

Encontrando nuevos insights a través de la inclusión de la perspectiva de género en la investigación de mercado

Teresa Herrera Sormano:
Licenciada y Profesora en Sociología – UBA;
Pos-Grado en Comunicación Social- CIESPAL;
Doctoranda en Ciencias Sociales UBA.



Teresa Herrera & Asoc.
CONSULTORIA



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay

Concepto de Insight en investigación de mercado

- Una comprensión nueva en relación a creencias, actitudes, valores, hábitos y deseos de los consumidores.
- Implica un desarrollo de la percepción por parte del investigador para captar, a través de la investigación cualitativa, los procesos internos de los consumidores, decodificando sus discursos en un contexto significativo

¿Sexo? ¿Género?

Sexo



Hace referencia a las diferencias biológicas entre el hombre y la mujer.



Género



Identifica las características socialmente construidas que definen y relacionan los ámbitos del ser y del quehacer femeninos y masculinos, dentro de contextos específicos. Se refiere a la red de símbolos culturales, conceptos normativos, patrones institucionales y elementos de identidad subjetivos que, a través de un proceso de construcción social, diferencia los sexos, al mismo tiempo que los articula dentro de relaciones de poder sobre los recursos.



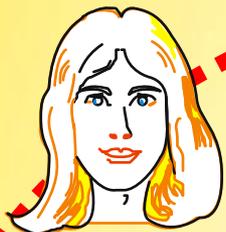
El concepto de género es:

Relacional



Lo constituyen interdependencias construidas socialmente.

**No se refiere a mujeres o a hombres aisladamente,
sino a las relaciones que se construyen socialmente
entre unas y otros.**



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay

El concepto de género es:

Jerárquico



Está constituido por relaciones de poder, porque las diferencias que establece entre mujeres y hombres, lejos de ser neutras, tienden a atribuir mayor importancia y valor a las características y actividades asociadas con lo masculino (lo masculino es el parámetro de lo humano) y a producir relaciones desiguales de poder.



El concepto de género es:

Cambiante



Se modifica a través del tiempo, ya que los roles y las relaciones se cambian a lo largo de la historia y, por ende, son susceptibles a cambios por medio de intervenciones.

El concepto de género es:

Contextual



Varía de acuerdo con clase, cultura, etnia y edad específicas porque existen variaciones en las relaciones de género de acuerdo a etnia, clase, cultura etc., que subrayan la necesidad de incorporar en el análisis de género la perspectiva de la diversidad.



El concepto de género es: Institucional



Sistémico e institucionalmente estructurado, porque se refiere no sólo a las relaciones entre mujeres y hombres a nivel personal y privado, sino a un sistema social que se apoya en valores, legislación, religión, etc.

Aclaremos que:

El énfasis en lo social dentro del abordaje de género no implica una exclusión del elemento biológico. Por el contrario, el foco de análisis dentro de esta perspectiva, se dirige al examen de las interacciones entre los factores biológicos y los del medio social, que conducen a situaciones de desventaja o ventaja relativa, para uno de los sexos.



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay

Los roles de hombres y mujeres



Rol productivo



Incluye la producción de bienes y servicios remunerados en dinero o en especie.

Los roles de hombres y mujeres



Rol re-productivo



Se refiere a aquellas actividades que se realizan para la continuación de la sociedad, ya sea la reproducción biológica, o la transmisión del sistema de valores que la caracteriza.

Incluye todas las actividades necesarias para garantizar el bienestar y la supervivencia de los individuos que componen el hogar; por ejemplo, la crianza y la educación de los/las hijos/as, el asegurar la alimentación de la familia, la organización y el mantenimiento del hogar, y la atención y cuidado de sus miembros.

Los roles de hombres y mujeres

Rol Comunitario



Se refiere a todas las actividades que se realizan para aportar al desarrollo o a la organización política de la comunidad. Toma la forma de participación voluntaria en la promoción y el manejo de actividades socio-político-comunitarias.

Accesos y Recursos

El hecho que hombres y mujeres desempeñen diferentes roles en nuestras sociedades implica diferentes niveles de acceso y control sobre los recursos en general.

Accesos y Recursos

La división del trabajo por género tiene algunas características importantes:

- ➔ **Diferentes culturas le asignan a los roles un valor diferencial de acuerdo a si son considerados roles masculinos o femeninos. Este valor diferencial, hace que se considere solamente con valor económico el rol productivo, implica diferentes grados de acceso y control sobre recursos de la colectividad amplia y del hogar mismo. En estos recursos se incluyen aquellos que son necesarios para proteger y promover tanto la propia vida como la de la familia y la sociedad.**
- ➔ **Se articula dentro de relaciones de poder, que a su vez tienen impacto sobre el nivel de acceso y control sobre estos recursos.**

Acceso y control

Acceso → La posibilidad de usar un recurso.

Control → La posibilidad de definir y tomar decisiones valederas sobre el uso de un recurso.

Acceso y control



Tener acceso es diferente a **tener control**
sobre determinados recursos

**Esta diferencia es importante porque
la posibilidad de USAR un
recurso, no
necesariamente implica
la posibilidad de DEFINIR
el uso de ese recurso
y viceversa.**



Acceso y control

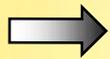
Por ejemplo:

Una familia puede tener acceso a la educación privada, pero la decisión sobre a qué institución concurrir, puede ser resorte del padre o de ambos progenitores, según los casos.

Otro ejemplo:

La mujer o el varón pueden tener acceso a ganar un salario, pero no necesariamente el control de los gastos del hogar

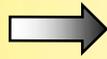
Preguntas claves para el análisis de género



¿Quién tiene el uso de qué?



ROLES



¿Quién hace qué, cuándo, dónde y con quién?



ACCESO



¿Quién decide qué se usa, quién lo usa y cómo se usa?



CONTROL

Tipos de recursos

Materiales / económicos

- trabajo y tipo de trabajo
- crédito
- dinero y remuneración
- transporte
- equipo
- alimentación
- facilidades para cuidado de hijos
- facilidades para realizar tareas domésticas
- seguridad social y seguro médico
- servicios y suministros de salud
- vivienda

Tipos de recursos

Políticos

- posición de liderazgo y movilización de los actores en posiciones de decisión
- espacios de opinión, comunicación, negociación y concertación



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay

Tipos de recursos

Información y educación

- insumos para poder tomar decisiones con el fin de modificar o cambiar una situación, condición o problema
- educación formal
- educación informal
- educación no formal
- entrenamiento en el trabajo
- espacios de intercambio de opinión e información

Tipos de recursos

Tiempo

- horas del día disponible para uso discrecional
- tiempo laboral remunerado flexible

Recursos internos

- autoestima
- confianza en sí
- capacidad para expresar intereses propios

Interacción entre género, acceso y control

Se suele escuchar que las mujeres no saben de mecánica y no deciden sobre la compra de los automóviles, sobre todo cuando están en pareja.

No se toma en cuenta que, culturalmente ese es un conocimiento considerado masculino y cuando la mujer opina sobre el tema generalmente se la descalifica o no se la tiene en cuenta.

Algo similar ocurre con el manejo del automóvil.

Interacción entre género, acceso y control

Por ejemplo:

Para que la mujer reconozca que puede saber tanto de mecánica como un hombre tiene que tener acceso a información/educación que le posibilite identificar los síntomas de un problema de esta naturaleza. El acceso a la información es entonces un elemento crucial, para que la mujer tome por ejemplo por sí sola la decisión de comprar un automóvil.

Aún cuando la mujer considere que ella sola puede decidir, ella puede estar demasiado avergonzada y tímida como para enfrentarse a su pareja o su padre. En esta instancia, el grado de desarrollo de sus recursos internos le da la confianza necesaria para realizar la acción.

Interacción entre género, acceso y control

**La mujer puede opinar que puede hacerlo sola.
Sin embargo, la decisión de hacerlo o no, puede no ser tomada por ella solamente y estar sujeta a la aprobación de terceros.**

De ahí que es necesario el control de la mujer sobre los recursos económicos

Estereotipo 1



**Familia
nuclear**



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay

Estereotipo 2



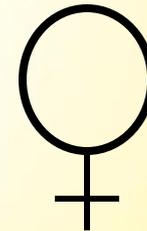
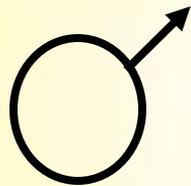
Acceso igual a recursos

Ausencia de Conflicto

Estereotipo 3

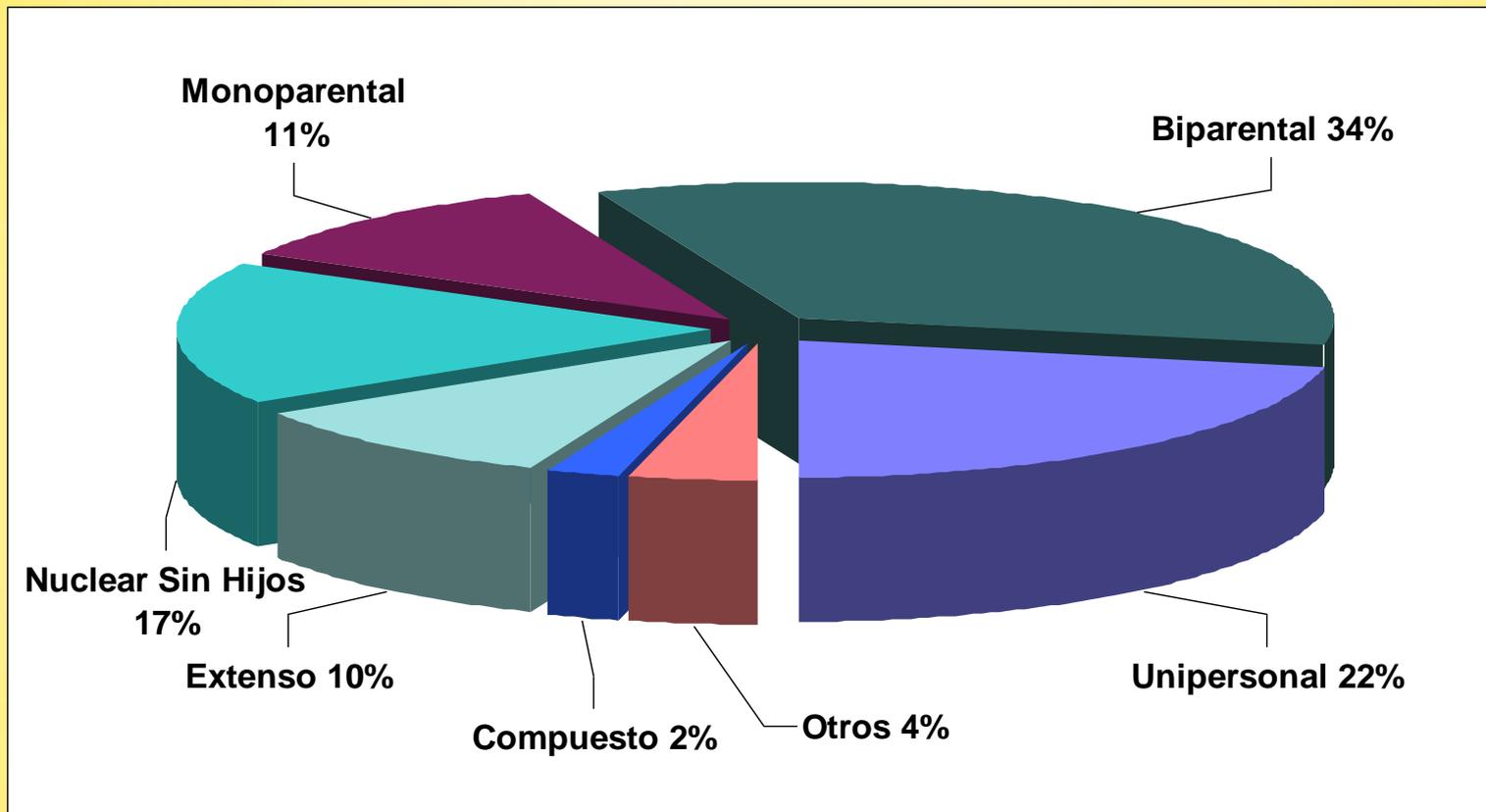


Proveedor



Ama de casa

Tipos de hogares



Fuente: INE – ECH 2009



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay

Tipos de hogares

TIPO DE HOGAR	Jefes Hombres	Jefas mujeres
	%	%
Unipersonal	13	36
Biparental	48	10
Monoparental	2	28
Nuclear sin hijos	23	7
Extenso	10	11
Compuesto	1	1
Otros	3	7
Total	100	100

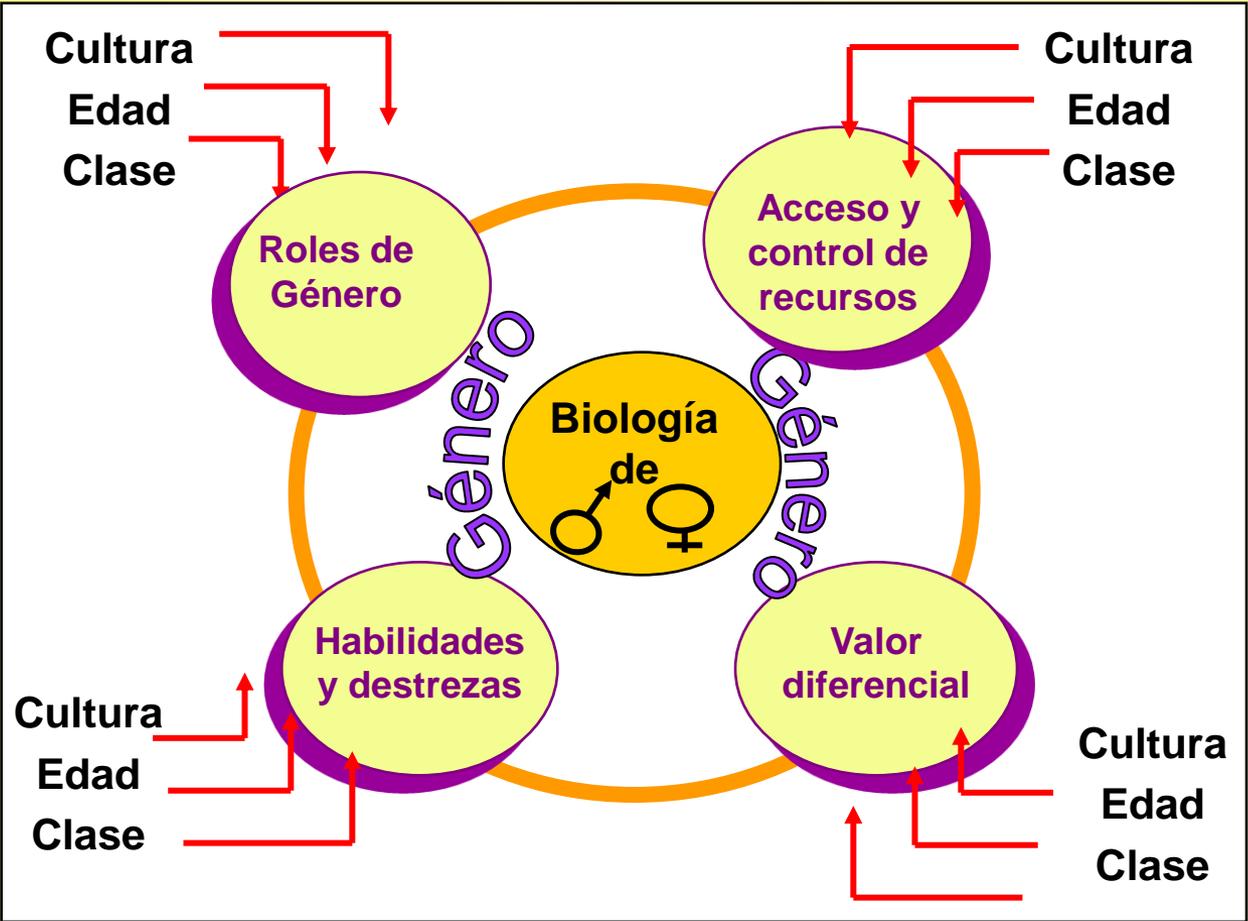
Fuente: INE – ECH 2009



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay

Necesidades

Necesidades



Necesidades

Necesidades



Pasos para la investigación desde un enfoque de género

DIAGNOSTICO DE GÉNERO

ROLES DE GÉNERO:
Productivos, reproductivos, de
Gestión comunitaria

ACCESO Y CONTROL DE
RECURSOS

NECESIDADES PARTICULARES DE
MUJERES Y HOMBRES

ENFOQUES DE DESARROLLO:
Asistencial, antipobreza,
Eficiencia, Igualdad o
Empoderamiento

¿Quién hace qué, cómo, dónde, cuándo y con
quién?

¿Quién tiene el uso de qué?

¿Quién decide qué se usa, quién lo usa y cómo
se usa?

¿Quién necesita qué?

OBJETIVOS
¿A qué necesidades se decide responder?
¿A las necesidades de quién?
¿Cuáles son las oportunidades u obstáculos
para satisfacer las mismas?

ABORDAJE PRÁCTICO O ESTRATÉGICO DE
GÉNERO

¿Cómo se responde a las necesidades
particulares de mujeres y hombres?

¿Quién tendrá acceso y control sobre los
recursos?

¿Quién participa en qué, con quién, cómo y
cuándo lo hace y con qué fin?

P a r t i c i p a c i ó n

P a r t i c i p a c i ó n

Encontrando nuevos insights a través de la inclusión de la perspectiva de género en la investigación de mercado

Teresa Herrera Sormano:
**Licenciada y Profesora en Sociología – UBA; Pos-
Grado en Comunicación Social- CIESPAL;
Doctoranda en Ciencias Sociales UBA.**



Teresa Herrera & Asoc.
CONSULTORIA



ceismu
Cámara de Empresas de Investigación
Social y de Mercado del Uruguay