignas, justas e iguales” (pág. 270).

Las mujeres comerciantes al realizar sus actividades económicas en condiciones precarias, se ven afectadas en su integridad personal y su calidad de vida, por esta razón,

en ciertos casos el descontento social es evidente, dado que, no han sido tomadas en cuenta para mejorar su situación, e incluso, debido a eso se ven perjudicadas sus ventas, puesto que, la ciudadanía al visualizar el área con problemas, pueden tener dudas al comprar los productos que ofrecen al mercado.

Sobrecarga de trabajo doméstico femenino. Las mujeres por normas culturales de la sociedad se han enfocado en cuidados y quehaceres domésticos, no obstante, ante las situaciones de vulnerabilidad e inestabilidad económica las féminas, específicamente las que son jefas de hogar, se han visto en la necesidad de buscar fuentes de empleo para mantener a sus familias. Sin embargo, Andrade (2023) menciona que las féminas para cumplir con el cuidado de sus hogares prefieren buscar “empleos con menores salarios y jornadas reducidas en comparación con los hombres. Esto se debe a que las mujeres están dispuestas a obtener un menor ingreso a cambio de empleos con menos horas o flexibilidad en los horarios de trabajo”.

Desde la perspectiva de Vásconez (2012), en su estudio de caso sobre la protección social y el trabajo no remunerado indica que en el Ecuador el 83% de las mujeres que se dedican a las tareas domésticas tienen edades entre 15 a 45 años, de las cuales el 60% son madres de familia y el 20% son hijas, evidenciándose que el trabajo doméstico se distribuye dentro del núcleo familiar entre las féminas, y los hombres no contribuyen con estas labores, por lo cual, esto perpetúa las desigualdades entre ambos géneros, debido a que las responsabilidades del hogar limitan el desarrollo personal de la población femenina, afectando a su desempeño laboral.

Sin embargo, es preciso decir que, de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2019) citado por ONU Mujeres (2020) el porcentaje ha ido cambiando, puesto que el 85% de mujeres son las que realizan labores domésticas, mientras que el 40% de los hombres contribuyen en menor medida y de forma indirecta en el hogar, es decir, se encargan de comprar los insumos necesarios para el aseo y bienestar general de la familia.

- *Calidad de vida de las mujeres comerciantes*

Conceptualización de calidad de vida. Autores como Carrión y Reyes (2022) definen a la calidad de vida como un proceso amplio, complejo y dinámico en el bienestar del ser humano en el que se entrelazan una serie de características materiales y subjetivas, que llevan consigo cada persona en su entorno familiar y hasta qué punto, los recursos disponibles les permiten satisfacer por completo las necesidades básicas en sus etapas de desarrollo. En definitiva, alrededor de todo el mundo, este término presenta algunas distinciones, relacionadas principalmente con la satisfacción personal, la salud física, las emociones que refleja el estado de ánimo y las interacciones sociales que enriquecen el bienestar ciudadano.

Por otra parte, el término calidad de vida tiene su aparición después de la crisis e impactos producidos por la Segunda Guerra Mundial, es decir, que a partir de la década de los 60 y 70 diversos países del mundo se preocuparon por el bienestar de la sociedad enmarcado a los derechos civiles. Sin duda que, “la calidad de vida es un concepto complejo que refleja aspectos sociales e individuales -objetivos y subjetivos- y múltiples ámbitos como son el físico, el emocional, el educativo y el laboral” (Bautista, 2017, pág. 6).

En esa línea, el presente artículo se asocia con el bienestar que alcanza el ser humano a través del tiempo, pues, es un proceso que implica la incidencia de múltiples factores entre ellos, la satisfacción personal en cuanto al alcance y cobertura completa de los servicios básicos para lograr un estilo de vida saludable y a largo plazo. Por otro lado, el estudio también menciona que, en base al afecto, la autoestima y las emociones que recibe el individuo en la sociedad también son indispensables durante su ciclo vital.

Tipos de calidad de vida. Se relacionan con las condiciones que presenta el trabajo, los ingresos, la educación y el acceso a salud que tienen todas las personas, puesto que son derechos a los que todos deben ser partícipes sin importar el género, religión y cultura, permitiéndoles alcanzar un bienestar integral desde distintas dimensiones del individuo.

Calidad de vida laboral. Está ligada a la satisfacción personal que tiene el trabajador en torno a su empleo, por ello, esta dimensión comprende el bienestar emocional e individual de la persona, es decir, estar un entorno adecuado que favorezca los derechos de los trabajadores para que se encuentren comprometidos y enfocados en sus actividades.

Además, para lograr aquello, los ingresos deben ser buenos, estar en un ambiente armónico y existir medidas de protección social, para que el ciudadano alcance sus objetivos y metas sin necesidad de estar estresado en sus ocupaciones diarias. Respecto al tema López et al. (2021) hacen hincapié que:

En el presente estudio se considera la calidad de vida laboral que es un constructo multidimensional y tiene que ver con el bienestar de un trabajador. Por una parte, el desempeño laboral es la calidad con la que un trabajador realiza el trabajo que la organización le ha designado. (pág. 317)

En ese sentido un ambiente laboral seguro y saludable permite que los trabajadores rindan mejor, puesto que, al estar inmersos en condiciones adecuadas, las funciones que lleven a cabo serán ejecutadas de la mejor manera, sin embargo, si hay desgaste mental y físico, los derechos se ven vulnerados por lo que se verá expuesto a tratos injustos y desiguales que condicionan negativamente en su calidad de vida.

En relación al proyecto de investigación se puede mencionar que la calidad de vida laboral de las mujeres comerciantes no es la más satisfactoria dado que, se encuentran en un entorno inseguro, insalubre y en condiciones precarias lo que les impide alcanzar un mayor desarrollo personal, debido a que se han presentado pocos clientes en cada uno de los locales correspondientes.

Calidad de vida económica. Está ligada a los ingresos que recibe una persona a través de un empleo, el mismo que le permite acceder a servicios públicos como; la educación, salud, alimentación entre otros. Desde luego, que el trabajo es importante para la ciudadanía porque les permite acceder a un salario con la finalidad de satisfacer las necesidades individuales y colectivas en su proceso de desarrollo.

Calidad de vida social. Se refiere a las condiciones favorables que alcanzan las personas en su proceso de crecimiento y desarrollo, es decir, vivir en un entorno seguro e integral permitiéndoles fortalecer los vínculos sociales, sin importar la etnia, cultura o religión. Por ello, es un proceso muy dinámico y complejo que dependen de varios factores entre ellos, acceder a una educación de gran nivel, lograr el acceso a los servicios básicos y

participar activamente en la toma de decisiones comunitarias consolidando una mejor cohesión entre la ciudadanía.

- *Roles de género*

Los roles de género son las distinciones culturales que se han asignado a lo largo de la historia en relación al hombre y a la mujer. Es decir, son un conjunto de normas y valoraciones sociales que ha construido la sociedad, acorde a la forma de pensar, sentir y actuar que se distingue entre la población masculina y femenina por lo cual, este enfoque de estudio determina que tareas y responsabilidades pueden ser realizadas por los dos sexos teniendo en cuenta sus características físicas y biológicas.

En ese sentido, Perea et al. (2023) expresan en su estudio que el rol de género se ve influido por los estereotipos, así pues, históricamente la sociedad ha dimensionado que el hombre sobresale más que la mujer en cualquier tipo de actividad. Por lo tanto, se ve reflejado una gran desigualdad entre ambos sexos independientemente del área en el que se ocupen dado que, desde la antigüedad existía un sistema de dominación catalogado patriarcado.

Rol reproductivo. Hace referencia a las actividades cotidianas que se realizan en el hogar en donde mayormente son desarrolladas por las mujeres, de manera que, las responsabilidades que tiene cada persona de la familia se presentan en torno a una serie de normas culturales relacionadas al género. Este problema se lo caracteriza como la división sexual del trabajo, en el que se refleja que a través de la historia la mujer ha sido visualizada como la encargada de los quehaceres domésticos, la maternidad y el cuidado de sus hijos sin recibir nada a cambio (García & Carbonell, 2023).

En esa perspectiva, Bituga (2021) menciona en su artículo que estas diferencias que se dan entre ambos géneros, se remontan desde la infancia por esta razón, las niñas desde temprana edad no reciben una educación igualitaria en el hogar, porque a través del tiempo, al hombre es educado para realizar el trabajo y servir a la familia, mientras que, la mujer se encarga de la crianza de los hijos y las labores domésticas.

En definitiva, los dos autores hacen una comparación mencionando que el rol de la mujer, ha sido basado en la reproducción biológica, la crianza de los hijos y en realizar las actividades domésticas. En la actualidad, es preocupante aquello porque en muchos hogares las mujeres aún son relegadas y excluidas de otras funciones, por lo tanto, la desigualdad de género aún se ha mantenido y, pues, el hombre sigue encargándose del trabajo para llevar un sustento a su familia.

Rol productivo. Son las actividades que se realizan en el campo laboral con la finalidad de alcanzar un beneficio económico para la familia. En la historia, principalmente este papel ha sido desempeñado por el hombre, siendo el proveedor de los ingresos y suministros básicos de la casa. Sin embargo, en la actualidad en ciertos entornos familiares la mujer es quien trabaja e incluso es jefa de hogar, que, pese a que no concluyen con sus estudios en su proceso de formación académica, muchas de ellas se dedican a laborar en un empleo formal e informal con el propósito de mantener a sus hijos.

De acuerdo con Quezada et al. (2018) en su artículo expresan que “el espacio ganado por las mujeres en los diferentes ámbitos laborales es el producto de un recurrente desempeño exitoso; sin embargo, en la actualidad todavía existen múltiples barreras preconcebidas que limitan las aspiraciones profesionales de las mujeres” (pág. 111). En otras palabras, la población femenina se ha enfrentado a innumerables luchas y obstáculos en la sociedad con el objetivo de insertarse en el mercado laboral y obtener ingresos que le permitan mejorar su calidad de vida puesto que, en ciertos lugares de trabajo aún son discriminadas salarialmente y sexualmente.

Rol social. Se basa en las conductas y acciones que toman los seres humanos acorde a su religión, etnia y género, con el propósito de cumplir las responsabilidades, objetivos y tareas específicas en relación a la condición socioeconómica, cultural y profesional del individuo. En la mujer es muy importante este papel, porque le permite adoptar un comportamiento que le posibilite alcanzar una mayor participación en la actividad pública, académica y comunitaria logrando así, un entorno igualitario y de oportunidades.

- *Valorización de la mujer*

Actualmente se ha visto esfuerzos por fomentar la valorización de la mujer en el ámbito político, económico, social y cultural, de tal manera que se genere la equidad de género, en el que tanto los hombres como las féminas sean reconocidos por igual, ya que aportan responsabilidad, inteligencia, valentía y capacidad de ser autosuficiente ante el mundo. Sin embargo, Salinas et al. (2023) considera que “aunque exista ese derecho fundamental de igualdad del hombre y la mujer en un contexto jurídico, lo cierto es que la mujer sigue siendo víctima de desigualdades o discriminaciones” (pág. 336).

Desde la perspectiva de Cedeño et al. (2021) mencionan que en el área laboral las mujeres no han sido exentas de la exclusión del hombre, dado que se ha reflejado esta brecha cuando realizan convocatorias para contratar a nuevas personas en diferentes puestos de trabajo, en este caso, a las féminas las direccionan a cargos de secretaría en instituciones tanto públicos y privadas, debido a los requisitos limitantes que establecen en las organizaciones. Por esta razón, es importante valorizar a las mujeres porque de esta forma se puede combatir a las ideas patriarcales que aun predominan ciertos espacios laborales, lo que obstaculiza la igualdad de oportunidades entre ambos géneros.

- *Las mujeres y el comercio*

El comercio es un tipo de actividad socioeconómica que permite a las personas alcanzar una fuente de ingreso hacia sus hogares, a través del intercambio de productos, bienes y servicios entre el comerciante y el cliente. Es decir, que a medida que este tipo de trabajo se desarrolla representa en el mercado laboral una gran posibilidad para que los vendedores de escasos recursos puedan adquirir ganancias y con ello mejorar la calidad de vida del núcleo familiar en el que son parte.

Por otro lado, en la perspectiva de Gómez et al. (2022) mencionan que la actividad comercial que realizan las personas es de suma importancia para el crecimiento de las economías locales, puesto que, es considerado como un trabajo en el que se desarrolla la libre competencia entre otros comerciantes, con la finalidad de ofrecer a la ciudadanía productos de gran diversidad y de calidad, logrando así, el dinamismo económico. Asimismo, para que se aumente la producción de las prácticas comerciales, es fundamental que las autoridades prioricen la inversión de tal suerte que, se visualice un mayor número de emprendimientos.

Por lo tanto, mediante la inversión en el sector comercial los emprendedores lograrían mejorar sus negocios y con ello, obtener un buen capital que les permita alcanzar el bienestar personal y de su familia mejorando la calidad de vida de su entorno. Además, mediante el apoyo económico por parte de entidades financieras en conjunto con las instituciones del Estado, se alcanzaría la mejora de infraestructuras como; mercados, tiendas y ferias fortaleciendo al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de la sociedad.

Tipos de comercio. La tipología del comercio es la categorización de la actividad comercial en el que gran parte de personas concentran su atención y manera de trabajar acorde a los recursos humanos, financieros y al tiempo disponible que está a su alcance por ello, las siguientes formas de comercializar se dan de manera formal, informal, electrónico, mayorista y minorista.

Comercio formal. Es el tipo de actividad económica en el que se desarrolla de manera regulada y en el marco de lo que establece la ley de un determinado país. Es decir que se manifiesta en espacios y condiciones apropiadas durante su realización, para ello, las personas encargadas de ofrecer los productos o servicios, realizan una serie de permisos y licencias en el que se refleje el registro de los datos personales y generales del emprendimiento. Sin embargo, presenta sus desventajas, especialmente para la población de escasos recursos dado que, si en caso, su situación socioeconómica no es la más adecuada, pues, se ven en la obligación de laborar de manera ambulatoria ante la dificultad en no poder costearlo.

Por otra parte, desde la perspectiva de Quintero et al. (2021) expresan en su estudio realizado en Ocaña ciudad de Colombia que del 70% de los encuestados mencionaron que las personas que laboran informalmente generan una competencia desleal en contra de los comerciantes formales, puesto que, ellos no pagan una serie de tributos, servicios básicos, impuestos y arriendo. Además, otro problema es que los trabajadores formales al vender a precios más altos los productos tendrán menos ventas, ya que, inclusive el vendedor ambulante ofrece sus artículos hasta un 50% menos de lo que representa el valor real.

En ese sentido, pese a que el comercio formal se manifiesta de manera legal y con las autorizaciones pertinentes, presenta sus defectos, precisamente en la constante competencia que existe entre otros tipos de vendedores puesto que, los precios de los productos son más altos por tal motivo la ciudadanía prioriza lo más económico, por ello acuden a los comerciantes informales.

Comercio informal. Es un trabajo que se realiza de forma ilegal puesto que, no está regulada o registrada por parte del Estado de un país, más bien, se desarrolla en los diferentes espacios públicos de una ciudad como; en las calles y avenidas, canchas de recreación deportiva, mercados, ferias, entre otros. Por otro lado, las personas que desempeñan los trabajos informales se encuentran en una situación socioeconómica inestable y carecen de fuentes de empleo, por lo tanto, buscan la manera de subsistir económicamente a través de este tipo de ocupaciones, que pese a que no sean seguros ni generen un sueldo fijo, les va a permitir alcanzar recursos durante el transcurso de la jornada.

En efecto, autores como Sánchez et al. (2022) proponen en su artículo titulado “Informalidad laboral, pobreza monetaria y multidimensional en Bogotá y el Área Metropolitana” que la actividad informal es un problema que trasciende desde las estructuras sociales de un país, es decir, que debido a las limitadas oportunidades en el mercado laboral los trabajadores recurren hacia este tipo de actividades por necesidad y por llevar un sustento al hogar, a pesar de que reciben remuneraciones muy bajas y en condiciones desfavorables. En ese sentido, los comerciantes informales se ven expuestos a situaciones de vulnerabilidad económica y social ante los bajos salarios que reciben por día.

Sin embargo, de acuerdo a Calero et al. (2023) en su estudio denominado “Estudio de factores que influyen en el comercio informal y su impacto en la preferencia del consumidor” expresan que la ventaja de la actividad informal es que permite a la ciudadanía adquirir las mercancías en precios más baratos y con posibilidad de que existan descuentos, mientras que la desventaja, es que los productos pueden ser en ciertos casos robados o piratas. Desde luego, la informalidad y la piratería se relacionan dado que, al ser trabajos que no están registrados legalmente, como resultado se ofrecerán a la venta artículos que son de baja calidad y usados.

Además, en América Latina estos tipos de trabajo son muy visibles, a causa de la falta de oportunidades, la pobreza, la pobreza extrema, el desempleo y, a que la región es categorizada como la más desigual del mundo. Por ello, en el estudio de (Guzmán, 2023) manifiesta que en Latinoamérica el comercio informal se desarrolla en condiciones precarias, de hecho, el género que tiene mayor participación en la informalidad son las mujeres con el 50% reflejado en 11 de los 18 países en el que llevó a cabo la investigación, y quienes encabezan la lista son las siguientes naciones; Ecuador, Perú, Bolivia y Guatemala.

La perspectiva de la autora anterior es muy importante puesto que, aborda la realidad que llevan muchos países de América Latina con respecto al comercio informal, y es que ha sido la única alternativa que les ha permitido alcanzar ingresos a las personas de escasos recursos, más aún, a la población femenina que enfrentan innumerables obstáculos culturales y estructurales en la sociedad, por ende, la informalidad es una forma más flexible, para que la mujer labore en su negocio y su vez, pueda realizar otras ocupaciones relacionadas al núcleo familiar.

Comercio electrónico. El comercio electrónico es una alternativa para comprar y vender a través de diversas plataformas digitales, sitios web y tiendas online facilitándole al usuario adquirir cualquier tipo de producto o servicio, teniendo en cuenta que, para comercializar en línea se requiere del internet y el dispositivo tecnológico que permita la interacción social entre el comprador y el comerciante. En ese sentido, de acuerdo con León et al. (2023) manifiestan que “el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta clave para los emprendimientos, permitiéndoles llegar a un público más amplio y diverso sin restricciones de tiempo ni lugar” (pág. 469).

En los tiempos actuales el comercio electrónico es una de las alternativas que se ha expandido en el mercado global dado que, las redes sociales tales como; el WhatsApp, Facebook e Instagram son manejadas y utilizadas por personas de distintas edades para la comercialización en línea. Además, por la flexibilidad que representa este tipo de actividad comercial ha facilitado a que los emprendedores implementen estrategias de marketing publicitario con la finalidad de obtener más clientes, puesto que, sin importar el área geográfica en el que se comercialice, brinda oportunidades de trabajo a la sociedad.

Comercio mayorista. El comercio mayorista se basa en la venta de productos en gran proporción hacia otros negocios más pequeños, en donde la empresa encargada o el comerciante, almacena y distribuye bienes en gran escala. Quienes se encargan de realizar este tipo de actividad económica son los principales intermediarios de otros locales por lo cual, es un amplio proceso que incluye; personal de logística con el respectivo financiamiento para producir en mayor número al mercado laboral, sin embargo, puede impactar a las economías de los trabajadores minoristas ya que, los precios cambian.

Comercio minorista. El comercio minorista se manifiesta en la venta de productos o servicios por parte de los pequeños comerciantes o locales familiares con destino hacia el consumidor final, es decir, la interacción es más cercana con el usuario. De acuerdo a Cadena et al. (2023) mencionan que, “otro aspecto importante de la relación con el cliente en el comercio minorista, es la capacidad de ofrecer servicios personalizados, conveniencia y accesibilidad” (pág. 288).

Además, los minoristas juegan un papel importante en la economía puesto que, se encuentran en zonas rurales y urbanas teniendo en cuenta que, sus negocios pueden darse de manera informal o formal en el mercado. No obstante, para que se logre este proceso, el mayorista tiene un rol fundamental dado que, es uno de los intermediarios en torno a los alimentos procesados, frutas, hortalizas, libros, bisutería, ropa, electrodomésticos, cárnicos, entre otros, logrando así el dinamismo económico con los comerciantes al por menor.

Desde esa perspectiva el comercio minorista ofrece a la ciudadanía una diversa gama de productos o bienes en cantidades pequeñas, por esta razón, esta actividad comercial se refleja en las tiendas, las boutiques, las ferias, entre otros, que permite que el ciudadano de condiciones precarias pueda obtener un ingreso con la finalidad mantener a su familia. Mayormente en el mercado laboral existen comerciantes minoristas de género femenino muchas de ellas laboran desde diferentes edades, por lo tanto, se ven inmersas en estos tipos de ocupación con el propósito de llevar un sustento al hogar.

- *Indicadores de calidad de vida*

Los indicadores de calidad de vida son instrumentos de medición que, permiten extraer datos estadísticos a través de un ranking general respecto al desarrollo social y económico que alcanza un país anualmente. Cabe mencionar que estas mediciones son realizadas por diferentes organismos internacionales, que se encaminan a constatar que la población acceda a condiciones de vida más sostenibles, justas y favorecidas procurando la satisfacción completa de los derechos la ciudadanía. Por otro lado, Álvarez y Yanes (2021) en su artículo hacen alusión que “en países en desarrollo y desarrollados, los estudios sobre la calidad de vida y bienestar social se han convertido en una herramienta importante para la evaluación de políticas, la calificación de lugares, la planificación urbana, así como su gestión” (pág. 115).

En efecto, las autoras del artículo anteriormente mencionado, ratifican que la calidad de vida y sus índices conjugan un proceso complejo para medir el impacto positivo o negativo, en relación al desarrollo que alcance un país y su población respectiva. Es por ello que, en el estudio se menciona, que los instrumentos de medición, les han permitido a los diferentes países de la región y del mundo a conocer una serie de factores que van desde lo social, económico y cultural proyectando resultados finales de forma estadística y cualitativa, dependiendo del tipo de indicador, a su vez, propiciándoles una mejor planificación y desarrollo de la gestión pública en beneficio de la ciudadanía.

Índice de desarrollo humano. Es un indicador que mide el nivel de vida que han logrado los países anualmente, propuesta por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el año 1990. Su propósito de medición se basa hacia tres dimensiones como; la salud, la educación y el nivel de ingresos, es decir, que a través del tiempo se ha convertido en una herramienta esencial para abordar los desafíos globales y prioritarios de la sociedad en visión de alcanzar el bienestar y el progreso en las naciones.

En ese sentido, autores como Viveros et al. (2023) en su estudio “Desarrollo humano y agenda 2030 en Ecuador: sentidos sobre la praxis gerencial educativa y sus desafíos para el siglo XXI” proponen que el IDH, es un indicador importante para que las autoridades pertenecientes al sector público y de entidades privadas mejoren sus políticas con el propósito de lograr condiciones de bienestar más adecuadas para el individuo. Es decir que, en concreto, se manifiesta como un enfoque de crecimiento enmarcado hacia una

calidad de vida óptima en todas las personas tomando en cuenta, las demás aristas que conjugan la sociedad hacia un entorno sostenible y próspero.

Por otra parte, autores como Tezanos et al. (2013) exponen en su libro titulado “Desarrollo humano, pobreza y desigualdades” que el desarrollo de los seres humanos es un proceso dinámico, puesto que, se requiere que los países fomenten políticas públicas integrales y participativas que contribuyan al empoderamiento y crecimiento continuo de las personas en cualquier ámbito, sin importar la nacionalidad, religión, etnia, condición física o mental. Por lo tanto, el IDH es un indicador amplio que representa los numerosos desafíos y retos de las naciones, en perspectiva de la implementación de nuevas medidas gubernamentales procurando el bienestar de la ciudadanía.

Cabe mencionar que las dos posturas de los autores anteriormente mencionados se preocupan por la incidencia del índice de desarrollo humano (IDH) en los países, debido a que, es un indicador que permite evaluar la calidad de vida y el progreso social en la población, desde luego, también aborda una serie de retos en los gobiernos de turno para llevar a cabo una adecuada planificación de las políticas, mejorando las condiciones materiales y emocionales de las personas.

Índice de progreso social. La conceptualización de este instrumento se basa a través de tres dimensiones prioritarias, en primer lugar, en las necesidades básicas de los seres humanos: el agua potable, vivienda, alimentación; en segundo lugar, en los fundamentos del bienestar: esto incluye el acceso a la información, salud, educación y vivir en un medio ambiente saludable; finalmente, las oportunidades: ligada al cumplimiento de los derechos, inclusión y la libertad. Por otro lado, la génesis del índice de progreso social (IPS) se manifiesta en el año 2010 cuando un grupo de dirigentes de diversos países se reunieron con el propósito de establecer un indicador para medir el nivel de desarrollo que tiene un país.

Desde la posición de Arancibia et al. (2017) mencionan que en los resultados del Ecuador sobre el índice de progreso social (IPS), a nivel mundial alcanza el lugar 51 de 133 países que son parte de este indicador de evaluación, es decir que el desempeño que ocupa es medio-alto. El estudio señala que en el país aún persisten desigualdades entre la clase

pobre y alta por lo que, frente a este suceso es fundamental la implementación de políticas que promuevan la inclusión para alcanzar el beneficio colectivo.

- *Dimensiones de calidad de vida.*

La calidad de vida comprende algunas dimensiones que permite evaluar si las condiciones de los seres humanos son las más óptimas para su desarrollo, en este estudio se considera importante analizar las siguientes perspectivas:

Inclusión social. Es una práctica de valores que se enmarca a la integración de las personas en la sociedad, es decir, entre grupos vulnerables, culturales y sociales que se vinculan en la cotidianidad, indistintamente de su idioma, género, costumbre, situación socioeconómica, entre otros, fomentando así, la eliminación de estereotipos e ideas discriminatorias que impiden el fortalecimiento de la cohesión social. Asimismo, Sandoval (2016) expresa que “se parte del supuesto de que las personas a ser incluidas socialmente están en la sociedad y participan y mantienen diferentes interacciones y transacciones con otros individuos, con diferentes grupos, diferentes organizaciones e instituciones” (pág. 85).

Por otro lado, cabe mencionar que las mujeres son las más excluidas en Latinoamérica tanto por sus condiciones de vida como por sus raíces étnicas, estado de migración, y más factores más que fomenta su relegamiento de la sociedad, en ese marco Moreno y Anderson (2011) consideran que “la exclusión de las mujeres es una cuestión multidimensional que contribuye a precarizar su inserción y actuación en los ámbitos económicos sociales y políticos, afectando la posibilidad de influir en los sistemas y participación política” (pág. 169).

Desarrollo personal. Es un conjunto de acciones que contribuyen a la evolución de los seres humanos en cuanto a su autorrealización en el ámbito social, profesional, laboral, emocional y física, permitiéndoles alcanzar sus objetivos a futuro. Asimismo, Arias et al. (2008) mencionan que, durante este proceso se presentan obstáculos para llegar a la meta fijada, por esta razón, la sociedad está en constante cambio, porque en cada fase que logran cumplir van conociendo las limitaciones, habilidades o destrezas que cada uno

tiene, en el contexto que se encuentre, de esta forma, al reconocerlo se podrá obtener la calidad de vida deseada.

Además, el desarrollo personal induce a un recorrido de autodescubrimiento de las personas, llevándolos a conocer otros rumbos que los direccionen al éxito anhelado de acuerdo a sus propósitos, por tal motivo, es esencial que los seres humanos tengan planteado sus objetivos que los encaminen a conseguir el bienestar social y la autorrealización individual. En relación a lo mencionado, Covey (2003) enuncia que, la meta “identifica el lugar en el que uno quiere estar, y mientras tanto ayuda a determinar dónde se encuentra uno. Proporciona información importante sobre cómo llegar, y nos dice que hemos llegado, cuando llega el momento” (pág. 82).

Por otro lado, en torno al proyecto de investigación, las mujeres al ser relegadas de varios espacios y oportunidades laborales están expuestas a no alcanzar su desarrollo personal, tomando en cuenta varios factores que influyen en ella, como su formación académica, su situación económica o su cultura, limitándolas en su crecimiento pleno y capacidad de toma de decisiones.

Bienestar emocional. Es el estado de equilibrio de cada persona referente a sus pensamientos, emociones y sentimientos que surgen dependiendo de las necesidades o situaciones momentáneas; es fundamental que los individuos reconozcan cómo se sienten para mantener un autocontrol sobre aquello, dado que, puede incidir en el estado mental y verse afectado en su estilo de vida.

De acuerdo al tema de estudio, las mujeres comerciantes se encuentran en inestabilidad emocional a causa de las pocas ventas de sus productos, puesto que, al no tener ingresos su situación socioeconómica cada vez empeora, al igual que la de sus familias, ocasionándoles un gran estrés, ante la búsqueda de una adecuada estabilidad económica y por la doble jornada laboral que realizan, que repercuten a diario en su bienestar emocional.

Bienestar laboral. Es el estado de satisfacción laboral en el que se encuentran los trabajadores, es decir, se encuentran conformes en el área de trabajo donde se desarrollan sus actividades o negocios, tomando en cuenta aspecto como, las medidas de seguridad,

condiciones adecuadas, bienestar emocional, y salud física, al cumplir con todo ello, refleja que están en espacios de trabajo apropiados. En este sentido, Cáceres et al. expresa que bienestar laboral (2023) “se entiende como un procedimiento continuo, dirigido a establecer, conservar y optimar las condiciones del trabajador, a fin de generar entornos saludables y agradables, teniendo en cuenta la relación con el ambiente familiar y social y con el bienestar personal” (pág. 97).

Los entornos de trabajos seguros es un derecho sustancial de los trabajadores, dado que, contribuye al bienestar integral y rendimiento de productividad en sus negocios. En el caso del mercado La Granja, las comerciantes no presentan estas condiciones requeridas, por lo cual, muestran insatisfacción laboral ante la limitada intervención de las autoridades locales. Es importante destacar que, según la OMS, las trabajadoras que se dedican al comercio informal, laboran en condiciones precarias e inseguras, y en un horario que traspasa el límite de horas de carga laboral, debido a la ausencia de ingresos en sus negocios, por lo que esto ha generado tensión y estrés laboral en las comerciantes.

Por otro lado, es necesario destacar que al no controlar el nivel de estrés laboral pueden desarrollarse enfermedades problemas cardiacos, fatiga, ansiedad, frustración, dificultades de la memoria, dolores de cabeza entre otras más, que inciden significativamente en el rendimiento productivo de las féminas, por esta razón, ciertos negocios se han visto en la obligación de cerrarlos por completo ante la inestabilidad laboral y emocional que presentan.

- *Factores que influyen en la calidad de vida*

La calidad de vida es el bienestar de las personas, incidida por diversos factores tanto en el ámbito social, cultural, económico y laboral, que, dependiendo de las situaciones individuales, se puede considerar si se está logrando un desarrollo pleno o si las condiciones son carentes.

Factores sociales. Los factores sociales son diversos elementos que se asimilan de forma colectiva e individual, que fortalecen al estilo de vida de las personas. Entre ellos, se encuentra la educación, las interacciones sociales que existen dentro del entorno familiar

y externa a ella, asimismo, las formas de comunicarse son sustanciales en el desarrollo social de los individuos y el desenvolvimiento eficiente en el mercado laboral.

Factores económicos. Pueden ser entendidos como variables o indicadores que hacen referencia a los ingresos y estabilidad financiera de los seres humanos que les permite mantener una calidad de vida adecuada, sin embargo, en ella influye ciertos aspectos que pueden cambiar su economía, como las inversiones que se realicen en su negocio, en su salud, y en su formación académica, en esa perspectiva los recursos son importantes para que el individuo alcance un goce completo de los derechos humanos.

Factores culturales. Son componentes que engloban aspectos culturales como costumbres, creencias, normas, ideologías, raíces étnicas, idiomas que se adaptan en cada grupo social y que se van transmitiendo al resto generaciones, con la finalidad de mantener la esencia de una identidad cultural que sea única ante el resto de la sociedad, pero que, a su vez, sean incluidos en ella para vivir de forma plena y armónica.

- *Estrategias implementadas por autoridades a las mujeres comerciantes*

A lo largo de la historia, se han presentado diversas estrategias en torno a la actividad comercial, es por ello que Rosales et al. (2023) mencionan en su artículo, que México ha sido un claro ejemplo puesto que, mediante del Reglamento de Mercados establecido en 1951 se tuvo previsto mejorar la gestión del comercio a través de la intervención del Estado, teniendo en cuenta la situación laboral e higiene del sitio, los horarios en los que trabajaban los emprendedores y verificar qué esté suscrito legalmente cada trabajo empleado por las personas. En resumen, planificar y regular correctamente este tipo de prácticas comerciales, contribuye a que, las condiciones de los espacios públicos sean más adecuados y organizados, asimismo, que los productos ofrecidos sean de calidad alcanzando mayor aprobación y adquisición por los clientes.

Por otra parte, Conde, et. al, (2022) en un estudio que se realizó en la ciudad de Portoviejo, se evidenció que el GAD Municipal estableció estrategias de reactivación económica para generar asesoramiento financiero a los comerciantes, con el propósito de que tengan mayor conocimiento sobre el control de las transacciones comerciales, ingresos o costos, elaboración de plan de negocios, y las formas de realizar marketing en épocas de crisis

económica así como, la emergencia sanitaria del COVID-19 suscitada en el año 2020 en el Ecuador, permitiendo así, que los emprendimientos tengan sostenibilidad y rentabilidad para mejorar la calidad de vida de los emprendedores.

Según la perspectiva de los autores, las estrategias que se han propuesto por las diferentes autoridades mejoraron en cierta parte las condiciones socioeconómicas de los comerciantes, sin embargo, en la actualidad se ha reflejado una gran competencia entre distintos negocios por lo cual, los municipios deben establecer políticas públicas en función de regular de los espacios comerciales y mejorar el entorno de los mercados para alcanzar situaciones económicas más favorables y satisfactorias en la sociedad.

Por otro lado, en el contexto de estudio del mercado La Granja las autoridades locales no se han propuesto políticas públicas u ordenanzas que mejoren las condiciones socioeconómicas y laborales de las mujeres comerciantes, afectando directamente a la calidad de vida de sus familias dando paso a situaciones de pobreza y pobreza extrema, ante esto, las personas han mostrado una postura de rechazo y descontento por la deficiente gestión y exclusión de los gobernantes de la ciudad de Machala, ocasionando que el lugar donde realizan sus actividades comerciales sean inadecuadas, perjudicando en el nivel de ventas de sus productos.

En la investigación realizada por Cassab y Mayorca (2018) expresan que para que las mujeres comerciantes mejoren sus ingresos, es fundamental que se realicen capacitaciones en relación a estrategias de mercado con la finalidad de alcanzar un mejor servicio y atención al cliente. Además, la preparación en torno a la utilización de plataformas digitales es indispensable para que se adapten a las nuevas necesidades que tiene la sociedad del siglo XXI, es decir, buscar la forma para satisfacer por completo al comprador de tal suerte que, el aporte femenino en la actividad comercial obtenga un mayor reconocimiento y beneficio económico, elevando un nivel de vida adecuado.

- *Voluntad política de autoridades*

La voluntad política se vincula a la responsabilidad y compromiso de los políticos para tomar decisiones que contribuyan en el bienestar de los ciudadanos, es decir, que, a través de la identificación de las necesidades del sector, se puede plantear estrategias para

mejorar la situación de la población, de esta manera se evidencia la intervención política. Desde esta perspectiva, se puede mencionar que “el principio de responsabilidad política debe entenderse en tanto es una concepción ética que ejerce un deber vinculante frente a los ciudadanos” (Mazuera, 2015, pág. 259), en otras palabras, los actores políticos deben ser responsables ante las gestiones o acciones realizadas para el beneficio de la ciudadanía.

Además, la voluntad política hace alusión a las capacidades del gobierno para minimizar las problemáticas sociales que afectan al colectivo, por ejemplo, contextualizando el mercado La Granja, los actores políticos analizan el sitio para identificar las necesidades requeridas por las comerciantes, seguidamente, establecen propuestas o plantean iniciativas para que las féminas puedan mejorar su situación, para ello, es importante la transparencia en cada acción realizada para mejorar la calidad de vida de las trabajadoras. Sin embargo, las intervenciones políticas han sido escasas, por tal razón, las féminas han mostrado descontento social por la poca participación de representantes municipales.

1.5.2 Normativa legal relacionada con el problema. La investigación está vinculada con las siguientes normativas legales del Ecuador; Constitución de la República del Ecuador 2008, Código de Comercio, Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y el Plan Nacional de Desarrollo 2024-2025 las mismas que abordan la situación comercial de las mujeres y sus derechos, en función de alcanzar una adecuada calidad de vida en la sociedad.

1.5.2.1 Constitución de la República del Ecuador 2008. De acuerdo a la normativa legal de la Constitución se destaca los siguientes artículos relacionados al comercio y a la mujer:

Capítulo primero, principios generales

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.

3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008, pág. 142)

Capítulo sexto, trabajo y producción

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008, pág. 160)

Sección tercera, formas de trabajo y su retribución

Art. 331.- El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo.

Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades. Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008, pág. 164)

Sección quinta, intercambios económicos y comercio justo

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los

mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008, pág. 166)

1.5.2.2 Código de Comercio. El Código de comercio explica en los siguientes artículos que:

Disposiciones preliminares

Art. 2.- Son comerciantes:

- a) Las personas naturales que, teniendo capacidad legal para contratar, hacen del comercio su ocupación habitual;
- b) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y,
- c) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio, según la normativa legal que regule su funcionamiento. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019, pág. 3)

Libro primero de la actividad mercantil y de los actos de comercio en general

Art. 7.- Se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019, pág. 4)

Capítulo primero los comerciantes o empresarios

Art. 12.- Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en cualquiera de los siguientes casos:

- a) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto al público; o,
- b) Cuando se anuncie al público como comerciante o mediante la oferta de bienes o servicios, por cualquier medio. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019, pág. 5)

1.5.2.3 *Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. De acuerdo a esta ley, se pueden resaltar los siguientes artículos:

Capítulo I el objeto y ámbito

Art. 1.- Objeto.- El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011, pág. 4)

Sección 5 De las prácticas desleales

Art. 26.- Prohibición. - Quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de la presente Ley, los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011, pág. 13)

1.5.2.4 *Plan Nacional de Desarrollo 2024-2025*. La investigación se vincula a los siguientes ejes, objetivos, políticas y metas:

Eje social

Objetivo 1: Mejorar las condiciones de vida de la población de forma integral, promoviendo el acceso equitativo a salud, vivienda y bienestar social.

Política 1.2: Garantizar la inclusión social de las personas y grupos de atención prioritaria durante su ciclo de vida.

Estrategia: a. Potenciar los programas y servicios de protección especial de cuidado y atención integral a las personas y grupos de atención prioritaria.

Metas:

1. Reducir la tasa de pobreza extrema por ingresos del 9,81% en el año 2023 a 9,12% al 2025.

2. Reducir la tasa de pobreza por necesidades básicas insatisfechas del 30,84% en el año 2023 al 30,11% al 2025. (Consejo Nacional de Planificación, 2024, págs. 81-84)

Eje desarrollo económico

Objetivo 6: Incentivar la generación de empleo digno

Política 6.1: Fomentar las oportunidades de empleo digno de manera inclusiva garantizando el cumplimiento de derechos laborales.

Estrategia b. Fortalecer las acciones de control a las partes involucradas para verificar el cumplimiento de los derechos laborales.

Meta 1: Aumentar la tasa de empleo adecuado (15 años y más) de 34,41% en el año 2022 a 39,09% al 2025.

Política 6.5 Garantizar la igualdad de remuneración y/o retribución económica entre hombres y mujeres por un trabajo de igual valor.

Estrategia: a. Implementar normativa secundaria para reforzar el cumplimiento de obligaciones sobre retribución económica entre hombres y mujeres por un trabajo de igual valor.

Metas:

5. Reducir la brecha de empleo adecuado entre hombres y mujeres (15 y más años de edad) de 32,53% en el año 2022 a 28,80% al 2025.

6. Reducir la brecha salarial entre hombres y mujeres de 19,23% en el año 2022 a 18,17% al 2025. (Consejo Nacional de Planificación, 2024, págs. 117-119)

Eje Infraestructura, Energía y Medio Ambiente

Objetivo 8: Impulsar la conectividad como fuente de desarrollo y crecimiento económico y sostenible.

Política 8.1: Mejorar la conectividad digital y el acceso a nuevas tecnologías para la población.

Estrategias: b. Aumentar la cobertura de fibra óptica en el país.

2. Incrementar el porcentaje de parroquias rurales y cabeceras cantonales con presencia del servicio de internet fijo a través de enlaces de fibra óptica de 75,82% en el año 2022 a 86,79% al 2025. (Consejo Nacional de Planificación, 2024, págs. 137-139)

1.5.3 Enfoque epistemológico del proceso diagnóstico. Para el desarrollo de la investigación se aplicó el enfoque empírico-inductivo puesto que, el proceso metodológico consta de observar y recopilar la información de forma empírica, es decir, acudiendo al lugar de estudio para obtener datos sobre la realidad social del contexto en específico, partiendo de premisas desde lo particular a lo general.

Asimismo, se utilizó el enfoque hipotético deductivo para comprobar que las hipótesis planteadas en la investigación son ciertas o falsables, a partir de ello, se pudo constatar que lo planteado tiene el rigor científico suficiente, para contrarrestar los sesgos y garantizar que la información obtenida sea de calidad.

1.6 Descripción del proceso diagnóstico

1.6.1 Tipo de investigación. La investigación fue de tipo básica, dado que se basó en la generación de conocimientos teóricos, con la finalidad de comprender y enriquecer al proceso de estudio aportando con nuevas ideas y principios fundamentales que se obtiene en el contexto en específico. Es decir, que permitió determinar en qué condiciones socioeconómicas viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja de la ciudad de Machala y que factores han incidido negativamente en su calidad de vida.

De acuerdo con Ballestín y Fábregues (2019) citado por Vizcaíno et al. (2023) mencionan que “el principal objetivo de este tipo de investigación es comprender los fenómenos naturales o sociales, descubrir principios generales y establecer teorías” (pág. 9736). En otras palabras, permite profundizar en la situación o problema, a partir de una serie de premisas que se obtienen en el transcurso del estudio.

Por ello, en el caso del mercado La Granja, la investigación básica se orientó a proporcionar un análisis riguroso sobre las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes, las características de su situación y el impacto negativo que ha

afectado a su calidad de vida, logrando así, garantizar información precisa y detallada respecto al problema para que las autoridades locales intervengan a tiempo en la realidad social y económica de las féminas.

1.6.1.1 Diseño metodológico. El estudio fue no experimental debido a que las variables no serán manipuladas o alteradas, es decir, que el rol de los investigadores se basa en observar y analizar los problemas sociales, con el propósito de comprender las situaciones o comportamientos de manera directa, que se lleven a cabo en el contexto natural permitiendo así, obtener información relevante sobre los hechos, llegando a las conclusiones respectivas del mismo.

1.6.1.2 Alcance de la investigación. La investigación que se utilizó fue la descriptiva, porque permitió analizar la realidad social del objeto de estudio que en este caso son las mujeres comerciantes del mercado La Granja. Este tipo de estudio es esencial porque profundiza en los fenómenos sociales tal como se los presenta sin alterar sus premisas, estableciendo una base sólida de información sobre los factores que han incidido en el objeto de estudio principal, siendo este, la calidad de vida de las féminas.

1.6.1.3 Características de la investigación. El estudio empleó una investigación diagnóstica debido a que se encamina a identificar las causas de la realidad de la población objetivo, permitiendo comprender las razones de la situación socioeconómica por la que están atravesando las mujeres comerciantes del mercado La Granja. Por lo que, mediante este análisis se puede tomar mejores decisiones que contribuyen a contrarrestar el problema social y mejorar la calidad de vida de la población femenina que desarrollan actividades comerciales.

Por otro lado, una vez identificado y diagnosticado el problema de estudio se utilizó la investigación propositiva, dado que, permite plantear propuestas o estrategias de intervención efectiva, de tal manera que, sean llevadas a la práctica, acorde a las necesidades del contexto de estudio, aportando así, al cambio de las condiciones socioeconómicas y estilo de vida de las comerciantes.

1.6.2 Enfoque metodológico del proceso diagnóstico. El enfoque metodológico de la investigación fue mixto, puesto que, se aplicaron técnicas cuantitativas como las

encuestas y las entrevistas relacionadas al proceso cualitativo, de este modo se obtuvo una visión más amplia de la realidad de estudio, mediante la obtención de datos más precisos y detallados. Desde esta perspectiva, Hernández et al. (2010) establecen que el enfoque mixto “ayuda a formular el planteamiento del problema con mayor claridad, produce datos más “ricos” y variados, potencia la creatividad teórica, apoya con mayor solidez las inferencias científicas, y permite una mejor “exploración” de los datos” (pág. 594).

1.6.2.1 Métodos de investigación. Los métodos de investigación que sirvieron de base para profundizar en el estudio son:

- El método inductivo, que permitió comprender el fenómeno de estudio de lo particular a lo general partiendo de las observaciones y recolecciones de datos empíricos sobre los hechos, sucesos y patrones que influyen en el problema, logrando así, determinar conclusiones generales que se acontecen en el contexto.
- Así mismo se aplicó el método deductivo debido a que está centrado en el análisis de la información, iniciando de lo general a lo particular, comprendiendo las relaciones de causa-efecto del objeto de estudio, mediante la validez de las hipótesis y teorías establecidas las mismas que, son refutadas por medio de la recopilación de los hechos y datos de la problemática, contribuyendo de manera significativa al conocimiento científico.
- Adicionalmente, se utilizó el método analítico ya que analiza de manera detallada cada elemento, componente y característica vinculada al tema de investigación, desglosándolo en partes pequeñas e independientes el objeto de estudio, brindando una mayor comprensión de los comportamientos y sucesos para identificar los factores causales incidentes en la problemática.
- Se aplicó el método sintético, puesto que, permite integrar cada elemento e información previamente recolectada, generando un aporte completo y holístico del objeto de estudio, puesto que, su orientación es de estructurar las categorías y principios que engloban el problema, para construir un conocimiento científico más estructurado abarcando una exploración más rigurosa e integral de los hechos.

1.6.2.2 *Técnicas e instrumentos de investigación.* Las técnicas de investigación que se utilizaron durante el proceso de recolección de datos son las siguientes:

- *Observación (guía de observación).* Esta técnica, permitió observar detalladamente el objeto de estudio, con la finalidad de procesar la información que inciden en el entorno en el que se llevará a cabo la investigación.
- *Encuesta (cuestionario).* Para el proceso de recopilación de datos se utilizó la encuesta, donde las preguntas que se desarrollaron fueron de carácter estructurado las mismas que fueron aplicadas a las mujeres comerciantes del mercado La Granja de la ciudad de Machala con el objetivo de profundizar en qué condiciones socioeconómicas viven actualmente las féminas y que factores negativos han incidido en la realización de sus actividades.
- *Entrevista (guía de entrevista semiestructurada).* Este instrumento sirvió de base para obtener respuestas diversas como, la representante de los dirigentes del mercado La Granja y de las autoridades locales municipales de Machala, verificando si se han establecido estrategias de regulación comercial en el mercado La Granja y si se ha priorizado la calidad de vida de las mujeres.

1.6.2.3 *Unidades de investigación*

- Las unidades de investigación lo constituyen las 600 mujeres que realizan sus actividades comerciales en el mercado La Granja.
- Autoridades locales municipales conformadas por el alcalde, la vicealcaldesa, director administrativo de la Red de Mercados y la dirigente de la Asociación de minoristas 18 de Enero, que tienen incidencia en el objeto de estudio.

1.6.2.4 *Universo y muestra.* El universo de investigación está constituido por 600 mujeres comerciantes que laboran en el mercado La Granja de la ciudad de Machala, debido a que la población es numerosa, por lo tanto, se procedió a calcular una muestra representativa, cuyo efecto se aplicó la siguiente fórmula matemática.

Formula:

$$n = \frac{N}{1 + \left(\frac{E}{100}\right)^2 \times N}$$

Datos:

N = Universo

N = 600

n = Tamaño de la muestra

n = ?

1 = Constante

1 = Constante

E = margen de error admisible (3-7%)

E = 5%

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{600}{1 + \left(\frac{5}{100}\right)^2 \times 600}$$

$$n = \frac{600}{1 + (0,05)^2 \times 600}$$

$$n = \frac{600}{1 + (0,05)^2 \times 600}$$

$$n = \frac{600}{1 + (0,0025) \times 600}$$

$$n = \frac{600}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{600}{2,5}$$

$$n = 240$$

1.6.3 Análisis del contexto. La investigación se realizó en las instalaciones del mercado La Granja ubicado en la ciudad de Machala en las calles Av. Guabo entre Boyacá Pasaje 10ma oeste y carrera 8va oeste. Presentando aproximadamente una distancia de 2km al suroeste del centro de la “Capital Bananera del Mundo”.

Históricamente el mercado La Granja se denominaba “Granja La Octubrina” fundada alrededor del siglo XX. La misma que fue construida con el propósito de fortalecer la producción agrícola y el intercambio de conocimientos a los estudiantes del Colegio de

Bachillerato Nueve de Octubre quienes asistían con la finalidad de aprender prácticas de cultivo en torno al banano y a otros productos. Antiguamente, fue un lugar muy fructífero para la formación académica dado que, los alumnos de la unidad educativa, tenían que trasladarse hacia el sitio para conocer y aprender nuevas experiencias para su formación.

Por otra parte, el mercado La Granja fue creado en mayo del 2021 fecha en la que se realizaron las instalaciones y se dividieron los espacios para que trabajen los comerciantes, laborando en la actualidad alrededor de más de 1000 trabajadores, en donde venden una gama diversa de productos entre ellos, cárnicos, frutas, hortalizas, alimentos procesados, entre otros. Es por ello que con el paso del tiempo y a raíz del crecimiento urbano de la ciudad de Machala, muchas personas pertenecientes a esta zona se han dedicado a las actividades comerciales para alcanzar un sustento hacia sus hogares.

1.7 Resultados de la investigación empírica

Los resultados de la investigación de campo fueron obtenidos mediante las encuestas realizadas a 240 mujeres comerciantes del mercado La Granja. Además, de las entrevistas dirigidas a la presidenta de la Asociación de comerciantes minoristas 18 de enero y a funcionarios del GAD Municipal de Machala, es decir, al alcalde, vicealcaldesa y director administrativo de la red de mercados, de la misma manera, una guía de observación cuyo propósito se enmarcó al análisis e interpretación de los hechos que suscitan en el objeto de estudio.

1.7.1 Resultados de la encuesta. Los resultados de la investigación de la encuesta se aplicaron en las fechas del 22 al 27 de noviembre del 2024, desglosadas en cuatro secciones en base a los objetivos específicos, abordando 22 preguntas, sobre las características y condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes.

1.7.1.1 Datos generales de las encuestadas

- *Edad de las encuestadas.* Hace referencia a las diversas etapas de vida de la población que alcanzan durante su desarrollo, las cuales inician a partir del nacimiento hasta el momento presente.

Cuadro N° 1. Edad de las comerciantes

Edad de las comerciantes	N°	%
Menos de 19 años	20	8%
20 a 30 años	38	16%
31 a 40 años	40	17%
41 a 50 años	58	24%
51 a 60 años	40	17%
61 años en adelante	44	18%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

De acuerdo al rango de edad de la población encuestada, la mayor parte de las mujeres comerciantes tienen edades entre los 41 a 50 años correspondientes al 24%, en tanto que, un grupo de 61 años en adelante representa al 18%, desde luego, esta cifra engloba a trabajadoras de edades más avanzadas en donde incluso muchas de ellas, son consideradas adultas mayores. Por otra parte, se evidenció que dos grupos de féminas con edades de 31 a 40 años y 51 a 60 años tienen el mismo dato porcentual, equivalente al 17%. Asimismo, las comerciantes que oscilan entre los 20 a 30 años constituyen el 16%, finalmente, quiénes tienen menos de 19 años pertenecen al 8%.

Por lo cual, conforme a los resultados se manifiesta que la participación femenina en el comercio se da desde diferentes edades, es decir, desde menores de 19 años hasta la población más longeva que son las de 61 años en adelante. Lo que significa que, las mujeres más jóvenes que trabajan en los negocios ayudan económicamente a sus familias en donde en muchos de los casos este tipo de trabajos se refleja como una tradición familiar.

Por otro lado, las trabajadoras de edad más avanzada tienden representar desafíos y mayor desgaste físico ante la necesidad de mejorar sus ingresos. Y, la mayoría de la población fémina de 41 a 50 años que se dedica a la actividad comercial es debido a la falta de oportunidades en el mercado laboral llevando consigo mayor segregación ocupacional de la mujer en empleos formales.

1.7.1.2 Características socioeconómicas presentadas en las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala.

- *Nivel de estudios.* Es la preparación académica que ha logrado obtener una persona durante su instancia en el sistema educativo. Además, en el nivel de estudios se abordan los conocimientos, habilidades y competencias alcanzadas, fundamentales para la incorporación de actividades laborales en el futuro.

Cuadro N° 2. Nivel de estudios de las comerciantes

Nivel de estudios de las comerciantes	N°	%
Primaria	125	52%
Secundaria	112	47%
Universitario	3	1%
Postgrado	0	0%
Educación artesanal	0	0%
Ninguno	0	0%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa <i>Elaboración:</i> Los Autores		

En relación a esta variable, los datos obtenidos indican que el 52% de las comerciantes han alcanzado una educación primaria. Por su parte, el 47% representan a la población con educación secundaria, mientras que el 1% tiene educación universitaria, sin embargo, es importante mencionar que ningún segmento poblacional de mujeres constan con títulos de postgrado y educación artesanal.

En definitiva, la mayoría de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, cuentan con educación primaria, lo que representa un gran desafío para que desempeñen actividades laborales en el sector formal, puesto que, al no contar con la formación académica necesaria, se ven forzadas a dedicarse a las actividades comerciales, ante la necesidad de obtener ingresos que contribuyan al hogar. Por lo cual, en estas instancias la intervención del Estado es fundamental para garantizar la inclusión y la equidad de género.

Es decir, que existe una gran brecha estructural y cultural en el área de la educación que desfavorece su situación socioeconómica. Además, pese a que un grupo menor de mujeres

cuentan con educación secundaria y universitaria, sin embargo, han priorizado a la actividad comercial en respuesta a la situación de pobreza y pobreza extrema que viven diariamente, lo cual, al no poder costear todos sus niveles de estudio, es una limitante para su desarrollo personal y profesional.

- *Condiciones laborales.* Se refiere a las características del espacio de trabajo en el que desempeñan la actividad laboral las personas, en donde se incluye los aspectos materiales, físicos y sanitarios del entorno que inciden en la calidad de vida de los trabajadores

Cuadro N° 3. Condiciones del espacio de trabajo

Condiciones del espacio de trabajo	N°	%
Están en condiciones adecuadas	0	0%
Están en condiciones regulares, podrían mejorar	108	45%
Están en malas condiciones, necesitan mejoras urgentes	119	50%
No estoy segura	13	5%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

Respecto a las condiciones del espacio de trabajo de las comerciantes de La Granja, el 50% de las mujeres indicaron que están en malas condiciones y que necesitan mejoras urgentes, por otra parte, el 45% de las encuestadas hacen alusión a que la infraestructura de este mercado está en condiciones regulares y que podrían mejorar. No obstante, el 5% tienen desconocimiento de la actual situación laboral de este entorno.

Por lo expuesto, los resultados indican que ninguna mujer comerciante considera que su espacio de trabajo se encuentra en buenas condiciones, por lo que se ve una gran insatisfacción y desconformidad dentro del entorno laboral. En efecto, esta situación precariza la calidad de vida de las mujeres ya que, la mayoría resalta de que se encuentran laborando bajo malas condiciones en torno a la infraestructura, la higiene y la sanidad, por ello, las trabajadoras ven necesario la importancia de realizar mejoras urgentes de La Granja, dado que, si presenta deficiencias, pues, repercute en el volumen de ventas de sus negocios, ante la mala imagen que proyecta el mercado en los habitantes.

- *Condiciones adecuadas de la vivienda.* Se refiere a las características físicas y a la infraestructura segura con las que cuenta el hogar de una persona que le permite vivir cómodamente garantizando el bienestar del núcleo familiar, debido a la calidad de servicios con las que dispone el espacio.

Cuadro N° 4. Nivel de seguridad en la vivienda

Nivel de seguridad en la vivienda	N°	%
Muy segura	50	21%
Algo segura	45	19%
Insegura	92	38%
Muy insegura	53	22%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En base al cuadro de la variable del nivel de seguridad de la vivienda, el 38% de las mujeres comerciantes indicaron que viven en condiciones inseguras, mientras que el 22% corresponde a esa población que vive en condiciones muy inseguras evidenciándose innumerables desafíos para su bienestar integral. Por el contrario, el 21% de las encuestadas afirma que, su hogar es un entorno muy seguro, finalmente, el 19% resalta de que su vivienda es algo segura.

En ese sentido, los resultados exponen que la mayoría de las comerciantes habitan en viviendas inseguras y muy inseguras, lo cual, ponen en riesgo a su integridad personal como también, a la de sus familias. Por lo que esta situación conlleva al agotamiento físico y mental de las féminas ante las dificultades que presentan sus hogares, lo que les imposibilita el alcance de servicios básicos de calidad.

Por ello, esta problemática vulnera el bienestar integral de las mujeres, ya que, en el Ecuador el gobierno central no ha generado la cobertura suficiente de proyectos de vivienda social que permita recuperar la dignidad de la mujer comerciante. Por otro lado, quienes, si cuentan con viviendas muy seguras, les propicia la seguridad económica, emocional y física dentro de su entorno.

- *Inestabilidad económica.* Hace alusión a las limitaciones económicas que tienen las personas, ya que, a pesar de obtener ingresos, no son suficientes para cubrir sus expectativas.

Cuadro N° 5. Inestabilidad de ingresos

Inestabilidad de ingresos	N°	%
Afecta mucho	126	53%
Afecta moderadamente	85	35%
Afecta un poco	15	6%
No afecta en absoluto	14	6%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En relación a la inestabilidad de ingresos de las mujeres, el 53% simboliza a la población que la problemática le afecta mucho a su calidad de vida, en cambio el 35% expone que esta situación afecta moderadamente. Por el contrario, existen dos grupos de comerciantes del 6% en el que consideran de que este problema afecta un poco y otro segmento, manifiesta que no afecta en absoluto.

En función a los resultados de esta variable, indican que, para la mayoría de trabajadoras la inestabilidad de ingresos afecta mucho en su realidad socioeconómica, debido a que incide negativamente en el crecimiento y desarrollo de sus negocios impactando en la economía familiar. Además, la falta de recursos conlleva a que los miembros del hogar de las comerciantes laboren de manera informal y que en muchos casos los hijos e hijas de las féminas abandonen sus estudios y trabajen desde tempranas edades con el afán de ayudar a sus madres y reunir una fuente de ingresos.

- *Actividad comercial.* Actividad económica en él que se genera la compra y venta de productos destinados a los consumidores, cuyo trabajo se puede ofrecer en espacios públicos de una ciudad como también de forma virtual.

Cuadro N° 6. Actividad comercial de las mujeres

Actividad comercial de las mujeres	f.	%
Cárnicos	29	10%
Verduras	35	13%
Hortalizas	24	9%
Frutas	47	17%
Mariscos	11	4%
Embutidos	21	8%
Productos de primera necesidad	54	20%
Plantas medicinales	9	3%
Ropa	15	5%
Comida preparada	18	7%
Accesorios para teléfonos	12	4%
Total	275	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En lo que respecta a las actividades comerciales de las mujeres de La Granja, pues, existe una amplia variedad de artículos que ofrecen a la ciudadanía. En primer lugar, el 20% se dedica a la venta de productos de primera necesidad, en segundo lugar, el 17% de las encuestadas venden frutas, mientras que, el 13% se dedica a comercializar verduras. Por otra parte, existe un 10% que trabaja en cárnicos, el 9% de las mujeres tiene negocios de hortalizas, en tanto que, el 8% vende embutidos. Por otro lado, existe un 7% de féminas que ofrecen a sus clientes comida preparada, en cambio, el 5% se ocupa en la venta de ropa. Asimismo, se logró constatar que el 4% vende mariscos y accesorios para teléfonos, y en el menor porcentaje representando al 3% ofrecen plantas medicinales.

Claramente, los resultados evidencian que de la totalidad de la muestra se refleja una amplia diversidad de artículos en el mercado La Granja. Por supuesto que, los productos que mayormente se ofrecen son los de primera necesidad, frutas y verduras, en cambio, gran parte de las mujeres han dejado de vender cárnicos, mariscos y embutidos debido a la actual crisis energética del país y al ambiente caluroso de la ciudad de Machala que provoca el deterioro y el mal olor en este tipo de alimentos.

Cabe aclarar que, existen mujeres que se dedican a ofrecer un solo tipo de producto, sin embargo, cuando las ventas son escasas, hay un grupo específico de comerciantes, que se

ven en la necesidad de desempeñar de dos a tres tipos de actividades comerciales con el propósito de mejorar sus economías.

- *Nivel de compromiso de las autoridades locales.* Se refiere a la responsabilidad de las autoridades locales por generar condiciones adecuadas en la población.

Cuadro N° 7. Interés de las autoridades locales en proporcionar espacios de trabajo adecuados

Interés de las autoridades locales en proporcionar espacios de trabajo adecuados	N°	%
Siempre muestran interés	0	0%
A veces muestran interés	35	15%
Hay poco interés	85	35%
No hay ningún interés	120	50%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En el análisis de los resultados respecto al interés de las autoridades locales en proporcionar espacios de trabajo adecuados el 50% mencionó que no han mostrado ningún tipo de interés, sin embargo, el 35% considera que se evidencia poco interés en torno a esta problemática. Y, el 15% expresó que a veces muestran interés por mejorar la calidad del espacio laboral.

De acuerdo con lo planteado, ninguna mujer comerciante indicó que las autoridades locales han mostrado interés por generar espacios de trabajo adecuados en el mercado La Granja, es decir, se encuentran abandonadas ante las limitadas acciones y escasas visitas lo que, como resultado, las instalaciones tanto del suelo, el techo y en cada negocio, pues, se ven drásticamente afectados.

1.7.1.3 Causas generadoras de las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala

- *Ingresos mensuales.* Hace referencia al total de ingresos que percibe una persona alrededor del mes durante su instancia en el trabajo.

Cuadro N° 8. Nivel de ingreso mensual

Nivel de ingreso mensual	N°	%
Menos de \$100	177	74%
Entre \$101 a \$200	53	22%
Entre \$201 a \$350	10	4%
Entre \$251 a \$470	0	0%
Más de \$471	0	0%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En torno al nivel de ingresos mensuales que reciben las mujeres comerciantes el 74% obtiene menos de \$100, lo que representa una cantidad muy mínima para su calidad de vida. Mientras que el 22% obtienen ingresos entre \$101 a \$200, y, en menor proporción alcanzan el 4% es decir, con ingreso mensual entre \$201 a \$350. Al contrario, ninguna de las encuestadas percibe ingresos entre \$252 a \$470 ni más de \$471.

Los resultados especifican que la situación socioeconómica de muchas mujeres jóvenes, madres de familia e incluso adultas mayores que realizan esta actividad laboral tienen ingresos muy inestables. Ya que, en lo que respecta al año 2024 el salario básico unificado (SBU) es de \$460, lo cual, nadie alcanza ese valor, es decir, que un gran segmento poblacional femenino llega hasta menos de \$100, correspondientes al 74%, esto refleja la condición de pobreza y pobreza extrema generando una gran insatisfacción por no cumplir con sus necesidades básicas. Aunque, está problemática se ha manifestado también debido a que ellas permanecen relegadas del dinamismo económico de la ciudad de Machala.

- *Apoyo de las autoridades locales.* Se refiere a la gestión que realizan los representantes gubernamentales de una ciudad. Garantizando la satisfacción completa de las necesidades básicas de la población a través de ciertas acciones y recursos.

Cuadro N° 9. Apoyo recibido de las autoridades locales

Apoyo recibido de las autoridades locales	N°	%
Si	0	0%
No	180	75%
A veces	60	25%

No sabe	0	0%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En torno al apoyo recibido de las autoridades locales hacia las comerciantes, el 75% de las encuestadas manifiestan de que no han tenido el apoyo suficiente del GAD Municipal de Machala. Mientras que, el 25% representa a una pequeña proporción de mujeres que, a veces han tenido el apoyo.

Por lo expuesto, los datos indican que ninguna mujer comerciante ha recibido el apoyo de las autoridades locales de manera permanente, a pesar de que el 25% indicó que a veces, ha percibido el respaldo de parte del Municipio. Por ello, está latente la inconformidad de la mayoría. ante las pocas visitas y ayudas, generando consigo sensaciones de desamparo por el poco involucramiento de los funcionarios públicos en las afectaciones de estas mujeres.

- *Valorización de la mujer.* Está anclada con los derechos y las capacidades de las mujeres, honrando sus aportes y contribuciones en la sociedad desde los diversos campos y áreas.

Cuadro N° 10. Valorización de la mujer en el comercio

Valorización de la mujer en el comercio	N°	%
Siempre	10	4%
Frecuentemente	14	6%
Rara vez	73	30%
No estoy segura	48	20%
Nunca	95	40%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

Conforme a la valorización de la mujer en el comercio se evidenciaron diversas respuestas en donde mayormente el 40% expresó que nunca son valoradas en este tipo de trabajos, mientras que, el 30% siente que rara vez son valoradas en la actividad comercial. Sin embargo, el 20% no está segura si a las mujeres las valoran en estas actividades laborales, por lo que respecta al 6% considera que frecuentemente si lo son, en cambio, el 4% considera que siempre se refleja la valorización de las féminas en el área comercial.

Respecto a lo mencionado es notable que, la mayoría de mujeres consideran que nunca son valoradas en el comercio, por lo tanto, se ven expuestas a estereotipos de género que relegan su rol como trabajadoras, lo que genera desmotivación y estrés laboral ante el poco respeto hacia sus ocupaciones en el mercado.

- *Jornada laboral.* Hace referencia a las horas de trabajo que lleva a cabo una persona para realizar sus actividades diariamente, según lo que establece el contrato o las normas del entorno laboral.

Cuadro N° 11. Horarios de trabajo de las comerciantes

Horarios de trabajo de las comerciantes	N°	%
Completa (8 horas)	81	34%
Medio tiempo (4 horas)	53	22%
Parcial (menos de 4 horas)	40	17%
Abierta (más de 8 horas)	66	27%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En torno a los horarios de trabajo que realizan las comerciantes el 34% lo hace a través de jornada completa (8 horas), por su parte, el 27% trabajan de manera abierta (más de 8 horas), en cambio, el 22% realizan sus actividades en medio tiempo (4 horas), finalmente, en menor proporción el 17% indicó que lo hacen de forma parcial (menos de 4 horas).

La mayoría de las comerciantes encuestadas mencionaron que laboran en jornadas de 8 horas, sin embargo, quienes lo hacen en jornada abierta, es decir, más de 8 horas, se ven expuestas al desgaste físico y emocional ante la necesidad de vender más. Por lo tanto, la situación es muy compleja puesto que, sus derechos se ven vulnerados al trabajar bajo horarios extenuantes que inician desde la mañana, tarde y noche. Por otro lado, en algunos casos impide a que las féminas puedan desarrollar otras responsabilidades relacionadas al hogar o al cuidado de sus hijos.

1.7.1.4 Condiciones socioeconómicas que están afectando la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja

- *Seguridad social.* Se basa en la protección social de los individuos para que tengan una vida digna en la sociedad, en donde el Estado garantiza la respectiva asistencia médica o económica para preservar sus derechos.

Cuadro N° 12. Afiliación al seguro social

Afiliación al seguro social	N°	%
Sí	32	13%
No	208	87%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

De acuerdo a los resultados obtenidos en la afiliación al seguro social de las comerciantes del mercado La Granja, el 87% de las encuestadas hizo alusión a que no cuentan con este tipo de beneficios. No obstante, en menor proporción solamente el 13% si son afiliadas al seguro social.

En base a los datos, se puede mencionar que al ser la gran mayoría de mujeres que no son afiliadas al seguro social, pues, no logran obtener beneficios relacionados a servicios médicos en casos de emergencia, y esto a su vez, impacta negativamente a su bienestar. Por otro lado, es importante resaltar que tampoco tienen la posibilidad de formalizar su actividad comercial y acceder a programas de apoyo que ofrece el Estado.

- *Tipos de seguro social.* Son diversos tipos de protección social que clasifica a que grupos sociales se les destina la ayuda, con la finalidad de contribuir en el bienestar socioeconómico e integral de los habitantes.

Cuadro N° 13. Tipos de seguro social de las comerciantes

Tipos de seguro social de las comerciantes	N°	%
IESS	32	13%
Seguro social campesino	0	0%
Seguro privado	0	0%
ISSFA	0	0%
Otros	0	0%
Ninguno	208	87%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En relación a los tipos de seguro social el 87% de las comerciantes de La Granja han manifestado que no cuentan con ningún tipo de seguro, en cambio, el 13% expresa que, si tienen seguro del IESS. Por otro lado, con respecto a los demás seguros, se ha evidenciado que las mujeres no cuentan con ningún seguro social campesino, seguro privado o ISSFA.

Por lo tanto, esto resalta la inequidad social latente en el mercado, por lo que, la ausencia de protección social impide el bienestar integral y desarrollo humano de las trabajadoras, ante las limitadas condiciones en las que se encuentran laborando en la actualidad, esto repercute a su vez, en los hogares donde la situación es aún más precaria que en otras.

- *Recursos económicos.* Son los bienes tangibles e intangibles de las personas que permiten satisfacer las necesidades esenciales, que garantizan el desarrollo a largo plazo tanto personal como del hogar.

Cuadro N° 14. Acceso a recursos económicos

Acceso a recursos económicos	N°	%
Sí, tengo acceso suficiente	0	0%
Pocas veces tengo acceso a recursos económicos	79	33%
Considero que tengo acceso limitado	60	25%
Nunca tengo acceso a recursos económicos	101	42%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

De acuerdo a los recursos económicos el 42% de las comerciantes han mencionado que nunca tienen acceso a estos recursos, seguidamente, el 33% resaltó que pocas veces cuentan con el acceso a recursos económicos, el 25% manifiesta que tienen un acceso limitado, aun así, nadie ha considerado que, si tienen el acceso suficiente a los recursos, por lo que, genera una gran preocupación en las trabajadoras ya que esto influye negativamente a sus familias.

Ante la ausencia de los recursos económicos se puede indicar que esto perjudica en gran medida a las comerciantes, puesto que, al no contar con una economía estable, no pueden realizar inversiones en sus negocios, obstaculizando la prosperidad de sus negocios lo que ocasiona mayor desigualdad social en el entorno.

- *Servicios básicos.* Son sistemas de provisión de servicios públicos u obras con los que cuentan las personas, indispensables para la protección de su calidad de vida. Además, el Estado tiene la responsabilidad de garantizar efectivamente su acceso gratuito a toda la población, sin discriminación alguna.

Cuadro N° 15. Servicios básicos que dispone el espacio de trabajo

Servicios básicos que dispone el espacio de trabajo	f.	%
Alcantarillado	8	3%
Energía eléctrica	69	26%
Agua potable	78	30%
Recolección de basura	78	30%
Todos	12	5%
Ninguno	15	6%
Total	260	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En cuanto a los servicios básicos que dispone el espacio de trabajo, según el 30% de las encuestadas expresaron que cuentan con agua potable y recolección de basura, mismas que son importantes para mantener la salubridad del lugar, por otra parte, el 26% tiene energía eléctrica. Ahora bien, lo preocupante es que solamente el 6% de las féminas no cuentan con ningún servicio, en cambio, el 5% de la totalidad de la población poseen todos estos servicios, y, finalmente, el 3% de los negocios de las comerciantes existe alcantarillado.

Por ello, en el contexto de estudio la realidad es muy compleja para las comerciantes, porque solamente el 5% dispone de todos los servicios básicos en sus respectivos espacios de trabajo, por ende, no se cubre completamente las necesidades vitales de todas las féminas, generándose el deterioro del bienestar colectivo, producto del escaso alcance de la totalidad de los servicios, además, estos factores negativos marginan las actividades laborales llevadas a cabo por las mujeres.

- *Estrés laboral.* Es cuando las personas que trabajan en un entorno determinado presentan consecuencias tanto a nivel, físico, emocional y económico lo cual, influye en el desempeño laboral de los trabajadores.

Cuadro N° 16. Frecuencia de estrés laboral en las comerciantes

Frecuencia de estrés laboral en las comerciantes	N°	%
Siempre	135	56%
Frecuentemente	41	17%
Ocasionalmente	27	11%
Rara vez	35	15%
Nunca	2	1%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En relación al nivel de frecuencia de estrés laboral en las comerciantes el 56% siempre han presentado este tipo de problemas en sus trabajos, en tanto que, el 17% manifestó que ha sido frecuentemente. Aunque, el 15% expresaron que rara vez les sucede aquello, en lo que concierne al 11% opinaron que se da ocasionalmente este suceso, por último, el 1% hizo alusión a que nunca ha presentado estas dificultades en el trabajo.

En base a lo mencionado, las mujeres comerciantes siempre tienen problemas de estrés laboral durante sus ocupaciones en La Granja. Evidentemente, al estar expuestas a sobrecargas de trabajo, al tener pocas ventas de sus productos y carencia de los servicios básicos en sus locales, genera mayor desgaste mental y físico, frente a la incontrolable situación que se mantiene en el entorno.

Además, el estrés laboral ocasiona malestares fisiológicos como el dolor de cabeza, fatiga, músculos contraídos y problemas cardiovasculares. Asimismo, dificultades cognitivas, entre ellas, la de lograr concentrarse en las actividades comerciales diarias, y con respecto al área emocional en cambio se evidencia, ansiedad, frustración, impotencia y desmotivación; por lo tanto, se puede indicar que, al no controlar este tipo de problema, perjudica a largo plazo la salud de las comerciantes.

1.7.1.5 Estrategias implementadas por las autoridades para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja

- *Intervención política.* Se refiere a las acciones que realizan las autoridades para generar condiciones adecuadas a la población, de tal suerte que, se lleve a cabo la resolución de los problemas de la sociedad.

Cuadro N° 17. Incidencia de la intervención política de las autoridades locales

Incidencia de la intervención política de las autoridades locales	N°	%
Mejora significativamente, porque existe el apoyo	12	5%
Tiene un impacto moderado, pero aún falta mucho por hacer	90	38%
No tiene impacto, no se ha visto un cambio real	130	54%
No tengo suficiente información para opinar	8	3%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa <i>Elaboración:</i> Los Autores		

En torno a la incidencia de la intervención política de las autoridades locales de Machala la mayoría de las mujeres comerciantes, básicamente el 54%, manifestó que esto no ha tenido ningún impacto ya que no se ha visto ningún cambio real. Por otra parte, el 38% indica que se tiene un impacto moderado, sin embargo, aún falta mucho por hacer, y ya en lo que respecta al 5% consideraron que la incidencia de los funcionarios públicos del cantón mejora significativamente, porque creen que existe el apoyo, y ya en menor proporción representando al 3% de las trabajadoras señalaron que no tienen el acceso suficiente a la información para opinar sobre este tema.

Por lo tanto, gran parte de los resultados recabados, que comprende el 54% expresaron que la participación e intervención política de las autoridades locales no ha logrado ningún impacto social, lo cual, esto evidencia que no ha representado ningún cambio real en la ciudadanía femenina emprendedora, puesto que, sienten un total abandono que no les permite reactivar sus economías.

- *Sensibilidad de género.* Capacidad de reconocer la importancia de la mujer en los diferentes contextos, tanto político, económico, social y cultural, de tal manera que se destaque la equidad de género analizando los factores que influyen en ella.

Cuadro N° 18. Nivel de sensibilidad de género de las autoridades locales hacia las comerciantes

Nivel de sensibilidad de género de las autoridades locales hacia las comerciantes	N°	%
Sí, las autoridades muestran una clara preocupación por las necesidades de las mujeres	52	22%
No, las autoridades no toman en cuenta las necesidades específicas de las mujeres	146	61%
A veces	10	4%
No sabe	32	13%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

De acuerdo a la sensibilidad de género según los datos obtenidos, se evidencia que el 61% de las comerciantes han manifestado que las autoridades locales no muestran preocupación ante las necesidades latentes del mercado, además, el 22% ha indicado que, si se ha visto cierta preocupación en la situación que padecen las trabajadoras, por otro lado, el 13% expresa que no saben si las autoridades se han preocupado ante sus condiciones, y el 4% destaca que a veces manifiestan preocupación.

Es importante mencionar que el 61%, es decir la gran mayoría de comerciantes han indicado que las autoridades municipales no han mostrado preocupación ante la situación laboral y económica que padecen diariamente, por lo que ha generado malestar y descontento social por la poca intervención política en el mercado, consecuentemente las condiciones de vida en sus hogares se han vuelto precarias por el límite de recursos económicos que obtienen en sus negocios.

- *Políticas sociales de género.* Son estrategias o mecanismos que velan por el bienestar de las mujeres, enfocándose en aspectos sociales como su condición socioeconómica.

Cuadro N° 19. Implementación de políticas de apoyo a las mujeres

Implementación de políticas de apoyo a las mujeres	N°	%
Totalmente de acuerdo	192	83%
De acuerdo	11	5%

No tengo una opinión al respecto	27	12%
En desacuerdo	0	0%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

Por lo que respecta a las políticas sociales de apoyo se constata que el 83% de las encuestadas manifiestan que están totalmente de acuerdo con la implementación de estas acciones, en tal caso de que las autoridades tuvieran sensibilidad de género hacia ellas. Por consiguiente, el 12% expresa que no tienen una opinión respecto al tema, seguidamente, el 5% considera que están de acuerdo con la creación de estas políticas, por otro lado, se resalta a su vez, que ninguna comerciante se ha opuesto a este tipo de estrategias.

Ante lo expuesto, es importante destacar que el 83% de las comerciantes, es decir, la gran mayoría de las mujeres del mercado, han optado por estar a favor de la implementación de políticas de apoyo de género, dado que, esto beneficia a todas las trabajadoras que presentan a diario dificultades en su situación socioeconómica. Por ende, mediante este tipo de estrategias, el nivel de vida será mejor a tal punto de alcanzar un adecuado progreso social individual y colectivo.

- *Tipos de estrategias.* Son un conjunto de acciones que son realizadas por autoridades que se encaminan a cumplir determinadas metas y objetivos referentes al entorno de intervención.

Cuadro N° 20. Tipos de estrategias para la actividad comercial

Tipos de estrategias para la actividad comercial	f.	%
Inversión social	47	17%
Medidas de seguridad laboral	106	37%
Políticas de género	20	7%
Regulación de la actividad comercial	20	7%
Capacitaciones en ventas	85	30%
Talleres de promociones digitales	6	2%
Total	284	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En cuanto a que tipo de estrategias son indispensables para mejorar la calidad de vida de

las mujeres comerciantes, el 37% indicaron que es necesario que se establezcan medidas de seguridad laboral. Seguidamente, el 30% ve como una buena opción las capacitaciones en ventas, esto pues, con el propósito de contribuir en el mejoramiento socioeconómico de sus negocios en tanto que, el 17% considera a la inversión social como la alternativa. Sin embargo, existieron dos grupos de mujeres del 7% que resaltaron las políticas de género y la regulación de la actividad comercial como acciones necesarias, mientras que, un rango menor del 2% expresaron que necesitan los talleres de promociones digitales.

Ante lo mencionado, la mayoría de la población femenina encuestada, resalta cuán importante es que las autoridades realicen medidas de seguridad laboral puesto que, protege la salud personal de las trabajadoras en caso de posibles riesgos. En cambio, respecto a las que expresaron sobre las capacitaciones en ventas es debido a la obtención de nuevas habilidades indispensables para reactivar económicamente sus negocios de tal suerte que, se logre alcanzar el fortalecimiento de cada tipo de comercio.

Por otro lado, en torno a la inversión social que fue la tercera opción más contestada, pues, se puede desarrollar desde diversas instituciones, iniciando por la intervención estatal en donde se incentive el crecimiento de los negocios a largo plazo. Además, el gobierno local, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas y fundaciones también juegan un rol importante para impulsar el dinamismo económico.

- *Nivel de satisfacción.* Grado de cumplimiento de las expectativas que se han alcanzado en las personas en cualquier ámbito, tanto político, económico, social y cultural.

Cuadro N° 21. Nivel de satisfacción de la creación de la Plaza Bicentenario

Nivel de satisfacción de la creación de la Plaza Bicentenario	N°	%
Satisfactorio	0	0%
Poco satisfactorio	38	16%
Insatisfactorio	36	15%
Muy insatisfactorio	91	38%
No estoy segura	75	31%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa		
<i>Elaboración:</i> Los Autores		

En relación al nivel de satisfacción de la creación de la Plaza Bicentenario el 38% de las comerciantes han manifestado que se sienten muy insatisfactorias, seguidamente el 31% indicaron que no están seguras acerca del impacto de esta obra, el 16% en cambio, han expresado que ha sido poco satisfactorio, asimismo, el 15% simboliza a la población que ve insatisfactorio su creación.

Es importante resaltar que el 38% refleja que es muy insatisfactorio la creación de la Plaza Bicentenario resultando que, ninguna comerciante cree que ha sido satisfactorio, porque consideran que no cumple todas sus necesidades, y porque la obra no está elaborada como las autoridades municipales les han propuesto desde un inicio, por lo tanto, la inconformidad está latente, no solo de las mujeres sino también del caso de los comerciantes hombres, al notar que la obra no fue la mejor estrategia para mejorar sus negocios y a su vez sus ingresos.

- *Estrategia laboral.* Hace referencia a la forma de ofrecer los bienes y servicios en el espacio de trabajo, que contribuirán a la obtención de ganancias económicas.

Cuadro N° 22. Evaluación de la Plaza Bicentenario como estrategia laboral

Evaluación de la Plaza Bicentenario como estrategia laboral	N°	%
Totalmente de acuerdo	59	25%
Poco de acuerdo	20	8%
En desacuerdo	20	8%
Totalmente en desacuerdo	115	48%
No estoy segura	26	11%
Total	240	100%
<i>Fuente:</i> Investigación directa <i>Elaboración:</i> Los Autores		

Conforme a los resultados, respecto a la evaluación de la Plaza Bicentenario como estrategia laboral realizada por las autoridades locales, el 48% representa a la población femenina que está totalmente en desacuerdo. No obstante, se evidenció que el 25% si está totalmente de acuerdo que esta obra fue una gran acción, en cambio el 11% simboliza a la ciudadanía que aún no está segura de aquello, finalmente, hubo 2 grupos de mujeres del 8% en el que estuvieron poco de acuerdo y en desacuerdo.

Al evidenciarse que el 48% de las comerciantes están en totalmente en desacuerdo con esta obra, significa que, ese segmento poblacional no van optar por la reubicación en este nuevo mercado puesto que, representaría mayor pérdida de ingresos y, por lo tanto, su situación socioeconómica no mejoraría, Es decir, que incluso para muchas mujeres esta obra representa ganancias hacia las autoridades locales, en lugar del pequeño comerciante de la ciudad.

1.7.2 Resultados de la entrevista. Con la información recopilada se pudo contrastar la realidad socioeconómica de las mujeres comerciantes de la Granja, y de qué manera sus condiciones han incidido en su calidad de vida. Las entrevistas fueron aplicadas en diferentes fechas, en primer lugar, el 22 de noviembre se entrevistó a la dirigente de la Asociación de minoristas 18 de Enero, seguidamente, el 24 de noviembre se entrevistó al alcalde del cantón Machala, el 27 de noviembre se realizó las preguntas a la vicealcaldesa, y, por último, el 03 de diciembre se aplicó el instrumento de investigación al director administrativo de la Red de Mercados.

Es importante resaltar que la información proporcionada por los entrevistados fue valiosa para comprender con mayor profundidad la problemática de estudio, se presentarán los resultados de la siguiente manera:

E 1: Dirigente de la Asociación de minoristas 18 de Enero

E 2: Alcalde del cantón Machala

E 3: Vicealcaldesa del cantón Machala

E 4: Director administrativo de la Red de Mercados

1.7.2.1 Características socioeconómicas presentadas en las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala

Pregunta 1: ¿Considera usted que las mujeres comerciantes del mercado cuentan con las condiciones necesarias para que puedan laborar de forma adecuada e higiénica?

E1: No, porque básicamente estamos casi igual que cuando estábamos en la calle en un lugar abierto.

E2: No existen las comodidades suficientes en este mercado, por eso se ha creado la construcción de la Plaza Bicentenario.

E3: La Granja es un mercado provisional, en la Plaza Bicentenario se han adaptado las condiciones para que laboren de manera adecuada.

E4: Las comerciantes carecen de servicios básicos y áreas de descanso actualmente, eso motivó la creación de la Plaza Bicentenario para mejorar sus condiciones.

Interpretación:

De acuerdo a las respuestas de las 4 personas entrevistadas, todos indican que no hay condiciones adecuadas para las comerciantes, por lo que esto ha representado una gran limitación en torno a la calidad de vida de las féminas. Por lo tanto, en base a los resultados se determina que la mayoría de los participantes han resaltado que, La Plaza Bicentenario es un proyecto que fomentará una vida laboral digna a las mujeres debido a los servicios básicos que dispondrá y que consecuentemente contribuirá al ornato de la ciudad.

Pregunta 2: ¿Han mostrado interés por generar entornos adecuados en el mercado La Granja?

E1: Las autoridades no tienen ningún interés, al comerciante minorista se nos ha hecho a un lado.

E2: Si se ha mostrado interés a través de la creación de la Plaza Bicentenario para que tengan una actividad comercial más ordenada.

E3: Si, se ha realizado el recapeo de la capa asfáltica de las vías de acceso y el relleno de terreno.

E4: Para mejorar su situación laboral se ha creado la Plaza Bicentenario, donde se ha determinado espacios para guarderías y espacios para los expendios de comidas.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos de los entrevistados, la mayoría han destacado que, si se ha mostrado interés en proporcionar entornos adecuados para que las mujeres desarrollen sus actividades comerciales, ya que se han tomado iniciativas como el asfaltado de las calles que rodean el mercado; adicionalmente, se llevó a cabo la creación de la Plaza Bicentenario, una infraestructura que se enmarca como una solución viable ante las

necesidades de las féminas. No obstante, una minoría manifiesta que las autoridades locales no muestran interés alguno en mejorar las condiciones laborales, por lo cual, el crecimiento laboral y económico de las comerciantes se ve obstaculizado.

1.7.2.2 Causas generadoras de las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala

Pregunta 3: ¿Cuál cree usted que ha sido el factor determinante que ha limitado la ayuda hacia las mujeres comerciantes?

E1: La corrupción de las autoridades municipales.

E2: Limitadas políticas estatales, aumento del IVA y pocos créditos bajo en intereses.

E3: La falta de créditos financieros.

E4: No hay factores limitantes por parte del GAD Municipal, siempre se ha brindado la ayuda.

Interpretación:

En primer lugar se ha manifestado que el mayor factor que ha limitado la ayuda hacia las comerciantes ha sido la falta de créditos financieros, ya que sin esto, los negocios no pueden crecer de manera oportuna y por ende la situación económica se limita ante la poca inversión, por otro lado, una parte de los entrevistados, ha indicado que las pocas políticas estatales y el aumento del IVA por parte del gobierno ha obstaculizado el correcto flujo económico, perjudicando las condiciones de vida de las mujeres.

Cabe mencionar que desde otra perspectiva se ha resaltado que para el GAD Municipal no ha existido limitante alguna en relación a las minoristas de La Granja, y una minoría en cambio considera que la corrupción o desviación de los recursos económicos de las autoridades ha impedido el crecimiento del mercado y como tal, ha generado la inestabilidad económica en sus negocios, influyendo negativamente en el crecimiento y desarrollo personal.

Pregunta 4: Según su perspectiva ¿Qué se ha gestionado para fomentar la inclusión y valorización de la mujer en el comercio?

E1: Ninguna, siempre nos han marginado.

E2: Fomentar plazas de trabajo formales, por esta razón, se movió a las comerciantes de las calles, para mantener el ornato de la ciudad.

E3: Se ha realizado talleres y capacitaciones de formación de liderazgo empresarial enfocados a las mujeres comerciantes.

E4: Capacitación en habilidades empresariales y gestión financiera, y campañas de sensibilización que resalta el empoderamiento femenino.

Interpretación:

La inclusión y valorización de la mujer en el comercio es importante para reconocer su invaluable aporte a la economía local, por esta razón, las autoridades locales han gestionado capacitaciones de liderazgo, habilidades empresariales y gestión financiera que les permita a las comerciantes tener un correcto manejo de sus recursos y de sus negocios en su totalidad.

Ahora bien, uno de los segmentos menores de los entrevistados hizo alusión a que han ofrecido plazas de trabajo formales para que la población femenina pueda tener un adecuado desarrollo laboral, sin embargo, se evidenció inconformidad de parte de una minoría, expresando de que, el GAD Municipal no ha gestionado ninguna actividad en beneficio de las trabajadoras, por ende, su situación es precaria en relación a su área de trabajo y sus ingresos mensuales.

1.7.2.3 Condiciones socioeconómicas que están afectando la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja

Pregunta 5: Según su criterio ¿Las comerciantes cuentan con los servicios básicos necesarios para desarrollar sus actividades comerciales?

E1: En ningún momento el municipio nos ha brindado servicios básicos en el pequeño espacio que estamos actualmente.

E2: No tienen condiciones básicas en la actualidad, por eso se ha generado la construcción de la plaza donde se les está garantizando todos los servicios básicos.

E3: La Granja siendo un mercado provisional no cuenta con todos los servicios básicos, pero en la plaza se les está ofreciendo todas estas condiciones.

E4: No cuentan con todos los servicios básicos, pero una vez habilitada la plaza habrá todos los servicios necesarios, incluido el control de plagas y guarderías.

Interpretación:

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados, han expuesto que en el mercado La Granja no cuentan con todos los servicios básicos, por lo tanto, esto representa un gran problema ya que son indispensables para el buen vivir de las trabajadoras. Porque al no contar con energía eléctrica los productos se pueden malograr con el tiempo, asimismo, si no hay el servicio de agua potable las vendedoras no podrán contar con el correcto aseo personal para manejar adecuadamente sus productos.

Por otro lado, ante la ausencia de recolección de basura, los residuos de los negocios comienzan a generar malos olores, consecuentemente, los consumidores ante la mala imagen del mercado seguirán optando por comprar en lugares más céntricos donde no se provoca este tipo de malestares, lo cual, repercutirá en el nivel de ventas.

A pesar de la carencia de servicios básicos, las respectivas autoridades locales indicaron que el mercado es provisional, por lo tanto, cuando las comerciantes sean trasladadas a la Plaza Bicentenario contarán con todos los servicios básicos necesarios, incluyendo el control de plagas para mantener los productos en buen estado y guardería para que los hijos de las féminas tengan el cuidado respectivo.

1.7.2.4 Estrategias implementadas por las autoridades para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja

Pregunta 6: ¿Conoce usted si se han establecido políticas de apoyo para las comerciantes del mercado La Granja?

E1: El municipio solo se ha enfocado en beneficiar a los mayoristas, es decir las grandes empresas.

E2: Sí, por supuesto de parte nuestra es el subsidio del 50% de la renta durante dos años para que ellas puedan reactivarse económicamente.

E3: Desde el inicio del proceso de reubicación, se les han ofrecido espacios subsidiados en mercados municipales para sus actividades comerciales.

E4: El municipio siempre ha brindado cursos gratuitos en los mercados para que las comerciantes puedan ser partícipes de estos beneficios, La Plaza Bicentenario no será la excepción.

Interpretación:

Las autoridades locales han establecido como parte de políticas de apoyo para las comerciantes que se subsidie alrededor del 50% del arrendamiento de los espacios de trabajo, esto como una alternativa de reactivación económica durante el tiempo determinado. Además, se han realizado cursos gratuitos para que puedan desarrollar habilidades técnicas y conocimientos necesarios en las áreas que se dedican, contribuyendo al incremento de ventas de sus actividades comerciales.

En cambio, una pequeña parte de los participantes entrevistados, manifestó que el GAD Municipal solo ha beneficiado a los comerciantes mayoristas y a las grandes corporaciones empresariales como el TuTi, generando el malestar social en las minoristas, de tal manera que sus recursos económicos han disminuido ante la competencia local, por esta razón se consideran en desventaja por los negocios más grandes.

Pregunta 7: En caso de establecer políticas ¿Qué otro tipo de estrategias han gestionado para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes?

E1: No hemos visto que se implementen estrategias que impacten de manera directa.

E2: Capacitaciones.

E3: Capacitaciones de liderazgo, educación financiera y atención al cliente.

E4: Capacitaciones y espacios para que puedan laborar de manera ordenada.

Interpretación:

En las estrategias que han realizado las autoridades locales se han destacado las capacitaciones, dado que, permiten que las comerciantes generen conocimientos indispensables para su área de trabajo y de esta forma el nivel de ventas se incremente al aplicar las habilidades adquiridas respectivamente, ya que en el transcurso de las capacitaciones se ha optado por enseñar estrategias de atención al cliente, educación financiera y liderazgo, aportando al desarrollo personal y laboral de las mujeres.

Por otro lado, en menor proporción se ha evidenciado el descontento social debido a la ausencia de estrategias en el mercado La Granja, por tal razón, las condiciones en las que laboran las comerciantes no son la más adecuadas por lo que han visto perjudicado sus negocios, y consecuentemente la calidad de vida de sus hogares, obstaculizando el alcance de un desarrollo humano apropiado.

Pregunta 8: ¿Considera usted que la creación de La Plaza Bicentenario permite a las mujeres desarrollar sus actividades comerciales de manera adecuada?

E1: Ni a mujeres, ni a hombres, ni a jóvenes, porque la obra está mal elaborada.

E2: Totalmente convencido, este es un paso significativo para avanzar en la ciudad.

E3: Por supuesto, porque impulsará la actividad económica de las comerciantes.

E4: Si, porque ofrecerá innumerables servicios.

Interpretación:

En relación a la creación de la Plaza Bicentenario, la gran parte de entrevistados han expresado que esta obra aportará significativamente a las comerciantes, puesto que, al contar con todos los servicios y condiciones necesarias en sus puestos de trabajo, permitirá el correcto desarrollo de sus actividades comerciales, y al tener una buena proyección de infraestructura atraerá mayor movimiento económico local. No obstante, la minoría ha indicado que no están de acuerdo con la plaza ya que consideran que la infraestructura no es la adecuada para cubrir sus productos en su totalidad y adicionalmente, el precio del arriendo de los nuevos espacios se va a incrementar, por tal razón, muestran oposición ante la creación de la plaza.

Pregunta 9: ¿Conoce usted si las mujeres comerciantes muestran satisfacción ante la creación de la Plaza Bicentenario?

E1: No tenemos ninguna satisfacción.

E2: Estoy convencido de que van a tener enteras satisfacciones cuando sean trasladadas.

E3: Si, porque brindará un ambiente adecuado para ejercer la actividad comercial.

E4: Todos los comerciantes en su totalidad están a la expectativa del plazo de entrega de La Plaza Bicentenario.

Interpretación:

De acuerdo a las autoridades locales han manifestado que la obra de La Plaza Bicentenario generará un impacto positivo a las comerciantes, ya que consideran que incrementará el dinamismo económico del lugar, y a su vez, la ciudadanía estará influenciada en acudir a comprar y utilizar los servicios que ofrece la construcción, en cambio, una pequeña parte ha expresado que las féminas no tienen ninguna satisfacción por las deficiencias de infraestructura, el incremento del arriendo y porque no cumple con todos los servicios que las autoridades han manifestado desde el inicio de la obra, por ello, han demostrado su inconformidad realizando incluso protestas ante el GAD Municipal, con la finalidad de ser escuchados y tener soluciones respecto la situación reflejada.

1.7.3 Resultados de la guía de observación. La siguiente guía de observación se aplicó desde el 22 hasta el 23 de noviembre del 2024, con la finalidad de analizar las condiciones laborales de las comerciantes del mercado La Granja, logrando así, determinar aspectos trascendentes que suscitan en la problemática y que es de relevancia mencionarlo.

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Aspectos a observar	Descripción	Interpretación
CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS PRESENTADAS EN LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA DE MACHALA		
Tipos de productos que ofrecen las comerciantes.	Las comerciantes ofrecen una amplia gama de productos, entre ellos, cárnicos, verduras, frutas, hortalizas, mariscos, comida preparada, productos de primera necesidad, embutidos, ropa, accesorios para teléfonos y plantas medicinales.	Las comerciantes al tener pocas ventas en sus negocios, han optado por ofrecer productos diversificados, de tal manera que puedan obtener ingresos mínimos para sus hogares, porque la situación económica del lugar es muy baja, por lo tanto, se refleja un nivel de pobreza extrema.
CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS QUE ESTÁN AFECTANDO LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA		

Condiciones o características del lugar de trabajo de las comerciantes.	Están en condiciones precarias, no cuentan con un espacio cerrado, los productos están expuestos a contaminantes del aire y al clima caluroso. Además, la infraestructura del local está elaborada de tablas que cierran los puestos de trabajo, y el relleno del piso es de piedras.	Las comerciantes están trabajando en condiciones extremadamente difíciles, es decir, en un entorno poco seguro e insalubre para realizar sus actividades comerciales. Esta situación resalta la necesidad urgente de mejorar las instalaciones para asegurar un ambiente de trabajo más seguro y cómodo para las mujeres.
Servicios básicos que disponen las comerciantes en sus negocios.	En los espacios de trabajo algunos cuentan con todos los servicios básicos, otros negocios solo tienen ciertos servicios como la energía eléctrica y otros que tienen la ausencia de un sistema de alcantarillado.	En los espacios de trabajo se evidencia las dificultades que enfrentan las comerciantes para operar de manera segura y eficiente, así como las barreras para ofrecer un ambiente adecuado para sus clientes, es necesario establecer medidas para nivelar las condiciones y garantizar que todas las féminas tengan acceso a servicios básicos esenciales para su funcionamiento adecuado.
ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LAS AUTORIDADES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA		
Infraestructura física de La Plaza Bicentenario	La infraestructura de la Plaza Bicentenario cuenta los puestos de trabajo divididos por secciones, sin embargo, en toda la mitad se observa una apertura en la parte de arriba de la construcción y se evidencia el descuido por la suciedad y residuos fecales de aves habitan en la obra.	La ausencia de control de mantenimiento de La Plaza genera que el lugar presente descuidos en la proyección ante la comunidad, por lo que, podría perjudicar el nivel de ventas de las mujeres comerciantes

1.8 Conclusiones y recomendaciones

1.8.1 Conclusiones

- Las características socioeconómicas que limitan la calidad de vida de las mujeres comerciantes se debe a la escasa formación académica puesto que, la mayoría tienen estudios primarios, cuentan con malas condiciones en sus espacios de trabajo, residen en viviendas muy inseguras, presentan inestabilidad económica y se evidencia poco compromiso de las autoridades locales en relación a su actividad laboral, lo que genera el deterioro del bienestar integral de las trabajadoras, como también, a la de sus respectivas familias.
- Las causas generadoras que derivan de esta problemática y que han condicionado la estabilidad socioeconómica de las mujeres son; los precarios ingresos mensuales debido a que, la mayoría percibe menos de \$100. Además, del limitado apoyo que reciben de parte de las autoridades locales dificultando la sostenibilidad de sus actividades comerciales, se refleja poca valorización de la mujer en el comercio, obstaculizando el empoderamiento femenino. Por lo que respecta a sus jornadas laborales se evidencia que la mayoría trabajan durante las 8 horas, sin embargo, quienes no cuentan con la capacidad económica suficiente se ven forzadas a realizar horas extras.
- Las condiciones socioeconómicas que ha desatado afectaciones a la calidad de vida de las comerciantes es producto de que la mayoría no cuenta con seguro social, por ende, al no estar afiliadas, se exponen a la inseguridad económica y laboral por lo que sus derechos se ven vulnerados. Asimismo, muchas de las mujeres que no tienen el acceso suficiente a recursos económicos, a causa de las limitadas ventas de sus productos, no pueden realizar el mejoramiento de sus negocios. Y, al no contar con la totalidad de los servicios básicos entre estos; alcantarillado, energía eléctrica, agua potable y recolección de basura, tienden a trabajar en espacios deplorables, incómodos e insalubres a lo largo de su jornada. Sumado a esto, el constante estrés que presentan a diario en sus trabajos, refleja un mayor agotamiento físico y emocional en su salud.

- Además, los resultados identificaron que la intervención de las autoridades locales mediante creación de estrategias que mejoren el mercado La Granja es escasa, lo que, como resultado, las trabajadoras no logran tener una calidad de vida óptima. Por lo cual, es evidente la falta de voluntad política para la generación de mejores condiciones, producto de aquello existe poca sensibilidad de género, puesto que, no se toman en cuenta las necesidades prioritarias de las mujeres comerciantes ni el mejoramiento de la infraestructura, por lo tanto, su situación socioeconómica es desfavorecida. No obstante, el GAD Municipal de Machala en procura de fomentar la reactivación económica del comercio, llevó a cabo la construcción de La Plaza Bicentenario, misma que, no es aceptada por la mayoría, ya que, no satisface adecuadamente el bienestar colectivo de las féminas.

1.8.2 Recomendaciones

- El Ministerio de Inclusión Económica y Social debería implementar estrategias para reactivar la economía de las comerciantes del mercado La Granja, de esta forma les permitirá mantener un nivel de vida adecuado, y llevar un sustento a sus hogares dignamente, reduciendo las desigualdades socioeconómicas que existen entre hombres y mujeres.
- Es necesario que exista el compromiso de las autoridades municipales en proporcionar entornos de trabajo con óptimas condiciones, para que las comerciantes de La Granja puedan desarrollar sus actividades comerciales satisfactoriamente.
- Es importante que el Estado y el Municipio de Machala realicen un control en torno a la disponibilidad de los servicios básicos del mercado La Granja, de tal manera que se garantice la accesibilidad a todas las mujeres comerciantes, garantizando espacios de trabajo oportunos y de calidad.
- La Red de Mercados en coordinación con la Red Municipal de Salud Machala deberían realizar talleres sobre la gestión y el manejo del estrés laboral, para brindar apoyo ante la frustración generada por la inestabilidad socioeconómica de los negocios de las comerciantes, priorizando el bienestar de la salud mental y física.

1.9 Sistema de requerimientos

1.9.1 Matriz de requerimientos comunitarios

Problema	Situación actual	Situación objetivo	Requerimientos
Las comerciantes ejercen su actividad laboral en espacios de trabajo inadecuados.	Existencia de malas condiciones del espacio de trabajo según el 50% de las comerciantes del mercado La Granja (Cuadro 3).	Las mujeres comerciantes cuentan con espacios de trabajo óptimos y de calidad que beneficiarán su calidad de vida.	Diseño de un plan de mejora integral para que las comerciantes desarrollen sus actividades comerciales de manera adecuada y organizada en sus espacios de trabajo.
Condiciones socioeconómicas precarias de las mujeres comerciantes del mercado La Granja debido al bajo nivel de ventas que alcanzan sus negocios.	El 74% de las mujeres comerciantes perciben ingresos mensuales menores a \$100 lo que repercute negativamente a su calidad de vida (Cuadro 8).	Mejoran las condiciones socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja aumentando el nivel de ventas de sus negocios que contribuyan a su calidad de vida.	Diseño de estrategias comerciales que contribuya al incremento de las ventas y los ingresos para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja.
Baja accesibilidad de los servicios básicos en las mujeres comerciantes del mercado La Granja.	El 5% de las mujeres comerciantes si disponen de la totalidad de los servicios básicos en sus espacios de trabajo (Cuadro 15).	Las mujeres comerciantes cuentan con todos los servicios básicos necesarios para el correcto desarrollo de sus actividades socioeconómicas.	Proyecto de inclusión y accesibilidad a servicios básicos garantizando el correcto desarrollo de las actividades socioeconómicas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja
Alto índice de estrés laboral reflejadas en las mujeres	El 56%, de las mujeres comerciantes diariamente	Mejoramiento del bienestar físico y emocional de las	Implementación de estrategias que reduzcan los niveles de estrés laboral en

comerciantes dentro de sus espacios de trabajo.	presentan altos grados de estrés laboral (Cuadro 16).	mujeres comerciantes.	las mujeres comerciantes generando entornos de trabajo más saludables.
---	---	-----------------------	--

1.9.2 Selección y justificación del requerimiento a intervenir. En función de los datos previamente recopilados durante la investigación de campo, se logró constatar que, las mujeres comerciantes del mercado La Granja presentan a diario distintas problemáticas que deterioran constantemente a su calidad de vida. Sin embargo, la de mayor impacto fue los limitados ingresos mensuales que perciben durante su jornada laboral, por ende, se implementó la siguiente propuesta que se denomina: *“Estrategias comerciales que contribuya al incremento de las ventas y los ingresos para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja”*.

Es así que, el requerimiento establecido tiene como finalidad lograr el incremento de ventas de los diversos productos que ofrecen las mujeres comerciantes a la ciudadanía machaleña, contribuyendo así, al mejoramiento de sus condiciones socioeconómicas para que trabajen adecuadamente en sus labores, en perspectiva de que alcancen el bienestar integral en su calidad de vida.

De tal manera que, se aborda esta temática en donde se proponen un conjunto de actividades y acciones asociadas a la problemática. Por lo cual, se proyecta como una alternativa que se enmarca a conocer los factores incidentes de la calidad de vida inadecuada de las mujeres comerciantes, producto de sus condiciones socioeconómicas precarias, con el propósito de solucionar la situación actual.

2. PROPUESTA INTEGRADORA

2.1 Descripción de la propuesta

2.1.1 Título. Estrategias comerciales que contribuyan al incremento de ventas e ingresos para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja.

2.1.2 Antecedentes. La propuesta se plantea a raíz de la investigación empírica que se realizó en el mercado La Granja de la ciudad de Machala, en donde se aplicó instrumentos para la recolección de datos, tales como la encuesta, la entrevista y una guía de observación para comprender la realidad social de las comerciantes, de esta manera, se pudo evidenciar que las condiciones socioeconómicas son precarias, debido a la poca demanda de los productos y a la inseguridad laboral del entorno. En ese sentido, la calidad de vida de las mujeres se ve impactada negativamente, llevándolas a situaciones de pobreza extrema en su núcleo familiar, asimismo, se ha identificado la escasa intervención de las autoridades locales, dando como resultado la inconformidad de las trabajadoras frente al limitado accionar de la problemática.

Posteriormente se realizó la matriz de requerimientos que permitió identificar los 4 problemas más importantes en relación al objeto de estudio, y en base a ello, se seleccionó el de mayor grado de afectación laboral y económica de las comerciantes, para luego justificar el respectivo requerimiento, con el propósito de, diseñar e implementar la propuesta denominada: Estrategias comerciales que contribuya al incremento de las ventas y los ingresos para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja.

2.1.3 Justificación de la propuesta. Actualmente las condiciones socioeconómicas de las comerciantes del mercado La Granja son inestables, desde luego, los problemas en relación a su economía no solo han vulnerado a su calidad de vida integral, sino también, a la de sus familiares. Sin duda que, la marginalidad laboral con la que desarrollan sus actividades, refleja la ausencia de derechos laborales de la mujer que obstaculiza el crecimiento económico de sus negocios, por lo tanto, el trabajo mal remunerado ocasiona desigualdad de género impidiendo alcanzar el cubrimiento total de las necesidades básicas de sus respectivos negocios y de sus hogares.

Por ende, la elaboración de estrategias comerciales, es importante para mejorar el nivel de ingresos de las mujeres, ya que, se establecen un conjunto acciones, encaminadas a la promoción de sus productos para las ventas directas y en línea, atención a los clientes, talleres de empoderamiento y liderazgo femenino, análisis de mercado, entre otras más, que se enmarcan al posicionamiento económico de los negocios, de tal manera que, las comerciantes tengan una guía de soluciones viables para contrarrestar los altibajos socioeconómicos que tienen durante su jornada laboral, los mismos que inciden en sus condiciones de vida y limita su desarrollo pleno.

En ese marco, la propuesta integradora se justifica por la necesidad de mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes, fortaleciendo sus habilidades y conocimientos en torno a la venta y distribución de sus productos para garantizar adecuados servicios a la ciudadanía. Por tal motivo, lograr el incremento de los ingresos de las féminas, facilitaría a que tengan un mayor alcance de los consumidores locales para la compra de sus artículos, aportando al desarrollo de la economía familiar, con el objetivo de contribuir al bienestar personal, emocional y laboral de las madres solteras, adultas mayores y jóvenes que trabajan en el mercado.

2.2 Objetivos de la propuesta

2.2.1 Objetivo general

Propiciar condiciones de vida adecuadas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, mediante la implementación de estrategias comerciales para satisfacer las necesidades básicas de sus familias, contribuyendo al bienestar laboral y social.

2.2.2 Objetivos específicos

- Capacitar a las comerciantes en temas de marketing digital y atención al cliente para que desarrollen habilidades y conocimientos sobre la publicidad de sus negocios.
- Implementar programas de mentorías enmarcados a la igualdad de género contribuyendo al desarrollo de capacidades de las mujeres comerciantes.

- Empoderar a las comerciantes mediante talleres de liderazgo femenino y educación financiera para el eficiente manejo de sus ingresos.

2.3 Componentes estructurales

2.3.1 Fundamentación teórica de la propuesta. La propuesta toma como fundamento a la teoría del empoderamiento de género, expuesta en el año 1990 por Naila Kabeer en su libro titulado “Reserved Realities” destacándose una serie de estudios empíricos sobre la situación laboral de la mujer en países asiáticos, africanos y latinos. En donde se especifica que, a través del tiempo, las mujeres han sido excluidas en la toma de decisiones, generándose estereotipos y desigualdades que limitan sus capacidades autónomas, por lo cual, empoderar implica la unión de tres elementos tales como; los recursos, agencia y logros. “En resumen, para Kabeer, el empoderamiento femenino es un proceso multifacético que implica garantizar el acceso a los recursos económicos, la capacidad de tomar decisiones y la capacidad de influir en el entorno social y cultural” (Aguirre, 2023, pág. 30).

Es así que, la teoría del empoderamiento de género, busca que las mujeres tengan mayor posibilidad de acceder a recursos humanos, materiales y sociales, logrando así, mejorar sus conocimientos para que tomen decisiones acertadas en sus trabajos y, por lo tanto, mejoren su calidad de vida. Además, fortalecer sus capacidades es importante para que alcancen sus objetivos y los cumplan en un tiempo determinado, ya que, al contar con más oportunidades mejora su desarrollo personal. Por esta razón, en palabras de Jiménez et al. (2022) hacen alusión a que:

El empoderamiento implica el uso del poder relacional en el proceso de interacción entre personas con mayor o menor capacidad económica, social, política y de conocimientos para llegar a potencializar el desarrollo humano, llegando a acuerdos preferiblemente, que buscar desde una perspectiva distinta, que las agencias, impongan su voluntad como objetivo, impidiéndose el favorecimiento consensuado de las partes. (pág. 142)

En efecto, el empoderamiento es un proceso que desarrolla las capacidades del ser humano, puesto que, se involucran diversos actores que actúan beneficio de su

estabilidad, es decir, al cooperar mutuamente, se propician a los grupos vulnerables condiciones sociales y económicas óptimas, alcanzando la satisfacción personal y laboral en sus contextos determinados. Desde un enfoque de género, las mujeres tienden a lograr oportunidades de cambio, importantes para su formación, en donde se ven expuestas a asumir roles de liderazgo con la finalidad de obtener resultados prósperos.

Así pues, esta teoría se enmarca en la dotación de recursos resaltándose la preparación constante de la mujer y teniendo como meta, elevar su calidad de vida superando barreras que obstaculizan su crecimiento económico y social. Para ello, las capacitaciones y talleres cumplen un rol protagónico en perspectiva de incrementar las habilidades femeninas, en ese sentido, el empoderamiento de género es fundamental para elevar el nivel de ventas de las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala de tal suerte que, desarrollen sus actividades bajo entornos equitativos e inclusivos generando incrementos en sus ingresos.

2.3.2 Institución ejecutora de la propuesta. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Machala.

2.3.3 Responsables de la ejecución de la propuesta. La ejecución de la propuesta estará bajo la responsabilidad de los funcionarios del departamento municipal de Participación Ciudadana junto a la Red Municipal de Mercados; y los autores del presente trabajo: Sr. Luis Steven Machuca Castillo y Srta. Juliana Isabel Aguilar Rojas.

2.3.4 Beneficiarios de la propuesta. La población beneficiaria directa de la propuesta son las 240 mujeres comerciantes del mercado La Granja del cantón Machala, mientras que los beneficiarios indirectos son las autoridades locales, junto a los habitantes de los alrededores del mercado que acuden al sitio a comprar los productos necesarios para sus hogares.

2.3.5 Planificación operativa

Objetivos de la propuesta	Actividades	Resultados esperados	Fecha de ejecución	Responsables
Capacitar a las comerciantes en temas de marketing digital y atención al cliente para que desarrollen habilidades y conocimientos sobre la publicidad de sus negocios.	Reunión con los dirigentes del mercado La Granja junto a las autoridades del GAD Municipal para la difusión de las capacitaciones.	Las mujeres comerciantes están informadas de las capacitaciones a realizarse.	02 de abril del 2025	Autoridades del GAD Municipal de Machala. Departamento de Participación Ciudadana. Autores del proyecto.
	Capacitación sobre el marketing digital a través de la utilización de plataformas que fomenten la publicidad de sus negocios.	Mayor acogida de los negocios a través de las plataformas digitales.	15 de abril del 2025	Facilitadores expertos del tema. Autores del proyecto.
	Capacitación en atención al cliente enmarcado en la enseñanza y el desarrollo de habilidades comunicativas para comprender las necesidades de los usuarios habituales.	Comprensión de las necesidades diversas de los clientes para mejorar las estrategias de negocio.	29 de abril del 2025	Red Municipal de Mercados de Machala. Facilitadores expertos del tema. Autores del proyecto.

Implementar programas de mentorías enmarcados a la igualdad de género contribuyendo al desarrollo de capacidades de las mujeres comerciantes.	Foro de discusión sobre la igualdad de género enriqueciendo las capacidades estratégicas del comercio femenino.	Las comerciantes adquieren comprensión de los desafíos de género afrontándolos mediante habilidades estratégicas.	13 de mayo del 2025	Red Municipal de Mercados de Machala. Facilitadores expertos del tema. Autores del proyecto.
	Realizar mesas de diálogo acerca de los desafíos y oportunidades de las mujeres comerciantes.	Las mujeres tienen autonomía para proponer soluciones eficientes para el desarrollo de sus actividades económicas.	28 de mayo del 2025	Autores del proyecto.
	“Rompiendo estereotipos de género y creando oportunidades” taller de dominio e innovación comercial en mujeres.	Las comerciantes tienen mayor acceso a oportunidades para innovar y mejorar sus negocios.	09 de junio del 2025	Departamento de Participación Ciudadana. Autores del proyecto.
Empoderar a las comerciantes mediante talleres de liderazgo femenino y educación financiera para el manejo eficiente de sus ingresos.	Charla motivacional sobre el empoderamiento y el comercio femenino fortaleciendo el desarrollo personal y laboral de las mujeres.	Mujeres comerciantes motivadas e inspiradas en el desarrollo de sus actividades económicas.	25 de junio del 2025	Departamento de Participación Ciudadana. Facilitadores expertos del tema. Autores del proyecto.

	"Mujer atrévete y emprende con éxito", taller de liderazgo y comercio femenino.	Amplio desarrollo de las habilidades de liderazgo en las actividades comerciales de las mujeres.	08 de julio del 2025	Facilitadores expertos del tema. Autores del proyecto.
	Curso de estrategias en ventas y educación financiera para un adecuado manejo de los ingresos de las mujeres comerciantes.	Mujeres comerciantes capacitadas para la optimización eficiente de sus ingresos.	21 de julio del 2025	Red Municipal de Mercados de Machala Autores del proyecto.

2.3.6 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	TIEMPO EN MESES/ SEMANAS																
	ABRIL					MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reunión con los dirigentes del mercado La Granja junto a las autoridades del GAD Municipal para la difusión de las capacitaciones.																	
Capacitación sobre el marketing digital a través de la utilización de plataformas que fomenten la publicidad de sus negocios.																	
Capacitación en atención al cliente enmarcado en la enseñanza y el desarrollo de habilidades comunicativas para comprender las																	

necesidades de los usuarios habituales.																	
Foro de discusión sobre la igualdad de género enriqueciendo las capacidades estratégicas del comercio femenino.																	
Realizar mesas de diálogo acerca de los desafíos y oportunidades de las mujeres comerciantes.																	
“Rompiendo estereotipos de género y creando oportunidades” taller de dominio e innovación comercial en mujeres.																	
Charla motivacional sobre el empoderamiento y el comercio femenino fortaleciendo el desarrollo personal y laboral de las mujeres.																	

"Mujer atrévete y emprende con éxito", taller de liderazgo y comercio femenino.																	
Curso de estrategias en ventas y educación financiera para un adecuado manejo de los ingresos de las mujeres comerciantes.																	

2.4 Fases de implementación de la propuesta

FASE 1. Presentación y socialización de la propuesta “Estrategias comerciales que contribuyan al incremento de ventas e ingresos para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja” a dirigentes del mercado La Granja y directivos del GAD de la ciudad de Machala.

FASE 2. Revisión y aprobación de la propuesta por parte de los dirigentes del mercado La Granja y directivos del GAD de la ciudad de Machala.

FASE 3. Socialización de la propuesta a las mujeres comerciantes del mercado La Granja.

FASE 4. Ejecución de la propuesta (Charlas, talleres, capacitaciones, acuerdos y compromisos).

FASE 5. Evaluación de la propuesta

FASE 6. Proceso de seguimiento a los acuerdos, compromisos y resultados alcanzados en la implementación de la propuesta.

FASE 7. Elaboración del informe final sobre los resultados alcanzados en la implementación de la propuesta en el mercado La Granja.

FASE 8. Entrega del informe final a los dirigentes del mercado La Granja, así como a los funcionarios del departamento de Participación Ciudadana y Red de Mercados del GAD Municipal de la ciudad de Machala.

2.5 Estrategias de evaluación de la propuesta

Con la puesta en marcha de la propuesta se llevarán a cabo tres tipos de evaluación: previo a su implementación (Evaluación Ex – Ante), durante su ejecución (Evaluación Concurrente) y al concluir el proceso (Ex – Post). Estas fases permitirán identificar el impacto general de la propuesta evaluando los aspectos positivos y negativos que influyen en las mujeres comerciantes del mercado La Granja.

Evaluación Ex – Ante: es un proceso que tiene como principio determinar la viabilidad para explorar los posibles impactos de la propuesta antes de su implementación con el objetivo de efectuar decisiones acertadas. Por lo cual, para la revisión respectiva de los contenidos, los proponentes y los dirigentes del mercado La Granja, lo analizan oportunamente para constatar que la estructura cumpla con los requerimientos técnicos, metodológicos y financieros para ejecutar adecuadamente y tomar medidas necesarias.

Evaluación Concurrente: tiene como finalidad evaluar los hechos y sucesos que se acontecen en el transcurso de la propuesta, en donde la observación estructurada cumple un rol fundamental en monitorear el desarrollo de los talleres, capacitaciones, charlas y cursos, cumpliéndose a cabalidad lo que se ha planificado.

Evaluación Ex – Post: se encarga de evaluar los resultados y cambios alcanzados después de la implementación de la propuesta, verificando el cumplimiento de los objetivos para identificar la intervención y los aportes a la realidad socioeconómica de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, las habilidades logradas, conocimientos y aprendizajes para sus actividades económicas.

Momentos de la Evaluación	Indicadores de Evaluación	Cumplimiento		Observaciones
		Si	No	
ANTES	El contenido de la propuesta cumple con lo establecido por el requerimiento a intervenir.			
	La propuesta ha sido socializada a las autoridades locales y dirigentes del mercado.			
	La propuesta ha sido socializada a las mujeres beneficiarias.			
DURANTE	Se ejecutaron las charlas, cursos y talleres de capacitación de la propuesta en la fecha establecida.			
	Se explicaron los motivos y objetivos de la propuesta.			

	El desempeño general de los facilitadores de la propuesta fue adecuado.			
	Los facilitadores mostraron habilidades para transmitir conocimiento.			
	La explicación de los contenidos de la propuesta fue adecuado y entendible.			
	Se cumplieron en su totalidad con los objetivos planificados.			
	Se dio una retroalimentación a los participantes al finalizar la exposición del facilitador.			
	Los recursos didácticos utilizados en las charlas, capacitaciones y talleres fueron los adecuados.			
DESPUES	Se ha realizado seguimiento periódico a la implementación de la propuesta.			
	Se han cumplido los compromisos asumidos por las comerciantes para alcanzar los resultados planteados en la propuesta.			
	Se ha realizado un estudio de satisfacción a las beneficiarias de la propuesta.			
	Se ha realizado una evaluación final de la implementación de la propuesta.			
	Se ha realizado un informe final de la implementación de la propuesta.			

2.6 Recursos logísticos

2.6.1 *Recursos humanos.* Con el propósito de cumplir con los talleres charlas, cursos y capacitaciones de la propuesta, es importante contar con la participación activa de las mujeres comerciantes, autoridades locales y facilitadores expertos en el tema del comercio femenino.

2.6.2 *Recursos materiales.* Los recursos materiales que se utilizarán son: local para reuniones y talleres, carpetas, hojas de papel bond A-4, lapiceros, grapadoras, perforadoras, portafolio, sillas y mesas.

2.6.3 *Equipos tecnológicos.* Los equipos tecnológicos que serán utilizados son: impresora, computadora portátil, pendrive, servicio de internet, proyector, cámaras, micrófono y parlante.

2.6.4 Presupuesto

A. Recursos Humanos				
No.	Denominación	Tiempo	Costo mensual	Total
3	Facilitadores	2 meses	\$ 600,00	\$3.600,00
Subtotal				\$3.600,00
B. Recursos materiales				
Descripción		Cantidad	Costo unitario	Total
Hojas de papel boom A-4		1 resma	\$ 4,00	\$4,00
Esferográficos		245	0.25	\$5,00
Carpetas		5	1.00	\$4,00
Grapadoras		2	5,00	\$10,00
Perforadoras		2	3,50	\$7,00
Sillas		245	4,00	\$980,00
Mesas		3	10,00	\$30,00

Portafolio force	1	4,00	\$4,00
Subtotal			\$ 1.044,00
C. Equipos tecnológicos			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Computadora portátil	1	\$ 600,00	\$600,00
Pendrive	1	12,00	\$12,00
Internet	1	25,00	\$25,00
Impresora	1	300,00	\$300,00
Micrófono	2	30,00	\$60,00
Parlante	1	160,00	\$160,00
Proyector	1	130,00	\$130,00
Cámaras	2	200,00	\$400,00
Subtotal			\$1.687,00
D. Otros recursos			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Gastos de movilización	1	70,00	\$70,00
Gastos de comunicación	1	50,00	\$50,00
Refrigerios	245	1,00	\$245,00
Subtotal			\$365,00
E. IMPREVISTOS 5% DE A+B+C			\$ 334,80
Costo total de la propuesta			\$ 7.030,80

2.6.5 Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
FUENTE	CANTIDAD
Aporte personal de los autores de la propuesta	\$925,00
Aporte del GAD de Machala	\$5.575,60
Aporte de los dirigentes del mercado (autogestión)	\$530,20
TOTAL	\$7.030,80

3. VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD

3.1 Análisis de la dimensión Técnica de Implementación de la propuesta

De acuerdo con la dimensión técnica de la propuesta de intervención, es factible en vista de que se van utilizar recursos humanos, materiales y conocimientos que propicien la ejecución de las actividades tales como; talleres, capacitaciones, charlas y cursos, en función de cumplir con los objetivos establecidos, logrando así, que los resultados esperados se proyecten en base a lo programado.

Para lo cual, la responsabilidad de la ejecución de la propuesta estará a cargo de los funcionarios del departamento municipal de Participación Ciudadana junto a la Red Municipal de Mercados de Machala, dado que, cuentan con el equipamiento técnico, teórico y operativo para efectuar cada una de las actividades sujetas al proyecto. Por lo tanto, al contar con los recursos y las herramientas tecnológicas necesarias, la población objetivo se verá beneficiada.

3.2 Análisis de la dimensión Económica de Implementación de la propuesta

Con el objetivo de lograr el cumplimiento de las actividades detalladas en el cronograma, la propuesta integradora es factible, puesto que el presupuesto total es de \$ 7.030,80, mismos que serán obtenidos a través del municipio local, dirigentes de los comerciantes del mercado La Granja y autores del proyecto. Por ello el GAD Municipal de la ciudad de Machala, aportará con \$ 5.575,60 recursos provenientes de la partida presupuestaria que se enfoca en la realización de las capacitaciones. Los autores de la propuesta contribuirán con \$ 925,00 y los dirigentes del mercado con \$ 530,20, por lo cual, mediante la dotación de este recurso será importante para la ejecución y cumplimiento del proyecto.

3.3 Análisis de la dimensión Social de Implementación de la propuesta

En torno a la dimensión social de la propuesta, se enmarca a lograr el bienestar integral de las mujeres comerciantes a través de la transmisión de conocimientos y habilidades referidas a la venta de sus productos, que ofrecen en sus respectivos negocios, por lo que, su implementación tendrá impactos positivos en las necesidades específicas de las féminas.

En ese sentido, las capacitaciones en marketing digital, las mentorías en igualdad de género y el empoderamiento femenino que se brindará a cada mujer comerciante del mercado La Granja, serán vitales para fomentar la reactivación económica acorde a la actividad comercial que desarrollan, y con ello, fortalecer la estabilidad de sus ingresos que permita el mejoramiento interno de sus negocios, como también, la calidad de vida de sus familias.

3.4 Análisis de la dimensión Ambiental de Implementación de la propuesta

Desde el punto de vista ambiental, la propuesta es sostenible y responsable con la naturaleza dado que, los materiales y equipos tecnológicos como; la computadora portátil, el pendrive, el proyector, el parlante, entre otros, no ocasionarán efectos nocivos al entorno laboral ni a la calidad de vida de las mujeres comerciantes, desde luego, servirán como herramientas de apoyo para llevar a cabo las capacitaciones y talleres de liderazgo.

No obstante, se debe ser cauteloso al momento de abordar el uso del papel para la ejecución de las actividades planificadas. Además, es fundamental ser cuidadoso con los desechos orgánicos e inorgánicos que se van utilizar, con la finalidad de generar conciencia medioambiental en conjunto con los participantes, los facilitadores expertos del tema y las autoridades locales.

REFERENCIAS

1. Agualongo, D., & Garcés, A. (2020). El nivel socioeconómico como factor de influencia en temas de salud y educación. *Vínculos*, 5(2), 19-27. Obtenido de <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/vinculos/article/view/1639/1312>
2. Aguirre, H. (2023). *Empoderamiento femenino para la toma de decisiones colectivas en el marco del Comité para la Defensa del Agua, Páramo de Santurbán, Santander-Colombia*. Santander: Flacso Argentina. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19662/2/TFLACSO-2023HAT.pdf>
3. Albuja, F. (2021). Servicios públicos en Ecuador: tensiones teóricas entre estatismo, liberalismo y supremacía constitucional. *Coyuntura*, 2(13), 85-106. Obtenido de https://revistas.iaen.edu.ec/index.php/estado_comunes/article/view/227/415
4. Alvarado, R., & Arévalo, M. (2023). Participación de las mujeres en la economía de países en desarrollo. *Revista Económica*, 12(1), 67-76. Obtenido de <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/economica/article/view/1859/1399>
5. Álvarez, I., & Yanes, G. (2021). Propuesta metodológica para evaluar calidad de vida y bienestar social en relación con el diseño urbano. *Vivienda y Comunidades Sustentables*(10), 115-136. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6651/665170467006/665170467006.pdf>
6. Amaya, A., Samaniego, A., & Lasio, V. (2023). *Oportunidades y desafíos del ecosistema de emprendimiento femenino en Ecuador*. Guayaquil: Escuela de Negocios de la ESPOL. Obtenido de https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2023/01/emprendimiento_femenino_ecuador.pdf
7. Andrade, G. (2023). *Revista Gestión*. Obtenido de *Revista Gestión*: <https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/el-mercado-laboral-ecuatoriano-castiga-las-mujeres-se-puede-cambiar-el/>
8. Arancibia, C., Macas, D., Ojeda, D., & Castro, L. (2017). Una aproximación al índice progreso social en Ecuador. *Revista de coyuntura y perspectiva*, 2(1), 1- 29. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/ec/v2n1/v2n1_a02.pdf

9. Arias, L., Portilla, L., & Villa, C. (2008). El desarrollo personal en el proceso de crecimiento individual. *Fundamentos en Humanidades*, 14(40), 117-119. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84920454022.pdf>
10. Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
11. Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. Quito. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org7.pdf
12. Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Código de Comercio*. Quito. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
13. Bautista, L. (2017). La calidad de vida como concepto. *Revista Ciencia y Cuidado*, 14(1), 5-9. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/508/5082219008/5082219008.pdf>
14. Belduma, R., Fernández, J., & Coronel, J. (2024). Comercio informal en la ciudad de Machala una cultura exógena en pleno siglo XXI: Desde una perspectiva Socioeconómica y Política. *Multidisciplinary Latin American Journal*, 2(2), 71-87. Obtenido de <https://mlaj-revista.org/index.php/journal/article/view/22/62>
15. Bituga, P. (2021). Los roles de género en el concepto de familia fang: un sistema de socialización diferencial. *Revista Cátedra*, 4(2), 88-105. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CATEDRA/article/view/2924/4115>
16. Bucaram, R., Quinde, V., Quinde, F., & Vera, P. (2023). Discriminación de género en el mercado laboral: Una mirada desde los egresados de la Universidad Agraria-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XXIX(7), 101-112. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/40450/45989>
17. Burgo, O. (2022). Planificación del desarrollo provincia El Oro y cantón Machala: examen crítico desde la dimensión cultural. *Revista Conrado*, 18(85), 345-354. Obtenido de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2296/2222>

18. Cáceres, L., Acevedo, J., Barrios, V., Romero, L., Pérez, A., & Contreras, F. (2023). Bienestar laboral y su correlación con el compromiso organizacional. *Revista Investigación en Salud Universidad de Boyacá*, 10(1), 94-111. Obtenido de <https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/view/742/827>
19. Cadena, D., Muñoz, S., Granados, Y., & Méndez, E. (2023). La relación con el cliente en el comercio minorista. *Journal of Science and Research*, 285-298. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/3041/2749>
20. Calero, M., Tachong, L., Vite, L., & Bravo, J. (2023). Estudio de factores que influyen en el comercio informal y su impacto en la preferencia del consumidor. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(3), 1295–1314. Obtenido de <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/1151/1474>
21. Cámara de Industrias y Producción. (3 de Agosto de 2023). *Cámara de Industrias y Producción*. Obtenido de Cámara de Industrias y Producción: <https://www.cip.org.ec/2023/08/09/desempleo-y-empleo-no-adecuado-jovenes-mujeres/>
22. Camou, A. (2023). Talcott Parsons: del estructural-funcionalismo al modelo AGIL. *Memoria Académica*, 332-387. Obtenido de <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.5844/pm.5844.pdf>
23. Carrera, G., Larrea, M., & Moncayo, M. (2020). Desarrollo local y turismo en Ecuador. *Revista Enlace Universitario*, 19(1), 30-48. Obtenido de <https://enlace.ueb.edu.ec/index.php/enlaceuniversitario/article/view/99/142>
24. Carrión, C., & Reyes, B. (2022). Aproximación a la calidad de vida de usuarios comunitarios de servicios sociales: avances en la inclusión. *Sur Academia*, 9(17), 51-60. Obtenido de <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/1116/951>
25. Cassab, P., & Mayorca, D. (2018). Habilidades gerenciales en mujeres comerciantes cabeza de hogar y economía familiar. *Revista EAN*(84), 153-16. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1922/1739>
26. Cedeño, D., & Veliz, M. (2023). Análisis del comportamiento tributario de las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad en la ciudad de Portoviejo.

- Journal Scientifi*, 7(3), 2838-2857 . Obtenido de <https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/595/2377>
27. Cedeño, G., Soto, D., Núñez, R., & Zambrano, P. (2021). La perspectiva de género y la educación de los profesionales. Caso de secretariado ejecutivo. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 20(1), 57-70. Obtenido de <https://enlace.ueb.edu.ec/index.php/enlaceuniversitario/article/view/152/204>
 28. Colón, C. (2023). Reducción de la Brecha de Género en la Educación Ecuatoriana: Una mirada a la Perspectiva Coeducativa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9057/13507>
 29. Conde, J., Font, M., & Plaza, N. (2022). Reactivación económica durante la pandemia COVID-19de comerciantes autónomos del cantón Portoviejo. *Revista Mikarimin*, 8(3), 11-22. Obtenido de <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/2431/2244>
 30. Consejo Nacional de Planificación. (2024). *Plan de Desarrollo para el nuevo Ecuador*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/PND2024-2025.pdf>
 31. Covey, S. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Barcelona: Paidós Plural. Obtenido de <https://www.colomos.ceti.mx/documentos/goe/los7HabitosGenteAltamenteEfectiva.pdf>
 32. Delgado, M. (2023). Desempleo en Ecuador: Análisis de la última década. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, IV(2), 4707-4719. Obtenido de <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/931/1231>
 33. Díaz, G. (2023). El acceso a los servicios públicos como derecho humano: Su recepción en el derecho comparado en las regulaciones de Bolivia, Brasil, Colombia, Chile y Uruguay. *Revista de Abogacía*(12), 47-58. Obtenido de <https://publicaciones.unpaz.edu.ar/OJS/index.php/ab/article/view/1508/1417>
 34. El Comercio. (11 de Noviembre de 2021). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/mujeres-creditos-emprendimientos-ecuador-obstaculos.html>

35. El Universo. (15 de Abril de 2022). *El Universo*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/machala-con-renovada-imagen-en-calles-del-casco-urbano-comerciantes-informales-seran-reubicados-nota/>
36. Flores, M., Mackencie, F., Merizalde, D., Yáñez, A., Litardo, J., & Menoscal, D. (2023). Emprendimiento femenino: desafíos y oportunidades para las empresarias. *Revista de desarrollo del Sur de Florida*, 4(9), 3630-3647. Obtenido de <https://ojs.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/3287/2469>
37. García, D., & Carbonell, M. (2023). Los estereotipos de género. Un estudio en adolescentes. *Estudios Del Desarrollo Social: Cuba Y América Latina*, 11(1), 209-235. Obtenido de <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/348/312>
38. Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de el Oro*. Machala: Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro.
39. Gómez, S., Macías, A., & Pérez, E. (2022). Las actividades comerciales y el valor agregado bruto ¿de qué manera aportan estas variables al cantón Rocafuerte? *Journal Scientific MQRinvestigar*, 6(3), 62-381. Obtenido de <https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/21/51>
40. Guzmán, D. (2023). Caracterizando la informalidad laboral en América Latina. Un Análisis de su persistencia. *Religación Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 8(36), 1-24. Obtenido de <https://revista.religacion.com/plugins/generic/pdfJsViewer/pdf.js/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2Frevista.religacion.com%2Findex.php%2Freligacion%2Farticle%2Fdownload%2F1054%2F1236%2F>
41. Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2e7fe425-226f-4e4b-8272-4dc2302099b2/content>
42. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Education. Obtenido de <https://jalintonreyes.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/05/sampieri-5a-edicion-3b3n-roberto-et-al-metodologia-3da-de-la-investigacion-3b3n.pdf>

43. Jiménez, J., Luna, J., & Jiménez, C. (2022). Empoderamiento social y organizacional como un modelo de investigación para alcanzar la sustentabilidad. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 34(1), 138-150. Obtenido de <https://portal.amelica.org/ameli/journal/517/5173110013/5173110013.pdf>
44. León, P., Rivadeneira, E., Núñez, F., & Albán, P. (2023). El comercio electrónico en los emprendimientos. *Digital Publisher CEIT*, 8(4), 461-470. Obtenido de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1829/1673
45. López, B., Aragón, J., Muñoz, M., Madrid, S., Tornell, & Iván. (2021). Calidad de vida laboral y desempeño laboral en médicos del instituto mexicano del seguro social de bienestar, en el estado de Chiapas. *Revista de la Facultad de Medicina Humana de la Universidad Ricardo Palma*, 21(2), 316-325. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v21n2/2308-0531-rfmh-21-02-316.pdf>
46. Mazuera, A. (2015). Aproximación ético-política a la responsabilidad política. *Revista Ratio Juris*, 10(20), 241-263. Obtenido de El Armadillo: <https://elarmadillo.co/glosario/voluntad-politica-definir-prioridades-y-tomar-acciones/>
47. Montoya, A. (2010). Mujeres y trabajo ¿Derecho u ocupación? Reflexiones sobre las implicaciones económicas y jurídicas del trabajo femenino en Colombia. *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 40(113), 255-272. Obtenido de <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r26858.pdf>
48. Moreno, C., & Anderson, H. (2011). *Desigualdad e inclusión social en las Américas*. México: Organización de los Estados Americanos. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4635/16.pdf>
49. ONU Mujeres. (2020). *Estudio sobre trabajo remunerado y no remunerado del hogar en niñas y adolescentes en Ecuador*. Quito: ONU Mujeres. Obtenido de <https://ecuador.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Ecuador/Documentos/Publicaciones/2019/Informe%20FinalEstudio%20trabajo%20Remunerado%20y%20no%20remunerado.pdf>
50. Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2016). *Las mujeres en el trabajo: Tendencias de 2016*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo. Obtenido de

https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_483214.pdf

51. Organización Mundial del Comercio (OMC). (2022). *Examen Global de la Ayuda para el Comercio 2022*. Organización Mundial del Comercio (OMC). Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/aid4trade22_chap4_s.pdf
52. Pachano, A., & Molina, M. (2022). La discriminación laboral por género en Ecuador. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 5(1), 179-186. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/7217/721778113022.pdf>
53. Parrales, V., Reina, G., Cedeño, & Horacio. (2022). Calidad de agua potable en las zonas urbanas. *Revista Científica de Educación Superior y Gobernanza Interuniversitaria Aula* 24, 3(5), 8-12. Obtenido de <https://publicacionescd.uleam.edu.ec/index.php/aula-24/article/view/446/752>
54. Perea, M., Restrepo, J., Arredondo, N., Zapata, V., & Mejía, C. (2023). Los roles de género en una sociedad patriarcal. *UGCiencia*, 28(1), 1-8. Obtenido de <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/ugciencia/article/view/1306/1755>
55. Pinto, M. (31 de Marzo de 2023). *Mp Noticias*. Obtenido de Mp Noticias: <https://mpnoticias.com.ec/en-total-abandono-se-encuentra-el-mercado-la-granja/>
56. Quezada, S., Méndez, F., & González, D. (2018). Rol del género femenino en el ámbito laboral: una figuracomparada con el desempeño dirigenal de la mujer a nivel deLatinoamérica. *Revista Killkana Sociales*, 2(4), 111-120. Obtenido de https://killkana.ucacue.edu.ec/index.php/killkana_social/article/view/311/451
57. Quintero, W., Lemus, L., Arévalo, J., & Sotelo, M. (2021). El fenómeno del comercio informal como factor de impacto en los comerciantes formales. *Mundo Fesc*, 11(21), 236-249. Obtenido de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/1026/793>
58. Quispe, A. (2023). El lugar de la mujer: La segregación ocupacional horizontal por razón de género en el mercado laboral peruano. *La Colmena*(16), 81-96. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lacolmena/article/view/27717/25777>
59. Quispe, G., Ayaviri, D., Villa, M., & Velarde, R. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios. *Revista*

- de *Ciencias Sociales*, 26(3), 207-230. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519016/html/>
60. Reyes, L. (17 de Junio de 2022). *Diario Correo*. Obtenido de Diario Correo: <https://diariocorreo.com.ec/71960/ciudad/mercados-locales-proximos-al-desabastecimiento-de-productos>
61. Rosales, S., Hayden, T., & Crossa, V. (2023). Heterogeneidad de los comerciantes en los mercados públicos de la Ciudad de México. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 38(2), 345-378. Obtenido de <https://ojsnextgen.escire.net/index.php/edu/article/view/2148/2568>
62. Salinas, J., Rodríguez, L., & García, M. (2023). Perspectiva de género. *Revista Jurídica Mario Alario D'Filippo*, 15(30), 326-339. Obtenido de <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/marioalariodfilippo/article/view/4252/3384>
63. Sánchez, P., Uriguen, P., & Vega, F. (2021). Discriminación y desigualdad salarial. Exploración de brechas por género en Ecuador. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(1), 48-55. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/544/494>
64. Sánchez, R., Manzano, L., & Maturana, L. (2022). Informalidad laboral, pobreza monetaria y multidimensional en Bogotá y el Área Metropolitana. *Revista Latinoamericana de Economía*, 53(208), 31-63. Obtenido de <https://probdes.iiec.unam.mx/index.php/pde/article/view/69754/62148>
65. Sandoval, B. (2016). ¿Inclusión en qué? Conceptualizando la inclusión social. *Revista Internacional de Políticas de Bienestar y Trabajo Social Ehquidad*(5), 71-108. Obtenido de <https://revistas.proeditio.com/ehquidad/article/view/1333/1414>
66. Tamayo, D., & Cajilema, L. (2023). Comercio Informal y Género: Un estudio de caso en el cantón Latacunga. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria*, 5(6), 884-896. Obtenido de <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/899/1251>
67. Tezanos, S., Quiñones, A., Gutierrez, D., & Madrueño, R. (2013). *Desarrollo humano, pobreza y desigualdades*. Santander: Cátedra de Cooperación Internacional y con Iberoamérica - Universidad de Cantabria. Obtenido de

https://biblioteca.clacso.edu.ar/Espana/catedra-coiba/20161216043133/pdf_1139.pdf

68. Vásconez, A. (2012). *Protección social y trabajo no remunerado: Redistribución de las responsabilidades y tareas del cuidado. Estudio de caso Ecuador*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1d6db996-520c-45e4-9f03-168286e17cb4/content>
69. Véliz, M., Proaño, P., Mendoza, J., & Mendoza, D. (2023). Emprendimiento, una oportunidad de vida para la mujer ecuatoriana. *Revista San Gregorio*(56), 132-145. Obtenido de <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/2514/1631>
70. Véras, R., Varela, P., & Calderón, A. (2023). *Informalidad en América Latina: ¿Un debate actual?* España: Unión de editoriales universitarias españolas (UNE). Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/134519/1/Informalidad-en-America-Latina.pdf#page=57>
71. Viveros, S., Montoya, F., & Camacho, F. (2023). Desarrollo Humano y Agenda 2030 en Ecuador: Sentidos sobre la Praxis Gerencial Educativa y sus desafíos para el siglo XXI. *Compendium*, 26(50), 1-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/880/88076016004/88076016004.pdf>
72. Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>

ANEXOS

Anexo 1. Oficio dirigido al alcalde de la ciudad de Machala para la entrevista

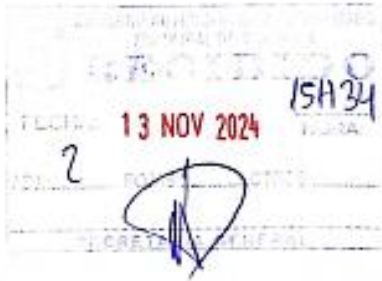
Oficio N° 3579
Machados EP
15/11/2024



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
D.L. No. 69-04 DE 14 DE ABRIL DE 1969 PROVINCIA DE EL ORO – REPUBLICA
DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGIA
"Calidad, pertinencia y calidez"

Machala, 13 de noviembre del 2024

Ingeniero
Dario Macas Salvatierra
Alcalde de la ciudad de Machala



De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente nos dirigimos a usted en calidad de estudiantes: Juliana Isabel Aguilar Rojas y Luis Steven Machuca Castillo, de la Universidad Técnica de Machala de la carrera de Sociología, por motivo que estamos actualmente desarrollando una investigación titulada: **"Condiciones socioeconómicas y su incidencia en la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja Machala 2024"**. Este estudio busca analizar factores clave como el ingreso económico, el acceso a servicios básicos y las condiciones laborales de los comerciantes, para comprender cómo estos aspectos impactan en su bienestar y desarrollo personal.

La información recopilada será de gran valor para la realización de un análisis completo sobre la situación actual de los comerciantes en el mercado La Granja y, a su vez, contribuirá a una mejor comprensión de los retos y oportunidades presentes en este sector.

Por tal motivo, solicitamos su colaboración mediante una entrevista que nos permita conocer más de cerca la situación de los comerciantes y las condiciones del mercado. Agradecemos de antemano por su tiempo y disposición para colaborar con este proyecto, el cual tiene un fin académico y social.

Atentamente;



Estudiante Juliana Isabel Aguilar Rojas
#075070675-6



Estudiante Luis Steven Machuca Castillo
#070668487-5

Anexo 2. Oficio dirigido a la vicealcaldesa de la ciudad de Machala para la entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
D.L. No. 69-04 DE 14 DE ABRIL DE 1969 PROVINCIA DE EL ORO – REPUBLICA
DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGIA
"Calidad, pertinencia y calidez"

Machala, 13 de noviembre del 2024

Sra.
Jenny Machuca
Vicealcaldesa de la ciudad de Machala

De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente nos dirigimos a usted en calidad de estudiantes: Juliana Isabel Aguilar Rojas y Luis Steven Machuca Castillo, de la Universidad Técnica de Machala de la carrera de Sociología, por motivo que estamos actualmente desarrollando una investigación titulada: **"Condiciones socioeconómicas y su incidencia en la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja Machala 2024"**. Este estudio busca analizar factores clave como el ingreso económico, el acceso a servicios básicos y las condiciones laborales de los comerciantes, para comprender cómo estos aspectos impactan en su bienestar y desarrollo personal.

La información recopilada será de gran valor para la realización de un análisis completo sobre la situación actual de los comerciantes en el mercado La Granja y, a su vez, contribuirá a una mejor comprensión de los retos y oportunidades presentes en este sector.

Por tal motivo, solicitamos su colaboración mediante una entrevista que nos permita conocer más de cerca la situación de los comerciantes y las condiciones del mercado. Agradecemos de antemano por su tiempo y disposición para colaborar con este proyecto, el cual tiene un fin académico y social.

Atentamente;


Estudiante Juliana Isabel Aguilar Rojas
#075070675-6


Estudiante Luis Steven Machuca Castillo
#070668487-5



Anexo 3. Encuesta aplicada a las mujeres comerciantes del mercado La Granja



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Calidad, Pertenencia y Calidez
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGÍA

Encuesta a las mujeres comerciantes del mercado La Granja de Machala					
Nombre del proyecto	Condiciones socioeconómicas y su incidencia en la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, Machala 2024.				
Objetivo	Identificar la incidencia de las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja en su calidad de vida.				
Lugar:	Mercado La Granja del Cantón Machala	Edad		Género	
Fecha de la encuesta					

1. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS PRESENTADAS EN LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA DE MACHALA

1.1 ¿Cuál es su nivel de estudios?

- () Primaria
() Secundaria
() Universitario
() Postgrado
() Educación artesanal
() Ninguno

1.2 Según usted ¿en qué condiciones se encuentra su espacio de trabajo?

- () Están en condiciones adecuadas
() Están en condiciones regulares, podrían mejorar
() Están en malas condiciones, necesitan mejoras urgentes
() No estoy segura

1.3 ¿Considera que su vivienda es un entorno seguro para su familia?

- () Muy seguro
() Algo seguro

- ☐ Inseguros
- ☐ Muy inseguros

1.4 ¿Considera usted que la inestabilidad de sus ingresos afecta su calidad de vida?

- ☐ Afecta mucho
- ☐ Afecta moderadamente
- ☐ Afecta un poco
- ☐ No afecta en absoluto

1.5 En su actividad comercial ¿Qué tipo de productos vende? (Puede seleccionar hasta dos opciones de respuesta)

- ☐ Cárnicos
- ☐ Verduras
- ☐ Hortalizas
- ☐ Frutas
- ☐ Mariscos
- ☐ Embutidos
- ☐ Productos de primera necesidad
- ☐ Plantas medicinales
- ☐ Ropa
- ☐ Comida preparada
- ☐ Accesorios para teléfonos móviles

1.6 ¿Usted considera que las autoridades locales muestran interés por proporcionar entornos adecuados en el mercado?

- ☐ Siempre muestran interés
- ☐ A veces muestran interés
- ☐ Hay poco interés
- ☐ No hay ningún interés

2. CAUSAS GENERADORAS DE LAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA DE MACHALA

2.1 En promedio ¿Cuál es el nivel de ingreso mensual que alcanza su negocio?

- ☐ Menos de 100
- ☐ Entre \$101 a 200
- ☐ Entre \$201 a \$350
- ☐ Entre 351 a \$470
- ☐ Más de \$471

2.2 ¿Ha sentido usted el apoyo de las autoridades locales como mujer comerciante?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ A veces
- ☐ No sabe

2.3 ¿Cree usted que la mujer es valorada en el sector comercial en comparación de los hombres?

- ☐ Siempre
- ☐ Frecuentemente
- ☐ Rara vez
- ☐ No estoy segura
- ☐ Nunca

2.4 ¿Cuántas horas de trabajo realiza por día en su negocio?

- ☐ Completa (8horas)
- ☐ Medio Tiempo (4 horas)
- ☐ Parcial (menos de 4 horas)
- ☐ Abierta (más de 8 horas)

3. CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS QUE ESTÁN AFECTANDO LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA

3.1 ¿Usted está afiliada al seguro social?

- ☐ Sí

☐ No

3.2 ¿A qué tipo de seguro social está afiliada?

☐ IESS

☐ Seguro social campesino

☐ Seguro privado

☐ ISSFA

☐ Otros

☐ Ninguno

3.3 Según su perspectiva ¿Usted siente que tiene acceso suficiente a recursos económicos que le permitan crecer su negocio?

☐ Si, tengo acceso suficiente

☐ Pocas veces tengo acceso a recursos económicos

☐ Considero que tengo acceso limitado

☐ Nunca tengo acceso a recursos económicos

3.4 ¿Cuáles son los servicios básicos con los que cuenta su espacio de trabajo? (Puede seleccionar varias opciones de respuesta)

☐ Alcantarillado

☐ Energía eléctrica

☐ Agua potable

☐ Recolección de basura

☐ Todos

☐ Ninguno

3.5 Según su criterio ¿Con qué frecuencia experimenta situaciones de estrés o agotamiento debido a su actividad comercial?

☐ Siempre

☐ Frecuentemente

☐ Ocasionalmente

☐ Rara vez

☐ Nunca

4. ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LAS AUTORIDADES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA

4.1 Desde su perspectiva ¿Considera que la intervención política de las autoridades incide en la calidad de vida de las mujeres comerciantes?

- ☐ Mejora significativamente, porque existe el apoyo
- ☐ Tiene un impacto moderado, pero aún falta mucho por hacer.
- ☐ No tiene impacto, no se ha visto un cambio real.
- ☐ No tengo suficiente información para opinar.

4.2 ¿Cree usted que existe sensibilidad de género por parte de las autoridades hacia las mujeres comerciantes?

- ☐ Sí, las autoridades muestran una clara preocupación por las necesidades de las mujeres.
- ☐ No, las autoridades no toman en cuenta las necesidades específicas de las mujeres.
- ☐ A veces
- ☐ No sabe

4.3 Si las autoridades tuvieran sensibilidad de género, ¿considera usted necesario implementar políticas de apoyo a las mujeres comerciantes?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ No tengo una opinión al respecto
- ☐ En desacuerdo

4.4 Según su criterio ¿Qué otro tipo de estrategias considera importante para mejorar su calidad de vida laboral? (Puede seleccionar varias opciones de respuesta)

- ☐ Inversión social
- ☐ Medidas de seguridad laboral
- ☐ Políticas de género
- ☐ Regulación de la actividad comercial
- ☐ Capacitaciones en ventas
- ☐ Talleres de promociones digitales

4.5 Según su criterio ¿Qué tan satisfactoria ha sido la creación de La Plaza Bicentenario?

- ☐ Satisfactorio
- ☐ Poco satisfactorio
- ☐ Insatisfactorio
- ☐ Muy insatisfactorio
- ☐ No estoy segura

4.6 ¿Usted está de acuerdo que La Plaza Bicentenario fue la mejor estrategia para cubrir sus necesidades como comerciante?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Poco de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ No estoy segura

Anexo 4. Entrevista aplica a las autoridades municipales y a la dirigente Viviana Tuarez del mercado La Granja



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Calidad, Pertenencia y Calidez
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGÍA

Entrevista dirigida al alcalde, vicealcaldesa, administrador de la red de mercados de la ciudad de Machala y dirigente del mercado La Granja.	
Nombre del proyecto	Condiciones socioeconómicas y su incidencia en la calidad de vida de las mujeres comerciantes del mercado La Granja, Machala 2024.
Objetivo	Identificar la incidencia de las condiciones socioeconómicas en las que viven las mujeres comerciantes del mercado La Granja en su calidad de vida.
Fecha	

1. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS PRESENTADAS EN LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA DE MACHALA

1.1 ¿Considera usted que las mujeres comerciantes del mercado cuentan con las condiciones necesarias para que puedan laborar de forma adecuada e higiénica?

.....

1.2 ¿Han mostrado interés por generar entornos adecuados en el mercado La Granja?

.....

2. CAUSAS GENERADORAS DE LAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA DE MACHALA

2.1 ¿Cuál cree usted que ha sido el factor determinante que ha limitado la ayuda hacia las mujeres comerciantes?

.....

2.2 Según su perspectiva ¿Qué se ha gestionado para fomentar la inclusión y valorización de la mujer en el comercio?

.....

3. CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS QUE ESTÁN AFECTANDO LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA.

3.1 Según su criterio ¿Las comerciantes cuentan con los servicios básicos necesarios para desarrollar sus actividades comerciales?

.....

4. ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LAS AUTORIDADES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES COMERCIANTES DEL MERCADO LA GRANJA

4.1 Conoce usted si se han establecido políticas de apoyo para las comerciantes del mercado La Granja

.....

4.2 En caso de establecer políticas ¿Qué otro tipo de estrategias han gestionado para mejorar la calidad de vida de las mujeres comerciantes?

.....

4.3 ¿Considera usted que la creación de La Plaza Bicentenario permite a las mujeres desarrollar sus actividades comerciales de manera adecuada?

.....

4.4 ¿Conoce usted si las mujeres comerciantes muestran satisfacción ante la creación de la Plaza Bicentenario?

.....