







## PRÁCTICAS DE MOVILIDAD Y COMERCIALIZACIÓN DE MUJERES AGRICULTORAS DE LA PARROQUIA RURAL SININCAY-CUENCA

*MOBILITY AND COMMERCIALIZATION  
PRACTICES OF WOMEN FARMERS IN THE  
RURAL PARISH OF SININCAY-CUENCA*



 Enrique Flores-Juca<sup>1</sup>,  
 Cristhian Parrado Rodríguez<sup>2</sup>,  
 Pedro Jiménez-Pacheco<sup>3</sup>,  
 Jéssica Chica Carmona<sup>4</sup>

**DOI:** <https://doi.org/10.37135/chk.002.23.07>

### Artículo de Investigación

Recibido: (21/09/2023)

Aceptado: (15/03/2024)

<sup>1</sup>Universidad de Cuenca, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Cuenca, Ecuador, email: [enrique.flores@ucuenca.edu.ec](mailto:enrique.flores@ucuenca.edu.ec)

<sup>2</sup>Independiente, Quito, Ecuador, email: [crparrador@gmail.com](mailto:crparrador@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidad de Cuenca, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Cuenca, Ecuador, email: [pedro.jimenezp@ucuenca.edu.ec](mailto:pedro.jimenezp@ucuenca.edu.ec)

<sup>4</sup>Universidad de Cuenca, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Cuenca, Ecuador, email: [jessica.chica@ucuenca.edu.ec](mailto:jessica.chica@ucuenca.edu.ec)

## PRÁCTICAS DE MOVILIDAD Y COMERCIALIZACIÓN DE MUJERES AGRICULTORAS DE LA PARROQUIA RURAL SININCAY-CUENCA

### MOBILITY AND COMMERCIALIZATION PRACTICES OF WOMEN FARMERS IN THE RURAL PARISH OF SININCAY-CUENCA

#### RESUMEN

La comprensión de las prácticas de movilidad de mujeres agricultoras en función de la comercialización de sus productos resulta de suma importancia para identificar sus necesidades y desafíos como grupo social vulnerable. La investigación analizó las prácticas de movilidad y comercialización que utilizan las mujeres agricultoras de la parroquia rural Sinincay, del cantón Cuenca, Ecuador. Mediante la asunción de una metodología mixta de carácter transversal, se aplicaron encuestas para la recolección de información. Los resultados revelaron que las oportunidades para comercializar productos se concentran en el área urbana. El 57.7 de las mujeres comercializa sus productos en lugares no aptos para ello, principalmente en la vía pública, cerca de mercados y plazas. El 72.3 %, al no disponer de vehículo propio dependen de otros medios de transporte, situación que incide en la inversión de tiempo y costo de los desplazamientos. Además, el 93.8 % no forma parte de ninguna organización, lo que conlleva a la realización de la mayoría de viajes de forma individual. Estos hallazgos constituyen un insumo importante para que los organismos pertinentes generen acciones para mejorar la situación de este importante grupo poblacional.

**PALABRAS CLAVE:** Desarrollo rural, desigualdad social, género, mujeres, transporte

#### ABSTRACT

*Understanding women farmers' mobility practices in marketing their products is of utmost importance in identifying their needs and challenges as a vulnerable social group. The research analyzed the mobility and marketing practices used by women farmers in the rural parish of Sinincay in the canton of Cuenca, Ecuador. Using a mixed methodology of a cross-sectional nature, surveys were applied to collect information. The results revealed that the opportunities for marketing products are concentrated in the urban area. A total of 57.7% of the women market their products in places not suitable for this purpose, mainly on public roads, near markets and squares. Since 72.3 % do not have their own vehicle, they depend on other means of transportation, a situation that affects the investment of time and the cost of travel. In addition, 93.8% do not belong to any organization, which means that most trips are made individually. These findings constitute an essential input for the relevant agencies to generate actions to improve the situation of this important population group.*

**KEYWORDS:** Rural development, social inequality, gender, women, transportation



## INTRODUCCIÓN

Se comprueba, en principio, un aumento de estudios que observan la movilidad de las mujeres urbanas (Jirón & Zunino, 2017; Miralles et al., 2016) y que revelan factores que limitan o posibilitan su traslado, como el género, la edad, la actividad ocupacional o la localización (Rodríguez et al., 2021). Sin embargo, esta caracterización resulta insuficiente para observar las oportunidades y las estrategias de desplazamiento de las mujeres rurales, específicamente de aquellas vinculadas con la agricultura.

En las áreas rurales las distancias que separan los lugares de residencia de las zonas de empleo o comercio pueden ser muy amplias, por lo cual, las condiciones de movilidad y de acceso a servicios son diferentes (Noack, 2010). En este contexto, varios autores entienden la movilidad de las mujeres desde un enfoque basado en los recursos disponibles de los hogares (activos) y la distribución los recursos desplegados en el territorio (estructuras de oportunidad) (Bergman et al., 2019; Vecchio, 2018; Hernández, 2012).

En su mayoría, las indagaciones sobre movilidad de mujeres rurales se han ejecutado en países del Sur Global, donde se resalta la importancia de las normas sociales vinculadas con el género para limitar o favorecer sus desplazamientos (Porter, 2011). Los estudios mencionan cómo sus rutinas de viaje combinan tareas relacionadas con el trabajo agrícola y las tareas del cuidado (Adom et al., 2020). También destacan su alta dependencia de los medios motorizados y del transporte público para realizar sus recorridos (Starkey et al., 2021; Thynell, 2017).

Las mujeres buscan el desplazamiento hasta lugares -generalmente urbanos- que representan oportunidades comerciales o de abastecimiento para asegurar su actividad económica (Bergman et al., 2019). Para ello trazan un esquema de recursos que involucra redes familiares o comunitarias (Lei et al., 2019), la disponibilidad de vehículo propio, y las experiencias de viaje (González & Czytajlo, 2022). Por su parte, la descripción de los lugares de oportunidad se concentra en mostrar cómo los espacios periféricos de residencia están atravesados por condiciones de desigualdad socioespacial; donde comúnmente escasean rutas de transporte público, equipamientos y servicios (Gutiérrez & Reyes, 2017).

A diferencia de lo anterior, la producción académica en América Latina no ha realizado mayores avances para registrar esta situación.



Los hallazgos que más sobresalen describen a las zonas rurales como lugares que enfrentan agudos problemas de pobreza (Ballara et al., 2012). Además, indican que la agricultura se mantiene como la principal actividad económica que desarrollan las mujeres (SIPAE, 2020), generalmente con altos niveles de trabajo no remunerado (Valenciano et al., 2021). El cantón Cuenca (Ecuador) no es ajeno a esta realidad. Aunque existen investigaciones que abordan la temática de movilidad rural (Flores, 2021; Palacios, 2017) o sobre los mercados (Briones et al., 2021), estas no han incluido un enfoque transversal de género o analizado la situación específica de la mujer agricultora.

## METODOLOGÍA

Se asumió una metodología mixta de carácter transversal que permitió analizar las prácticas de movilidad y comercialización que utilizan las mujeres agricultoras de la parroquia rural Sinincay.

La investigación se desarrolló en cuatro fases:

- Fase uno: revisión y análisis de referentes teóricos sobre las prácticas de movilidad y comercialización de las mujeres agricultoras. En este contexto, se utilizó el enfoque teórico propuesto por Hernández (2012) como pilar fundamental de la investigación. Además, se identificaron las teorías de González y Czytajlo (2022), Vecchio (2018) y Bergman et al. (2019) las cuales sirvieron para el análisis empírico de la movilidad de las mujeres agricultoras.

Hernández (2012) introduce un método conocido como Activos y Estructuras de Oportunidad. La estructura de oportunidad son los recursos del territorio, tales como bienes, servicios de transporte y equipamientos de salud, comercio o educación. Estos factores se encuentran fuera del control de los hogares, por lo que las acciones o decisiones individuales están condicionadas por tales recursos. Por otro lado, los activos son todos los recursos, tangibles o intangibles, que controla un hogar y cuya movilización está orientada al aprovechamiento de las estructuras de oportunidad, para mantener o incrementar su nivel de bienestar.

Los activos pueden estar relacionados con la tenencia de vehículos, los ingresos económicos, las redes de reciprocidad, entre otros. Ambos términos han tenido acogida en estudios que puntualizan su aplicación en lugares periurbanos (Vecchio, 2018), en contextos de vulnerabilidad (González & Czytajlo, 2022) y con mujeres rurales dedicadas a la agricultura (Bergman et al., 2019).



Generalmente, las oportunidades para las mujeres agricultoras se emplazan en los centros urbanos locales o regionales donde se aglomeran los bienes y servicios relacionados con su actividad ocupacional. Vecchio (2018) y González y Czytajlo (2022) señalan que el acceso a estos lugares estriba en la disponibilidad de infraestructura comercial y el servicio de transporte público. Su déficit o ausencia genera potenciales desigualdades socioespaciales que se hacen efectivas si la población no puede acceder a los servicios que requieren para su actividad. Superar estas limitaciones requiere que las mujeres hagan uso de su portafolio de activos para movilizarse (Bergman et al., 2019).

Para las mujeres agricultoras, estos activos pueden ser más o menos disponibles, adecuados y asumibles para conseguir sus fines de desplazamiento. Noack (2010) señala que el medio de transporte utilizado es el recurso que más disparidad de género implica, en tanto que las mujeres poseen vehículos privados en menor proporción que los hombres, lo cual en la ruralidad limita su movilidad. De la misma manera, las redes de reciprocidad se convierte en otro activo relevante para acceder a las oportunidades (Hernández, 2012). Las mujeres rurales emplean este recurso para vender sus productos mediante el apoyo de un intermediario que, comúnmente, forma parte de su círculo familiar y comunitario, aportando con sus propios recursos para lograr el traslado y la venta de los productos (Lei et al., 2019; Singh & Iranacolaivalu, 2018).

A partir de la interacción entre las estructuras de oportunidad y los activos se configuran las prácticas de movilidad y comercialización de los hogares, definidas como la forma en que estos usan y se apropian del territorio (González & Czytajlo, 2022). El medio de transporte empleado, el tiempo y el costo de traslado son variables que definen los desplazamientos, mientras que los lugares y la frecuencia de venta indican la comercialización. Un factor que incide en la utilización de estos recursos es la satisfacción que tienen las mujeres con respecto a los medios que utilizan y los lugares a los que acceden, puesto que estos pueden constreñir su potencial de movilización (Bergman et al., 2019).

- Fase dos: definición de variables de análisis para medir empíricamente los conceptos de estructuras de oportunidades, activos, prácticas de movilidad y prácticas de comercialización definidas en la fase uno. Con base en la revisión bibliográfica realizada se identificó múltiples variables, de las cuales se seleccionaron aquellas consideradas más pertinentes para el contexto específico del área de estudio. Se obtuvo un total de once variables, las cuales se agruparon en cada concepto de análisis (Tabla 1).



**Tabla 1:** Modelo analítico para análisis de las prácticas de movilidad y comercialización agrícola en la parroquia Sinincay

Conceptos	Variable	Descripción
Estructuras de oportunidad: recursos del territorio	- Cobertura de transporte público	- Porcentaje de población con acceso a la red de transporte público
	- Equipamientos de comercio	- Ubicación de la infraestructura principal para comercio
Activos: recursos de los hogares	- Vehículo propio	- Disposición de vehículo propio
	- Red familiar	- Persona del hogar que apoya individual o colectivamente el traslado de productos
	- Red comunitaria	- Pertenencia a una red comunitaria o asociatividad
Prácticas de movilidad	- Tiempo	- Tiempo promedio de viaje empleado por viaje al destino final
	- Costo	- Costo monetario promedio invertido por viaje al destino final
	- Satisfacción con las condiciones de viaje	- Nivel de satisfacción (escala de Likert) sobre horarios, rutas, ubicación de paradas, modalidad de pago y trato recibido en el transporte público
Prácticas de comercialización	- Lugares destino	- Principal lugar de venta en la ciudad
	- Frecuencia	- Periodicidad de traslado de productos para la venta
	- Satisfacción con las condiciones de venta	- Nivel de satisfacción (escala de Likert) sobre el trato recibido por la guardia ciudadana, residentes y experiencia de venta en espacios públicos

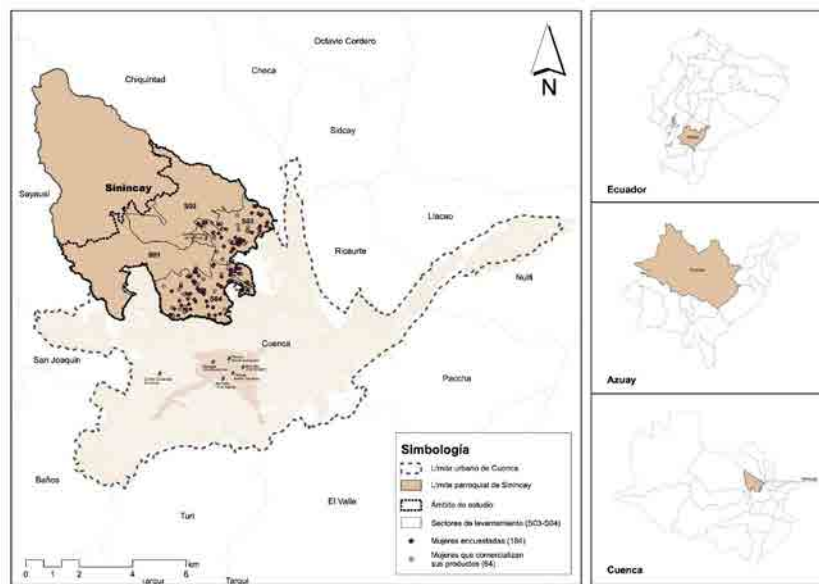
- Fase tres: definición del ámbito específico de estudio. Cuenca es un cantón ubicado al sur de Ecuador, que según las estadísticas oficiales del último censo (INEC, 2010), cuenta con 505.585 habitantes, donde el 34 % reside en parroquias rurales y las mujeres constituyen el 53.29 % de esta población. En esta investigación se analizó a la parroquia rural Sinincay, una de las áreas rurales de mayor crecimiento poblacional del cantón y donde los documentos de planificación local mencionan que la actividad agrícola es la cuarta rama de actividad económica más relevante. Su cabecera parroquial está ubicada geográficamente dentro de un radio inferior a 15 km del casco urbano; sin embargo, algunas comunidades se encuentran a mayor distancia.

- Fase cuatro: levantamiento de información. Los datos empíricos provienen de una encuesta aplicada en abril de 2022. Su diseño metodológico consideró una muestra probabilística de las mujeres que viven y son agricultoras en la parroquia Sinincay. Esta se calculó en cuatro procedimientos. Primero, mediante la técnica de teledetección se identificó un universo de predios con una superficie entre 200 y 4.000 m<sup>2</sup> en donde existieran viviendas y algún tipo de cultivo. Segundo, la zona de estudio se fragmentó en cuatro sectores (S01, S02, S03 y S04) de acuerdo con su cercanía a ejes viales, se excluyó de la zonificación las áreas de conservación y protección natural. Tercero, a partir de una prueba piloto de la encuesta se corroboró que únicamente los sectores S03 y S04 concentraban predios que reunían las características esperadas. Finalmente, en estos dos sectores se aplicó la encuesta mediante la técnica de barrido para la recolección de datos. Este análisis se detalla en



Flores et al. (2023).

En total, se visitaron 695 predios, sin embargo, solo en 184 de ellos se encontró a informantes mujeres, las cuales dieron su consentimiento para realizar y publicar los datos de la encuesta. En total 64 mujeres comercializan sus productos frecuentemente, donde su principal destino de venta fue la ciudad de Cuenca, y son quienes constituyeron el sujeto de estudio de esta investigación (Figura 1).



**Figura 1:** Ubicación geográfica de la parroquia Sinincay y población de estudio

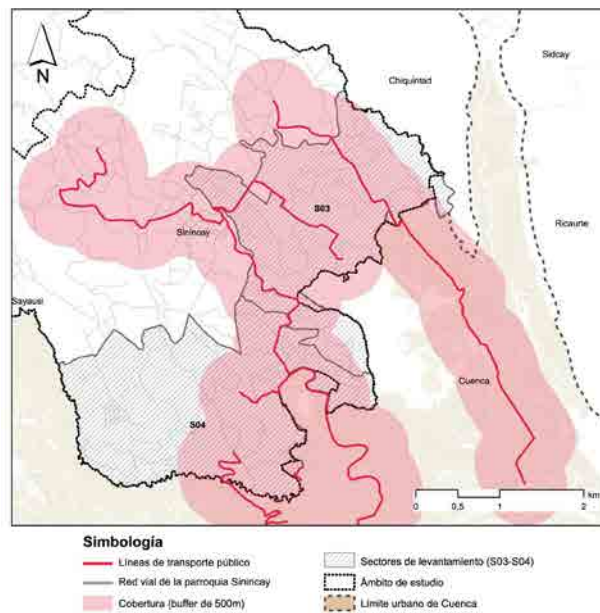
El formulario se aplicó con el apoyo de estudiantes universitarios previamente capacitados. La encuesta incluyó un total de 44 preguntas que describen las estructuras de oportunidad y los recursos empleados por las mujeres agricultoras para movilizarse. Los datos mostrados a continuación responden a un análisis estadístico descriptivo con la base de datos depurada, donde se descartaron encuestas incompletas y con inconsistencias. Para el análisis de este artículo se extrajo el material empírico de nueve preguntas asociadas con las variables de estudio, mientras que las otras dos variables corresponden a fuentes de información secundaria: cobertura de transporte público y ubicación de los mercados y plataformas de venta de productos agrícolas.



## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Estructuras de oportunidad: en cuanto al transporte público, en la parroquia Sinincay operan dos tipos de servicio de transporte: las urbanas y las interparroquiales. Las primeras conectan el casco urbano con los centros parroquiales cercanos a la ciudad, con frecuencias de viajes que oscilan entre los tres y quince minutos, mientras que las rutas interparroquiales efectúan recorridos hacia distintas comunidades de las parroquias rurales del cantón, sus frecuencias de viajes son más esporádicas, sobre los 30 minutos. En ambos sistemas la prestación del servicio es privada, por lo que resulta compleja la capacidad de control por parte de la administración pública.

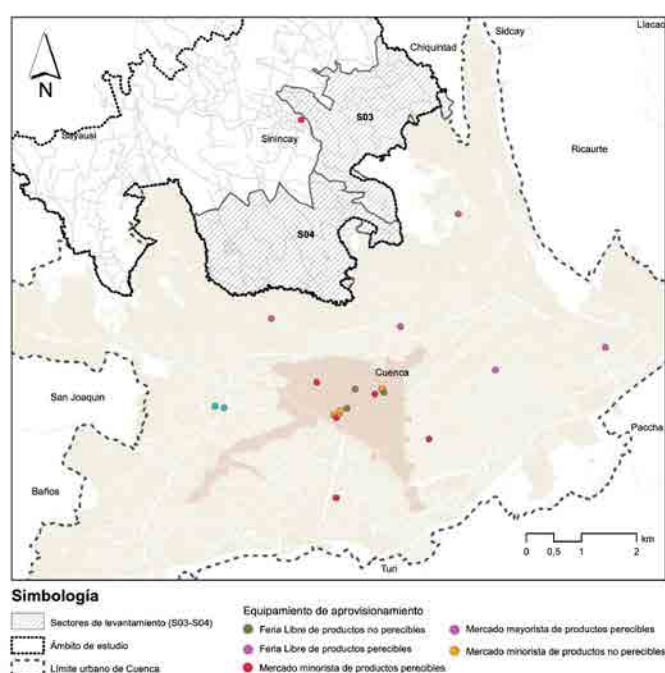
En el caso de las áreas específicas de estudio, sector S03 y S04, cuentan con dos rutas urbanas y una interparroquial. Para analizar la cobertura de transporte se aplicó la relación entre el área servida del territorio (*buffer* con distancia de 500 m a cada lado de la línea de transporte) y la población emplazada en dichas áreas, obteniendo el porcentaje de población cubierta (González & Czytajlo, 2022). Los cálculos realizados en el programa QGIS refieren que el servicio cubre el 72 % de la población estudiada, coincidente con lo que afirma Flores (2021) para la parroquia. Aunque este valor refleja un alto porcentaje, la frecuencia del transporte es esporádica sobre todo en las zonas servidas por la ruta interparroquial. Además, existen algunas zonas hacia el oeste y norte del territorio con problemas de conectividad, lo que genera segregación espacial por movilidad para las mujeres residentes en estas áreas (Figura 2).



**Figura 2:** Cobertura del transporte público en la parroquia Sinincay



Los equipamientos para la comercialización de productos agrícolas se circunscriben al centro urbano. Se trata de mercados y plataformas adecuadas para la venta. Sinincay, por su parte, solamente posee un espacio para comercialización de productos, cercano a la iglesia central y habilitado únicamente los domingos a través de puestos móviles instalados por las vendedoras. En este contexto, las mayores oportunidades se concentran en la ciudad, lo que genera un alto grado de dependencia de las mujeres agricultoras con la urbe (Figura 3).



**Figura 3:** Equipamientos existentes para comercialización de productos agrícolas

Activos: El 27.7 % de las mujeres encuestadas posee vehículo propio. Para el transporte de sus productos, hacen uso principalmente de su red familiar, sin apoyarse de personas externas a ella, donde la mujer encuestada es la principal persona que realiza este traslado (82.8 %). El 12.5 % cuenta con el apoyo de una mujer de la familia como intermediaria para estos traslados y el 4.7 % con la ayuda de un hombre. También, el 51 % de las mujeres indica que ellas mismas, de forma individual, trasladan los productos, mientras que el 49 % lo realiza de forma colectiva, es decir, entre varias personas del círculo familiar.

Por otro lado, el 93.8 % de las mujeres señala no pertenecer a alguna

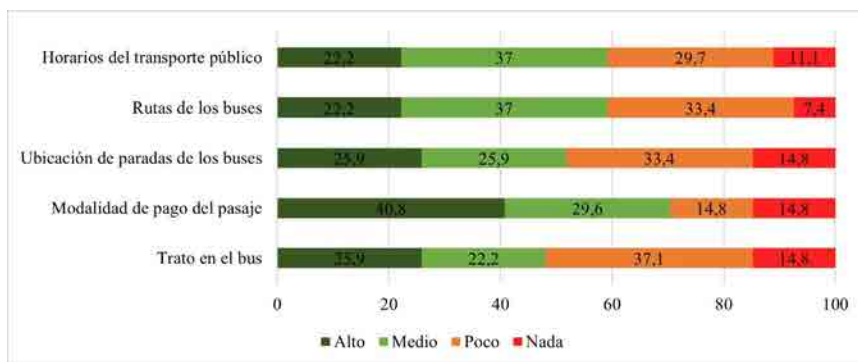
asociación u organización para producir y comercializar sus productos. Esto implica que la mayoría de los hogares no cuentan con una red comunitaria de apoyo dentro de sus activos, soportándose principalmente en el grupo familiar.

Prácticas de movilidad: el medio de movilización más empleado por las mujeres encuestadas es el transporte público (61.7 %), seguido por vehículo propio (27.7 %). El uso de la camioneta de alquiler y el taxi presentan porcentajes iguales (4.3 %), mientras que la caminata tiene una baja participación como medio de transporte (2 %). El uso de los distintos medios incide directamente en los tiempos promedios de viaje. Las personas que se desplazan en transporte público invierten en promedio 36 minutos por viaje, mientras que las que se trasladan en vehículo propio lo hacen en la mitad del tiempo, 18 minutos, y aquellas que se movilizan en camionetas de alquiler o taxi lo realizan en 25 minutos, esto a razón que este medio suele ser compartido con más mujeres.

El uso de los medios también incide en el costo promedio de un viaje. Quienes viajan en transporte público gastan en promedio \$0.43, valor mayor a la tarifa urbana (\$0.30), debido a que en algunos casos deben realizar transbordos. En camioneta de alquiler o taxi el gasto es de \$2.75 en promedio, mientras que para las mujeres que utilizan vehículos propios no gastan dinero para moverse. En este sentido, es importante destacar que, si bien el gasto en vehículo propio es 0, esto se debe a que no se contabiliza el valor del combustible, además es necesario invertir en la compra de un automóvil; aspecto que, al final, incrementa el costo de traslado para aquellas que poseen este activo.

Sobre la satisfacción en las condiciones de viaje, el 37 % de las mujeres que se movilizan en transporte público reportan sentirse medianamente satisfechas con los horarios del servicio y las rutas. El 40.8 % reporta sentirse muy satisfecha con la modalidad de pago del pasaje del bus. No obstante, el 37.1 % señala sentirse poco satisfecha con el trato recibido en el bus debido a que deben llevar carga, y el 33.4 % se siente poco satisfecha con la ubicación de las paradas de buses. Por otra parte, la red familiar es el activo que incide en la variación de este nivel, afectando notoriamente en el criterio del trato en el bus, ya que el 42.1 % de las mujeres que viajan en compañía reportan sentirse poco satisfechas en relación con aquellas que se trasladan solas (20 %) (Figura 4).

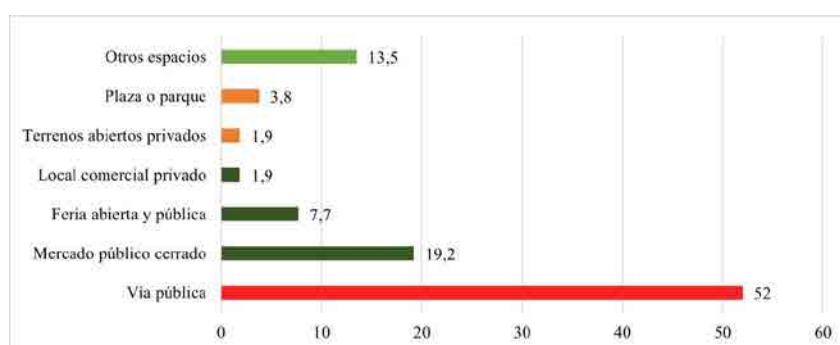




**Figura 4:** Satisfacción de las condiciones de viaje de las mujeres agricultoras. Datos porcentuales

Prácticas de comercialización: la edad media de las mujeres encuestadas es de 51 años, quienes comercializan en promedio tres productos (vegetales) en la ciudad. La mayor parte de las mujeres agricultoras, el 57.7 %, venden sus productos en espacios no aptos para ello, principalmente en la vía pública (52 %), así como en plazas o parques (3.8 %) y en terrenos privados (1.9 %). Mientras que tan solo el 28.8 % vende en espacios propios para la comercialización: mercados (19.2 %), ferias abiertas (7.7 %) y locales comerciales (1.9 %). Con ello se refleja el alto grado de informalidad que experimenta este grupo poblacional vulnerable.

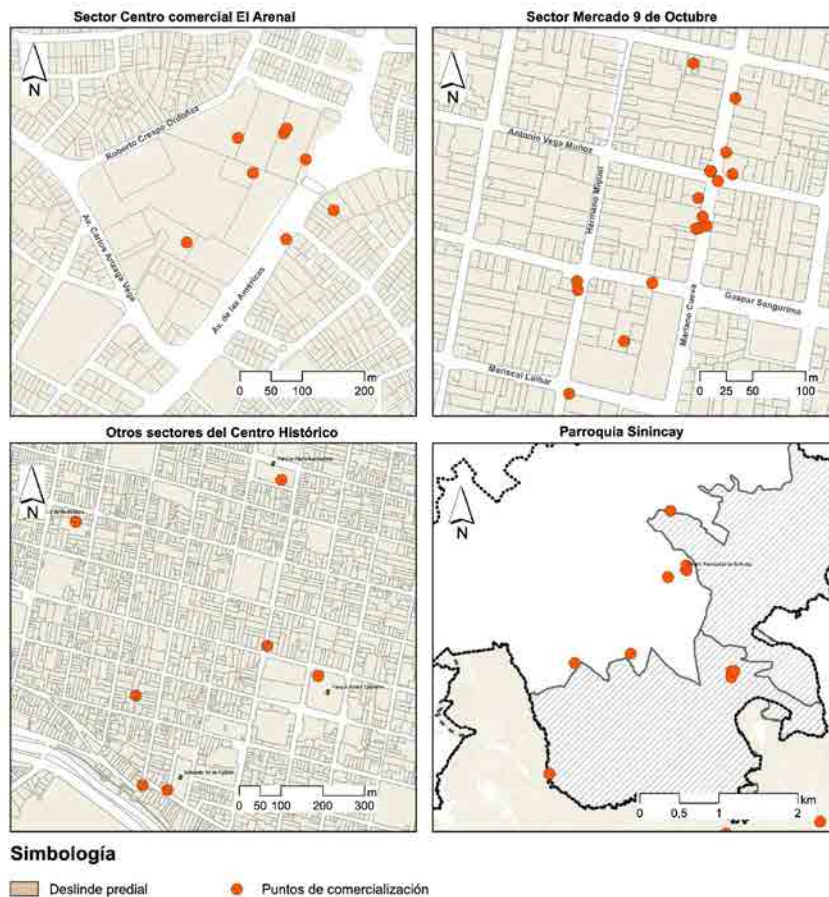
Por otra parte, un 13.5 % expende sus productos en otros espacios, tales como la entrega a domicilio, venta directa a vecinos o venta en casa propia (Figura 5).



**Figura 5:** Lugares de comercialización de los productos agrícolas. Datos porcentuales

Los sectores donde las mujeres venden sus productos se localizan mayoritariamente en el centro histórico de Cuenca (Figura 6), donde un grupo que, además de comercializar en la ciudad, también lo hace en la cabecera parroquial de Sinincay (23.1 %). Esta situación refleja la alta dependencia de las féminas agricultoras con la ciudad. En el casco urbano las mujeres se agrupan en lugares que brindan ventajas de localización para la comercialización como alrededor de los Mercados 9 de Octubre (36.5 %) y El Arenal (15.4 %). En los dos sitios se agrupan mujeres que no poseen vehículo propio y sus traslados lo realizan en compañía de su círculo familiar.

Por su parte, las que venden sus productos en las intersecciones viales se desplazan de forma individual y tampoco cuentan con vehículo particular.



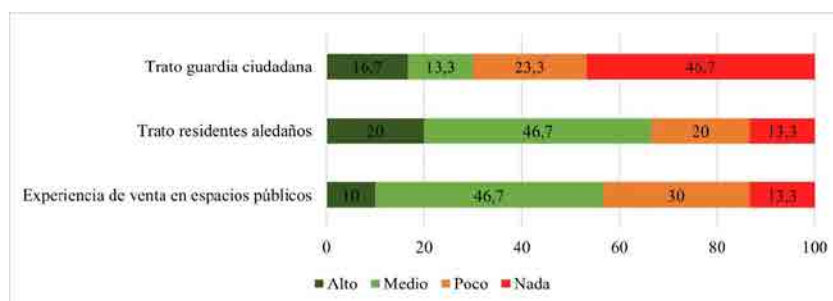
**Figura 6:** Ubicación geográfica de los lugares de comercialización de los productos agrícolas



El 50 % de las mujeres viaja una vez a la semana para comercializar sus productos. Mientras que, el 30.8 % realiza los viajes dos veces a la semana, y el 19.2 % tres veces a la semana. Esta situación revela que estas mujeres se ven en la necesidad de desplazarse con frecuencia a la zona urbana de Cuenca, donde se localizan los principales lugares de comercialización y se concentra la población. Este constante movimiento puede deberse a un alto nivel de producción, o en algunos casos, a la falta de medios propios de movilización, lo que les obliga a utilizar el transporte público, limitando así la cantidad de carga que pueden llevar consigo en cada viaje.

En cuanto a la satisfacción en los lugares de venta, el 46.7 % de las mujeres tiene una percepción negativa con respecto al trato de los agentes municipales del orden (guardia ciudadana), especialmente en los alrededores de los Mercados 9 de Octubre y El Arenal.

Con respecto al trato de los residentes locales, el 66.7 % de las mujeres posee una alta (20 %) y moderada (46.7 %) percepción de satisfacción en las ventas, gracias a que los residentes cercanos no representan una molestia. Sin embargo, en lo que respecta a la experiencia de la venta en espacios públicos, las opiniones están divididas. El 56.7 % de las mujeres se muestra conforme, mientras que el 43.3 % asume una percepción negativa de la comercialización en estas áreas (Figura 7).



**Figura 7:** Satisfacción en condiciones de venta (%)

## ENTRE LA COMERCIALIZACIÓN Y LA MOVILIDAD

Las prácticas de traslado y comercialización de productos de las mujeres agricultoras estudiadas encuentran un apoyo limitado en la red viaria de transporte público rural y los equipamientos de comercio. Esto se debe a la falta de cobertura del servicio para toda la parroquia rural y a la concentración de los equipamientos en el casco urbano. Por



ende, se configura un escenario de acceso inequitativo a los recursos del territorio que, de acuerdo con González y Czytajlo (2022), genera dificultades en las prácticas de movilidad y comercialización de la población relacionada con procesos de desigualdad a nivel individual, social y espacial.

Los hallazgos advierten que los recursos empleados por las mujeres para enfrentar estas dificultades dependen del servicio de transporte público y de su círculo familiar. Menos de la tercera parte de las mujeres agricultoras poseen vehículo propio y el apoyo para el traslado y la comercialización se realiza al interior del hogar. La gran mayoría de la población estudiada no guarda vínculos con la organización social para realizar estas actividades, mostrando la existencia de un trabajo individualizado, similar al comportamiento que algunas agricultoras presentan en otros estudios (Araujo et al., 2021).

El transporte público es un recurso esencial para la movilidad del núcleo familiar. Sin embargo, aunque este medio permite que las mujeres concreten su oportunidad comercial, presenta serias desventajas con respecto al uso del vehículo particular. Los tiempos promedios en bus duplican la inversión de las mujeres que se desplazan en automóvil. Igualmente, los gastos son superiores para las que viajan en compañía, al experimentar un viaje menos satisfactorio. A eso se suma que no reciben un trato adecuado en el transporte público por llevar carga.

Este hallazgo evidencia la existencia de grupos de mujeres que presentan más limitaciones para su movilidad debido a los activos con los que cuenta. Es necesario que mediante un acercamiento focal cualitativo se indague sobre cómo el uso de estos recursos determina estas diferencias internas en los patrones y experiencias de desplazamiento.

En cuanto a las prácticas de comercialización, la vía pública cercana a los mercados resulta el principal punto de venta, a razón de la dificultad de acceder a los mercados especializados para esta actividad. Rasgo que pone de manifiesto la situación de comercio informal que tienen las mujeres agricultoras.

Es importante destacar que la experiencia general de venta en vía pública tiene una satisfacción moderada, lo que resalta la insatisfacción en relación con el trato de la guardia ciudadana. Esto coincide con lo señalado por Meemken et al. (2019), quienes evidencian que en Latinoamérica gran parte de las mujeres rurales comerciantes presentan signos de violencia, discriminación y acoso por parte de autoridades de control y de compradores.





## CONCLUSIONES

Las prácticas de movilidad y comercialización de productos por parte de las mujeres agrícolas de la zona rural de Sinincay revelan los notables desafíos a los que se enfrenta este grupo poblacional. Las estructuras de oportunidad concentradas en el área urbana, suelen ser los epicentros de mayor demanda, lo que implica que las mujeres se vean obligadas a desplazarse hasta la ciudad para poder vender sus productos. Este contexto crea desigualdades espaciales significativas reflejadas en las largas distancias a recorrer para acceder a los mercados y clientes potenciales.

La necesidad de desplazamiento constante impone una carga adicional a estas mujeres, tanto en términos de tiempo como de costo, lo que a su vez influye en su capacidad para mantener medios de subsistencia. Esta situación varía en función de los activos disponibles para la movilización. Menos de la tercera parte de las mujeres dispone de vehículo propio, por lo que el transporte público deviene un recurso vital para trasladar sus productos desde huertos rurales hacia los distintos lugares urbanos, no obstante, la satisfacción de uso es bajo, debido al trato que reciben en este medio.

Por otra parte, la comercialización de los productos se realiza principalmente en espacios no adaptados para esta actividad, sobre la vía pública, mostrando los rasgos característicos de un comercio informal ciudadano, sustentado en una agricultura familiar de subsistencia. Los esfuerzos y los activos empleados por las mujeres en este proceso se ven altamente restringidos por una percepción negativa respecto al control municipal en el espacio público.

**DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES:** Los autores declaran no tener conflicto de interés.

**DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES Y AGRADECIMIENTOS:** A continuación, se menciona la contribución de cada autor, en correspondencia con su participación, utilizando la Taxonomía Crédito:

- Enrique Flores-Juca: autor principal, conceptualización, análisis formal, adquisición de financiación, investigación, metodología, administración de proyecto, recursos, supervisión, validación, redacción-revisión y edición.
- Cristhian Parrado Rodríguez: conceptualización, investigación, análisis formal, metodología, redacción-revisión y edición.





- Pedro Jiménez-Pacheco: conceptualización, investigación, análisis formal, validación.
- Jéssica Chica Carmona: investigación, análisis formal, metodología, redacción-revisión y edición, visualización.

Los autores agradecen el apoyo brindado por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Cuenca, a la Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Investigación y la Academia (CEDIA) y al centro de Cooperación al Desarrollo de la Universitat Politècnica de València a través de su programa ADSIDEO-COOPERACIÓN 2021, quienes financiaron la presente investigación. También al equipo de investigadores de la Universitat Politècnica de València, Universidad Técnica de Manabí y Universidad Católica de Cuenca con quienes se trabajó en el proyecto de investigación, pero no son responsables del contenido del artículo.

#### **DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DEL COMITÉ DE ÉTICA:**

Los autores declaran que la investigación fue aprobada por el Comité de Ética de la institución responsable, en tanto implicó a seres humanos.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Adom, G., Amoako, C., & Adarkwa, K. (2020). Gender disparities in rural accessibility and mobility in Ghana. *Case Studies on Transport Policy*, 8(1), 49-58. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2019.12.006>
- Araujo, G., Mayett, Y., Figueroa, K., & Arvizu, E. (2021). Asociatividad óptima en las zonas rurales del Ecuador utilizando la teoría de juegos. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 12(7), 1287-1295. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8174710>
- Ballara, M., Damianović, N., & Valenzuela, R. (2012). *Mujer, agricultura y seguridad alimentaria: una mirada para el fortalecimiento de las políticas públicas en América Latina*. FAO. <https://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/317278/>
- Bergman, J., Tebgaru, A., Bullock, R., Degrande, A., Wopong, L., & Ibrahim, H. (2019). Gendered mobilities and immobilities: women's and men's capacities for agricultural innovation in Kenya and Nigeria. *Gender, Place & Culture*, 26(12), 1759-1783. <https://n9.cl/15klr>
- Briones, A., Heras, J., & Heras, V. (2021). Transformaciones sociales y urbanas del entorno de los mercados del Centro Histórico de Cuenca. Mercado 9 de Octubre y Mercado 10 de Agosto. *Revista Urbano*, 24(44), 20-33. <https://doi.org/10.22320/07183>



[607.2021.24.44.02](#)

- Flores, E. (2021). *Movilidad sostenible en los sectores periféricos: un aporte a las metodologías de planificación espacial y del territorio: el caso Cuenca-Ecuador* [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid]. Repositorio institucional. <https://n9.cl/6wfp5>
- Flores, E., Gielen, E., & Lucero, V. (2023). Aproximación espacial para la identificación de áreas de huertos familiares en zonas rurales: el caso de Sinincay-Cuenca-Ecuador. *Novasinergia*, 6(1), 136-149. <https://doi.org/10.37135/ns.01.11.09>
- González, I., & Czytajlo, N. (2022). Movilidad y género en contextos de vulnerabilidad: el caso del Sistema Metropolitano de Tucumán. *Íconos*, 73(26), 35-56. <https://n9.cl/q2dyfv>
- Gutiérrez, A., & Reyes, M. (2017). Mujeres entre la libertad y la obligación. Prácticas de movilidad cotidiana en el Gran Buenos Aires. *Revista Transporte y Territorio*, (16), 147-166. <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/rtt/article/view/3607>
- Hernández, D. (2012). Activos y estructuras de oportunidades de movilidad: una propuesta analítica para el estudio de la accesibilidad por transporte público, el bienestar y la equidad. *EURE*, 38(115), 117-135. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612012000300006>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Censo de población y vivienda*. INEC. <https://n9.cl/0xqqn8>
- Jirón, P., & Zunino, D. (2017). Presentación. Movilidad Urbana y Género: experiencias latinoamericanas. *Revista Transporte y Territorio*, (16), 1-8. <https://n9.cl/autgf>
- Lei, L., Desai, D., & Vanneman, R. (2019). The Impact of transportation infrastructure on women's employment in India. *Feminist Economics*, 25(4), 94-125. <https://n9.cl/8bxxe>
- Meemken, E., Sellare, J., Kouame, C., & Qaim, M. (2019). Effects of Fairtrade on the livelihoods of poor rural workers. *Nature Sustainability*, 2(7), 635-642. <https://n9.cl/w16zs>
- Miralles, C., Martínez, M., & Marquet, O. (2016): A gender analysis of everyday mobility in urban and rural territories: from challenges to sustainability. *Gender, Place & Culture*, 23(3), 398-417. <http://dx.doi.org/10.1080/0966369X.2015.1013448>
- Noack, E. (2010). Are rural women mobility deprived? A case study from Scotland. *Sociologia Ruralis*, 51(1), 79-97. <https://n9.cl/22zes>



- Palacios, B. (2017). *La evolución histórica y situación actual de la transportación pública en la Parroquia Rural de San Francisco de Sinincay, provincia del Azuay* [Tesis de maestría, Universidad del Azuay]. Repositorio institucional. <https://n9.cl/uiky8>
- Porter, G. (2011). "I think a woman who travels a lot is befriending other men and that's why she travels": mobility constraints and their implications for rural women and girls in sub-Saharan Africa. *Gender, Place & Culture*, 18(1), 65-81. <https://n9.cl/yi3m3>
- Rodríguez, M., Redobrán, J., Cevallos, G., Montes, L., Montoya, V., Bernal, V., & Becerra, D. (2021). *Género y transporte: Quito: la movilidad de las mujeres en las zonas noroccidentales*. BID. <http://dx.doi.org/10.18235/0003696>
- Singh, L., & Iranacolaivalu, M. (2018). Barriers to market for subsistence farmers in Fiji-A gendered perspective. *Journal of Rural Studies*, 60, 11-20. <https://n9.cl/yemslv>
- Sistema para la Investigación de la Problemática Agraria (SIPAE). (2020). *Primer informe sombra específico de mujeres rurales y campesinas del Ecuador*. ILC. <https://n9.cl/jkkxy>
- Starkey, P., Batool, Z., Waqas, E., Rehman, A., & Sarmad, M. (2021). Motorcycle three-wheelers in Pakistan: low-cost rural transport services, crucial for women's mobility. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 12, 100479. <https://n9.cl/i4v0g>
- Thynell, M. (2017). Roads to equal access: the role of transport in transforming mobility. *Transport and Communications Bulletin for Asia and the Pacific*, (87), 1-12. <https://n9.cl/bi30h>
- Valenciano, J., Capobianco, M., & Toril, J. (2021). Vulnerabilidad laboral de la mujer rural latinoamericana. *Nóesis*, 26(52), 130-151. <https://doi.org/10.20983/noesis.2017.2.6>
- Vecchio, G. (2018). Movilidades periféricas en Bogotá: hacia un nuevo paradigma. *Quid* 16, (10), 182-209. <https://n9.cl/vxatay>

