



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ANÁLISIS DE LOS BENEFICIOS MUTUOS ENTRE ACTORES DE LA FERIA LIBRE “ESPERANZA DE VIDA” DE LA CIUDAD DE PIMAMPIRO, PROVINCIA IMBABURA”.

Informe final de investigación, previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Social

AUTORA: Anchundia Macías Marissa Jamilex

DIRECTOR: MSc. Miguel Pinto Yépez

Ibarra-2018



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	1313076836	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Anchundia Macías Marissa Jamilex	
DIRECCIÓN:		Vista al Lago – sector Miravalle	
EMAIL:		mjanchundia@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	545-027	TELÉFONO MÓVIL	0996904099

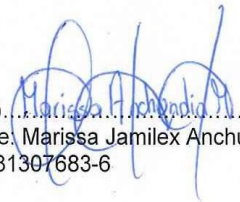
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ANÁLISIS DE LOS BENEFICIOS MUTUOS ENTRE ACTORES DE LA FERIA LIBRE "ESPERANZA DE VIDA" DE LA CIUDAD DE PIMAMPIRO, PROVINCIA IBARRA"
AUTOR (ES):	Anchundia Macías Marissa Jamilex
FECHA: AAAAMMDD	2018/10/17
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniera en Gestión y Desarrollo Social
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Miguel Pinto Yépez

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 17 días del mes de octubre de 2018

EL AUTOR:

(Firma) .....
Nombre: Marissa Jamilex Anchundia Macías
C.C. 131307683-6

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Ibarra, 06 de abril del 2018

MSc. Miguel Pinto Yépez

DIRECTOR DE LA TESIS

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes



MSc. Miguel Pinto Yépez

DEDICATORIA

A Dios, por darme la fuerza e inspiración para llegar a obtener mi anhelo más deseado.

A mis padres Aldo y Mariuxi, por apoyarme en todo momento, por haberme inculcado valores y darme la oportunidad de seguir una carrera universitaria, gracias al esfuerzo que realizan día a día. Son mi ejemplo a seguir.

A mis hermanos porque son esa parte que complementan mi vida.

A mis abuelos que son mi vida y todo esto es para Uds. ¡Los amo!

A mi tía Maritza Macías y mi pequeña Aeily, que desde un inicio abrieron las puertas de su hogar para apoyarme en esta larga etapa.

A Roger Martínez, por su paciencia y amor incondicional que me brinda a diario.

A la familia Martínez López, y de la misma manera a mi familia que de una u otra manera han estado a mi lado apoyándome.

Marissa Anchundia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, por ser la casona donde eh obtenido muchas enseñanzas y conocimientos.

De igual manera agradezco a cada uno de los docentes que impartieron sus saberes y cátedras en el aula de clases durante estos 5 años.

Finalmente, mis agradecimientos al Msc. Miguel Pinto y Msc. Pedro Quelal, que con sus conocimientos supieron guiarme para la elaboración de este proyecto de investigación.

Marissa Anchundia

TABLA DE CONTENIDO

ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TABLA DE CONTENIDO.....	v
LISTA DE TABLAS	viii
LISTA DE CUADROS.....	ix
LISTA DE FOTOGRAFÍAS	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Planteamiento del problema	5
1.3 Preguntas de investigación	5
1.4 Delimitación del problema.....	6
1.4.1 Unidades de observación	6
1.4.2 Delimitación espacial.....	6
1.4.3 Delimitación temporal.....	6
1.5 Objetivos	6
1.5.1 Objetivo general	6
1.5.2 Objetivos específicos	6
1.6 Justificación	7
CAPÍTULO II.....	10
2 MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Conceptualización de las ferias libres	10
2.2 Las ferias libres como referente de participación social	11
2.3 La producción rural que abastece a las ferias libres	13
2.4 Los pequeños productores como actores de la producción	14
2.5 La mujer campesina como actor principal en las ferias libres	16
2.6 Marco legal de las ferias libres.....	17
2.7 Descripción del área de estudio.....	21
2.8 Glosario	21
CAPÍTULO III.....	23
3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.1 Tipo de investigación	23
3.2 Métodos.....	23
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
3.4 Procesamiento de datos	23
3.5 Población.....	24
3.6 Muestra	24
3.7 Matriz diagnóstica	25
CAPÍTULO IV	26

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	26
4.1 Análisis e interpretación de resultados para los consumidores.....	26
4.1.1 Participación por género de los consumidores.....	26
4.1.2 Descriptivos sociales y de evaluación de los consumidores.....	26
4.1.3 Nivel de educación de los consumidores	27
4.1.4 Ingresos familiares de los consumidores	27
4.1.5 Procedencia comunitaria y parroquial de los consumidores.....	28
4.1.6 Autodefinición de los consumidores.....	29
4.1.7 Nivel de satisfacción de los consumidores	29
4.1.8 Productos de preferencia por los consumidores	30
4.1.9 Recomendaciones de los consumidores.....	30
4.2 Análisis e interpretación de resultados para los comerciantes.....	31
4.2.1 Género de los comerciantes	31
4.2.2 Datos informativos de los comerciantes.....	31
4.2.3 Procedencia por parroquia de los comerciantes	32
4.2.4 Nivel de educación de los comerciantes	33
4.2.5 Autodefinición de los comerciantes.....	33
4.2.6 Transporte de los productos	34
4.2.7 Requerimiento de personal de ayuda	34
4.2.8 Pago al personal por ayuda	35
4.2.9 Parentesco del personal de ayuda.....	35
4.2.10 Participación en otras ferias	36
4.3 Análisis e interpretación de resultados productos naturales	36
4.3.1 Procedencia de los productos	36
4.3.2 Orden de productos naturales.....	37
4.3.3 Productos de mayor oferta.....	38
4.3.4 Valor esperado de comercialización	38
4.3.5 Acciones con el producto sobrante	39
4.4 Análisis e interpretación de resultados productos procesados	39
4.4.1 Procedencia de los productos	39
4.4.2 Orden de productos procesados	40
4.4.3 Productos de procesados de mayor oferta.....	40
4.4.4 Valor esperado productos procesados.....	41
4.4.5 Acciones producto sobrante.....	41
4.5 Análisis e interpretación de resultados productos semiprocesados ..	41
4.5.1 Procedencia de productos semiprocesados.....	41
4.5.2 Orden de productos semiprocesados	42
4.5.3 Productos semiprocesados de mayor oferta	42
4.5.4 Valores de comercialización productos semiprocesados	43
4.5.5 Acciones con el producto sobrante	43
4.6 Matriz de FODA.....	44
CAPÍTULO V.....	47
5 PROPUESTAS ALTERNATIVAS.....	47
5.1 Justificación de las propuestas	47
5.2 Propuestas organizadas bajo enfoque de marco lógico	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	54

CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES.....	56
TRABAJOS CITADOS	57
ANEXOS.....	60

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Determinación de participación por género.....	26
Tabla 2: Referentes sociales y de evaluación de la feria	26
Tabla 3: Nivel de educación de los consumidores	27
Tabla 4: Ingresos familiares de los consumidores	27
Tabla 5: Procedencia de los consumidores	28
Tabla 6: Autodefinición de los consumidores.....	29
Tabla 7: Nivel de satisfacción de los consumidores.....	29
Tabla 8: Productos de preferencia por consumidores.....	30
Tabla 9: Recomendaciones de los consumidores	31
Tabla 10: Genero de los comerciantes	31
Tabla 11: Datos informativos de los comerciantes.....	32
Tabla 12: Procedencia por parroquia de los comerciantes	33
Tabla 13: Nivel de Educación de los comerciantes	33
Tabla 14: Autodefinición de los comerciantes.....	34
Tabla 15: Transporte de los productos	34
Tabla 16: Requerimiento de personal de ayuda	35
Tabla 17: Pago por ayuda	35
Tabla 18: Parentesco del personal de ayuda.....	36
Tabla 19: Participación en otras ferias.....	36
Tabla 20: Procedencia de los productos.....	37
Tabla 21: Orden de productos naturales	37
Tabla 22: Productos de mayor oferta	38
Tabla 23: Valores esperados de productos naturales.....	38
Tabla 24: Acciones con el producto sobrante	39
Tabla 25: Procedencia de productos procesados	39
Tabla 26: Orden de productos procesados.....	40
Tabla 27: Productos procesados de mayor oferta	40
Tabla 28: Valor esperado productos procesados	41
Tabla 29: Acciones producto sobrante	41
Tabla 30: Procedencia de productos semiprocados	42
Tabla 31: Orden de productos procesados.....	42
Tabla 32: Productos semiprocados de mayor oferta.....	42
Tabla 33: Valores de productos semiprocados	43
Tabla 34: Acciones con el producto sobrante	43

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz diagnóstica	25
Cuadro 2: Análisis FODA.....	44
Cuadro 3: Estrategias FO- FA DO-DA	46

LISTA DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Feria libre Esperanza de Vida	66
Fotografía 2. Productos naturales	66
Fotografía 3. Productos procesados.....	66
Fotografía 4. Productos semiprocados	66

RESUMEN

El objetivo del estudio es caracterizar las relaciones de beneficios mutuos entre actores participantes de la feria libre “Esperanza de Vida” de la ciudad Pimampiro en la provincia de Imbabura, y a partir de allí, diseñar propuestas en el desarrollo local. Como instrumentos de diagnóstico, para el levantamiento de la información se utilizaron dos encuestas, aplicadas a los consumidores y los comerciantes, sustentadas en cuestionarios estructurados según las variables socio económicas, nivel de satisfacción, y la dinámica implícita en la relación de comercio dada en un día de feria; los resultados sobresalientes son: las mujeres tienen mayor representatividad como consumidores; su evaluación ante la feria es satisfactoria, y sugieren adelantos en la infraestructura y mejorar la calidad de los productos; los comerciantes, en cambio, se identifican por: a) la participación de 46 actores, donde el 93,9% son mujeres, en su mayoría son analfabetas y analfabetas funcionales, de manera general se autodefinen como indígenas rurales; b) ofertan 91 productos, donde, 66 productos son naturales; 11 procesados y 14 semiprocesados; c) el valor esperado es de 3396,5 USD, como valor no vendido 395,85 USD, y el valor percibido es de 3000,65 USD; la conclusión general, está dada por la dinámica que interrelaciona factores en común que deben intervenir adecuadamente dentro de un contexto de sostenibilidad familiar y campo-ciudad; por lo tanto, el estudio aporta con cinco propuestas con enfoque de marco lógico, señalando entre ellas: “Sostenibilidad de la feria con beneficios mutuos”, y “Fortalecimiento de la educación para una mayor inclusión social”.

ABSTRACT

The objective of the study is to characterize the relations of mutual benefits between participating of the market "Esperanza de Vida" of the city Pimampiro in the province of Imbabura, and from there, to design proposals in the local development. As diagnostic tools, for get the information, two surveys was used, applied to consumers and traders, based on questionnaires structured according to socio-economic variables, level of satisfaction, and the dynamics implicit in the trade relationship given in a market day; the outstanding results are: women have greater representation as consumers; the evaluation of the market was satisfactory, and they suggest advances in the infrastructure and improve the quality of the products; The merchants, on the other hand, are identified by: a) the participation of 46 sellers, where 93.9% are women, most of them are illiterate and functionally illiterate, in a general way they define themselves as rural Indians; b) they offer 91 products, where 66 products are natural; 11 processed and 14 semi-processed; c) the expected value is 3396.5 USD, as unsold value 395.85 USD, and the perceived value is 3000.65 USD; the general conclusion is given by the dynamics that interrelate common factors that must be adequately intervened within a context of family sustainability and field-city; therefore, the study provides five proposals with a logical framework approach, including: "Sustainability of the market with mutual benefits", and "Strengthening education for greater social inclusion".

INTRODUCCIÓN

La investigación gira en torno al tema “Análisis de los beneficios mutuos entre actores participantes de la feria libre “Esperanza de Vida” de la ciudad de Pimampiro, provincia Imbabura”, el cual se enmarca en la realidad social de dos grupos poblacionales, el primero es el consumidor y, el segundo son los pequeños productores-comerciantes de productos agrícolas.

Las ferias libres como procesos comerciales son de origen muy remoto, que al momento actual conservan sus características principales como: oferta y venta de productos; pago por el bien o servicio; relación directa de regateo entre comerciante-consumidor; temporalidad específica dada por su instalación de un día por semana; y la acomodación física en plazas y calles públicas.

En este sentido, para el caso investigado, que, a pesar de ser una asociación de 2 años con personería jurídica, adolece de planteamientos nuevos e innovadoras acciones que le permitan enfrentar los nuevos desafíos de competitividad productiva y comercial.

El estudio por su carácter descriptivo y propositivo se fundamenta en un marco teórico pertinente a los temas tratados y elaborados en documentos científicos lo más actuales posibles.

El propósito principal de esta investigación es ofrecer estrategias técnicas de mejoramiento para contrarrestar los problemas que están afectando el desarrollo óptimo de la feria comunitaria; el impacto social esperado luego de su aplicación de las propuestas es alcanzar la sostenibilidad laboral, que se verá reflejada en la obtención de beneficios mutuos entre los actores principales.

En el Capítulo I, se encuentran los siguientes temas: planteamiento, formulación y delimitación del problema, objetivo general y específico, y justificación del tema de investigación.

En el Capítulo II, se fundamenta teórica y científicamente la investigación, se realiza una síntesis sobre la conceptualización de las ferias libres, relaciones del comercio entre lo urbano – rural, espacios y actores de producción agrícola, rol de la mujer en el hogar, producción y comercio, finalmente se define un glosario de términos.

En el Capítulo III, se desarrolla la metodología a utilizarse en esta investigación, se hace referencia a las clases de investigación, métodos, técnicas e instrumentos; además, se determina la población y la muestra a quien se realiza la investigación; con la finalidad de operacionalizar la investigación se diseña la matriz diagnóstica.

En el Capítulo IV, Se aplican los instrumentos de investigación, se analizan e interpretan los resultados, para concluir con dos matrices FODA.

En el Capítulo V, Se diseña una propuesta que consiste en la elaboración de marcos lógicos priorizando las debilidades encontradas en la investigación de campo.

Finalmente se presenta conclusiones y recomendaciones, que deben ser tomadas en cuenta en futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

Para la investigación, se ha tomado cuatro documentos referenciales, que exploran las circunstancias en las que se han desarrollado las ferias libres, según actores y lugares de ejecución, así:

El primer documento de investigación, es la Publicación del Centro Ecuatoriano de Investigaciones Geográficas (1984), creado en el marco del Acuerdo de Cooperación Científica entre la sección Nacional del Instituto Panamericano de Geografía e Historia y la ORSTOM, hace referencia a las ferias libres de la ciudad de Quito, donde se fundamenta en la tradicional y oportuna comercialización de productos que proceden de diferentes provincias pertenecientes tanto de la Costa como de la Sierra, fenómeno que se lo explica por la gran accesibilidad vial a la capital ecuatoriana. En este sentido, el expendio de estos productos se da de manera improvisada tanto del lugar como su forma de venta, considerando que su participación es de al menos una vez a la semana; por otro lado, las ferias reconocidas como libres por lo municipios son legales y pagan un valor económico inferior a los pagos que se realizan en el mercado; esta actividad comercial genera un conglomerado de vendedores considerados como ilegales.

Lo anterior y considerando su año de publicación del estudio, explica ya, una serie de características que han marcado una realidad social, que aún se conservan hasta estas épocas.

El segundo trabajo, es un estudio de grado previo a la obtención del título de Ingeniería en Economía mención Finanzas, intitulado “Análisis del desarrollo socioeconómico de los productores agrícolas en

las ferias solidarias de la Provincia de Imbabura, durante el periodo 2010-2012” realizado por Gabriela Mera (2013); en esta investigación el objetivo es realizar un análisis del desarrollo socioeconómico de los productores agrícolas en las ferias solidarias de la provincia durante el periodo 2010 al 2013, llegando a la conclusión principal que, las Ferias Solidarias generan incidencia positiva en las economías domésticas (...) el ingreso promedio de los productores de las siete ferias bordean los 308,64 dólares; permitiendo a estas familias alcanzar una cobertura en la canasta básica del 50,84%” (pág. 145).

El tercer estudio, es también una tesis de grado, previo a la obtención de título de Ingeniería en Economía mención Finanzas, con el tema “Las ferias solidarias en la provincia de Imbabura: Desafíos y ventajas del comercio Justo”, de la tesista Mishel Pinto (2016), donde el objetivo es analizar los desafíos y ventajas del comercio justo en las ferias solidarias de la provincia de Imbabura, concluyendo que “La implementación de las ferias solidarias, basadas en el comercio justo, mejora la comercialización de los productos de los participantes en estos espacios” (pág. 63).

El último documento, “¿Vamos a la feria? Un estudio sobre las motivaciones para frecuentar las ferias libres”, realizado por Verónica Peñaloza, Marianela Denegrí, y Felipe Gerhard (2015), donde su principal objetivo es la construcción y validación de una escala para medir las razones que tiene los consumidores para acudir a una de las formas más antiguas de comercialización de productos agrícolas consideradas como ferias libres; este estudio manifiesta que el consumidor tiene un alto índice de confiabilidad, validez satisfactorio, placentero y utilitario en su expendio de productos; en definitiva explica “que las ferias son espacios residuales de soberanía ciudadana” (pág. 19).

Por todo lo expuesto, los estudios precedentes reflejan varias aristas desde donde se pueden investigarse las ferias libres, más son

coincidentes en la particularidad del estudio hacia el comerciante, a excepción del último caso; los aportes son muy valiosos en tanto permitan y faciliten un comparativo con los resultados del presente estudio, o contribuyan a una mejor orientación de propuestas en pro del mejoramiento organizativo.

1.2 Planteamiento del problema

La feria libre, dentro de su cuerpo organizativo adolece de: algunas falencias como falta de comunicación, en el sentido de conocer la procedencia de los productos de parte de los consumidores; prevalencia de insatisfacción de los comerciantes y consumidores, escueto reconocimiento legal, disminuido apoyo productivo, etc. Esto revela que el conocimiento de la dinámica de la feria aun no es estudiado a profundidad, cuya manifestación se centra en la falta de propuestas que logren la sostenibilidad a largo plazo y su difusión hacia más entornos poblacionales.

1.3 Preguntas de investigación

El estudio comprende la investigación de una feria libre, en donde particularmente se investiga a los consumidores y productores comerciantes; esta feria se ubica en la cabecera cantonal de Pimampiro, y se la realizó durante el periodo comprendido entre el año 2017-2018; en este sentido se ha generado la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el nivel de participación de los miembros de la familia en la feria?

¿Cuáles son los aspectos socio-económicos, la estructura participativa y su estado de satisfacción de comerciantes y consumidores en la feria?

¿Cómo se encuentran organizados los integrantes de la feria?

1.4 Delimitación del problema

1.4.1 Unidades de observación

La investigación se circunscribe dentro de la dinámica que sigue una feria libre, donde los actores principales son los consumidores y comerciantes.

1.4.2 Delimitación espacial

La feria libre “Esperanza de Vida”, se ubica en los interiores del Polideportivo de la ciudad Pimampiro en las calles Juan Montalvo entre la calle Paquisha y Rocafuerte.

1.4.3 Delimitación temporal

El tiempo utilizado en la investigación corresponde al periodo desde el año 2017-2018

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Caracterizar las relaciones de beneficios mutuos entre actores participantes de la feria libre “ESPERANZA DE VIDA” del cantón Pimampiro, en la provincia de Imbabura, para el diseño de una propuesta de mejoramiento.

1.5.2 Objetivos específicos:

- Elaborar un marco teórico, mediante la revisión bibliográfica sobre las diversas particularidades que caracterizan una feria

libre local “Esperanza de Vida”, desde el enfoque organizativo, y visión de la mujer rural, para la fundamentación científica de la investigación.

- Diagnosticar las dinámicas de la feria libre, mediante técnicas de investigación, para la identificación del estado actual de los aspectos socioeconómicos entre consumidores y comerciantes
- Elaborar una propuesta, diseñando procesos organizativos, productivos y comercialización para el mejoramiento de las relaciones comerciante-consumidor.

1.6 Justificación

La presente investigación, por sus particularidades de estudio, se justifica en las razones siguientes:

La importancia del estudio es, caracterizar las relaciones de beneficios mutuos entre actores participantes de la feria libre “ESPERANZA DE VIDA”, a través de una propuesta que pretenda la sostenibilidad y sustentabilidad de los sectores: económico, productivo y social mediante las ferias comunitarias, vinculándose al Eje 2: “Economía al servicio de la sociedad” del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda Una Vida”;

Aporte de información para la toma de decisiones estratégicas por parte de las autoridades seccionales, quienes se permitirán enfocar más detalladamente modelos de gestión sustentados en sus Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), lo cual permitirá potenciar aspectos positivos de sostenibilidad de las ferias;

Caracterización de actores involucrados en aspectos como la relevancia social e intercultural, participación de la mujer campesina indígena-mestiza en el entorno rural-urbano; realidad educativa y familiar de los comerciantes y consumidores; y niveles de satisfacción tanto del comerciante como del consumidor; siendo estos actores los beneficiarios

directos, de acciones inmediatas que contemplen sus capacidades organizativas y oportunidades territoriales, lo cual contribuya a una disminución de brechas de identidad cultural y marginalidad económica;

Conocimiento territorial de los elementos dinámicos de la feria, favoreciendo el saber científico de los gobiernos seccionales en tanto a metodologías utilizadas como resultados diagnósticos, descriptivos y propositivos, convirtiendo a la información en herramientas de planificación;

Como punto de entrada para profundizar en aspectos particulares del funcionamiento de cada una de las ferias, lograda bajo argumentación teórica, dada por el uso de libros y revistas especializadas en el tema, facultando acercar a un entendimiento de los diversos enunciados que se han promulgado a lo largo de la década; por otro lado, se buscará el conocimiento que expliquen las relaciones rurales-urbanas, cuyos cometidos obedecen a un periodo histórico de alta injusticia e inequidad, lo cual ha generado una continua resistencia al cambio de realidades socio culturales;

El estudio, prevé una acogida por parte de la comunidad científica local, nacional o internacional, continuar con estudios más especializados en temas de género enfocados en participación asociativa; observancia de comportamientos familiares con el buen uso del dinero recaudado en la comercialización de productos agrícolas; conocimiento focalizado de sistemas de producción en especial de productos alimenticios más ofertados; contextos legales referidos a la tenencia de la tierra; análisis espacial de las actividades culturales de producción, etc.

En el contexto académico, referido al interior de la Universidad Técnica del Norte, se hace partícipe de la investigación a nueve estudiantes de la carrera de Ing. en Gestión y Desarrollo Social de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología, quienes tendrán como

resultado final, ocho trabajos de titulación; este escenario permitirá formar al estudiante, desde la visión científica, académica y de vinculación social, como un acertado acercamiento al perfil profesional propuesto;

Los docentes designados, centrados en una línea de investigación como es el “Desarrollo social y del comportamiento humano”, motivarán su accionar investigativo en el descubrimiento del dinamismo territorial, cuyas características son muy diversas y de limitada comprensión; y

La pertinencia hacia el desarrollo local, desde el conocimiento de la información que generan las diversas actividades humanas, y que vive oculta, hasta su estudio y publicación, es muy meritorio, como base fundamental de la organización de propuestas para mejorar las condiciones sociales de la familia campesina.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Conceptualización de las ferias libres

El estudio como parte teórica científica, presenta dos definiciones de diferentes autores, que permitan ampliar el contexto de sus características más principales, así:

De acuerdo a Salazar (2004), a las ferias libres las reconoce como escenarios “que recuperan la antigua soberanía del pueblo, reviviendo la cultura social y el dialogo abierto del ágora (...). Serían un espacio público único en su especie, donde se despliegan las relaciones libres y abiertas en un permanente flujo de ciudadanos” (pág. 1).

Por otro lado, Zamora y Coello (2015), definen las ferias libres como:

Espacios de concentración para un importante número de oferentes y demandantes con capacidad de fijar precios; normalmente, las ferias libres suelen ser un referente de la región donde estas se llevan a cabo, en las cuales se muestran la producción tradicional de la zona y la cultura del lugar (pág. 2).

Al conocer las dos investigaciones realizadas se puede concluir que, las ferias libres recuperan la antigua soberanía de los pueblos, además muestran una producción tradicional del lugar de donde habitan.

Para el estudio se define a las ferias libres como espacios para la comercialización de diferentes productos ubicadas en sitios públicos y privados, realizadas en distintas ciudades y sectores rurales del país, que requieren un permiso otorgado por autoridades; estas ferias en su gran mayoría ofrecen productos agrícolas, procesados y semiprocados, con precios aceptables para el comprador.

2.2 Las ferias libres como referente de participación social

En América Latina, se destacan las ferias libres realizadas en Chile, las mismas que tienen un reconocimiento institucional y respaldo desde el año 2009 por parte del gobierno, a través del Fondo de Desarrollo de Ferias Libres está a cargo del Servicio de Cooperación Técnica, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2016), en este ámbito, se establece la incidencia de las ferias libres en el bienestar de los ciudadanos de una manera directa por su aporte a la seguridad alimentaria con productos sanos y frescos, sumado al aporte económico para las personas productoras y comercializadoras que en algunos casos se encuentran en situación de vulnerabilidad. Además, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2013), señaló que las ferias libres son una importante fuente de trabajo en Chile, ya que sus 66.500 puntos de venta generan 197 mil empleos. Un 8% de los locales vende pescados y mariscos, y un 92% son puestos de frutas y hortalizas.

En el caso de Ecuador hay escasa información técnica; específicamente en datos estadísticos y económicos en el tema de las ferias libres lo que dificulta realizar políticas públicas que permitan su fortalecimiento en el ámbito de emprendimiento, capacitación y tecnificación en los procesos de calidad de los productos. Sin embargo, la presencia de las ferias libres tiene sus manifestaciones en las ciudades del país, con productos que son ofertados por los agricultores, ganaderos y acuicultores que en su mayoría proceden del sector rural.

En la Sierra Centro del país la feria libre más significativa es la de Ambato que según el Movimiento Indígena de Tungurahua, al menos 20.000 campesinos e indígenas llegan cada semana de los nueve cantones de la provincia. Para el antropólogo e historiador ambateño Pedro Reino citado en Moreta (2015), la población indígena es parte

importante desde tiempos de la colonia en el desarrollo económico de la ciudad. “Ese intercambio comercial permite que los indígenas mantengan el kichwa y su vestimenta, pese a que las relaciones de comercio se hacen en español”

En el trabajo de investigación de Mera (2013), señala que en la provincia de Imbabura existe un 19,38% de personas que se dedican a la producción agrícola, por lo que desde el año 2009, el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Imbabura ha trabajado en el ámbito organizacional de los productores con la asignación de espacios exclusivos en donde se permite la venta de productos cultivados y fabricados directamente por los productores.

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Imbabura 2015-2035, menciona que los sectores: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, cuentan con un 32% de ocupación de suelo y son dedicados a cultivos transitorios, monocultivos y cultivos asociados; así también el aporte brindado por la población económicamente activa con 32.730 personas (Prefectura de Imbabura, 2015). En el tema organizacional los y las productores que utilizan a las ferias libres para realizar su actividad de comercio son cinco, que se localizan en varios cantones y toman nombres como: “Pachamama nos Alimenta”, en Cotacachi; “Imbabio” en Otavalo; “Esperanza de Vida” en Pimampiro; y “Llactapura” y “Frutos de la Pachamama” en Ibarra; en estas ferias se ofertan productos agrícolas sanos y libres de químicos (MAGAP, 2014).

En este contexto, lo que resalta en las ferias libres de Chile son las políticas públicas implementadas y la seguridad alimentaria garantizada a la ciudadanía; sea para Chile o Ecuador, se observa que la participación en las ferias libres abarca una población rural considerable; esto conlleva a pensar lo importante de mantener esta dinámica social, que de una u otro forma permite obtener beneficios mutuos entre actores.

2.3 La producción rural que abastece a las ferias libres

En las zonas rurales la ocupación predominante es la agricultura, pero una parte de esta mano de obra son trabajadores sin tierra, en las zonas urbanas las ocupaciones predominantes son el pequeño comercio, y el trabajo en la industria y la construcción. El salario medio es superior en las zonas urbanas. En las áreas rurales hay mucho desempleo encubierto (Nishumira, 1986).

Mediante el plan estratégico institucional del Ministerio de Comercio Exterior (2014), se manifiesta que:

El tamaño del mercado ecuatoriano de 15 millones y medio de habitantes no permite sustentar la absorción de su capacidad de producción, sobre todo de aquella que resulta de la economía a escala en la cual ya están incursionando también los actores de la economía popular y solidaria.

La agricultura es uno de los ejes principales sobre los que se desenvuelve la economía del país, tanto en el ámbito económico como en la seguridad alimentaria. El reporte de Productividad Agrícola del Ecuador señala que esta actividad aporta un promedio de 8,5% al PIB, siendo el sexto sector que aporta a la producción del país, además; es la principal fuente de empleo, representando un 25% de la Población Económicamente Activa, es decir, es la principal fuente de empleo ya que más de 1,6 millones de personas laboran en el sector (Universidad Técnica del Norte, 2017).

Sin suelo no hay producción, pero no hay producción sin mano de obra, este referente permite encarar una situación de convivencia entre la población rural y su entorno; en este sentido las poblaciones rurales trabajan la tierra para su sustento, sin embargo, no es suficiente el tener alimentación garantizada, sino que, hace falta también, el dinero en efectivo, para sobrellevar un cotidianidad caracterizada por el pago de consumo de servicios básicos como agua, luz, transporte, y demás

necesidades propias del mundo moderno; es así que, existe un convencimiento de que la producción sostiene las familias campesinas y de allí la importancia de estos espacios conocidos como ferias libres, en donde se representa esa necesidad social en una relación comercial de beneficios mutuos.

2.4 Los pequeños productores como actores de la producción

Según la Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (INEC) (2013), en referencia a la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua, ejecutada en el año 2013, señala entre otros aspectos, la definición de unidad de producción agropecuaria (UPA):

Es una extensión de tierra de 500m² o más, dedicada total o parcialmente a la producción agropecuaria, considerada como una unidad económica, que desarrolla su actividad bajo una dirección o gerencia única independientemente de su forma de tenencia o ubicación geográfica utilizando los mismos medios productivos (pág. 1).

Esta definición, aclara y enfoca que para la producción agrícola no son necesarias las grandes extensiones de tierra; en este sentido, se refleja también un problema social, referido a la parcelación de las tierras debido a procesos hereditarios; entonces la producción a esta escala suma en número de pequeños productores, más no por cultivos extensivos concentrados en pocas manos.

Para la FAO (2001), explica que el incrementar la competitividad de los pequeños agricultores de bajos ingresos fortalecerá su capacidad de beneficiarse de las oportunidades que el mercado ofrece incluyendo la nueva tecnología de producción mejorada; diversificación; procesamiento; mejoramiento de la calidad del producto; asociación de la producción con los nichos de mercado; y el fortalecimiento de los servicios de apoyo, incluyendo las instituciones de comercialización basándose en alianzas estratégicas entre el sector público y privado (pág. 12).

La institución anteriormente mencionada, explica que la perspectiva de los sistemas de producción agropecuaria se puede utilizar para identificar las prioridades claves a nivel local, regional e internacional donde se estima que 500 millones de pequeños agricultores hombres y mujeres generan la mayoría de los alimentos consumidos en el mundo en desarrollo. Sin embargo, sus familias sufren todavía más hambre y pobreza que los pobres urbanos, y tienen menos acceso a servicios sociales básicos (pág. 51).

Por otro lado, se encuentran, los medianos productores, que para el MAGAP (2016a), son quienes no tienen acceso a los canales convencionales de comercialización, pues venden su producto a intermediarios en la propia finca o acuden a los circuitos alternativos de comercialización, por no tener medios para acceder a los mercados. Hay que recordar que un 35% de la producción bruta no se comercializa en los mercados, precisamente porque gran parte de ella proviene del segmento de pequeños productores (pág. 195).

El rol del sector privado tiene un papel destacado en la transformación del agro, tanto los pequeños, medianos, como las grandes empresas agrícolas. Es importante utilizar la fuerza de todos los segmentos productivos para transformar las oportunidades y mejorar la renta especialmente de los pequeños productores. Será necesario estimular mecanismos de cooperación entre productores pequeños y grandes en mercados para productos establecidos y también en nuevos mercados (MAGAP, 2016b, pág. 161).

Cabe señalar que, en el desarrollo territorial rural sostenible, la pequeña agricultura campesina juega un papel importante en la producción de alimentos, pues en sus manos está la provisión de bienes agropecuarios para el consumo interno, pues producen para la reproducción social y de la vida donde los grandes productores se ocupan, principalmente, de los bienes para el mercado externo (y, en

menor medida, para el consumo nacional). Sin embargo, paradójicamente, los que producen los alimentos, son lo que padecen pobreza (Ibídem. pág. 328).

Un breve comentario, sobre todo lo expresado, es que uno de los problemas principales del productor agrícola pequeño y mediano es el precio o costo del productor a diferencia de los precios del mercado, estos productores reciben bajos precios por sus cosechas, muchas veces pierden ya que no sacan lo invertido para esa producción, sin recibir ninguna clase de ayuda gubernamental a diferencia de los grandes productores, que sí cuentan con ello.

2.5 La mujer campesina como actor principal en las ferias libres

La seguridad alimentaria y el bienestar de la familia son, por lo tanto, importantes razones para proteger o incrementar el acceso y el control de las mujeres sobre la tierra y otros recursos productivos. Diversos estudios demuestran que cuando los recursos están a cargo de las mujeres, es más probable que se destinen a incrementar el consumo de alimentos, la protección y el bienestar general de la familia, así como a reducir la malnutrición de los niños.

La agricultura sigue teniendo una importancia decisiva en la generalidad de las economías no industriales debido a su contribución sustancial a los ingresos de exportación del país, el empleo y los medios de subsistencia. Las estadísticas oficiales subestiman el valor del trabajo de las mujeres y su contribución general a la riqueza nacional. Las mujeres siguen aportando una gran parte de la mano de obra agrícola, las estimaciones de la FAO (2013), muestran que las mujeres representan una proporción sustancial de la fuerza de trabajo agrícola, como productoras de alimentos o trabajadoras agrícolas, y que aproximadamente dos tercios de la fuerza de trabajo femenina de los países en desarrollo participa en el trabajo agrícola.

Las mujeres juegan un rol fundamental en la economía; su empoderamiento económico contribuye a un crecimiento económico más fuerte y esto ayuda a reducir la pobreza de manera más efectiva y el comercio es un medio importante para lograr este empoderamiento.

El papel de la mujer es esencial y determinante en la armonía y el equilibrio de la comunidad. Cada vez, hay un mayor protagonismo de la mujer, no sólo en las esferas familiar y espiritual, sino también en el desarrollo económico, social, político y cultural de las sociedades en general. El rol que las mujeres y las niñas desempeñan en la agricultura resulta innegable. De acuerdo a datos proporcionados por la FAO (2014), citados en Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores del Comercio Justo (CLAC) (2016), se estima que las mujeres representan el 43% de la fuerza de trabajo agrícola en los países en desarrollo. Según el informe del Monitoreo de los Alcances y Beneficios de Comercio Justo 2014, un 26% son mujeres productoras y trabajadoras certificadas comercio justo, lo cual representa una puerta de oportunidades para trabajar por una mayor igualdad de género.

2.6 Marco legal de las ferias libres

Para este párrafo, se revisará la normativa vigente, respetando la jerarquía, es decir, primero la constitución, leyes orgánicas, ordenanzas y luego los estatutos de asociaciones existentes en la provincia; por último, se realizará un análisis que reconozca el apoyo jurídico para la instalación y sostenibilidad de las ferias libres, partiendo de lo local a lo nacional.

La paradoja de la feria libre es que no es tan libre como literalmente se la reconoce, ya que su implantación y funcionamiento a nivel local, obedece a factores legales como ordenanzas municipales sobre ocupación del suelo, y estatutos de entidades asociativas que planifican y regulan su ordenación interna, e inclusive hasta los precios,

pero su interrelación comerciante-consumidor debido a sus dinámicas propias de la negociación son particulares.

En el Ecuador existen varias normas legales que involucran el tema de feria libre, aunque no es tratado de manera directa, es sobrellevada por artículos con mucha relación reflexiva sobre la cuestión; a continuación, y en orden de jerarquía se analizan varios cuerpos reglamentarios:

La Constitución de la República Ecuador, CRE (2008), en el artículo 13, sobre los derechos de las personas, “establece el derecho de las personas y colectividades al acceso seguro y permanente de alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”.

En continuidad con la carta magna, el artículo 281, sobre la soberanía alimentaria expresa:

La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.

3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.

10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

Dentro del mismo cuerpo legal, el artículo 410, menciona: “El Estado brindará a los agricultores y comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protejan y promuevan la soberanía alimentaria”.

La Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria LORSA (2010), en su artículo 1 establece:

Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente. El régimen de la soberanía alimentaria se constituye por el conjunto de normas conexas, destinadas a establecer en forma soberana las políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción suficiente y la adecuada conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, pequeña y mediana producción campesina, de las organizaciones económicas populares y de la pesca artesanal así como microempresa y artesanía; respetando y protegiendo la agro biodiversidad, los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales, bajo los principios de equidad, solidaridad, inclusión, sustentabilidad social y ambiental. El Estado a través de los niveles de gobierno nacional y subnacionales implementará las políticas públicas referentes al régimen de soberanía alimentaria en función del Sistema Nacional de Competencias establecidas en la Constitución de la República y la Ley.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, LOEPS (2011), en el artículo 1, sobre la finalidad, menciona:

Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

La Ley Orgánica de Agrobiodiversidad, Semillas y Fomento de la Agricultura Sustentable, LOASFAS (2017), en el artículo 1, enuncia:

La presente Ley tiene por objeto proteger, revitalizar, multiplicar y la agro biodiversidad en lo relativo a los recursos filogenéticos para la alimentación y la agricultura; asegurar la producción, acceso libre y permanente a semillas de calidad y variedad, mediante el fomento e investigación científica y la regulación de modelos de agricultura sustentable; respetando las diversas identidades, saberes y tradiciones a fin de garantizar la autosuficiencia de alimentos sanos, diversos, nutritivos, y culturalmente apropiados para alcanzar la soberanía alimentaria y contribuir al Buen Vivir o Sumak Kawsay.

En virtud de la inexistencia de ordenanzas a nivel local, se describe como ejemplo lo indicado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Nobol, GADMCN (2015), en su artículo 33, sobre las ferias libres, la cuales se “denominan ferias libres, aquellas destinadas a la venta de víveres o productos que son autorizados para funcionar ocupando espacios o vía pública y que funcionarán en los lugares y días que determinen las Autoridades señaladas en esta ordenanza” (pág. 15).

En conclusión, las diferentes políticas legales, representadas por la Constitución, tres leyes orgánicas y una ordenanza; a excepción de esta última, manifiestan a un estado garantista de derechos en relación al fomento de la agricultura familiar y una alimentación segura, inocua y accesible para todos los ecuatorianos; sin embargo, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, MAGAP (2016), manifiesta que “la actividad agropecuaria continua desempeñando un papel estratégico en la sociedad. El regreso al campo se torna indispensable, para lograr el objetivo de reducir las desigualdades y garantizar la seguridad y soberanía alimentaria” (pág. 151); esta situación, tiene mucha razón, lo cual se torna un desafío institucional, y a la vez una oportunidad para que ejemplos como la feria libre sea un referente local y nacional de organización, producción y comercialización, desde su propio conocimiento y tenacidad para salir de frente al desarrollo social.

2.7 Descripción del área de estudio

Según el Acuerdo N° 031-DPI-MAGAP, emitido por el Director Provincial de Imbabura del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2016), alcanza su personería jurídica el 24 de Enero de 2017, y que, el ámbito de acción es el bien común de los asociados y asociadas siendo su alcance territorial donde desarrolla sus actividades dentro del cantón; esta asociación tiene una duración indefinida, pudiendo disolverse de conformidad con la ley; además, uno de sus objetivos es, aprovechar de manera óptima los reducidos espacios de tierra cultivable que poseen las familias para la producción agropecuaria que sustenta su autoconsumo y el excedente para la comercialización directa en los centros poblados (Anexo 1).

2.8 Glosario

Productos naturales

“Productos que se venden tal cual fueron cosechados, es decir, sin ninguna modificación física o química, sin fraccionamiento, que no alteren la forma original del producto. Ejemplos: verduras y frutas frescas, trigo, ciruelas enteras y frescas” (FAO – ODEPA – ASOF TCP CHI/3303, 2013)

Productos procesados

“Aquellos productos que han sufrido un cambio físico o químico en función de mejorar su conservación o facilitar el consumo final, tales como, precocidos, pelados, fraccionados, pasteurizados, macerados, entre otros” (Ibidem).

Productos semiprocesados

“Estos, son productos que, al igual que los procesados, han sufrido un cambio físico o químico en función de mejorar su conservación o facilitar el consumo final, tales como, precocidos, pelados, fraccionados, pasteurizados, macerados, entre otros” (Ibidem).

Valor esperado

Se considera para la investigación, como la cantidad de dinero, que un productor feriante aspira a tener, luego de que se haya comercializado todos sus productos agrícolas.

Valor percibido

Se considera para la investigación, como la cantidad de dinero, como resultado del valor esperado menos el valor no vendido, es decir, es el valor real de todo lo vendido.

Valor no vendido

Se considera para la investigación, como la cantidad de dinero, como producto de la cantidad sobrante del valor no vendido por el precio de venta.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación a realizar es cuantitativa a pesar de que se utiliza la descriptiva y diagnóstica, porque se trata de comprender las dinámicas sociales económicas y operativas, propias de actores que proyectan diferentes escenarios hacia la estructuración organizativa y estratégica de las ferias libres (Posso, 2013).

3.2 Métodos

Como métodos teóricos se utilizarán el inductivo-deductivo, que parte del conocimiento particular, que, para este caso, son los actores, y llega al entendimiento de una lógica funcional de las ferias libres; por otro lado, lo deductivo hacia lo inductivo, lo cual faculta el planteamiento de propuestas innovadoras en bien de la organización en estudio, como beneficiaria directa.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se recopiló la información a través de encuestas, fortalecida por la observación y ayuda documental en esta investigación, y el instrumento de recolección de información es el de dos cuestionarios (Anexo 2), diarios de campo, mapas y fotografías.

3.4 Procesamiento de datos

La investigación ha utilizado dos programas informáticos, el primero es IBM SPSS Statistics 22, para analizar una comparación de medias entre el género masculino y femenino, como lista independiente, contra todas las variables averiguadas, como lista dependiente; y el

segundo, Microsoft Excel manipulado para el diseño de la presentación de tablas y gráficos.

3.5 Población

De acuerdo al propósito de la investigación, se tiene dos poblaciones en estudio:

- Los comerciantes (feriantes) 46
- Los consumidores (compradores) 85

En el primer caso, el tamaño de la población son todos los participantes que acudieron a la feria, día de aplicación de encuestas, y que forman parte de la entidad o asociación, es decir se realizó un censo; y para el segundo caso, son todos los consumidores, cuyo universo es considerado como infinito (hombres y mujeres), quienes pertenecen en especial a las diversas comunidades y parroquias del entorno.

3.6 Muestra

La muestra ha sido analizada por la ecuación:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times \delta^2}{(N - 1)E^2 + Z^2 \times \delta^2}$$

Donde:

n = Tamaño necesario de la muestra

N = Tamaño de la población (85 personas)

Z = Nivel de confianza o margen de confiabilidad (1,96)

δ = Desviación estándar (0,5)

E = Error de estimación (0,05)

Entonces se tiene:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times \delta^2}{(N - 1)E^2 + Z^2 \times \delta^2}$$

$$n = \frac{85 \times (0.5)^2 \times (1,96)^2}{(85 - 1)0.0025 + (0.5)^2 \times 1.96^2}$$

$$n = \frac{81,6}{1,1704}$$

$$n = 69,7$$

n = 70 encuestas

Entonces se aplicarán para los consumidores 70 encuestas

3.7 Matriz diagnóstica

Cuadro 1: Matriz diagnóstica

OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS/PREGUNTAS	VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADOR	SELECCIÓN DE TÉCNICAS Y DISEÑO DE INSTRUMENTOS
Caracterizar las relaciones de beneficios mutuos entre actores participantes de las ferias libres en la provincia de Imbabura	¿Cómo pueden caracterizarse las relaciones de beneficio mutuo entre actores participantes de las ferias libres?	Relaciones entre actores de las ferias libres desconocidas científicamente	Características socioeconómicas y de organización del comerciante y consumidor	Bibliografía- Documental, Encuesta, cuestionario
		VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADOR	SELECCIÓN DE TÉCNICAS Y DISEÑO DE INSTRUMENTOS
		Mantenimiento de argumentos teóricos carentes de sustento científico	Marco teórico-científico	Bibliografía- Documental; Encuesta; cuestionario; tabulación de resultados en software SPSS, análisis y discusión de resultados
		Deterioro de las capacidades y oportunidades socioeconómicas de los comerciantes	Diagnóstico de la participación del comerciante en las ferias libres	
		Alejamiento del consumidor de costumbres de interrelación cultural y agroalimentarias	Diagnóstico de la participación del consumidor en las ferias libres	
		Deficientes procesos propositivos de desarrollo social	Propuestas estratégicas de desarrollo social	
		VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADOR	
		Escasas propuestas para la sostenibilidad de las ferias libres	Propuesta de estrategias	

Fuente: Trabajo de titulación

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de resultados para los consumidores

4.1.1 Participación por género de los consumidores

Se determina que mayoritariamente la participación del género femenino (72,9%) es superior al masculino (27,1%); esta situación puede considerarse como prevalencia de potestad de la mujer en realizar las compras, de acuerdo a la necesidad de cada hogar.

Tabla 1: Determinación de participación por género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	19	27,1%
Femenino	51	72,9%
Total	70	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.2 Descriptivos sociales y de evaluación de los consumidores

La edad promedio es de 50 años, con un número de hijos de tres, y las visitas que realizan son cuatro veces al mes; esta población al preguntarles ¿Qué puntuación le daría a la feria?, su respuesta en promedio es de 8,4, es decir, existen factores que necesitan ser superados para brindar una excelente atención o alcanzar una nota de 10/10.

Tabla 2: Referentes sociales y de evaluación de la feria

Descriptivos sociales	Promedios
Edad (años)	50
Número de hijos	3
Número de visitas de compra al mes	4

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.3 Nivel de educación de los consumidores

Los consumidores manifiestan dos situaciones: la primera rescata un nivel educativo aceptable, ya que el 30% y el 17,1% se ubican en secundaria y universidad respectivamente; la segunda refiere a que el 52,9% está en un nivel educativo no muy aceptable, ya que se observa solamente primaria, no terminó la primaria y no asistió a la escuela. La educación es una oportunidad para superar barreras de exclusión social; en este caso, se hace necesario una intervención que permita ampliar caminos de superación y éxito.

Tabla 3: Nivel de educación de los consumidores

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	28	40,0%
Secundaria	21	30,0%
Universidad	12	17,1%
No terminó la primaria	5	7,2%
No asistió a la escuela	4	5,7%
Total	70	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.4 Ingresos familiares de los consumidores

Los consumidores en un 57%, son personas que tienen ingresos familiares menores a 375 USD, seguidos del 34% con ingresos hasta 375 USD; el porcentaje restante tienen ingresos superiores; se puede apreciar que en la feria asisten pobladores de diferentes ingresos económicos, sin embargo, el mayor servicio está dado para las personas de menores ingresos.

Tabla 4: Ingresos familiares de los consumidores

Ingresos familiares	Frecuencia	Porcentaje	¿Cuánto gasta (USD) en la feria?
< de 375 USD	40	57,0%	28,0
375 USD	24	34,0%	33,0
375 hasta 1000 USD	4	6,0%	45,0
> de 1000 USD	2	3,0%	60,0
Total	70	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.5 Procedencia comunitaria y parroquial de los consumidores

Los consumidores provienen de 24 comunidades, donde el 87% pertenecen a la parroquia urbana de Pimampiro, y dentro de esta el 54% es de su propia cabecera cantonal; además, se observa que en el porcentaje restante provienen del resto de parroquias rurales; este contexto implica considerar la existencia de una centralidad de la comercialización de productos ofertados, que, en todo caso, la feria cumple con el abastecimiento alimenticio para el sector urbano.

Tabla 5: Procedencia de los consumidores

Comunidad	Parroquia						Total	%
	Ambuquí	Pimampiro	Chuga	Mariano Acosta	San Francisco de Sigsipamba	Otros		
Santa Clara	0	1	0	0	0	0	1	1%
Ambuquí	2	0	0	0	0	0	2	3%
Barrio Monserrath	0	1	0	0	0	0	1	1%
Barrio San Isidro	0	1	0	0	0	0	1	1%
Barrio San Vicente	0	1	0	0	0	0	1	1%
Chalguayacu	0	4	0	0	0	0	4	6%
Chaupi	1	0	0	0	0	0	1	1%
El Cebadal	0	1	0	0	0	0	1	1%
El Mirador	0	2	0	0	0	0	2	3%
El Tejar	0	1	0	0	0	0	1	1%
Guanupamba	0	0	0	1	0	0	1	1%
Kilómetro 37	1	0	0	0	0	0	1	1%
La Merced	0	0	0	0	1	0	1	1%
Los Árboles	0	1	0	0	0	0	1	1%
Monserrath	0	1	0	0	0	0	1	1%
Monte Olivo	0	0	0	0	0	1	1	1%
Pimampiro	0	38	0	0	0	0	38	54%
Playa Ambuquí	1	0	0	0	0	0	1	1%
Rumipamba	0	1	0	0	0	0	1	1%
San Francisco de los Palmares	0	0	1	0	0	0	1	1%
San Isidro	0	1	0	0	0	0	1	1%
San José	0	1	0	0	0	0	1	1%
San Juan	0	2	0	0	0	0	2	3%
San Pedro	0	4	0	0	0	0	4	6%
Total	5	61	1	1	1	1	70	100%
Porcentaje	7%	87%	1%	1%	1%	1%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.6 Autodefinition de los consumidores

La autodefinition de los consumidores se representa en su mayoría por mestizos con el 84,3%, seguidos por los afroecuatorianos con un 8,6%; esta situación poblacional refleja una representatividad de características demográficas a nivel de cantón Pimampiro.

Tabla 6: Autodefinition de los consumidores

Autodefinition	Frecuencia	Porcentaje
Blanco	0	0,0%
Mestizo	59	84,3%
Indígena	4	5,7%
Afroecuatoriano	6	8,6%
Extranjero	1	1,4%
Total	70	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.7 Nivel de satisfacción de los consumidores

De manera general, los datos tienen una tendencia hacia un nivel de estar satisfechos; dejando entre ver un margen proporcional que aleja alcanzar un estado de muy satisfecho; existe también, cierta población que se ha expresado por aceptable e insatisfecho; por otro lado, ya en lo particular, hay un nivel de aceptable para la infraestructura de la feria y el ahorro económico; en otros términos, la feria adolece de factores que impiden alcanzar beneficios mutuos a un 100% de efectividad; en este caso, los consumidores, reconocen estas falencias, que se muestra en la tabla 7, sugieren actividades de mejoramiento.

Tabla 7: Nivel de satisfacción de los consumidores

Descripción	Insatisfecho		Aceptable		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Valoración de la satisfacción del consumidor	1	1,4%	7	10,0%	40	57,1%	22	31,4
Calidad de los productos	0	0%	4	5,7%	27	38,6%	39	55,7%
Infraestructura de la feria	1	1,4%	12	17,1%	45	64,3%	12	17,1%
Oferta de los productos	0	0%	6	8,6%	30	42,9%	34	48,6%
Ahorro económico	4	5,7%	12	17,1%	30	42,9%	24	34,3%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.8 Productos de preferencia por los consumidores

El producto con mayor preferencia por parte de los consumidores de la feria libre Esperanza de Vida son las verduras frescas, seguidos por frutas frescas, luego los tubérculos, harinas y carnes; estos datos pueden manifestar hábitos alimenticios diarios, implica también, una gran responsabilidad para la feria en mantener la calidad y cantidad de productos que requiere el consumidor.

Tabla 8: Productos de preferencia por consumidores

Orden	Productos de preferencia
Primero	Verduras frescas
Segundo	Frutas frescas
Tercero	Tubérculos
Cuarto	Harinas
Quinto	Carnes

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.1.9 Recomendaciones de los consumidores

Dentro de las recomendaciones que plantean los consumidores se reconoce que un 33% es mejorar la infraestructura de la feria; el 19% mejorar la calidad y variedad de los productos, y el 13% desean mejorar la atención al cliente; seguir las sugerencias, implica de una u otra manera dar sostenibilidad a la feria, que pueden enmarcarse en defensa del consumidor, que garantice por un lado la protección de la salud y por otro la seguridad alimentaria, gestionadas a través de procesos de una correcta organización, infraestructuras y condiciones de ventas (Gobierno Vasco, 2016).

Tabla 9: Recomendaciones de los consumidores

Recomendaciones	Frecuencia	Porcentaje
Abastecer agua para consumo humano	2	3%
Ampliar el tiempo de duración de la feria	1	1%
Buscar una mejor instalación	4	6%
Incorporar normas salubridad en puestos de comida	4	6%
Mejorar la atención del cliente	9	13%
Mejorar la calidad de los productos	2	3%
Mejorar la calidad y variedad de los productos	13	19%
Mejorar la calidad y variedad de los productos semiprosesados	1	1%
Mejorar la infraestructura de la feria	23	33%
Mejorar la organización	1	1%
Mejorar la seguridad de la feria	1	1%
Mejorar puestos de venta	1	1%
No recomienda	7	10%
Regular los precios de los productos todo el tiempo	1	1%
Total	70	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores (2017)
Elaboración: La autora

4.2 Análisis e interpretación de resultados para los comerciantes

4.2.1 Género de los comerciantes

Se determina que el 93,5% de participantes en la feria es de género femenino, mientras que el 6,5% es masculino, este porcentaje refleja que la mujer a más de sus actividades domésticas y agrícolas, acogido esta oportunidad de comercialización, lo cual se puede interpretar como un aporte más a los ingresos familiares, puesto que los hombres cumplen otras actividades fuera del hogar y no siempre es suficiente.

Tabla 10: Genero de los comerciantes

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	3	6,5%
Femenino	43	93,5%
Total	46	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.2 Datos informativos de los comerciantes

La edad promedio es de 50 años, con un número de hijos de cuatro, teniendo una participación en la feria de 5 años, que se presenta

cuatro veces al mes; estas características permiten observar que, la actividad feriante es exclusiva de la mujer (explicado en el punto 4.2.1), la cual forma parte de una familia de seis miembros, que por su edad atraviesan una etapa de adultos jóvenes, y ante todo su permanencia constante en la feria sustituye una necesidad laboral.

Según el INEC (Enemdu, diciembre 2012) citado en Flores y Sigcha (2017), explica que la pobreza es una causa a la no asistencia educativa, al igual que otras circunstancias como la de género mantienen en una exclusión social, registrado en el “36,9% y el 14,8% no asiste por falta de recursos y porque tienen que trabajar respectivamente; mientras el 15,8% y el 4,1% no asiste porque debe hacerse cargo de los quehaceres domésticos y porque la familia no lo permite” (pág. 5); lo cual demuestra que los roles dentro del hogar siguen insistiendo en el ritmo de su cotidianidad; por lo tanto, es justificable emprender acciones que impliquen el no dejar de hacer, sino mejorar la efectividad de sus labores, que en todo caso tendrían un enfoque participativo en la agricultura familiar y su entorno social.

Tabla 11: Datos informativos de los comerciantes

Descripción	Promedio
Edad (años)	50
Hijos	4
Años en la feria	5
¿Cuántas veces participó de la Feria?	4

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.3 Procedencia por parroquia de los comerciantes

Los comerciantes provienen de la parroquia rural Mariano Acosta con un 45,7%, seguido por los comerciantes de Pimampiro con el 41,3%; sin embargo, la feria es fortalecida en variedad de productos ya que sus feriantes provienen de otras parroquias fuera del cantón como es el caso de Otavalo (2,2%).

Tabla 12: Procedencia por parroquia de los comerciantes

Parroquia	Frecuencia	Porcentaje
Otavalo	1	2,2%
Pimampiro	19	41,3%
Chuga	2	4,3%
Mariano Acosta	21	45,7%
Otros	3	6,5%
Total	46	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.4 Nivel de educación de los comerciantes

La investigación determina que, sumados los porcentajes de primaria, no terminó la primaria y no asistió a la escuela alcanza el 89,0% de los comerciantes; dejando entre ver que esta población adolece de un dominio en lectura, escritura y operaciones básicas aritméticas, siendo necesario una intervención educativa para ampliar su inclusión social en nuevas oportunidades laborales o de cualquier otra índole; por otro lado, de acuerdo al Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) (2018), se explica que en el cantón Pimampiro hay presencia de analfabetismo (11,9%), así como también el analfabetismo funcional (24,8%); escenario que da a entender que la feria acoge a un sector poblacional con un nivel educativo no muy aceptable.

Tabla 13: Nivel de Educación de los comerciantes

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	23	50,0%
Secundaria	5	10,9%
Universidad	0	0,0%
No terminó la primaria	11	23,9%
No asistió a la escuela	7	15,2%
Total	46	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.5 Autodefinición de los comerciantes

En esta feria los comerciantes se autodefinen en su mayoría como indígenas (56,5%), seguidos por los mestizos (39,1%), por último, los afroecuatorianos (4,3%), estas cifras no concuerdan con los datos que se

encuentran en el SIISE (2018), ya que apenas el 15,5% es indígena de la población de total, pero en cambio los mestizos representan (%); los datos expuestos permiten observar que la feria es incluyente a un sector no muy favorecido en especial en educación y empleo.

Tabla 14: Autodefinición de los comerciantes

Autodefinición	Frecuencia	Porcentaje
Blanco	0	0,0%
Mestizo	18	39,1%
Indígena	26	56,5%
Afroecuatoriano	2	4,3%
Extranjero	0	0,0%
Total	46	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.6 Transporte de los productos

Los productos transportados por los comerciantes en un 63,0%, lo hacen en calidad de contratación de vehículos privados que a la vez lo comparten, y el 21,7% los movilizan bajo la movilidad de transporte privado solo; esta acción refleja que la feria aporta con la dinámica económica local.

Tabla 15: Transporte de los productos

Transporte de productos	Frecuencia	Porcentaje
Público	4	8,7%
Privado solo	10	21,7%
Privado compartido	29	63,0%
Propio	3	6,5%
Ninguno	0	0,0%
Total	46	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.7 Requerimiento de personal de ayuda

Los feriantes en un 54,3% han manifestado que si requieren ayuda, de estos el 76% solicita un ayudante, y el 24% demanda de dos personas; se evidencia que el 45,6% de los comerciantes son autosuficientes para desarrollar normalmente sus actividades; las ayudas requeridas pueden

deberse a dos aspectos, el primero se relaciona con la cantidad de oferta para el día de feria, y el segundo a una correspondencia que involucra el trabajo familiar.

Tabla 16: Requerimiento de personal de ayuda

Personal de ayuda	Cantidad de personas que ayudan			Total
	0	1	2	
Si	0	19	6	25,0
Porcentaje	0	76,0%	24,0%	
No	21	0	0	21,0
Porcentaje	100%	0	0	100%
Total	21	19	6	46
Porcentaje	45,6%	41,4%	13,0%	

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.8 Pago al personal por ayuda

Los comerciantes manifiestan en un 80,0% que no pagan por el servicio de ayuda; luego el 12,0% remuneran cinco dólares; por último, entre 4 y 10 USD el 8%; el efecto de no retribuir es atribuible al parentesco, que es explicado posteriormente.

Tabla 17: Pago por ayuda

Costo USD	Frecuencia	Porcentaje
0,00	20	80,0%
4,00	1	4,0%
5,00	3	12,0%
10,00	1	4,0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.9 Parentesco del personal de ayuda

Existe una igualdad porcentual (36,0%) en el parentesco de ayuda referido a esposo(a) e hijo(a); esto conduce a interpretarlo como un trabajo familiar y que en el caso de los hijos resultaría una transmisión de responsabilidades dadas a través del trabajo.

Tabla 18: Parentesco del personal de ayuda

Parentesco del ayudante	Frecuencia	Porcentaje
Espos(a)	9	36,0%
Hijo(a)	9	36,0%
Otros	7	28,0%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.2.10 Participación en otras ferias

El 15,2% de la población comerciante ha manifestado participar en otras ferias ya sean locales o fuera del cantón; esta circunstancia esta normada en el reglamento de funcionamiento de la asociación, explicando que, cuando hay volúmenes mayores podrán venderse al intermediario, en este caso las opciones se dirigen hacia otras ferias locales (6,5%), y fuera del cantón (8,7%).

Tabla 19: Participación en otras ferias

¿Participa usted en otras ferias?	Locales		Fuera del cantón		Ninguna	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	3	6,5%	4	8,7%	0	0,0%
No	0	0,0%	0	0,0%	39	84,8%
Total	3	6,5%	4	8,7%	39	84,8%
Porcentaje	6,5%		8,7%		84,8%	

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.3 Análisis e interpretación de resultados productos naturales

4.3.1 Procedencia de los productos

Los productos naturales son ofertados por 40 comerciantes, quienes en un 88,0%, han manifestado que sus productos son de producción propia; sin embargo, el 12,0% restante explica que su abastecimiento de productos en parte es abastecido de una compra al por mayor, y de producción propia; esta circunstancia de una u otra manera garantiza la sostenibilidad de la agricultura familiar, que involucra procesos de selección de semillas, y actividades de cultivo tradicionales.

Tabla 20: Procedencia de los productos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Producción propia	35	88,0%
Compra al por mayor	0	0%
Las dos	5	12,0%
No contesta	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.3.2 Orden de productos naturales

En esta feria se encuentran ofertándose 65 productos naturales, lo equivale a menos del 50%, del promedio (143) que se ofertan en las ferias libres de Imbabura (Quelal, 2018).

Tabla 21: Orden de productos naturales

Orden	Productos naturales	Orden	Productos naturales
1	Acelga	35	Melón
2	Ají normal	36	Mora de castilla
3	Apio	37	Nabo chino
4	Arveja seca	38	Naranjas
5	Arveja tierna	39	Naranjillas
6	Berro	40	Ocas
7	Borojó	41	Orégano
8	Brócoli	42	Ortiga
9	Camote	43	Paico
10	Cebolla larga blanca	44	Papas
11	Cebolla paiteña roja	45	Papaya
12	Cilantro	46	Pepa de zambo
13	Col repollo	47	Pepino
14	Coliflor	48	Pimiento
15	Durazno	49	Piña
16	Frejol seco	50	Plátano maduro
17	Frejol tierno	51	Plátano maqueño
18	Fresa	52	Plátano orito
19	Guanábana	53	Plátano rosado
20	Guayaba	54	Plátano seda
21	Haba tierna	55	Plátano verde
22	Haba buena	56	Rábano
23	Hierba magui	57	Remolacha
24	Huevos de campo	58	Taxo
25	Lechuga	59	Tomate de árbol
26	Lima	60	Tomate riñón
27	Limón grande	61	Toronjil
28	Maíz choclo tierno en grano	62	Uvilla
29	Maíz choclo tierno en mazorca	63	Vainita
30	Maíz seco	64	Yuca
31	Mandarina	65	Zambo
32	Mango	66	Zanahoria
33	Manzanilla		
34	Meloco redondo		

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.3.3 Productos de mayor oferta

En la Tabla 22, se refleja que los productos con mayor oferta son granos tiernos como la arveja, fréjol, haba y maíz choclo; las frutas y los tubérculos se representan por el taxo y la zanahoria respectivamente; se recalca que, cada productor lleva a la venta 5 productos naturales.

Tabla 22: Productos de mayor oferta

Producto natural	Arveja tierna	Fréjol tierno	Haba tierna	Taxo	Cebolla larga blanca	Zanahoria	Maíz choclo tierno en grano
Frecuencia	21	10	10	7	6	6	5
%	26%	13%	13%	9%	8%	8%	6%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.3.4 Valor esperado de comercialización

Como resultado de un día de feria, se tiene que, el valor esperado es de 1601,7 USD, y el valor percibido es de 1357,6 USD, esto refleja un valor no vendido de 244,1 USD (15,0%); esta situación determina que la feria no alcanza una venta total.

Una de las alternativas, que pueden mejorar esta situación, es la implementación de circuitos cortos, ya que son “una tendencia emergente que se ha concretado principalmente en la creación de bioferias y mercados ecológicos y orgánicos, tales como los de Loja y Cuenca” ; como se menciona en el boletín CEPAL/FAO/IICA (2014), da algunas recomendaciones como: comercialización de la agricultura familiar, capacitación de todos los actores involucrados, establecimiento de alianzas y redes.

Tabla 23: Valores esperados de productos naturales

Descripción	Cantidad (USD)	Porcentaje
Valor esperado de venta	1601,7	100%
Valor no vendido	244,1	15,0%
Valor percibido	1357,6	85,0%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.3.5 Acciones con el producto sobrante

El producto sobrante que les queda a los comerciantes en cada feria es del 48,7% que lo usan para el autoconsumo, y el 36,9% cambian por otros productos, por último, un 14,2% guardan para la próxima feria; estas acciones son internas, más no son actividades estratégicas para llegar al 100% de comercialización.

Tabla 24: Acciones con el producto sobrante

Acciones	Relación con el valor no vendido	Porcentaje
Autoconsumo	118,85	48,7%
Cambia por otro producto	90,05	36,9%
Guarda próxima feria	34,70	14,2%
Regala	0,50	0,2%
Total	244,1	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.4 Análisis e interpretación de resultados productos procesados

4.4.1 Procedencia de los productos

Son 22 comerciantes, quienes manifiestan que la procedencia de sus productos procesados (54,5%) es de producción propia; no obstante, el 27,3% restante (No responde), sin embargo, un 13,6% explica que su abastecimiento de productos proviene de la compra al por mayor, y variado con productos de su propio cultivo.

Tabla 25: Procedencia de productos procesados

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Producción propia	12	54,5%
Compra al por mayor	1	4,5%
Las dos	3	13,6%
No responde	6	27,3%
Total	22	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.4.2 Orden de productos procesados

En esta feria se encuentran ofertándose 11 productos procesados; se aclara que, como producto procesado solamente es el queso con sal, los restantes son comidas preparadas, que identifican culturas o hábitos gastronómicos locales, así como también una participación de los consumidores por satisfacer sus necesidades alimenticias y de encuentro social.

Tabla 26: Orden de productos procesados

Orden	Productos procesados
1	Café (bebida)
2	Caldo de gallina
3	Chochos
4	Empanadas
5	Haba cocinada
6	Haba tostada
7	Hornado
8	Morocho cocinado
9	Maíz cocido (mote)
10	Queso con sal
11	Secos de pollo

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.4.3 Productos de procesados de mayor oferta

En la Tabla 27, se expresa que los productos con mayor oferta son comestibles como el seco de pollo, hornado, caldo de ganilla, café y empanadas; además a la venta se encuentra el queso con sal; se recalca que, cada productor lleva a la venta 2 productos procesados.

Tabla 27: Productos procesados de mayor oferta

Producto procesado	Queso con sal	Secos de pollo	Hornado	Mote	Caldo de gallina	Café	Empanadas
Frecuencia	5	1	1	5	1	1	1
%	22,7%	22,7%	18,2%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.4.4 Valor esperado productos procesados

Como resultado de un día de venta en la feria, se tiene que, el valor esperado es de 881,0 USD, más el valor percibido es de 829,55 USD, esto refleja un valor no vendido de 51,45 USD; esta situación determina que la feria no alcanza una venta total de sus productos.

Tabla 28: Valor esperado productos procesados

Descripción	Costo (USD)
Valor esperado de venta	881,00
Valor no vendido	51,45
Valor percibido	829,55

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.4.5 Acciones producto sobrante

El 75,3% de los comerciantes tienen como estrategias de acabar con la cantidad ofertada en el día de feria el autoconsumo; los porcentajes restantes (24,7%) cambian por otros productos entre feriante; lo manifestado revela habilidades internas, aunque no es lo más factible, si representa una venta total.

Tabla 29: Acciones producto sobrante

Acciones	Relación con el valor no vendido	Porcentaje
Autoconsumo	38,75	75,3%
Cambia por otro producto	12,70	24,7%
Guarda próxima feria	0	0,0%
Regala	0	0,0%
Total	51,45	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.5 Análisis de interpretación de resultados productos semiprocados

4.5.1 Procedencia de productos semiprocados

En lo que respecta a esta Tabla, los resultados reflejan que un 66.7% no responde de donde es la procedencia de los productos

semiprocados, otro 33,3% manifiesta que es de producción propia lo que llevan vender.

Tabla 30: Procedencia de productos semiprocados

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Producción propia	4	33,3%
Compra al por mayor	0	0,0%
Las dos	0	0,0%
No responde	8	66,7%
Total	12	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.5.2 Orden de productos semiprocados

En esta feria se encuentran ofertándose 14 productos semiprocados, como el listado que se describe en la Tabla 31.

Tabla 31: Orden de productos procesados

Orden	Productos semiprocados
1	Arroz de cebada
2	Carne de cerdo
3	Carne de pollo
4	Carne de res
5	Cuyes
6	Harina de haba
7	Harina de maíz reventado
8	Harina de trigo
9	Harina de maíz crudo
10	Machica
11	Menudo
12	Morocho molido
13	Morocho partido
14	Quinua

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.5.3 Productos semiprocados de mayor oferta

Los productos semiprocados de mayor oferta son los cereales como quinua y arroz de cebada entres los más destacados, es importante considerar que cada productor lleva a la venta 1 producto semiprocado.

Tabla 32: Productos semiprocados de mayor oferta

Producto natural	Quinua	Arroz de cebada	Morocho partido	Harina maíz crudo	Machica	Harina de haba	Carne de pollo	Harina de trigo
-------------------------	---------------	------------------------	------------------------	--------------------------	----------------	-----------------------	-----------------------	------------------------

Frecuencia	6	5	4	3	2	2	1	1
Porcentaje	20%	17%	13%	10%	7%	7%	3%	3%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.5.4 Valores de comercialización productos semiprocados

El resultado de un día de venta es de 913,8 USD como valor esperado; el valor percibido es de 818,1 USD, esto refleja un valor no vendido es de 100,3 USD; esta situación determina que la feria para el caso de los productos semiprocados no alcanza una venta total de sus productos; razón que justifica que el consumidor relega a un cuarto lugar en la preferencia de consumo.

Tabla 33: Valores de productos semiprocados

Descripción	Costo (USD)
Valor esperado de venta	913,8
Valor no vendido	100,3
Valor percibido	818,1

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.5.5 Acciones con el producto sobrante

De acuerdo a los resultados, un elevado porcentaje representado en un 68,9% hace el autoconsumo de los productos sobrantes; sin embargo, se encontró que un 16,4% guarda el producto para la próxima feria y apenas un 14,7% cambia por otro producto que necesite.

Tabla 34: Acciones con el producto sobrante

Acciones	Relación con el valor no vendido	Porcentaje
Autoconsumo	69,1	68,9%
Cambia por otro producto	14,8	14,7%
Guarda próxima feria	16,5	16,4%
Regala	0	0,0%
Total	100,3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes (2017)
Elaboración: La autora

4.6 Matriz de FODA

Cuadro 2: Análisis FODA

FORTALEZAS	AMENAZAS
<p>F1.- La asociación “Esperanza de Vida”, tiene una base sólida de organización legal.</p> <p>F2.- La feria tiene un reconocimiento aceptable de la población urbana de Pimampiro</p> <p>F3.- El 88% de los productos ofertados en la feria son de producción propia con aportación de la agricultura familiar</p> <p>F4.- Todos los productos ofertados son representativos de los pisos climáticos de la geografía local, de allí la presencia de variedad de alimentos</p> <p>F5.- La feria es parte del desarrollo local, al usar transporte público y privado</p> <p>F6.- La mujer rural participa activamente en la feria, lo que se considera como una inclusión social</p> <p>F7.- La feria favorece la satisfacción de necesidades alimentarias del sector urbano</p>	<p>A1.- Mayor competitividad por la presencia o implementación de supermercados</p> <p>A2.- Presencia de riesgos de baja productividad en propiedades de pequeños agricultores por presencia de plagas y enfermedades, efectos del cambio climático, y deficiente asistencia técnica</p> <p>A3.- Rompimiento de estructuras de la agricultura familiar por efectos de la migración interna</p>
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<p>D1.- Una gran parte de la población se ha expresado una condición que la feria es aceptable e insatisfecho, reflejada en la calificación de 8,4/10 (muy buena)</p> <p>D2.- Los consumidores tienen un nivel de aceptable para la infraestructura de la feria y el ahorro económico; en otros términos, la feria adolece de factores que impiden alcanzar beneficios mutuos a un 100% de efectividad</p> <p>D3.- De acuerdo a los consumidores las recomendaciones se encaminan en mejorar la</p>	<p>O1.- Tener amparo en normativas legales que favorezcan la organización y búsqueda de mejoras continuas, así como también la sostenibilidad de beneficios mutuos.</p> <p>O2.- ser parte de la promoción que el Estado a través de diferentes programas de alfabetización inclusivos permite fortalecer sus conocimientos en su propia lengua y ámbito cultural.</p> <p>O3.- Mantener beneficios mutuos entre actores feriantes, mediante una mejora de la</p>

<p>infraestructura, la calidad y variedad de los productos, y la atención al cliente</p> <p>D4.- La población de comerciantes adolece de un dominio en lectura, escritura y operaciones básicas aritméticas</p> <p>D5.- Débil estructura en la implementación de mecanismos que busquen una venta total en un día de feria</p> <p>D6.- Débil institucionalidad legal (leyes y ordenanzas), que no permiten tener una garantía de sostenibilidad de la feria</p>	<p>imagen construida desde una visión del consumidor</p> <p>O4.- La mujer rural debe ampliar sus ámbitos de desarrollo local, que permitan mejorar procesos de inclusión social.</p>
---	--

Fuente: Capítulo IV
Elaboración: La autora

Cuadro 3: Estrategias FO- FA DO-DA

DF	FORTALEZA
DEBILIDAD	La asociación “Esperanza de Vida”, tiene una base sólida de organización legal
De acuerdo a los consumidores las recomendaciones se encaminan en mejorar la infraestructura, la calidad y variedad de los productos, y la atención al cliente	Fortalecer las diversas actividades que mantienen la relación de beneficios mutuos entre actores feriantes, partiendo de las proposiciones de los consumidores, como cobertura, calidad y variedad de la oferta, y la atención al cliente
DO	OPORTUNIDAD
DEBILIDAD	Ser parte de la promoción que el Estado a través de diferentes programas de alfabetización inclusivos permite fortalecer sus conocimientos en su propia lengua y ámbito cultural.
La población de comerciantes adolece de un dominio en lectura, escritura y operaciones básicas aritméticas	Promover procesos educativos que permitan mejorar el nivel de instrucción, dirigido a la población rural.
DF	FORTALEZA
DEBILIDAD	El 88% de los productos ofertados en la feria son de producción propia con aportación de la agricultura familiar
Débil estructura en la implementación de mecanismos que busquen una venta total en un día de feria	Promover estrategias de marketing social para la comercialización total de los productos ofertados considerando la población y el entorno con la que se va a trabajar.
OF	FORTALEZA
OPORTUNIDAD	El 88% de los productos ofertados en la feria son de producción propia con aportación de la agricultura familiar
La mujer rural debe ampliar sus ámbitos de desarrollo local sostenible, que permitan mejorar procesos de inclusión social.	Fortalecer la inclusión de la mujer rural en la sociedad desde el emprendimiento de acciones que impliquen el no dejar de hacer, sino mejorar la efectividad de sus labores, que en todo caso tendrían un enfoque participativo en la agricultura familiar y su entorno social.
DO	OPORTUNIDAD
DEBILIDAD	Tener amparo en normativas legales que favorezcan la organización y búsqueda de mejoras continuas, así como también la sostenibilidad de beneficios mutuos.
Débil institucionalidad legal (leyes y ordenanzas), que no permiten tener una garantía de sostenibilidad de la feria	Proponer un marco jurídico de amparo y sostenibilidad de la feria, construidas bajo concordancia con la Constitución y leyes de menor jerarquía.

Fuente: Cuadro 1
Elaboración: La autora

CAPÍTULO V

5 PROPUESTAS ALTERNATIVAS

5.1 Justificación de las propuestas

Las propuestas que a continuación se detallan tienen su importancia por las siguientes razones:

Aporta al desarrollo nacional y seccional desde la dinámica local a través del beneficio mutuo, identificado por un comercio inclusivo y sostenible.

Los beneficiarios directos son en primer lugar lo productores feriantes, quienes comercializan sus productos, cultivados bajo una cultura agrícola tradicional, que debe ser sujeta a un ordenamiento productivo que faculte la sostenibilidad para el uso de las futuras generaciones; en segundo término, son los comerciantes, quienes tendrán su procedencia, manipulación, y atención de la oferta.

Se despierta el interés de organismos seccionales e institucionales, en momentos de inclusión educativa, que parten del conocimiento de una realidad social enmarcada en lo urbano-rural.

Se disminuye la vulnerabilidad de la producción agrícola, debido a factores como el cambio climático, dentro de un contexto de la agricultura familiar.

5.2 Propuestas organizadas bajo enfoque de marco lógico

Proyecto: “Sostenibilidad de la feria con beneficios mutuos”			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural (Objetivo 6, del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda Una Vida”)			
PROPÓSITO: Mejorados los beneficios mutuos entre actores de la feria, mediante la implementación de una cubierta; calidad y variedad de productos, atención al cliente	Al menos el 90% de los feriantes ofertan sus productos bajo adecuaciones técnicas de infraestructura y de servicio al cliente	Informes técnicos Contratos laborales Facturas Actas Registros Diseños (planos) Inspecciones Fotografías	Instituciones de desarrollo social y el GAD Municipal apoyan la propuesta
COMPONENTES/RESULTADOS: C1: Construida una cubierta de policarbonato	Hasta el primer cuatrimestre se han construido 1000 m ² de cubierta bajo especificaciones técnicas	Informes técnicos Contratos laborales Facturas Actas Registros Diseños (planos) Inspecciones Fotografías	Las instituciones otorgan el presupuesto necesario para la realización de la obra
C2: Mejorada la oferta de productos en referencia a la calidad y variedad	Hasta el segundo cuatrimestre, se realizado dos eventos de capacitación técnica	Módulos Registros Diagnóstico Evaluaciones Documentos	Los feriantes apoyan la propuesta
C3: Mejorada la atención al cliente	Hasta el tercer cuatrimestre, se han realizado un evento de capacitación técnica	Módulos Registros Diagnóstico Evaluaciones Documentos	Los feriantes apoyan la propuesta
ACTIVIDADES: A1C1: Elaboración planos A2C1: Contratación de mano de obra A3C1: Ejecución y fiscalización de la obra A4C1: Recepción y entrega de la obra a beneficiarios	RECURSOS Financieros Talento Humano Útiles de escritorio Movilidad Documento	COSTO (USD)	Personal técnico favorece el cumplimiento de las acciones, según el cronograma establecido
A1C2: Elaboración de material didáctico de capacitación A2C2: Socialización de la temática de capacitación a beneficiarios, y legalización de compromisos de participación A3C2: Ejecución y evaluación de eventos de campo			Personal técnico favorece el cumplimiento de las acciones, según el cronograma establecido
A1C3: Elaboración de material didáctico de capacitación A2C3: Socialización de la temática de capacitación a beneficiarios, y legalización de compromisos de participación A3C3: Ejecución y evaluación de eventos de talleres			Personal técnico favorece el cumplimiento de las acciones, según el cronograma establecido

Proyecto: “Fortalecimiento de la educación para una mayor inclusión social”			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas (Objetivo 1, del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021) “Toda Una Vida”			
PROPOSITO: La población beneficiaria ha mejorado sus relaciones comunitarias y de participación en la feria, a través de un diagnóstico; procedimientos educativos de alfabetización	Al finalizar el proyecto al menos el 90% de los comerciantes han mejorado sus condiciones de lectura, escritura y operaciones básicas aritmética.	Informes técnicos Evaluaciones Registro de asistencias Fotografías Inspecciones	Existe un compromiso por parte de las instituciones y beneficiarios del programa.
COMPONENTES/RESULTADOS: C1: Realizado un diagnóstico de los niveles de alfabetismo	En el primer trimestre del proyecto se cuenta con un diagnóstico educativo en la población comerciante	Instrumentos de investigación Tabulaciones Registro fotográfico Informe de diagnóstico	La muestra de población brinda información veraz y oportuna
C2: Población alfabetizada según condiciones étnicas, edad, género y el entorno	En el segundo trimestre del proyecto se han elaborado tres guías didácticas emplazadas en educación para adultos	Documento del contrato Guías didácticas Registro fotográfico Informe Evaluación Actas de compromiso	Existe financiamiento adecuado y colaboración para la elaboración de guías
C3: Programa de alfabetización ejecutado	Para final del proyecto se han realizado 12 eventos educativos de manera periódica	Agenda elaborada Invitaciones Registro fotográfico Registro de firmas Evaluaciones Informes de la ejecución de la capacitación Planes de aula	Existe una colaboración por parte de los técnicos y beneficiarios
ACTIVIDADES: A1C1: Contextualización metodológica y científica para realizar el diagnóstico A2C1: Aplicación de los instrumentos de investigación A3C1: Tabulación y análisis de los datos de campo A4C1: Socialización de los resultados	RECURSOS Financiamiento Talento Humano Materiales tecnológicos y de oficina	COSTO (USD)	El proyecto cuenta con financiamiento, apoyo de la población beneficiada y logístico para su ejecución
A1C2: Contratación de personal para la elaboración de la guía A2C2: Elaboración de material didáctico A3C2: Socialización y validación de la guía			El proyecto cuenta con financiamiento, apoyo ciudadano y logístico para su ejecución
A1C3: Elaboración de un plan de acción estratégico A2C3: Ejecución eventos A4C3: Evaluación y retroalimentación educativa			Los comerciantes apoyan la propuesta

Proyecto: “Promoción de la feria dentro del cantón Pimampiro”			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural (Objetivo 6, del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda Una Vida”			
PROPOSITO: Productores feriantes fortalecidos por un mayor volumen de venta, mediante coordinación interinstitucionales; que permita elaborar un plan estratégico de venta	Hasta finales del proyecto los productores feriantes han incrementado sus ventas en un 10% más que en el año anterior	Encuestas Registros de venta Actas Informes Plan de marketing social Fotografías Convenio	Instituciones y asociación apoyan la propuesta
COMPONENTES/RESULTADOS: C1: Mejoradas las relaciones interinstitucionales	Hasta mediados del primer cuatrimestre de han firmado al menos dos convenios interinstitucionales	Convenios Actas de reuniones Registros Documentos técnicos	Instituciones y asociación apoyan la propuesta
C2: Plan estratégico de ventas de productos estructurado con visión del beneficio mutuo	Hasta finales del segundo cuatrimestre se han realizado al menos 8 reuniones de revisión y discusión de estrategias de marketing social	Actas Documentos técnicos Documentos de validación Acuerdos Plan elaborado	Técnicos y feriantes construyen participativamente de la propuesta
C3: La población beneficiaria promociona la oferta de sus productos	Hasta finales del proyecto al menos el 90% de la población beneficiaria han participado en eventos especiales de promoción de la feria	Registros Material de promoción Informes de socialización Informes de ejecución Evaluación	Los beneficiarios feriantes apoyan la propuesta
ACTIVIDADES: A1C1: Socialización de la iniciativa ante autoridades A2C1: Elaboración y validación de convenios A3C1: Legalización de convenios	RECURSOS Financiamiento Talento Humano Materiales tecnológicos y de oficina	COSTO (USD)	Instituciones y asociación apoyan la propuesta
A1C2: Planificación de talleres participativos A2C2: Estructuración del plan estratégico promocional A3C2: Validación del plan estratégico promocional			Técnicos y feriantes construyen participativamente de la propuesta
A1C3: Ejecución del plan estratégico promocional A2C3: Evaluación del plan estratégico promocional			Los beneficiarios feriantes apoyan la propuesta

Proyecto: “Inclusión de la mujer en el desarrollo local”			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural (Objetivo 6, del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda Una Vida”			
PROPÓSITO: La población beneficiaria de mujeres rurales feriantes incursiona en el desarrollo local sostenible, a través de una mejora organizacional, agricultura familiar y comercialización	Hasta finales del proyecto al menos el 90% de las mujeres rurales feriantes tienen mayor eficacia en el desarrollo de sus actividades habituales	Encuestas Registros de asistencia Informes Material didáctico Inspecciones Registro fotográfico	Instituciones afines y asociación apoyan la propuesta
COMPONENTES/RESULTADOS: C1: Fortalecida la asociatividad comunitaria y familiar	Hasta finales del primer cuatrimestre al menos el 90% mujeres rurales feriantes han asistido a 4 eventos de capacitación organizativa	Registros de asistencia Evaluación Material didáctico Registros fotográficos Actas	Instituciones afines y asociación apoyan la propuesta
C2: Población beneficiaria ha mejorado su participación dentro de la agricultura familiar	Hasta finales del segundo cuatrimestre al menos el 90% de la población es beneficiaria de 100 kits agrícolas	Kits agrícolas Actas Informes Inspecciones Registro fotográfico	Población beneficiaria acoge la propuesta
C3: Mujeres feriantes motivadas en procesos de comercialización fuera del entorno habitual	Hasta finales del tercer cuatrimestre se han realizado al menos 2 eventos de intercambio de experiencias	Plan de visitas Registros Acuerdos Facturas Fotografías Informes	Instituciones afines y asociación apoyan la propuesta
ACTIVIDADES: A1C1: Elaboración y validación de material didáctico A2C1: Ejecución de eventos A3C1: Evaluación de eventos	RECURSOS Financiamiento Talento Humano Materiales tecnológicos y de oficina	COSTO (USD)	Técnicos acogen la propuesta
A1C2: Plan de compras A2C2: Adquisición de kits A3C2: Donación de kits			Empresas facilitan la adquisición de kits
A1C3: Plan de salida A2C3: Ejecución de eventos A3C3: Sistematización de experiencias			Asociaciones externas apoyan la propuesta

Proyecto: “Normativa legal para la constitución de ferias libres”.			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural (Objetivo 6, del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021).			
PROPOSITO Las ferias libres se constituyen y se amparan dentro de un nuevo marco normativo, que contemple un proyecto de ley, ordenanza y estatutos	Al finalizar el proyecto el 90% de las ferias libres a nivel nacional han reformado sus estatutos sobre la base de un nuevo marco normativo.	Proyecto de ley. Ordenanzas provinciales y municipales. Estatutos reformados. Documentos preliminares. Informes.	Los asambleístas provinciales aprueban la propuesta.
COMPONENTES C1: Elaborado y aprobado un proyecto de ley de constitución de las ferias libres.	Al finalizar el primer cuatrimestre se han construido al menos 10 artículos de ley sujetos a la Constitución de la República del Ecuador.		
C2: Elaborados dos modelos de ordenanza provincial y municipal.	Al finalizar el segundo cuatrimestre se han realizado seis reuniones de factibilidad de los modelos normativos.	Actas de reuniones. Registros de asistencia. Documentos teóricos de las ordenanzas.	Los asesores legales trabajan los modelos acordes a la realidad social.
C3: Elaborado un modelo de estatutos conforme a la nueva legislación.	Al finalizar el tercer cuatrimestre se han realizado tres reuniones de factibilidad de modelos de estatutos.	Actas de reuniones. Registros de asistencia. Documentos teóricos de los estatutos.	Los asesores legales trabajan los modelos de estatutos acorde a la realidad social.
ACTIVIDADES A1C1: Elaboración del diseño del proyecto de ley. A2C1: Socialización y participación de la opinión pública en especial de actores involucrados. A3C1: Presentación en el seno de la Asamblea Nacional y gestión administrativa para alcanzar la aprobación.	RECURSOS Económicos Talento Humano Movilización Tics	COSTOS (USD)	Los asesores legales trabajan los cuerpos normativos acorde a la realidad social.
A1C2: Elaboración y discusión analítica de una ordenanza provincial. A2C2: Elaboración y discusión			Los asesores legales trabajan los cuerpos normativos acorde a la realidad

analítica de una ordenanza municipal.			social.
A1C3: Elaboración preliminar de estatutos para asociaciones feriantes. A2C3: Socialización y discusión analítica de un modelo de estatutos.			Los asesores legales trabajan los cuerpos normativos acorde a la realidad social.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El presente Trabajo de Titulación en virtud de los resultados encontrados exterioriza las siguientes conclusiones:

La feria por cumplir sus características es considerada como una feria libre, lo cual explica la existencia de beneficios mutuos, así para los consumidores es un espacio de satisfacción alimentaria acorde a sus necesidades, por otro lado, hay una relación que permite una inclusión social, debido a las interrelaciones de comunicación; en cambio para los comerciantes a más del beneficio económico, ven en ella un lugar de encuentro entre familiares y amistades.

Los consumidores en su mayoría son representados por mujeres; tienen un promedio de edad de 50 años, con número de hijos de tres, realizan cuatro visitas al mes a la feria; su evaluación ante la feria es satisfactoria, y sugieren adelantos en la infraestructura y mejorar la calidad de los productos; la feria “Esperanza de Vida” cumple con el abastecimiento de productos, en beneficio de suplir las necesidades alimenticias del sector urbano.

Los comerciantes, se identifican por la participación de 46 actores, donde el 93,9% son mujeres, en su mayoría son analfabetas y analfabetas funcionales, de manera general se autodefinen como indígenas rurales; conforman familias de seis miembros; su experiencia en este ámbito de 5 años participando de manera constante.

Son 91 productos ofertados, donde 66 productos son naturales; 11 procesados y 14 semiprocados; la característica principal es la proveniencia de producción propia.

La feria tiene un valor esperado de 3 396,5 USD, como valor no vendido 395,85 USD, y el valor percibido es de 3 000,65 USD; estos valores reflejan el beneficio mutuo entre actores, para los consumidores es el producto y para los comerciantes es el dinero recibido a cambio; por otro lado, existe una insuficiente estrategia de venta total.

RECOMENDACIONES

Para la Asociación Agropecuaria “Esperanza de Vida”, se sugiere acoja las propuestas de intervención alternativas, y que, bajo mecanismos de gestión ante gobiernos seccionales y gubernamentales se busque el correspondiente apoyo para su ejecución.

Los gobiernos seccionales pueden considerar este trabajo de investigación propositivo, para que se lo incluya dentro de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, ya que, contempla un diagnóstico y un modelo de gestión basado en los proyectos de desarrollo local, situación que debe al COOTAD.

La feria es un referente de articulación cultural, en este sentido es recomendable para los consumidores sigan manteniendo estos lazos de beneficios mutuos, ya que es demostrable gracias al estudio, que el vínculo que une lo urbano y rural es la producción y comercialización de alimentos, de procedencia conocida, en todo caso, sí representa una garantía en defensa al consumidor.

Seguir con investigaciones que refieran a los sistemas de producción; localización de indicadores sociales e inversión económica; agricultura basada en semillas ancestrales, etc.; son directrices que los centros de educación superior pueden acogerlos para tener un trabajo mucho más complejo y completo.

TRABAJOS CITADOS

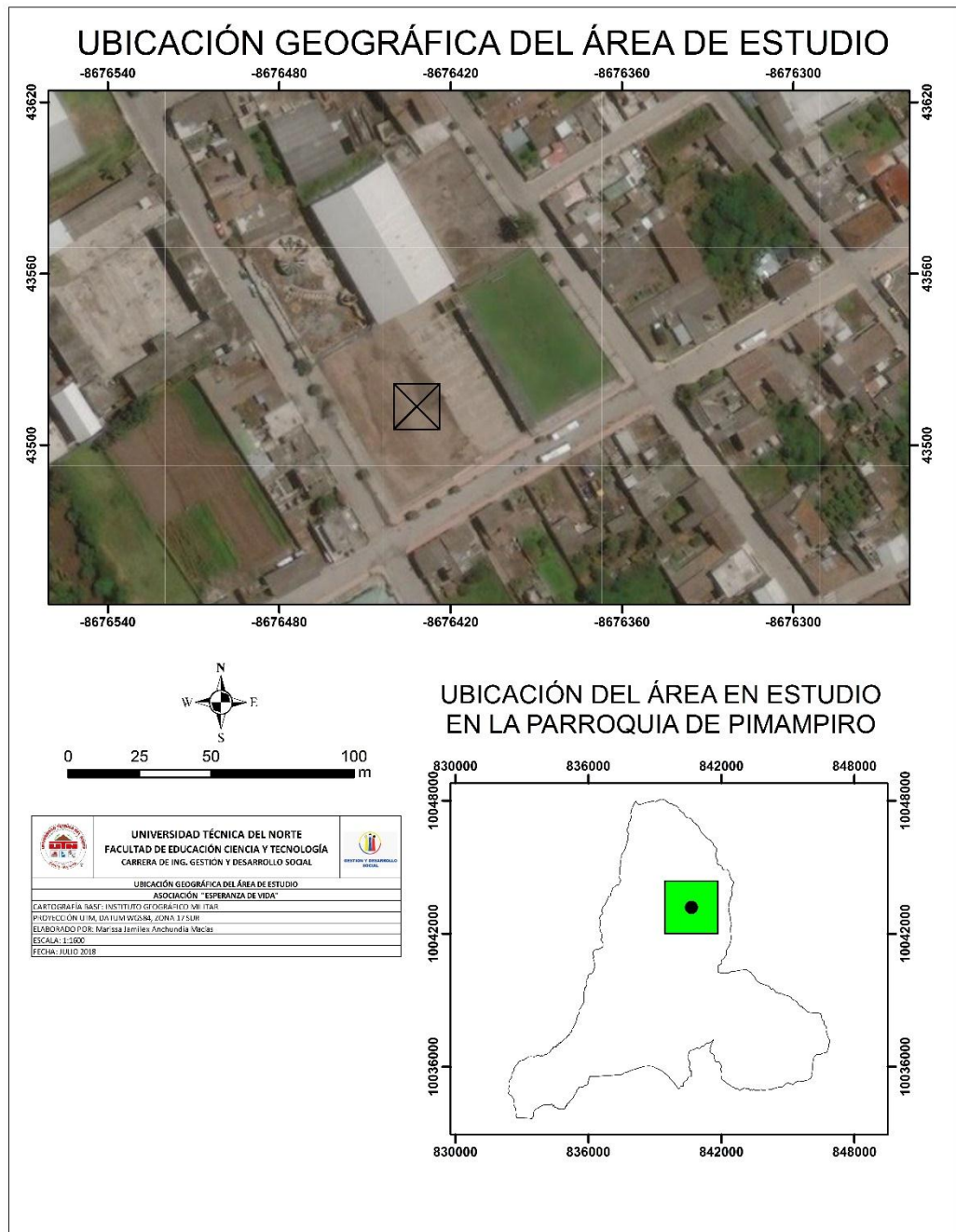
- Centro ecuatoriano de investigación geográfica. (1984). Quito aspectos geograficos de su dinamismo. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://tinyurl.com/y863ooek>
- CEPAL/FAO/IICA. (2014). Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. 9. Obtenido de <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/54164/BoletinCEPALFAOIICA.pdf>
- CLAC. (2016). CLAC. Obtenido de <http://clac-comerciojusto.org/2016/03/la-esencia-la-mujer-comercio-justo/>
- Dirrección Provincial de Imbabura del Ministerio de Agricultura, G. A. (2016). Acuerdo N° 031-DPI-MAGAP. Imbabura.
- FAO – ODEPA – ASOF TCP CHI/3303. (2013). *“Fortalecimiento de las ferias libres para la comercialización Agroalimentaria”*. Santiago, Chile. Recuperado el 19 de Febrero de 2018, de <https://tinyurl.com/y8v5unou>
- FAO. (2001). *Sistemas de Producción Agropecuaria y Pobreza, cómo mejorar los medios de subsistencia de los pequeños agricultores en un mundo cambiante*. (M. Hall, Editor) Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-ac349s.pdf>
- FAO. (29 de Abril de 2013). <http://www.fao.org>. Obtenido de <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/230012/>
- Flores, J., & Sigcha, A. (2017). *Mujeres rurales en Ecuador*. Recuperado el 3 de Julio de 2018, de <https://tinyurl.com/y97dy696>
- Gobierno Vasco. (2016). *Guía para la organización de mercados y ferias locales en Euskadi*. Obtenido de <https://tinyurl.com/yb4g27bx>

- INEC. (2013). *Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac%202013/Sintesis_metodologicaESPAC2013.pdf
- MAGAP. (2014). <http://www.agricultura.gob.ec>. Obtenido de <https://tinyurl.com/y9l9fqfk>
- MAGAP. (2016a). *La política agropecuaria ecuatoriana Hacia el desarrollo territorial 2015-2015*. © Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- MAGAP. (2016b). *La política agropecuaria ecuatoriana parte I*. Obtenido de <https://tinyurl.com/y9hyf229>
- Mera, G. (2013). *Análisis del desarrollo socioeconómico de los productores agrícolas en las ferias solidarias de la provincia de Imbabura, durante el periodo 2010 al 2012*. Ibarra, Ecuador. Recuperado el 16 de Abril de 2018, de www.utn.edu.ec
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *El Ministerio de Comercio Exterior, la coordinación general de la planificación*. Obtenido de Plan estratégico: <https://tinyurl.com/y824sf55>
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile. (2016). *Catastro Nacional de Ferias Libres*. 54.
- Moreta, M. (4 de Marzo de 2015). *Ambato vibra cada lunes con su feria indígena*. *El Comercio*.
- Nishumira, H. (1986). *El equilibrio rural - urbano en el desarrollo rural*.
- Peñaloza, V., Denegri, M., & Gerhard, F. (2015). "¿Vamos a la feria? Un estudio sobre las motivaciones para frecuentar las ferias libres". *pensamiento y gestión*, N° 38. Recuperado el 16 de Abril de 2018, de <http://dx.doi.org/10.14482/pege.38.7697>

- Pinto, M. (2016). *"Las ferias solidarias en la provincia de Imbabura: Desafíos y ventajas del comercio Justo"*. Ibarra, Ecuador. Recuperado el 16 de Abril de 2018, de www.utn.edu.ec
- Posso, M. (2013). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico Planes e Informes de Investigación*. Quito, Ecuador.
- Prefectura de Imbabura. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2035*. Ibarra.
- Quelal, Pedro. (2018). *Características sociales de los productos feriantes en la provincia de Imbabura, ponencia en el I Seminario permanente de territorios e investigación*. Quito.
- Salazar, G. (2004). *Ferias libres: espacios residuales de soberanía popular*.
- Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 "Toda una Vida"*. Quito.
- Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador. (2018). Obtenido de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>
- Universidad Técnica del Norte. (2017). *La importancia de la agricultura en nuestro país*. Obtenido de Universidad Técnica del Norte: <http://www.utn.edu.ec/ficaya/carreras/agropecuaria/?p=1091>
- Zamora, R., & Coello, G. (2015). *LAS FERIAS LIBRES: VITRINA COMERCIAL DE LAS PYMES DE TUNGURAHUA*. Ambato.

ANEXOS

Anexo 1



Carnes (pollo, cerdo, res, etc.)	
Harinas (maíz, trigo, arveja, etc.)	

Si tuviera que poner una nota al servicio de la Feria, ¿qué puntuación le daría?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

<p>¿Cuáles son los cambios o mejoras que, en su opinión, debería incorporar nuestro servicio?</p> <hr/> <hr/> <hr/>

Gracias por su colaboración

Docentes Investigadores UTN-FECYT-IGYDS: MSc Pedro Quelal, MSc Lorena Toro, MSc Miguel Pinto
Estudiantes de noveno semestre

Encuesta dirigida a los comerciantes de la feria comunitaria
 “Esperanza de Vida”



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO SOCIAL



PROYECTO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
ENCUESTA APLICADA EN FERIAS LIBRES DE LA PROVINCIA DE
IMBABURA

ENCUESTADOR (A) FECHA.....
 CANTÓN.....

DATOS INFORMATIVOS					
Nombres y apellidos		Género	Edad	Comunidad	Parroquia
		Masculino__ Femenino__			
N° de hijos	Nivel de educación		Autodefinición	Años en la feria	
	Primaria __ Secundaria __ Universidad __ No terminó la primaria__ No asistió a la escuela__		Blanco __ Mestizo __ Indígena __ Afroecuatoriano__ Extranjero		
Transporte de productos:			Personal de ayuda		
Público (buses) __ Privado (camioneta, taxi) __ solo __ compartido __ Propio __ Ninguno			Sí __ No __ Cantidad __ Pago por la ayuda __USD	Parentesco Esposo(a) __ Hijo(a) __ Otros __	
En el último mes, ¿Cuántas veces participó de la Feria? 1__ 2__ 3__ 4__					
¿Participa usted en otras ferias?: Si__ No__					
Locales ____; fuera del cantón ____					

PRODUCTOS DE VENTA NATURALES (Hortalizas, frutas, papas, etc.)						
Los productos que comercializa provienen de: producción propia__ compra al por mayor __ las dos						
Producto	Cantidad	Unidad del Producto	Observaciones a la distribución de venta	Unidad de venta	Precio de venta (USD)/unidad	
Como unidad del producto se entiende el estado de transporte de los productos desde el lugar de origen hasta la feria, ejemplo: quintales, arrobas, libras, gaveta, costal, balde, cabezas (plátanos), cartones, atados, unidad, etc.)						
En observaciones se debe especificar: # unidades de venta/Unidad del producto)						
Ejemplos: 70 choclos/costal; 100 aguacates/costal, etc.						

Unidad de venta, se entiende a la distribución del producto para la venta, ejemplo: quintal, arroba, libra, funda, porción, tarrina, unidad, atados, mano (plátanos), etc.; cuando se determine porción se debe aclarar el número de unidades que lo forman.

Utilice otro formulario si hay más productos

PRODUCTOS DE VENTA NATURALES SOBRANTES (Hortalizas, frutas, papas, etc.)						
Producto	Cantidad	Unidad	¿Qué hace con el producto sobrante?			
			Autoconsumo	Cambia por otro producto	Guarda próxima feria	Regala

Utilice otro formulario si hay más productos

PRODUCTOS DE VENTA PROCESADOS					
Los productos que comercializa provienen de: producción propia _____ compra al por mayor _____ Los dos _____					
Producto	Cantidad	Unidad del producto	Observaciones a la distribución de venta	Unidad de venta	Precio de venta (USD) /unidad

Productos procesados son aquellos productos que han sufrido un cambio físico o químico en función de mejorar su conservación o facilitar el consumo final, tales como, precocidos, pelados, fraccionados, pasteurizados, macerados, entre otros

Utilice otro formulario si hay más productos

PRODUCTOS DE VENTA PROCESADOS SOBRANTES						
Producto	Cantidad	Unidad	¿Qué hace con el producto sobrante?			
			Autoconsumo	Cambia por otro producto	Guarda próxima feria	Regala

Utilice otro formulario si hay más productos

PRODUCTOS DE VENTA SEMIPROCESADOS					
Los productos que comercializa provienen de: producción propia _____ compra al por mayor _____ Las dos _____					
Producto	Cantidad	Unidad del producto	Observaciones a la distribución de venta	Unidad de venta	Precio de venta (USD) /unidad

Productos semiprocesados se caracterizan por no estar listos para ser consumidos o preparados directamente, por ejemplo, harinas de trigo, maíz, etc.)

Utilice otro formulario si hay más productos

PRODUCTOS DE VENTA SEMIPROCESADOS SOBRANTES						
Producto	Cantidad	Unidad	¿Qué hace con el producto sobrante?			
			Autoconsumo	Cambia por otro producto	Guarda próxima feria	Regala

Utilice otro formulario si hay más productos

Docentes Investigadores UTN-FECYT-IGYDS: MSc Pedro Quelal, MSc Lorena Toro, MSc Miguel Pinto
Estudiantes de noveno semestre

Anexo 3

Registro fotográfico



Fotografía 1. Feria libre Esperanza de Vida



Fotografía 2. Productos naturales



Fotografía 3. Productos procesados



Fotografía 4. Productos semiprosesados

Anexo 4

Oficio de aceptación por parte de la Asociación Agropecuaria
"Esperanza de Vida"



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
DECANATO

Oficio 263-D
20 de octubre de 2017

Señora
María Carlosama
PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN ESPERANZA DE VIDA

Señora Presidenta:

A nombre de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, reciba un cordial saludo, a la vez que le auguro el mejor de los éxitos en las funciones que viene desempeñando.


Me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida, se brinde las facilidades necesarias a la señorita MARISSA JAMILEX ANCHUNDIA MACÍAS, estudiante de noveno semestre de la carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Social para que obtenga información y realice todas las actividades referentes al trabajo de grado: "FERIAS LIBRES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA".

Por su favorable atención, le agradezco.

Atentamente,
CIENCIA Y TÉCNICA AL SERVICIO DEL PUEBLO

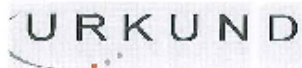

MSc. Raimundo López
DÉCANO DE LA FECYT




Si autoriza la srta. estudiante
ha realizar el levantamiento de
información.

Anexo 5

URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS MARISSA.docx (D41669090)
Submitted: 9/21/2018 5:34:00 PM
Submitted By: hm_pinto2004@yahoo.es
Significance: 5 %

Sources included in the report:

Tesis final María José Parra Silva.docx (D14120172)
Tsis 1.docx (D31439319)
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVA1.pdf (D33756472)
Tesis_final_27-09-16.docx (D22072231)
<http://www.fao.org/docrep/019/as114s/as114s.pdf>
<https://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/54164/BoletinCEPALFAOIIICA.pdf>
<http://clac-comerciojusto.org/2016/03/la-esencia-la-mujer-comercio-justo/>
<https://tinyurl.com/y97dy696>
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac%202013/Sintesis_metodologicaESPAC2013.pdf
<https://tinyurl.com/y9hyf229>
<http://www.utn.edu.ec/ficaya/carreras/agropecuaria/?p=1091>

Instances where selected sources appear:

30