



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

*UNIDAD XOCHIMILCO
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA*

TRABAJO TERMINAL:

REPRESENTACIONES, SIGNIFICADOS Y PRÁCTICAS SOCIO
ESPACIALES DE TRABAJADORAS DE LA PLAZA COMERCIAL
GALERÍAS COAPA.

AUTORA: VALDOVINO ROSAS PERLA

ASESORA: DRA. EDITH ELVIRA KURI PINEDA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2	
ESTRUCTURA DEL TRABAJO		
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	3	
OBJETIVO GENERAL.....	3	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3	
METODOLOGÍA.....	4	
CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL		
ESPACIO, TERRITORIO, LUGAR.....	4	
ESPACIO, PODER Y DIFERENCIACIÓN SOCIAL.....	6	
CAPÍTULO 2. LOS CENTROS COMERCIALES COMO ESPACIOS DE CONSUMO, ENTRETENIMIENTO Y TRABAJO.....		8
CAPÍTULO 3. EXPERIENCIAS, SIGNIFICADOS Y REPRESENTACIONES DE MUJERES TRABAJADORAS DE GALERÍAS COAPA.....		12
CONCLUSIONES.....	16	
REFERENCIAS.....	18	
ANEXOS.....	20	

INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge con la necesidad de conocer e identificar los significados y las emociones que genera trabajar en un centro comercial, además de conocer, cuales son los factores por los que se les asignan dichos sentimientos . Es una investigación basada en los centros comerciales como lugares de trabajo, no como espacios de entretenimiento como son vistos con frecuencia. El desarrollo va estructurado de lo teórico a lo empírico , es decir, en primer instancia tenemos la estructura del trabajo donde se plantea la pregunta de investigación con la que fue surgiendo las ideas principales de este trabajo, seguido de los objetivos, planteamiento del problema y por último la metodología que se llevó a cabo para la recolección de datos. En la segunda parte del contenido se encuentran los capítulos donde se desarrollan los conceptos a utilizar, y los temas principales de la investigación, así como el análisis de las entrevistas que se llevaron a cabo y por último, las reflexiones finales.

Para darle dirección al trabajo, nos guiaremos con 3 artículos de contenido similar a la idea central de esta investigación. Uno de estos artículos mencionados y el cual fue utilizado para la redacción del capítulo 1 es “Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica”, publicado por Edith Elvira Kuri Pineda en 2013, donde se abordan conceptos importantes y fundamentales para la presente investigación, tales como: espacio, territorio, lugar y diferenciación social. Para el capítulo 2, apoyándome de “Los centros comerciales como espacios multifuncionales” escrito por Liliana López Levi en 2007, donde se explica qué son los centros comerciales así como su importancia y la utilidad que se les puede otorgar dentro de la sociedad y el escrito de José Gasca Zamora “Centros comerciales de la Ciudad de México: el ascenso de los negocios inmobiliarios orientados al consumo”, publicado en 2017, donde Gasca relata el proceso de apropiación del espacio por la aparición de los centros comerciales, así como su expansión por la ciudad. Por último, para el capítulo 3 retomamos los resultados de las entrevistas, tomando en cuenta los datos más importantes y semejantes para poder realizar el análisis de ellas.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué significa para las mujeres trabajadoras de la plaza comercial Galerías Coapa, su lugar de trabajo?

OBJETIVO GENERAL

Identificar y analizar los significados, representaciones y emociones que las mujeres trabajadoras de la plaza comercial Galerías Coapa le asignan al centro comercial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las prácticas socio espaciales que viven las trabajadoras del centro comercial.
- Identificar cuáles son los factores que generan las diferentes emociones y significados que otorgan las mujeres trabajadoras sobre su entorno laboral.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las plazas comerciales, como espacios privados, han tomado un papel muy importante en la sociedad, ya que tiene diferentes finalidades sociales, al ser vistas como un espacio de entretenimiento debido a los diferentes servicios que se ofrecen dentro de ellas. Pero también es un espacio muy vasto de oportunidades laborales, sin excepciones de género, en donde los sujetos como trabajadores, tienen una visión totalmente diferente a la de los consumidores. La presente investigación surge con la necesidad de conocer cómo es la experiencia laboral dentro una plaza comercial ubicadas al sur de la Ciudad de México; Galerías Coapa, siendo las mujeres vendedoras, trabajadoras de islas y tiendas, el sujeto de estudio, asimismo se busca responder qué significa su espacio de trabajo (islas comerciales y tiendas departamentales) lugar que se ha vuelto parte de su rutina diaria y donde pasan la mayor parte de su día. Analizando cuál es el origen de los factores que crean la necesidad de señalar el espacio privado como un lugar que genera emociones.

METODOLOGÍA

La presente investigación, busca observar cuales son los significados que las mujeres trabajadoras del centro comercial Galerías Coapa ubicada al sur de la CDMX le otorgan a este espacio, así como las formas de apropiación material y simbólica de estos lugares y los significados atribuidos a los mismos. Los marcos epistemológicos que estaré utilizando para recabar dicha información son: la fenomenología y la hermenéutica, para poder visibilizar la realidad a través de la reflexión y la interpretación de sus experiencias dentro del espacio. Partiendo de estos marcos, la técnica de investigación participativa que voy a implementar serán 4 entrevistas semiestructuradas dirigidas a: 1 trabajadora de algún restaurante o establecimiento de comida, 2 trabajadora de un local de servicios de belleza y 1 trabajadora de alguna isla comercial, que estén ubicadas dentro de la plaza, a una ellas se le modificó el nombre por petición de la misma.

CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL

En este primer capítulo, a partir de diferentes fuentes como documentos, investigaciones y artículos, enfocados al tema de investigación, recuperamos conceptos que son clave para poder desarrollar el presente trabajo; espacio, territorio, lugar y espacio-poder y diferenciación social, asimismo se abordará algunas de las expresiones relativas al sentido que le dan los sujetos a su experiencia espacial (topofobia, topofilia).

ESPACIO, TERRITORIO, LUGAR

En primer lugar, basándonos en Simmel, definiremos el espacio , como el lugar donde los individuos se relacionan mediante prácticas sociales. Es decir, para que el espacio sea considerado espacio, debe haber relaciones y prácticas sociales determinadas por parte de los individuos (Simmel, 1986).

Retomando el libro “La miseria del mundo” de Pierre Bourdieu, específicamente el capítulo “Efectos de lugar ”es importante hacer mención de otros conceptos como lugar y sitio para poder entender qué es el espacio físico y social. El autor nos indica que el lugar es “el punto del espacio físico donde está situado un agente social o una cosa” (Bourdieu, 2010, p.1), es decir un espacio habitado por distintos agentes

sociales. Mientras que el sitio, lo ve como “la extensión y superficie que un individuo o cosa ocupa en el espacio físico” (Bourdieu, 2010, p.1), en otras palabras, es un espacio ocupado por los individuos.

Por otro lado, es importante contemplar el territorio como objeto de estudio, ya que es el espacio determinado donde se realiza la movilidad e inmovilidad de los sujetos. Tomaré de referencia el libro de “Pensar y Habitar la Ciudad: Afectividad, Memoria y Significado en el Espacio Urbano Contemporáneo” publicada en 2006, que tiene como coordinadores a Patricia Ramirez Kuri y Miguel Angel Aguilar Diaz, enfocado en el capítulo 1 que lleva por nombre “Territorialidad y género: una aproximación desde la subjetividad espacial”, escrito por Alicia Lindon.

“La territorialidad es el conjunto de relaciones tejidas por el individuo en tanto que miembro de una sociedad , con su entorno” (Lindon, 2008, p.14). En otras palabras, la territorialidad es vista como una relación entre el individuo y el espacio que habita, dándole un sentido de pertenencia a cierto lugar. Mientras que, Malmberg (1984) indica que hablar de territorialidad no sólo alude a la relación de individuo-espacio, también dentro de este vínculo debe existir un intercambio de emociones y experiencias particulares. Siguiendo con este texto, menciona que Raffestin (geógrafo suizo) considera 3 aspectos fundamentales para abordar de mejor manera la territorialidad. Estos aspectos son: defensa de territorio (es decir la protección del ser, del hacer y del estar en un lugar) , la apropiación del espacio (proceso de vinculación de individuos y lugares, donde comparten los mismos intereses y actividades) y por último, la relación con la alteridad, que “surge como la idea de ver al otro, no desde una perspectiva propia, sino teniendo en cuenta creencias y conocimientos propios del otro, lo cual exige tener un mayor acercamiento, diálogo y entendimiento sobre el otro” (Tavizón, 2010, p.1011).

Todas las relaciones mencionadas anteriormente, comparten las mismas condiciones, ya que es necesario un espacio donde puedan desarrollarse, un tiempo determinado en el que se lleven a cabo y por último, deben haber un sistema de codificación y regulación de estas, es decir, una sistematización de orden.

ESPACIO, PODER Y DIFERENCIACIÓN SOCIAL

Tomando como apoyo el artículo “Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica” de Kuri Pineda Edith Elvira, publicado en 2013. Podemos definir el espacio como objeto de estudio de diversas disciplinas sociales. El espacio se refiere a la construcción social de las relaciones de poder e interacciones sociales dentro de un escenario, el espacio no es natural ya que se va construyendo socialmente y nos condiciona como actores sociales. Está constituido por la estructura material, infraestructura, es decir, estructura física que le da soporte a la acción, soporte donde se lleva a cabo la relación social.

Considerando también el espacio físico y social. El espacio físico es “el lugar donde se ubican los agentes y la estructura espacial de la distribución de los bienes y servicios, ya sean públicos o privados” (Bourdieu, 2010, p.2.), también es entendido como el espacio donde tienen lugar los eventos que tienen una posición y dirección relativa. En tanto que, el espacio social es un lugar del espacio físico que está siendo ocupado para realizar distintas actividades e interacciones sociales. Es decir, el espacio social se refleja en el espacio físico, de manera opaca.

Ahora, el poder también se debe relacionar con el espacio ya que juega un papel importante en el contexto de esta investigación. La vinculación entre espacio y poder es una forma simbólica para saber quién manda, todas las relaciones tienen poder, según Foucault el poder es “acciones sobre acciones posibles”, es decir en el espacio se retracta el poder.

El poder, no importando de qué tipo sea, utiliza al espacio como una manera de corporeizar, de simbolizar, de hacerse tangible, así como una forma de otorgarle un aura de duración a algo que es una construcción sociohistórica y que como tal está sujeta a múltiples cambios y transfiguraciones (Kuri, 2013, p.85)

Yi Fu Tuan, optó por identificar cuál es la diferencia entre espacio y lugar “El espacio se transforma en el lugar al adquirir definición y significado” (Tuan, 2007, p.89) , es un espacio abstracto que se convierte en lugar si hay relaciones sociales subjetivas.

Así, el lugar “es un territorio de significatividades, donde lógicamente se pueden encontrar diversos tipos de relacionalidad social, prácticas sociales, identidades, memoria y, por lo tanto, intencionalidad” (Kuri, 2013, p.89), está cargado de significados, es apropiado y subjetivo.

Un espacio puede estar cargado de momentos buenos y malos, con distintos significados (dolor, memoria, amor, apego) otorgados por parte de los agentes sociales. “El nexos lugar-actores sociales, así como la construcción social de sentimientos hacia el entorno, conducen a un derrotero insoslayable: el de la subjetividad espacial” (Kuri, 2013,p.92). Dando lugar a la topofilia y topofobia.

La topofilia es el sentimiento de amor, apego o arraigo de un lugar que genera la necesidad de cuidar y defender dicho lugar. Algunos de los factores que generan este sentimiento son “porque es nuestro hogar o porque representa el pasado, o porque suscita el orgullo de la propiedad o de la creación, o el regocijo en las cosas simples por simples razones de salud y de vitalidad animal “ (Tuan, 2007, p.333)

Pero también hay un sentimiento que genera miedo, rechazo o desagrado a un lugar en específico, el cual es conocido como topofobia. Dichas emociones, pueden ser provocadas por sucesos traumáticos en los que se presenta violencia física, verbal o emocional:

“Como se puede colegir, tanto el ánimo topofílico como el topofóbico están mediados por la experiencia socioespacial de los agentes sociales” (Kuri, 2013, p.91)

CAPÍTULO 2. LOS CENTROS COMERCIALES COMO ESPACIOS DE CONSUMO, ENTRETENIMIENTO Y TRABAJO

Para el desarrollo de la presente investigación, es fundamental definir e identificar el territorio donde las mujeres llevan a cabo sus prácticas laborales. En este capítulo abordaremos lo qué son los centros comerciales, un poco de su historia y cuál es su uso y la importancia que juega dentro de un espacio social, del mismo modo, la manera en la que los individuos se involucran y se apropian de este, como un espacio de trabajo. “Los primeros centros comerciales que surgieron en la Ciudad de México fueron resultado de la asociación entre tiendas departamentales y desarrolladores inmobiliarios nacionales” (Gasca, 2017, p.78).

En 1967, Plaza Universidad fue el primer centro comercial en la CDMX.

Construida por la empresa Sears Roebuck de México, el Centro Plaza Universidad y el arquitecto Juan Sordo Madaleno, el 15 de octubre de 1969, se inauguró Plaza Universidad, al sur de la capital mexicana. Con un estacionamiento que tenía capacidad para mil 500 automóviles, se convirtió en el centro comercial más grande del país (El Universal, 2018).

Posteriormente, Plaza Satélite, fue inaugurada en 1971: “Plaza Satélite se consideró, un “Portento Arquitectónico” que mostraba la “pujanza del México actual”.El complejo comercial fue edificado sobre 160 mil metros cuadrados, en donde se construyeron ocho conjuntos de edificios y 12 áreas de recreación” (El Universal, 2018).

Con la llegada de estos primeros centros comerciales, en las décadas de los años sesenta y setenta se inauguraron más espacios con las mismas características. Los centros comerciales construidos en esas décadas fueron: Multiplaza Valle Dorado (1974), Multiplaza Alamedas (1976), Multiplaza Bosques (1977) Perisur (1981) y Centro Coyoacán (1982).

Sears Roebuck, El Puerto de Liverpool y París Londres, con Sordo Madaleno, son los agentes que hasta la fecha han financiado a la mayoría de los centros comerciales en la CDMX.

Estos esquemas de complementariedad entre capital comercial e inmobiliario se han mantenido a lo largo del tiempo, por ejemplo en la edificación del Centro Comercial Perisur, Galerías Insurgentes y Galerías Coapa, donde participó la tienda departamental El Puerto de Liverpool. Por su parte, la empresa El Palacio de Hierro participó en el financiamiento del Centro Comercial Coyoacán y, más recientemente, del cc ubicado en el desarrollo de usos mixtos Moliere Dos22 (Gasca, 2017).

De acuerdo con los resultados del último censo emitido en 2021, por la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (Sedeco), la CDMX cuenta con 338 centros comerciales distribuidos al norte, sur, este, oeste y centro de la ciudad.

En la siguiente tabla se muestran los 20 centros comerciales más concurridos por los ciudadanos, pero también se muestra la superficie (m²), el número de tiendas y el promedio de visitantes mensuales de cada centro comercial.

	CENTRO COMERCIAL	SUPERFICIE RENTABLE (M ²)	NÚMERO DE TIENDAS	AFLUENCIA MENSUAL PROMEDIO (MILLONES DE VISITANTES)
1	Multiplaza Aragón	138.304	390	3,00
2	Plaza Satélite	133.670	182	2,40
3	Fórum Buenavista	90.465	262	1,90
4	Centro Comercial Plaza Oriente+Parque Tezontle	210.000	360	1,81
5	Centro Comercial Perisur	270.000	270	1,80
6	Parque Delta	70.224	120	1,50
7	Centro Comercial Santa Fe	128.367	434	1,50
8	Galerías Coapa	58.700	156	1,50
9	Centro Comercial San Jerónimo	n.d.	170	1,50
6	Mundo E	128.734	270	1,60
11	Centro Coyoacán	28.000	150	1,20
12	Plaza Universidad	30.569	85	1,10
13	Plaza Las Américas	180.400	250	1,00
14	Parque Lindavista	68.692	187	0,87
15	Coacalco Power Center	58.000	156	0,80
16	Pabellón Cuauhtémoc	45.400	98	0,80
17	Galerías Plaza de las Estrellas	36.000	215	0,80
18	Plaza Inn	19.800	230	0,80
19	Centro Comercial Gran Sur	70.000	120	0,75
20	Galerías Insurgentes	60.000	122	0,75

FUENTE ELABORACIÓN PROPIA A M.S.E MEDIOS DE COMUNICACIÓN (2015) Y PÁGINAS WEB DE EMPRESAS DESARROLLADORAS

Los centros comerciales se convirtieron en espacios sociales que desempeñan un papel muy importante en la reestructuración urbana, estos lugares han cambiado los patrones de localización de los diversos usos de suelo, especialmente del comercio, de los servicios y del habitacional.

Sustituyendo otros espacios de la ciudad destinados a la recreación, interacción social y consumo (López, 2007, p.82).

Los centros comerciales son populares por ser un inmueble donde existe una gran concentración de tiendas departamentales que brindan diferentes servicios como; tiendas de ropa, calzado, joyería, tecnología, cosas para el hogar, juguetes, perfumería, comida rápida, incluso cuenta con áreas de entretenimiento como cine y áreas de juegos. La función de los primeros centros comerciales eran únicamente para comprar productos específicos, pero, a lo largo del tiempo, sus funciones fueron transformándose a modo de no solo realizar la compra y venta de productos sino también asegurar una circulación constante de consumidores y satisfacer el ocio de sus usuarios. Según López Levi, “Las actividades ahora varían desde comer, comprar, encontrarse con amigos, hasta pasear, planear negocios, tomar cursos, distraerse, etc” (López, 2007, p.83). Asimismo:

El establecimiento de los centros comerciales y la cultura de consumo ha significado un cambio de hábitos en la población, ya que ha llegado a sustituir espacios tradicionales para las actividades cotidianas, ha modificado la vida cultural y la percepción social de la población, ha creado nuevos valores, metas, formas de relacionarse, patrones de consumo y sistemas de referencia (López, 2007, p.83) .

La aparición de centros comerciales ha modificado el estilo de vida de muchos individuos, desde una perspectiva social y económica, da lugar a la desigualdad social , siendo un espacio público- privado. Esto se puede entender de la siguiente manera: toda la población puede tener acceso a los centros comerciales, caminar, pasar el rato, pero no todos tienen la posibilidad de poder conseguir los servicios que estas ofrecen.

Por otra parte, en esta investigación nos enfocamos en ver los centros comerciales como espacio de trabajo, de oportunidades, de rutinas para las mujeres. Los centros comerciales no solo pueden ser vistos como espacio de consumo, de entretenimiento o de turismo, también son espacios ideales para trabajar, ya que cuenta con muchas oportunidades laborales y variedad de lugares para ello.

Los centros comerciales son espacios urbanos que aglutinan una gran cantidad de comercios, servicios y oficinas comerciales. Son lugares de

intercambio social, cultural y mercantil, y pueden contribuir a generar riqueza y empleo, mejorar la competitividad del comercio urbano, y reforzar la identidad de las ciudades (Cámara de Comercio de España, s.f)

Actualmente, los centros comerciales pueden ser vistos como zonas de Coworking, mejor conocidas como “espacio físico de trabajo compartido”. “Un coworking cuenta con diferentes tipos de espacios y planes de contratación para los profesionales que deciden adoptarlo como su espacio de trabajo, y una de las características que los distingue es su flexibilidad” (Aticco, 2022).

Los centros comerciales pueden ser vistos como este modelo de trabajo, ya que su idea principal es adaptarse a las necesidades de sus usuarios, en este caso, de los consumidores y vendedores. Otras de sus características que comparte con los centros comerciales, es que el coworking es un espacio de trabajo completamente equipado, cuenta con todos los servicios particulares como; wifi, aire acondicionado, café y agua gratis, zonas de descanso, terrazas, entre otras amenidades.

Los centros comerciales son una buena opción para establecer espacios de coworking, ya que pueden ser un lugar atractivo para los consumidores. Además, pueden ser una buena forma de atraer nuevos negocios a la propiedad, aprovechando los escaparates vacíos que dejan las tiendas que cierran.

CAPÍTULO 3. EXPERIENCIAS, SIGNIFICADOS Y REPRESENTACIONES DE MUJERES TRABAJADORAS DE GALERÍAS COAPA

En este apartado, retomaremos y analizaremos el material obtenido de las entrevistas que se realizaron a 4 mujeres, trabajadoras del centro comercial Galerías Coapa, donde cada una de ellas relató diferentes experiencias y significados sobre su lugar de trabajo. Enfocándonos en los aspectos más importantes, diferentes y semejantes de las entrevistas.

El primer desplazamiento que encontré en estas entrevistas fue la gran similitud que hay en los horarios de trabajo que manejan las tiendas, los horarios de trabajo corren a partir de las 11 am hasta las 9 pm, según el testimonio de la informante número 1, “Generalmente todos los horarios en todos los trabajos dentro de la plaza es en el horario de la plaza, entonces no tienes oportunidad a tener otro horario” (Karla Joseline Briones, Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024). En otras palabras, la mayoría de las tiendas departamentales se ajustan a los horarios de apertura y cierre de la plaza comercial, por lo que sus trabajadores tienen que hacer exactamente lo mismo.

El segundo aspecto que voy a retomar, es totalmente igual para las 4 informantes, y tal vez para todos los trabajadores de la plaza, me estoy refiriendo al tiempo de descanso que se les otorga a los colaboradores. En su mayoría, los comercios/tiendas les asignan una hora de descanso totalmente obligatorio en días “normales”, es decir, entre semana. En algunos otros casos, este tiempo puede variar en fines de semana, días festivos y temporadas altas, como son el mes de diciembre y enero. Continuando con este apartado, también, vamos a enunciar las actividades que las informantes desempeñan en este tiempo de descanso. Como su nombre lo indica, este tiempo concedido lo toman principalmente para comer, también descansar y realizar otras actividades de distracción como; “Ver videos y dormir” (Lucía Rosas , Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024), o también “Fumar o relajarse” (Niza Cabrera, Comunicación Personal, 06 de septiembre de 2024). Estas prácticas socioespaciales que desempeñan en su tiempo libre, van a depender de los gustos y preferencias de cada individuo.

Como tercer punto, tomando en cuenta la relación entre sujetos sociales y espacio, vamos a señalar la afinidad que hay entre los lugares que las informantes prefieren. De acuerdo con las entrevistas realizadas, tres de las cuatro chicas prefieren “la terraza, porque es más tranquilo” (Fernanda Salgado, Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024) y “ casi no hay ruido” (Karla Joseline Briones, Comunicación Personal, 29 de Agosto de 2024). Al parecer, la zona de la terraza es el área favorita de los trabajadores del centro comercial para pasar su tiempo libre, debido a que la zona está más despejada de espacio e individuos y más libre de contaminación auditiva , se respira mayor tranquilidad y por su inmobiliario, pueden estar más cómodas.

Como cuarto desplazamiento, vamos a rescatar las ventajas que consideran las informantes al trabajar en un centro comercial, con base en la territorialidad y seguridad que ofrece el espacio. En este apartado existe variedad de ventajas que fueron propuestas por las informantes, todas siendo de acuerdo a su manera de pensar. Los beneficios que trae consigo trabajar dentro de una plaza comercial según las informantes son: “seguridad y comodidad, por que no tienes ni que exponerte a alguna situación externa, ehh, igual tienes la facilidad de que no estás fuera, no pasas frío, no pasas lluvia o algo” (Karla Joseline Briones, Comunicación Personal, 29 de Agosto de 2024), “más formalidad, por ejemplo, te pagan los días feriados, te dan tu tiempo de comida, eh, tu día de descanso también te lo pagan” (Lucía Rosas, Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024), “la versatilidad, a lo mejor para comprar algún regalo, ropa, zapatos, para ir al cine, a los juegos, incluso a comer, hay mucha variedad y tienes todo en un mismo lugar” (Fernanda Salgado, Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024) y “las oportunidades de trabajo, sabes, ehh, igual si ya no encajas o ya no te sientes cómoda en algún lugar, como vas conociendo a más gente, teniendo amistades ahí mismo o alrededor, vas como que viendo en qué te conviene más, en qué no” (Niza Cabrera, Comunicación Personal, 06 de septiembre de 2024).

Otro aspecto importante de este apartado es cómo consideran su lugar de trabajo en cuanto a seguridad o inseguridad, los resultados de esta cuestión fueron imparciales, “Es un lugar seguro porque todo el tiempo tienes seguridad que está al

tanto, y bueno, en mi caso tengo un botón de pánico para cualquier cosa y pues ya se presentan inmediatamente” (Karla Joseline Briones, Comunicación Personal, 29 de Agosto de 2024), dando lugar al centro comercial Galerías Coapa, como un lugar seguro, incluso sus alrededores debido a que “La plaza cuenta con seguridad dentro, fuera y constantemente pasan por todos los establecimientos” (Lucía Rosas, Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024).

Gracias a estos testimonios podemos darnos cuenta de los grandes beneficios que se gozan al trabajar dentro de una plaza comercial, no solo son beneficios personales, también sociales y físicos. Sin duda alguna, trabajar en un centro comercial te abre las puertas y te da la oportunidad de crecer personalmente y extender tu entorno y relaciones sociales.

Para finalizar con este capítulo, daremos enfoque al objeto de estudio de esta investigación, que son: los significados y las emociones que según las trabajadoras del centro comercial Galerías Coapa, le otorgan a este espacio.

Basándonos en los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas, podemos deducir que para cada una de los individuos la experiencia, las emociones y los significados son totalmente desiguales, dado a que en esta parte influye su entorno de trabajo, su relación con el mismo personal del centro comercial, incluso con los compradores y también su entorno familiar. Para las cuatro mujeres que entrevisté, el trabajar en un centro comercial significa y genera emociones totalmente diferentes, pero la mayoría de veces tienen respuestas positivas.

Felicidad, se sienten a gusto, llegan a sentir impotencia y satisfacción, estas son algunas de las emociones que las chicas mencionan, y digo algunas porque según el testimonio de una informante, estas emociones “puede ser dependiendo al día y a la actitud que tengan los clientes”(Niza Cabrera, Comunicación Personal, 06 de septiembre de 2024) lo cual muestra cómo las emociones tienen un carácter social y cambiante, dependiendo de las situaciones y contextos.

Por otro lado, la interpretación de las chicas al trabajar en un centro comercial va de la mano de su ambiente personal y social.

Me encontré con la idea de una chica, similar al objeto de estudio de esta investigación, “es interesante porque, ahh, tú como trabajador, ves el tipo de gente que llega a ir, o el detrás de toda una plaza, como que es un poco más interesante a solo ir como un consumidor” (Niza Cabrera, Comunicación Personal, 06 de septiembre de 2024) , para ella significaba interesante laborar ahí porque así podía ver la diferencia de trato hacia las personas como trabajadoras y como consumidoras, y eso le ayuda a ser mejor persona y modificar su manera de ser y de pensar cuando no estaba en horario laboral.

Pero también hay significados personales referidos a los sentimientos. “Es bonito ver a las familias pasar” (Fernanda Salgado, Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024).

Me siento afortunada, segura y un poco impotente. En mi caso creo que sí descuido yo creo que igual muchas cosas, tanto personales, pero sí estoy un poco más apegada al trabajo, ehh, y yo creo que de emociones, ehh, tal vez sí es que no puedo estar o presentarme en algún momento importante, pues si me siento como, mmm, como te digo, impotente, porque no es algo que yo pueda decidir que pueda hacer o no hacer. (Karla Joseline Briones, Comunicación Personal, 29 de Agosto de 2024)

Resulta ser algo positivo, dejando de lado el hecho de no poder pasar tiempo con su familia, amigos y pareja, pero es algo que no depende directamente de ellas ya que su tiempo y vida social dependen de los factores que rodean su vida laboral.

A manera de hipótesis, se puede señalar que la experiencia topofílica de las informantes está sustentada en las relaciones sociales entabladas entre las trabajadoras y en las maneras de apropiarse de su espacio de trabajo.

La topofilia adquiere diversas formas y varía considerablemente tanto en grado como en intensidad emocional. Describir estos sentimientos es, al menos, un comienzo: la fugacidad del placer visual; la delicia sensual del contacto físico; el amor por el lugar que nos es familiar, porque es nuestro hogar o porque representa el pasado, o porque suscita el orgullo de la propiedad o de la creación; el regocijo en las cosas por simples razones de salud y de vitalidad animal. (Tuan, 2007, p.333)

En este caso, el que estén trabajando en un lugar que les gusta o donde pueden desempeñar sus habilidades y gustos personales “y que puede ser como muy detallada” (Karla Joseline Briones, Comunicación Personal, 29 de Agosto de 2024), también por “la convivencia”(Lucía Rosas, Comunicación Personal, 29 de agosto de 2024) dando a entender que están rodeadas de un entorno laboral sano y agradable, por lo que pueden sentir su lugar de trabajo como un lugar seguro, agradable y quizá como su segundo hogar, lo que hace más amena su situación, siendo su lugar de trabajo atribuido a un lugar topofílico como lo define Yi Fu Tuan.

CONCLUSIONES

A manera de conclusión y reflexión podemos decir que los centros comerciales, se distinguen por ser espacios multifuncionales que fomentan la interacción social, el consumo y el turismo. Pero en este caso, guiándonos con el objetivo del trabajo, que es mostrar los significados que las mujeres le dan al centro comercial como lugar de trabajo, la investigación se direcciona a una perspectiva más relacionada con las maneras de apreciar estos espacios ya que es muy poco común que la sociedad se interese y vea estos sitios como oferta de trabajo, es decir, que forman oficinas, con pluralidad de oportunidades para los individuos de una ciudad. Un centro comercial puede tener diferentes contextos y apropiaciones, esto va a depender a la ideología y necesidad de los individuos, va desde ser un espacio de entretenimiento, de consumo y un lugar de ocio, hasta ser un espacio inmenso de oportunidades de crecimiento personal y laboral.

Gracias a la metodología que se llevó a cabo, pudimos tener acceso a la forma de ver el centro comercial como un espacio de trabajo, para las mujeres, los significados y las emociones que les genera estar la mayor parte del día en sus labores, lejos de su entorno familiar y social. Analizamos y recuperamos los puntos más importantes que nos brindaron las informantes, con los que, llegamos a la conclusión que el centro comercial Galerías Coapa, desde una perspectiva laboral, suele ser un espacio lleno de significados positivos, como apego, felicidad y un espacio seguro de trabajo, dichos sentimientos dan lugar a lo que Yi Fu Tuan define como topofilia. Es decir, el sentimiento de afecto o pertenencia, amor, e incluso

seguridad de un lugar en específico. Hasta el momento no se presentaron experiencias que desacrediten nuestras hipótesis ni dando lugar a lo que definimos como topofobia, en otras palabras, no observamos emociones ni significados negativos que le den lugar al sentimiento de miedo, odio, e incluso rechazo para este centro comercial.

REFERENCIAS

- Alexa, R. (2022, August 26). *Qué es un coworking*. ATICCO. <https://aticco.com/blog/que-es-un-coworking/>
- Bourdieu Pierre. "Efectos del lugar", en *La miseria del mundo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1999. <file:///C:/Users/Usuario/D2ownloads/Bourdieu Efectos del espacio.pdf>
- Córdoba, M. E. & Vélez–De La Calle, C. (2016). La alteridad desde la perspectiva de la transmodernidad de Enrique Dussel. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (2), pp. 1001-1015. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v14n2/v14n2a09.pdf>
- Gasca-Zamora, J. (2017). Centros comerciales de la Ciudad de México: el ascenso de los negocios inmobiliarios orientados al consumo. *EURE. Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 43(130), 73–96. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612017000300073>
- Kuri, P. R. (2006). *Pensar y habitar la ciudad: afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo*. Anthropos Editorial. https://books.google.com.mx/books?hl=en&lr=&id=TPcZZmB-i_0C&oi=fnd&pg=PA13&dq=info:RbnqzWR9B_EJ:scholar.google.com&ots=n1dFbgNIQ3&sig=rhfHUUQk2fqPPcN5COy_pUnrIVP0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Kuri Pineda Edith Elvida. (2013). Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica. *Sociológica*, 28(78), 69–98. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-01732013000100003&script=sci_arttext

Levi, L. L. (2007). Los centros comerciales como espacios multifuncionales. *Argumentos* (México), 81–96. <https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/688>

Los primeros centros comerciales de la capital. (2018, July 19). El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/colaboracion/mochilazo-en-el-tiempo/nacion/sociedad/los-primeros-centros-comerciales-de-la-capital/>

¿Por qué son importantes? (n.d.). Comercio Minorista. Retrieved September 27, 2024. <https://apoyoalcomercio.camara.es/programas/dinamizacion-de-centros-comerciales-urbanos/por-que-son-importantes>

ANEXOS

TRANSCRIPCIONES DE ENTREVISTAS

Entrevista 1

Entrevistada: Karla Joseline Briones Belmont (KJ)

Entrevistadora: Perla Valdovino (P)

Fecha de la entrevista: 29 de agosto de 2024

Lugar: Plaza Comercial Galerías Coapa, CDMX

P: Ehh, vamos a empezar, hay que hablar un poco fuerte porque se escucha mucho ruido...¿Cuál es tu nombre?

KJ: Karla Joseline Briones Belmont

P: Ehh, ¿Cuántos años tienes?

KJ: 23

P: Ehh, ¿En qué tienda o isla estás trabajando actualmente?

KJ: En el local de CM Innovando la Belleza, ubicado en el 1er piso

P: Ok, ¿Cuáles son los factores por los que estás trabajando ahí?

KJ: Ehh pues es necesidad y gusto

P: Ok, ehh ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en este lugar?

KJ: Emm, voy para 3 años, son como 2 años 7 meses

P: Ok, ehh ¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

KJ: Mmm, todo

P: ¿Todo te gusta? ¿Por qué?

KJ: Todo, yo creo que el trato, los resultados y que puedo ser como muy detallada

P: Ok, eh ¿Qué es lo que no te gusta y por que?

KJ: Mmm, no me gusta tiempo, eh

P: Osea, que, ¿es mucho el tiempo que estás aquí?

KJ: Aja, eh, porque si quieres hacer algo más no se puede, estas literal desde la mañana hasta a noche, amm, pues yo creo que nada más sería el horario

P: Ok, eh ¿Cuál es tu horario de trabajo?

KJ: De 10:50 a 8 de la noche

P: Ehh, ¿Cuánto tiempo haces de tu casa a tu lugar de trabajo?

KJ: Amm como hora y media

P: ¿Se te hace pesado el traslado?

KJ: Si

P: Ehh, ¿Cuánto tiempo te dan de comida o descanso?

KJ: Entre semana 1 hora, fin de semana, 40 minutos

P: Ok, ¿Qué haces en ese tiempo?

KJ: Mmm, comer, descansar y distraerme

P: Ok, ¿Comes dentro de la plaza comercial, en dónde?

KJ: Ehh, si, únicamente tenemos permitido en área de comida

P: Ok, eh ¿Caminas mucho por la plaza?

KJ: Mmm no, casi no, prefiero descansar

P: Ok, ¿Qué lugar de la plaza te gusta más y por qué?

KJ: Ehh, pues yo creo que si seria como la terraza, porque está más tranquilo y casi no hay ruido

P: La terraza, ok, ¿Cuál no te gusta y por qué?

KJ: Amm, pues creo que no hay algo que no me guste

P: Ok, ehh, ¿Qué significa para ti, laborar en una plaza comercial?

KJ: ¿Comó?

P: Ehh, si, o sea, como te sientes, sientes si hay alguna diferencia entre trabajar en una plaza comercial o trabajar en la calle o en algún otro lugar público

KJ: Mmm, pues me siento afortunada, segura y un poco impotente, afortunada y segura porque casi siempre hay trabajos fijos y siento que siempre habrá como algún trabajo, o sea como que siempre va haber la disponibilidad, pero, ehh, tal vez un poco impotente porque generalmente todos los horarios en todos los trabajos dentro de la plaza es en el horario de la plaza, entonces no tienes oportunidad a tener otro horario

P: Ok, consideras que es bueno, malo o regular

KJ: Mmm, regular

P: Ok, ehh, ¿Crees que trabajar en un centro comercial tenga alguna ventaja, de ser así, cuál o cuáles?

KJ: Mmm, ventajas siento que tal vez, seguridad y comodidad, por que no tienes ni que exponerte a alguna situación externa, ehh, igual tienes la facilidad de que no estás fuera, no pasas frío, no pasas lluvia o algo, creo que esos son los beneficios que tienes

P: Ok, ehh, bueno en esta parte creo que repetiría un poco tu respuesta porque la pregunta es: ¿Piensas que es un lugar seguro este centro comercial, por qué?

KJ: Ehh, si, si es un lugar seguro porque todo el tiempo tienes seguridad que está al tanto, y bueno, en mi caso tengo un botón de pánico para cualquier cosa y pues ya se presentan inmediatamente

P: Ok, y por último, ¿Qué emociones te genera trabajar en una plaza comercial? No se, emociones en cuanto a tu entorno familiar, ehh, de pareja, no se si te sientas

como de algún modo, muy apegada a tu trabajo o descuidas ciertas cosas que para ti son importantes e indispensables para tu vida

KJ: Mmm, pues en mi caso creo que si descuido yo creo que igual muchas cosas, tanto personales, pero si estoy un poco más apegada al trabajo, ehh, y yo creo que de emociones, ehh, tal vez si es que no puedo estar o presentarme en algún momento importante, pues si me siento como, mmm, como te digo, impotente, porque no es algo que yo pueda decidir que pueda hacer o no hacer

P: Ok, y ¿Esto genera conflictos con tu familia? En este caso que dices que no puedes acudir o estar en algunas reuniones o en algunas ocasiones, ¿Genera un conflicto con tu familia?

KJ: Ehh, pues conflicto no, porque tal vez me entienden un poco de como es mi trabajo y horario, mmm, nada más pues sí es como, igual o sea, sientes impotencia porque quisieras estar, pero no puedes estar

P: Ok, pues eso seria todo de mi parte, muchisimas gracias por tu tiempo y por compartirme un poco de tu experiencia

KJ: De que, gracias a ti, si no te molesta, me retiro, ya que llegó una clienta, cuidate mucho, un gusto

P: Claro, sin problema, muchisimas gracias, bonito dia

Entrevista 2

Entrevistado: Anónimo (E)

Entrevistadora: Perla Valdovino (P)

Fecha de la entrevista: 29 de agosto de 2024

Lugar: Plaza Comercial Galerías Coapa, CDMX

P: Ok, entonces la entrevista va ser de manera anónima para no incomodarte, ehh, voy a empezar, vale

E: ¿Son preguntas abiertas?

P: Si, son preguntas muy sencillas, no te preocupes

E: Ok

P: Amm, ¿Cuántos años tienes?

E: 19

P: Vale, ehh, ¿En que tienda o isla trabajas?

E: Osea, ¿la marca?

P: Justo, si

E: Ahh, Churreria Porfirio

P: Ok, ¿Cuáles son los factores por los que estás trabajando aquí?

E: Osea, ¿los motivos?

P: Aja, si

E: Ehh, pues pasatiempo

P: ¿Por pasatiempo nada más?

E: Aja

P: Ok, ¿Cuánto tiempo llevas trabajando aquí?

E: Mmm, 8 meses

P: 8 meses, ok, ehh, ¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

E: La convivencia

P: Ehh, ¿Hay algo que te disgusta y cuáles son los motivos?

E: Mmm, no, yo creo que no hay algo que me disguste o me incomode, todo bien

P: Todo bien, ok, ehh, ¿Cuál es tu horario de trabajo?

E: De 12:30 a 9:30 pm

P: Ok, ¿Qué tiempo haces de tu casa a tu lugar de trabajo?

E: Media hora

P: Ok, ¿Se te hace pesado el traslado?

E: Para nada

P: Ok, ¿Cuánto tiempo te dan de comida o descanso?

E: 1 hora

P: ¿Qué haces en ese tiempo?

E: Ehh, ver videos, dormir

P: Haha, ok, ¿Comes en la plaza comercial?

E: No, yo traigo mis alimentos

P: Ok, traes comida, pero, ¿Comes dentro de la plaza?, supongo

E: Si, pues aqui adentro en mi trabajo

P: Ahh, ¿Aquí adentro puedes comer?

E: Aja

P: Ahh, perfecto, ehh, ¿Caminas mucho por la plaza?

E: No, casi no

P: Ok, ¿Qué lugar de la plaza te gusta más y por qué?

E: La terraza, porque el ambiente es tranquilo

P: Ok, ¿Cuál no te gusta y por qué?

E: ¿Comó?

P: Si, ¿Qué lugar no te gusta?

E: ¿De la plaza?

P: Aja

E: Ahh, ok, pues no se haha, yo creo que planta baja

P: ¿La planta baja no te gusta? ¿Por qué?

E: No hay como que, mucho movimiento, esta muy aburrido

P: Ok, ehh, ¿Qué significa para ti, laborar en una plaza comercial?

E: Formalidad, poder tener un trabajo formal

P: Ok, ¿Crees que trabajar aquí tenga una ventaja? Si es así, ¿Cuáles consideras?

E: No se, haha

P: Ohh, bueno, tú, ¿Qué ves de diferente en trabajar en una plaza comercial a trabajar, por ejemplo, en la calle o en algún lugar que esté sobre la vía pública?

E: Ahh, ok, amm, pues como te decía, más formalidad, por ejemplo, te pagan los días feriados, te dan tu tiempo de comida, ehhh, tu dia de descanso también te lo pagan, y así haha

P: Ok, ehh, ¿Piensas que es seguro trabajar en esta plaza comercial, por qué?

E: Si, porque la plaza cuenta con seguridad dentro, fuera y constantemente pasan por todos los establecimientos

P: Ok, por último, ¿Qué emociones te genera trabajar en una plaza comercial?

E: Felicidad, agusticidad haha, me gusta estar aquí, me gusta socializar y convivir con mis compañeros y con los demás locatarios

P: Muy bien, pues, eso seria todo de mi parte, muchas gracias a ti y a tu compañero que nos apoyó cubriendo tu lugar durante estos minutos

E: Gracias a ti por aceptar que fuera de manera anónima

P: No hay problema, muchas gracias nuevamente, que esten muy bien y tengan un bonito dia

Entrevista 3

Entrevistado: Fernanda Salgado (F)

Entrevistadora: Perla Valdovino (P)

Fecha de la entrevista: 29 de agosto de 2024

Lugar: Plaza Comercial Galerías Coapa, CDMX

P: Ehh, bueno, vamos a empezar, primero que nada, ¿Cuál es tu nombre?

F: Fernanda Salgado

P: Ok, mucho gusto Fer, ¿Cuántos años tienes?

F: 24

P: Ok, ¿En qué tienda, o en este caso, en qué isla trabajas?

F: MAC Cosmetics

P: Ok, ¿Cuáles son los factores por los que estás trabajando aquí?

F: Ehh, pues necesidad y gusto, me contactaron hace aproximadamente 1 año, me dijeron que había una vacante y me dijeron que era con Liverpool, de MAC Cosmetics, pero que teníamos que estar aquí afuera

P: Ok, entonces está ligada a Liverpool, wow, no sabia eso

F: Si, es una marca que promueve la tienda

P: Ok, ehh, ¿Cuánto tiempo llevas trabajando aquí?

F: Ya casi un año

P: Ok, ¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo, por qué?

F: El maquillaje y la atención al cliente, porque me gusta todo lo que tenga que ver con la belleza y con el trato que se le brinda a los demás

P: Ok, y, ¿Hay algo que te disguste, por qué?

F: Tal vez el estar tanto tiempo de pie

P: Ok, ¿No te puedes sentar en ningún momento?

F: Si podemos tomar asiento, pero, a veces es más fácil quedarte de pie porque debes estar brindando información constantemente

P: Ok, ¿Cuál es tu horario de trabajo?

F: Es de 8 horas, puedo estar de 10:30 a 6:30 o de 1:00 a 9:00 pm

P: Ok, ¿Tú escoges el horario o te lo van rotando?

F: Es rotado

P: Vale, ¿Cuánto tiempo te haces de tu casa a tu lugar de trabajo?

F: Ehh, en transporte público de 40 minutos a 1 hora y en carro como 20 min

P: Ok, ¿Se te hace pesado el traslado?

F: No, nada

P: Ok, ¿Cuánto tiempo te dan de comida o descanso?

F: En días normales, 1 hora

P: ¿Qué haces en ese tiempo?

F: Generalmente comer, como por 40 minutos y luego nada más, me salgo

P: Ok, ¿Comes dentro de la plaza comercial?

F: A veces, o a veces bajó al comedor de Liverpool

P: Ok, ¿Caminas mucho por la plaza?

F: Emm, no, regularmente no, prefiero salir a la calle

P: Ok, ¿Qué lugar de la plaza te gusta más, por qué?

F: Yo creo que el fast food (área de comida rápida) y la terraza, porque es más tranquilo

P: Ok, ¿Cuál no te gusta y por qué?

F: Los baños haha, porque siempre hay mucha gente y a veces huele feo

P: Haha, ok, ehh, ¿Qué significa para ti, trabajar en una plaza comercial?

F: Ehh, pues no se, ver a la gente convivir, es bonito ver a las familias pasar

P: Ok, pero en lo personal, ¿Consideras que es algo...

F: Agradable, bonito y satisfactorio

P: Muy bien, ehh, ¿Crees que trabajar en un centro comercial tiene alguna o algunas ventajas? De ser así, ¿Cuáles son o cuáles consideras?

F: Yo creo que si tiene una ventaja que es la versatilidad, a lo mejor para comprar algún regalo, ropa, zapatos, para ir al cine, a los juegos, incluso a comer, hay mucha variedad y tienes todo en un mismo lugar

P: Ok, ¿Piensas que es un lugar seguro trabajar aquí dentro de la plaza y por qué?

F: Personalmente, en este lugar sí, porque si te das cuenta, los policías están en la entrada principal y en las secundarias, y también hay seguridad por parte de Liverpool que está aquí a un lado, eso a mi, me hace sentir confiada y segura

P: Ok, por último, ¿Qué emociones te genera trabajar en una plaza comercial? ¿Te genera algún conflicto el hecho de estar prácticamente todo el día aquí?

F: Emociones como tal no, o bueno, yo creo que felicidad, porque estoy en un trabajo que me gusta y me la paso bien, y, amm, pues si, si me perjudica un poco en

la cuestión personal, porque no tienes tiempo para socializar, de ahí en fuera no perjudica nada más

P: Ok, pues eso sería todo de mi parte, muchas gracias por tu tiempo y por compartirme un poco sobre tu experiencia aquí

F: No fue nada, lo bueno que no llegaron clientes durante la entrevista haha

P: Sí verdad, de cualquier manera, si hubieran llegado, sin problema te esperaba haha, pero bueno, muchas gracias, te dejo seguir con tu jornada, lindo día

F: Gracias, igualmente, cuidate

Entrevista 4

Entrevistada: Niza Cabrera (N)

Entrevistadora: Perla Valdovino (P)

Fecha de la entrevista: 06 de septiembre de 2024

Lugar: Vía zoom., CDMX

P: Hola, me escuchas bien?

N: Hola, si

P: Ok, te explico, es una entrevista de 16 preguntas y son enfocadas a las prácticas que tu desarrollas en tu trabajo, vale

N: En el actual o en el de las cejas?

P: No, en el actual, mira, mi trabajo está enfocado en los significados que le dan las mujeres a las plazas comerciales como su lugar de trabajo, no como espacios de entretenimiento o de consumo

N: Ahh, ok

P: Vale, pues voy a grabar la entrevista, únicamente el audio, para que pueda rescatar las aportaciones más importantes, igual no se si quieres que la entrevista se maneje de manera anónima o no tienes ningún problema con darme tus datos, únicamente tu nombre

N: No, no hay ningún problema con darte mis datos

P: Ok, pues vamos a empezar, ¿Cómo te llamas?

N: Niza Cabrera

P: Ok, ¿Cuántos años tienes?

N: 19

P: Ehh, ¿En qué tienda o isla trabajas?

N: En lionesse

P: Ok, ehh, ¿Cuáles son los motivos por los que estás trabajo ahí?

N: Ehh, por necesidad y porque te dan muy buenas comisiones y mejores oportunidades

P: Ok, es mas beneficiario

N: Aja

P: Ok, ehh, ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en este lugar?

N: Apenas 1 semana

P: Ok, en esta semana que apenas llevas,¿Ya podrías decirme qué es lo que más te gusta de tu trabajo y por qué?

N: Todavía no, aún estoy adaptándome

P: Ok, tal vez ¿Ya hay algo que te disguste y por qué?

N: Ehh, a veces las actitudes de los compañeros

P: Ok, eh, ¿Cuál es tu horario de trabajo?

N: Ehh, tengo dos horarios, uno es de 11 am a 7 pm y el otro es de 1 pm a 9 pm

P: Ok, ¿Tu lo escoges o es rolado?

N: Ehh, es rolado

P: Ok, eh, ¿Cuánto tiempo haces de tu casa a tu lugar de trabajo?

N: Ehh, 40 minutos

P: ¿Se te hace pesado?

N: Ehh, no

P: Ok, ¿Cuánto tiempo te dan de comida o descanso?

N: 1 hora o hasta a veces hora y media

P: Ok, ¿Eso depende de algo?

N: Ehh, pues, ahh, puedes salir a comer en tu tiempo de descanso y después puedes tomar breaks de 10 minutos y así, o media hora mas o menos

P: Osea, es 1 hora eh, reglamentaria de comida y después, puedes estar saliendo a tomar pequeños descansos ¿No?

N: Ajaa, si, que te llegas a estresar a veces y puedes tomar como un pequeño break

P: Ahh, ok, ¿Qué haces en ese tiempo libre?

N: Ehh, voy a fumar o a relajarme

P: Ok, eh, ¿Comes en la plaza comercial?

N: Ehh, no consumo, pero como adentro, llevo mi comida

P: Ok, ¿Caminas mucho por la plaza?

N: Ehh, no mucho

P: Ehh, ok, ¿Por qué? ¿No te llama la atención, no te gusta?

N: Aja, no me llama la atención

P: Ok, ¿Qué lugar de la plaza comercial te gusta más y por qué?

N: El estacionamiento, porque casi no hay nada de gente

P: Ok, y, ¿Cuál no te gusta, por qué?

N: El área de comida, porque siempre hay mucha gente

P: Ok, ehh, ¿Qué significa para ti, trabajar en una plaza comercial?

N: Mmm, pues es interesante porque, ahh, tu como trabajador, ves el tipo de gente que llega a ir, o el detrás de toda una plaza, como que es un poco más interesante a solo ir como un consumidor, sabes

P: Ajá, justo, como te habia comentado, mi investigación va enfocada a eso, en cómo la gente, o en este caso, las mujeres percibimos o tenemos un contexto diferente de una plaza, una cosa es siendo trabajadora y otra cosa es siendo consumidor, porque una cosa es ir a dar la vuelta, entretenerse con la familia y otra cosa muy diferente es estar ahí trabajando, brindando servicios a las personas que van a pasar el rato

N: Si osea, es que es eso, igual, el como tratar a la gente, porque nosotros como consumidores a veces podemos ser un poco groseros o así y como trabajadores lo percibimos de diferente manera

P: Si, totalmente, ehh, ok, ¿Crees que trabajar en una plaza comercial tiene alguna ventaja o ventajas? De ser así, ¿Cuáles?

N: Pues yo creo que, ay, no sé, creo que las oportunidades de trabajo, sabes, ehh, igual si ya no encajas o ya no te sientes cómoda en algún lugar, como vas conociendo a más gente, teniendo amistades ahí mismo o alrededor, vas como que viendo en qué te conviene más, en qué no, sabes

P: Ok, ehh, la siguiente pregunta es, ¿Piensas que trabajar aquí sea un lugar seguro? En este centro comercial, en este caso, Galerías Coapa y ¿Por qué?

N: Ay, no sé, apenas casi me querían robar

P: No inventes, ¿Ahí adentro?

N: No, afuera saliendo de la plaza, me asustaron bien feo

P: Osea entonces, tú lo manejarías como, digamos que saliendo de la plaza ¿Es un poco inseguro?

N: Yo creo que si, nunca me había pasado hasta apenas antier, el miércoles y dije, ay noo, me dio un poquito de miedo

P: Si, claro, pero en este caso, la seguridad de la plaza, ¿No hace nada al respecto?

N: No, si si hacen, porque osea, ese día me acerque como a uno de los polis y me dijeron que me esperara, y ellos estaban viendo para donde se iba la persona y así, sabes

P: Ok

N: Entonces, si es segura, porque están como al pendiente de las personas y su te apoyan

P: Ok, entonces en concreto, tu, bajo tu experiencia, la seguridad está bien, porque hay seguridad dentro de la plaza, pero también afuera. Porque una cosa es que haya seguridad en la plaza y otra cosa es que tu te sientas insegura aunque haya seguridad

N: Si, en este caso si me siento segura

P: Ok, ¿Qué emociones te genera trabajar en un centro comercial?

N: Varían las emociones, a veces si hay un momento en el que me siento feliz, pero también hay ocasiones que me llega a pesar

P: ¿Y eso de qué depende? Según tu experiencia

N: En mí, puede ser dependiendo al día y a la actitud que tengan los clientes

P: Ok, ehh, ¿Esto te provoca conflictos en tu entorno social o personal debido al tiempo que pasas aquí?

N: Ehh, pues, sí me genera un poco de conflicto con mi mamá, porque sí es como estar todo el día ahí y como tengo una niña, una bebe de 1 año, pues siempre la dejo con ella, entonces como que es eso, el tiempo a veces no me da para que yo pueda ver o estar con mi bebé, pero no es porque yo no quiera, tengo la necesidad de hacerlo y sé que ella lo comprenderá en unos años

P: Ok, pues, esa sería la última pregunta

N: Ok

P: Pues eso sería todo, muchas gracias Niza, me dio mucho gusto volver a escucharte y saludarte

N: No hay de que Per, a mi también me dio mucho gusto saludarte

P: Vale, pues te deseo mucho éxito en tu nuevo trabajo, verás que te va a ir muy bien

N: Sii, muchas muchas gracias, éxito en tu trabajo y en todo lo que venga

P: Gracias, gracias, te mando un abrazo, gracias por tu tiempo

N: Cuidate