

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y
POLÍTICAS**

Trabajo de Integración Curricular modalidad Proyecto de Investigación previo a
la obtención del Título de Licenciada en Sociología

TÍTULO

**“MERCADO, CULTURA: LAS FERIAS POPULARES EN LA ECONOMÍA
DEL BARRIO LA FLORESTA ENTRE EL PERIODO 2022 - 2023 ‘**

AUTOR

DIANA MISHHELL BAÑO CHUQUIMARCA

CARRERA

SOCIOLOGÍA

TUTORA

SOC. SHEILA JANET RANGEL GÓMEZ MSC.

JUNIO 2024

GUARANDA - ECUADOR

DECLARACIÓN DE TUTORÍA

Yo, **SOC. SHEILA JANET RANGEL GÓMEZ MSC**, en mi calidad de tutora del proyecto de investigación, modalidad proyecto de investigación contemplado en el Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, designado mediante resolución dictada por Honorable Consejo Directivo, bajo juramento **CERTIFICO:** que la Srta. **DIANA MISHHELL BAÑO CHUQUIMARCA** egresada de la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, Carrera de Sociología, ha cumplido con todos los requisitos pertinentes en esta titulación respecto a la modalidad de Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Sociología, con el tema: **“MERCADO, CULTURA: LAS FERIAS POPULARES EN LA ECONOMÍA DEL BARRIO LA FLORESTA ENTRE EL PERIODO 2022 – 2023”**

Habiendo trabajado conjuntamente en el desarrollo de este documento, constatando de esa manera, que este proyecto es de autoría de la egresada, por lo cual doy fe, apruebo y certifico todo lo antes mencionado. Es todo en cuanto puedo manifestar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente documento en los tramites respecto a su titulación, al igual que, una vez emitido este se autoriza la presentación del proyecto de investigación a las diversas instancias correspondientes.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente.



SOC. SHEILA JANET RANGEL GOMEZ MSC.

DOCENTE TUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Baño Chuquimarca Diana Mishell portadora de la Cédula de Identidad No 1718601675 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

Mercado, cultura: las ferias populares en la economía del barrio La Floresta entre el periodo 2022 - 2023, modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.


La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Baño Chuquimarca Diana Mishell
C.I. 1718601675

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo: **DIANA MISHHELL BAÑO CHUQUIMARCA**, portadora de la cedula N.1718601675 inscrita en la Unidad de Titulación de Integración Curricular la Carrera de Sociología de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, bajo juramento declaro en forma libre y voluntaria que el presente proyecto, con el tema: **“ MERCADO , CULTURA : LAS FERIAS POPULARES EN LA ECONOMIA DEL BARRIO LA FLORESTA ENTRE EL PERIODO 2022 -2023”** es de mi autoría, así como las expresiones vertidas en la misma, que se ha realizado bajo la recopilación bibliográfica, tanto de libros, revistas, publicaciones y recolección de datos en territorio, mismos que fueron necesarios para la elaboración del presente trabajo investigativo.

Atentamente:



DIANA MISHHELL BAÑO CHUQUIMARCA

CI. 1718601675

Investigadora del proyecto.



Notaria Tercera del Cantón Guaranda
Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez
Notario

rio...

N° ESCRITURA 20240201003P01480

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR: BAÑO CHUQUIMARCA DIANA MISHELL

INDETERMINADA DI: 2 COPIAS

H.R.

Factura: 001-006- 000006282

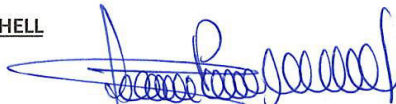


En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día seis de Junio del dos mil veinticuatro, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparece la señorita BAÑO CHUQUIMARCA DIANA MISHELL, de estado civil soltera de ocupación estudiante, domiciliada en el sector de Quitumbe del Cantón Quito Provincia de Pichincha y de paso por este lugar, con celular número (0984803362), su correo electrónico es diana_mishel1997@hotmail.com, por sus propios y personales derechos, a quien de obligarse y de conocer doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana; bien instruidas por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertido de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declara lo siguiente manifiesto que el criterio e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado "MERCADO, CULTURA: LAS FERIAS POPULARENSE EN LA ECONOMÍA DEL BARRIO LA FLORESTA ENTRE EL PERIODO 2022 – 2023" Es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autora, previo a la obtención del título de Licenciada en Sociología de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que le fue a la compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquella se ratifica y firma conmigo de todo lo cual doy Fe.



BAÑO CHUQUIMARCA DIANA MISHELL

C.C. 1718601675



AB. HENRY ROJAS NARVAEZ

NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA



EL NOTA....

DEDICATORIA

Dirigido con mucho amor a nuestra Señora del Cisne, la misma que me ha cubierto con su manto en cada paso, gracias por abrazarme en esos momentos de dolor y gracias por liberar mi mente de cualquier estancamiento.

A mis padres, en especial a mi madre Blanca Piedad Chuquimarca Erique por su amor incondicional y su motivación día a día, gracias por confiar en mí en cada momento por aceptarme a pesar de los errores este trabajo va dedicado a todo el sacrificio que muchas veces me ayudaste a sobrellevar. Agradezco el conocimiento adquirido hacia mis profesores y amigas de la universidad, pero en especial a todas las personas que se quedaron hasta este momento , unas se fueron, pero eternamente gracias por cada paso de sabiduría adquirido con todo mi cariño por siempre .

AGRADECIMIENTO

Con infinito amor, y respeto a mi maestra y abuelita Esperanza Encalada y a el Dr. Hipólito Chuquimarca recordados siempre por su cariño y dulzura a toda mi familia y a mis hermanos por el apoyo incondicional, pilares ejes de este trayecto gracias infinitas por su bondad.

A André Mateo Cueva por ser motivación de lucha y esperanza en este tiempo de distancia y adversidades que con su amor y amistad ha sabido mantenerme en pie gracias.

A Shirley Paulina Guaño, mi gran amiga por su amistad infinita y las pláticas eternas por momentos de alegrías y tristezas en este gran viaje gracias por siempre estar te adoro.

También agradezco los momentos de felicidad junto a Lúa Herrera.

Y en especial a todas mis amigas que han sido soporte y compañeras de momentos difíciles y en especial gracias a la vida al universo por colocarme en esta etapa a Dios quien ha sido guía a través de este proyecto.

A mi directora de tesis Sheila Rangel Gómez por permitirme desarrollarme en la profesión en cada momento y su dedicación con la carrera gracias por todos los momentos de inspiración desde e inicio hasta el final.

Siempre permanecerán en mi corazón.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA.....	1
DECLARACIÓN DE TUTORÍA	2
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	3
DECLARACION JURAMENTADA.....	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
INDICE DE CONTENIDO.....	7
INDICE DE TABLAS.....	10
INDICE DE FIGURAS.....	11
CAPÍTULO I	12
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1. Título.....	13
1.1 Resumen.....	14
Abstract.....	15
1.2 Introducción.....	16
1.3 Planteamiento del Problema	18
1.4 Formulación del problema	20
1.5 Hipótesis	20
1.6 Variables	20
1.6.1 Variable Independiente	20
1.6.2 Variable Dependiente.....	20
1.7. Objetivos.....	21
1.7.1 Objetivo General.....	21
1.7.2 Objetivos Específicos.....	21
1.8 Justificación	21
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO.....	23
2.1 Marco Histórico	24
2.1. Construcción histórica de la Economía.....	24
2.1.1. Teorías Económicas.....	25
2.1.2. Historia del Barrio la Floresta y la creación de las ferias populares.....	26
2.2 Marco Teórico.....	28
2.2.1 Sociología Económica	28
2.2.2. Sociología de la Cultura.....	29

2.2.2.1 La Cultura en desarrollo social	30
2.2.2.2. La cultura popular	30
2.2.3 Concepción económica del desarrollo local	31
2.2.3.1 El Mercado.....	32
2.2.4. Los mercados y sus lazos sociales	33
2.2.4.1 Tipos de mercados	33
2.2.4.1.1. Según el área geográfica.	34
2.2.4.1.2. Según el producto.	34
2.2.4.1.3. Según la oferta y demanda.....	34
2.2.4.1.4. Según la libertad financiera.	35
2.2.5. El mercado cultural, una mirada sociológica.....	35
2.2.5.1. Dinámicas del Mercado y las Ferias Populares	36
2.2.6 Ferias populares: una pauta al Desarrollo Sostenible	37
2.2.7. Los principios de la Economía Popular y Solidaria.....	38
2.2.7.1 Las ferias populares, ventajas y desventajas en el desarrollo local	40
2.2.8 Dinamismo en los mercados y ferias populares de Quito.....	41
2.2.8.1. Identidades culturales de las ferias populares de la Floresta	42
2.2.9. Las ferias populares y mercados frente a la cadena de supermercados	44
2.3 Marco Legal	46
2.3.1 Base legal de la administración de las ferias populares del Distrito Metropolitano de Quito.....	47
CAPÍTULO III.....	48
METODOLOGÍA	48
3.1 Método de la investigación	48
3.2 Tipo de Investigación.....	48
3.3 Técnicas e instrumentos de investigación.....	49
3.3.1 Encuesta semiestructurada abierta.....	49
3.3.2 Cuestionario.....	49
3.4 Criterio de inclusión y criterio de exclusión	49
3.4.1. Criterio de inclusión.....	49
3.4.2. Criterio de exclusión	49
3.5 Población y muestra.....	50
3.5.1 Población.....	50
3.5.2 Muestra	50
3.6 Localización geográfica del estudio.....	50
CAPÍTULO IV.....	52

RESULTADOS Y DISCUSIÓN	52
4.1 Resultados	53
4.1.1. Datos generales	53
4.2. Discusión.....	77
4.2.1. Mercado cultural/ Ferias Populares	77
4.2.2. Economía del barrio la Floresta	79
CAPITULO V	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
5.1. Conclusiones	82
5.2. Recomendaciones	84
Bibliografía	85
Anexos	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Dinamismo de los mercados de Quito: Mercados y ferias	41
Tabla 2	Ferias populares de la Floresta.....	43
Tabla 3	Género.....	54
Tabla 4	Edad	55
Tabla 5	Autoidentificación étnica	56
Tabla 6	Marque con una (x) el tipo de mercancía que usted oferta.	57
Tabla 7	Pregunta 1. ¿Con que frecuencia el producto que usted oferta es solicitado por sus clientes?	60
Tabla 8	Pregunta 2. ¿Cuáles son los días de atención en su puesto de mercadeo?.....	61
Tabla 9	Pregunta 3. ¿Qué actividades realiza para atraer más clientes?.....	62
Tabla 10	Pregunta 4. Según la respuesta anterior ¿Ha mejorado su economía?.....	63
Tabla 11	Pregunta 5. ¿Cree usted que su producto contribuye a la economía del barrio?..	64
Tabla 12	Pregunta 6. ¿Con que frecuencia cree usted que la cultura y organización del barrio la Floresta genera un desarrollo económico y social a la localidad?.....	65
Tabla 13	Pregunta 7. ¿Cuáles son los eventos que le permiten exhibir y ofertar su producto con mejores resultados?.....	66
Tabla 14	Pregunta 8. ¿Con que frecuencia dentro del mercado la Floresta se promueve una economía Popular y Solidaria?	68
Tabla 15	Pregunta 9. ¿Cuál cree usted que sea el principal problema que enfrenta el mercado de la Floresta?	69
Tabla 16	Pregunta 10. ¿Con que frecuencia se han presentado actos delictivos dentro del mercado? 70	
Tabla 17	Pregunta 11. ¿Cree usted que las cadenas de supermercados afectan las ventas del mercado y ferias populares del barrio la Floresta?.....	71
Tabla 18	Productos y días que se expenden.....	73
Tabla 19	Estrategias de mercado y grados de satisfacción.	74
Tabla 20	Problemas estructurales vs mejores días de ventas.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	51
Mapa geográfico del barrio la Floresta en la ciudad de Quito.....	51
Figura 2 Género.....	54
Figura 3 Edad	55
Figura 4 Autoidentificación étnica.....	56
Figura 5 Marque con una (x) el tipo de mercancía que usted oferta.....	57
Figura 6 Pregunta 1: ¿Con que frecuencia el producto que usted oferta es solicitado por sus clientes?	60
Figura 7 Pregunta 2. ¿Cuáles son los días de atención en su puesto de mercadeo?.....	61
Figura 8 Pregunta 3. ¿Qué actividades realiza para atraer más clientes?.....	62
Figura 9 Pregunta 4. Según la respuesta anterior ¿Ha mejorado su economía?.....	63
Figura 10 Pregunta 5. ¿Cree usted que su producto contribuye a la economía del barrio?.....	64
Figura 11 Pregunta 6. ¿Con que frecuencia cree usted que la cultura y organización del barrio la Floresta genera un desarrollo económico y social a la localidad?.....	65
Figura 12 Pregunta 7. ¿Cuáles son los eventos que le permiten exhibir y ofertar su producto con mejores resultados?.....	66
Figura 13 Pregunta 8. ¿Con que frecuencia dentro del mercado la Floresta se promueve una economía Popular y Solidaria?.....	68
Figura 14 Pregunta 9. ¿Cuál cree usted que sea el principal problema que enfrenta el mercado de la Floresta?	69
Figura 15 Pregunta 10. ¿Con que frecuencia se han presentado actos delictivos dentro del mercado? 70	
Figura 16 Pregunta 11. ¿Cree usted que las cadenas de supermercados afectan las ventas del mercado y ferias populares del barrio la Floresta?.....	71
Figura 17 Cruce de variables: Días de atención y alimentos que se expenden.....	73
Figura 18 Cruce de variables: estrategias de mercado y días de satisfacción.....	75
Figura 19 Cruce de variables: problemas vs mejores días de ventas	76
.....	76

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Título

“MERCADO, CULTURA: LAS FERIAS POPULARES EN LA ECONOMIA DEL
BARRIO LA FLORESTA ENTRE EL PERIODO 2022 – 2023”.

1.1 Resumen

Las ferias populares en el barrio la Floresta surge como puntos fuertes para el desarrollo de elementos económicos y culturales los cuales permiten generar un tejido social a nivel de la localidad. El estudio es el mismo que se encarga de sumergirse en el proceso para el desarrollo de las ferias populares las mismas que son eventuales entre el año 2022 y 2023 explorando la dinámica económica, los lazos culturales y sociales conjuntamente con motores económicos locales. El enfoque es multidisciplinario ya que permite involucrar la economía y la sociología de la economía estudiándola a nivel socio histórico del barrio además de analizar la evolución que se ha mantenido en espacios públicos y de intercambio cultural y comercial.

Dentro del estudio se utilizan herramientas que permiten el análisis documental y la obtención de datos holísticos de estas dinámicas.

Los resultados muestran la importancia y la diversidad de procesos y productos a la hora de intercambiar un bien o un servicio. La importancia del presente estudio de enfoca en los tejidos sociales que se entrelazan las identidades culturales locales, promoviendo la preservación de costumbres y tradiciones locales. El análisis también abordará el impacto de la economía dentro de las ferias populares en el barrio la Floresta, destacando su influencia en ser una fuente de ingresos para pequeños y grandes emprendedores. Además, se analiza el papel de las ferias populares dentro del sector y los procesos que se realizan para la creación de espacios públicos y la promoción de pertenencia hacia los residentes del barrio.

El estudio contribuye a la comprensión y la integración del mercado y cultura en contextos urbanos totalmente separados, pero con una dinámica económica que permite comprender los elementos dinámicos de la vida comunitaria y los procesos de desarrollo local.

Palabras clave: mercado, cultura, feria, economía, desarrollo.

Abstract

The popular fairs in the neighborhood of La Floresta emerge as strong points for the development of economic and cultural elements which allow to generate a social fabric at the level of the locality. The study is the same that is responsible for diving into the process for the development of popular fairs which are eventual between the year 2022 and 2023, exploring the economic dynamics, cultural and social ties together with local economic engines. The approach is multidisciplinary since it allows involving the economy and sociology of the economy by studying it at the socio-historical level of the neighborhood in addition to analyzing the evolution that has been maintained in public spaces and cultural and commercial exchange.

The study uses tools that allow documentary analysis and holistic data collection of these dynamics.

The results show the importance and diversity of processes and products when exchanging a good or service. The importance of this study focuses on the social fabrics that intertwine local cultural identities, promoting the preservation of local customs and traditions. The analysis will also address the impact of the economy within the popular fairs in the La Floresta neighborhood, highlighting their influence in being a source of income for small and large entrepreneurs. In addition, it analyzes the role of the popular fairs within the sector and the processes involved in the creation of public spaces and the promotion of belonging to the residents of the neighborhood.

The study contributes to the understanding and integration of market and culture in totally separate urban contexts, but with an economic dynamic that allows understanding the dynamic elements of community life and local development processes.

Key words: market, culture, fair, economy, development.

1.2 Introducción

Las grandes cadenas comerciales, facilitó la inserción de nuevas fuentes de crecimiento económico que impulsarían el desarrollo local, como un medio para fijar a las poblaciones locales en las dinámicas económicas más grandes. Los mercados regionales, fueron los principales espacios de intercambio económico, la influencia comercial se rigió bajo preceptos economicistas de oferta y demanda a bajos costos, regulados por los comerciantes. A medida que las nuevas tendencias de comercio surgían, se emplearon mecanismos para ofertar productos de forma esporádica, en eventos, festividades, desfiles, etc., así nacen las ferias populares en la ciudad de Quito, como una política pública del Ministerio de Agricultura (1989), que permitió la participación de la cultura en el despliegue económico y facultó la inserción de nuevos productos al mercado cultural. Así, las ferias populares, se convirtieron en un conglomerado de puestos comerciales, que se encargan de expender sus productos a la población de forma esporádica, es decir, comercian sus productos de forma ocasional.

La relevancia social de la investigación, realza en la necesidad de conocer la conexión que tiene el mercado cultural en el desarrollo económico de las ferias Populares del barrio la Floresta en la ciudad de Quito. La investigación se desarrolla mediante los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: dentro del primer capítulo, se realiza un abordaje histórico del fenómeno de estudio para ponerlo en contraste; en él se establece el planteamiento del problema, la formulación del problema, la hipótesis del estudio, los objetivos, las variables sometidas a medición y la justificación académica de la investigación.

CAPÍTULO II: dentro del segundo capítulo, se realiza la revisión general de la forma en que se determina el desarrollo y la creación de las ferias populares del barrio la Floresta, mediante la construcción del Marco Histórico, acompañado del compendio de teorías y análisis del fenómeno, por medio de la exploración del Marco Teórico.

CAPÍTULO III: en el tercer capítulo, se presenta la metodología empleada, su método de investigación cuantitativa, los tipos de investigación, las herramientas de recolección de datos, la población y cálculo muestral, los criterios de inclusión y exclusión del estudio, y finalmente, el área geográfica donde se realiza la investigación.

CAPÍTULO IV: posteriormente, dentro del cuarto capítulo, se analizan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de investigación y la discusión de los datos obtenidos en relación con la teoría.

CAPÍTULO V: finalmente, en el quinto capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1.3 Planteamiento del Problema

La cultura como un sistema social determinado por las costumbres, creencias, arte y tradiciones de los grupos humanos, ha formado parte de las dinámicas sociales del mercado mediante las ferias populares, que son espacios de intercambio económico, cultural y simbólico en un territorio determinado, con el fin de ofrecer un bien o servicio a los individuos. La investigación radica en analizar las ferias populares del barrio la Floresta, ubicado en el centro norte de la ciudad de Quito; a partir del desarrollo local y sustentable de los principios que plantea la Economía Popular y Solidaria.

Las ferias populares son una conformación social con una determinada estructura, que conlleva a la conexión entre varios dominios a nivel de tradiciones culturales y el impacto económico enfocado en una práctica tradicional local. Las ferias populares tienen sus inicios en las antiguas civilizaciones de la Edad Media: Grecia, Egipto, Roma, en las que la exposición de productos nace como un mecanismo mercantil de intercambio. Posteriormente, se realiza la Gran Exposición de Londres de 1851 celebrada en el Cristal Palace, considerada la primera exposición mundial, que reunió a 14.000 expositores y a más de 6 millones de visitantes, a la de París de 1855 que tuvo casi 24.000 expositores y reunió a más de 5 millones de visitantes. (Rodríguez, *et al*, 2013, p. 453)

Las ferias populares se iban caracterizando y delimitando por varias dinámicas del entorno que surgen a raíz de la coyuntura del sistema feudal en Europa Occidental, en donde los territorios regionales y locales crecen junto al comercio, la artesanía, la producción de arte y de servicios en relación a todas las actividades económicas. Cabe hacer mención que las ferias populares son uno de los principales ejes de identidad y cultura, caracterizados como un evento de carácter económico, cultural o social, que se establece en un lugar determinado bajo un propósito concreto.

Ecuador es reconocido a nivel nacional e internacional como patrimonio cultural porque alberga una gran diversidad de identidades, culturas y tradiciones. En el territorio ecuatoriano las ferias populares se han desarrollado y han llegado a establecerse como espacios culturales de intercambio económico, las cuales constituyen una estructura social que busca gestionar alternativas innovadoras para el desarrollo local y alcance productivo de todos los grupos sociales que conforman la localidad.

En ese sentido, el trabajo de investigación resalta la importancia de conocer los procesos de las ferias populares y su función en el desarrollo local, el comercio justo, el intercambio cultural, los lazos sociales y evaluar el cumplimiento de los principios socioeconómicos que plantea la Economía Popular y Solidaria dentro de las ferias populares del barrio la Floresta, en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ).

Las propuestas para fortalecer un sistema de redes agroalimentarias cuentan con una serie de publicaciones desde la academia, la mayoría de los últimos estudios realizados resalta el trabajo territorial del Ministerio de Agricultura y Ganadería - MAG, y otros en menor escala han difundido localmente a las Biosferas Municipales, gestionadas por la Agencia Metropolitana de Promoción Económica CONQUITO. (Paz, 2021, p. 9) Su desarrollo va enfocado a una gestión social que se encarga de maximizar la producción de feriantes y comerciantes vinculado a la inclusión social y los campos integrados socioeconómicamente para determinar factores de impacto económico que se lleva a cabo dentro del desarrollo local de las ferias populares y la Estrategia Nacional de Comercio Justo que obedece a una dinámica solidaria, respetuosa con el ser humano y el medio ambiente, con principios cercanos a los que promueve la Economía Popular y Solidaria (EPS).

La importancia de los principios de la Economía Popular y Solidaria se basa en promover la economía local, apoyar a las iniciativas artesanales, la gastronomía, el incentivo a marcas, artistas y consumo responsable. Además, propone una forma alterna y sustentable de la vida social justa y solidaria dentro del ámbito económico y cultural.

En la Floresta el desarrollo local y cultural que enmarca dicha práctica es una de las principales alternativas económicas para el desarrollo sustentable de la localidad, visto como un fenómeno de la expansión de comerciantes dentro y fuera del entorno. Además de que el mercado y la cultura trabajan alrededor de proyectos para la trascendencia de las ferias populares en la economía del barrio. Las mismas que podrían obtener una proyección con asistencia técnica a grandes y pequeños productores así se podrá descentralizar varios servicios. Las ferias populares son el conglomerado de comerciantes, productores y artesanos en un espacio determinado, donde proliferan las actividades propias de cada individuo y se genera oferta/demanda de bienes y servicios.

El mercado y la cultura que se desarrolla dentro de las ferias populares, se plantean como la base para la reactivación económica, social y cultural, no obstante, son las mismas que dejan varias aristas a la hora de cumplir con las expectativas y lineamientos culturales dentro de la ciudad, especialmente de la localidad del barrio la Floresta. La importancia de la investigación es comprender el problema que tienen las dinámicas de funcionamiento de las ferias populares en el barrio la Floresta, su contribución al desarrollo local, las conformaciones sociales de intercambio y el flujo económico en cuanto a las expresiones y ofertas culturales, frente a las cadenas de supermercados. Así mismo se evidencian las costumbres, tradiciones y la variedad de bienes que se ofertan en las ferias populares dentro del barrio la Floresta, en el Distrito Metropolitano de Quito. De esta forma se pretende evaluar dichos espacios, su contribución al desarrollo, su legalización como parte fundamental de las dinámicas económicas y su proyección a futuro.

1.4 Formulación del problema

Determinar el aporte del mercado cultural de las Ferias Populares, en la economía del barrio la Floresta entre el periodo 2022 - 2023

1.5 Hipótesis

Las ferias populares contribuyen en la economía del barrio la Floresta, permitiendo el dinamismo del mercado cultural; por medio de la participación de la cultura y la movilidad social.

1.6 Variables

1.6.1 Variable Independiente

Mercado cultural/ Ferias populares

1.6.2 Variable Dependiente

Economía

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Estudiar las ferias populares como mecanismos culturales y económicos identificando el crecimiento económico del barrio la Floresta en el periodo 2022 – 2023, a través del flujo comercial existente.

1.7.2 Objetivos Específicos

1. Analizar las dinámicas económicas y sociales que se encuentran presentes en los mercados y ferias populares de Quito, comprendiendo su desarrollo local, mediante la revisión histórica de las ferias.
2. Conocer la posición económica de los mercados del barrio la Floresta, en comparación a los mercados y ferias más grandes de la ciudad de Quito, mediante su flujo comercial y temporalidad de ventas.
3. Identificar el mercado cultural que oferta el barrio la Floresta, y su aporte al desarrollo de la localidad por medio de la percepción de sus comerciantes.

1.8 Justificación

El trabajo de investigación es un antecedente del desarrollo local de las ferias populares dentro de la economía popular y solidaria y su dinámica socioeconómica en el barrio la Floresta, ubicado en el centro norte de la ciudad de Quito en el periodo del 2022- 2023.

A la luz de la situación presente, este trabajo tiene una gran importancia, dado que el estudio de las ferias populares y su impacto, se han rezagado a un bajo nivel de cooperación económica para el desarrollo local; motivo por el que se establece sustentar las diferentes estructuras dinámicas del mercado cultural, para comprender la contribución que tiene la cultura dentro de las ferias populares. Además, es relevante conocer cómo es el manejo de la institucionalidad estatal alrededor del desarrollo local, el mismo que plantea mediante los principios de la Economía Popular y Solidaria, promover el comercio al sector local de manera adecuada y ordenada con proyección de una mayor participación.

La relevancia social de la investigación, realza la importancia de la conexión y el dominio de las tradiciones culturales y el impacto económico enfocado como una práctica urbana de colectivos conectados socialmente. En la actualidad la vigencia de las ferias populares ha tomado un gran auge, siendo su principal objetivo el desarrollo económico y

proyección cultural de ciertos sectores, al mismo tiempo que impulsa la necesidad de los diferentes grupos y el desarrollo sustentable del barrio la Floresta. Los intereses de la investigación son en base a la necesidad de promover alternativas económicas locales para el desarrollo común y el bienestar de la zona. La economía de mercado es aquella que forma parte de un proceso básico para el intercambio de producción artesanal y orgánica. En Ecuador se desarrolla una gran variedad de mercados y ferias que intercambian varios tipos de bienes y servicios, de esta forma si no existiera mercado cultural no existiera una producción de comercialización como tal.

De acuerdo con Cassol y Colpari (2021):

La racionalidad económica, en este caso, es el resultado de la identidad cultural, y no al contrario, como se argumenta desde la ciencia económica. Por ello, en adelante se describen las características que definen a este mercado de crédito como un circuito, que contiene un conjunto de lazos interpersonales significativos, transacciones económicas asociadas y medios diferentes de intercambio. (p.7)

El Mercado es un lugar físico u online donde existe una demanda de productos y servicios a la orden de cualquier pago para de esta manera manejar una relación comercial. Por ello es importante el abordaje de un proceso de investigación que permita el mayor conocimiento en el manejo de procesos de producción históricos que aborde exactamente aspectos similares a la producción popular y tradicional, para a través de su análisis entregar pautas que puedan mejorar dichas dinámicas. La investigación, a diferencia de los antecedentes revisados, presenta un abordaje sociológico y económico contemporáneo, ya que es la misma que surge a raíz de los procesos de mercado y las tradiciones sociales.

Por ello, el objetivo de estudiar a nivel metodológico e histórico el desarrollo de la comprensión de los mercados y el contexto de las raíces que lo unen a la cultura y el desarrollo local y social de la localidad. Asimismo, la investigación tiene una utilidad metodológica ya que son las mismas que entregan un aporte enfocado en las ferias populares de la Economía Popular y Solidaria, partiendo del desarrollo local. Ante la necesidad de mantener dicha comunidad integrada, el aspecto social del estudio pretende contribuir a los estudios que se realizan a nivel nacional, principalmente en Ecuador como una cultura básica que implica un conocimiento histórico para la integración de las comunidades diversas entre productores y comerciantes en un espacio elemental de integración social y cultural además de la contribución al desarrollo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Histórico

2.1. Construcción histórica de la Economía

El conocimiento económico varía según su evolución y las dinámicas socio históricas, los estudios presentan líneas de conocimiento entre diferentes teorías históricas, llevadas para la comprensión del desarrollo económico a través de la historia y su configuración hacia un desarrollo local, la misma que permite obtener los aportes de varios autores en cuanto a materia económica clásica y contemporánea.

La historia de la economía estudia desde sus inicios: desde el simple y local trueque que, con el paso de los milenios, ha acabado evolucionando en el complejo y globalizado capitalismo, pasando por otros modelos, como el esclavista, el feudal o el mercantilista. (BBVA, 2022.)

La construcción histórica de la economía, es un concepto de estudio amplio el cual abarca conocimientos como el desarrollo y la evolución del sistema económico a través de la historia, principalmente los procesos económicos que explicaron en su momento la concepción tradicional de la economía. Para Aristóteles (384 a.C - 322 a.C.) la economía debía ser un medio de intercambio en el que solo se use lo necesario para la vida y sea justa para todos. (Crespo, 2012). Algunas teorías que explican el funcionamiento de los sistemas económicos son las siguientes:

Economía Antigua: Mesopotamia y Egipto: dentro de la economía de los dos grandes imperios, la agricultura, la pesca y el pastoreo eran las principales actividades económicas y comerciales; todos los intercambios económicos se hacían mediante trueques como principal base del comercio. En la *Edad Media*, el sistema fue totalmente feudal, se organizó la economía agraria, el comercio y el mercado que fueron los principales actores ante la actividad económica, mismos que permitían una apertura al comercio exterior. “La economía de la Edad Media se desarrolló entre el siglo V y XV. Era principalmente agraria: los campesinos trabajaban la tierra, y la nobleza y el clero ostentaban la propiedad” (Cabia, 2021)

Renacimiento y Mercantilismo: el mercantilismo nace en pleno renacimiento, a mediados del siglo XVI y se define como una política pública de comercio donde se estructura la oferta y la demanda, en la que el Estado regula el comercio, mediante las políticas de proteccionismo. “Su origen puede hallarse en la centralización del poder monárquico, alcanzando su plenitud con el Estado absolutista.” (Arizti, 2002).

El mercantilismo evoluciona a través de la idea de que los países son más ricos y prósperos mientras más metales preciosos puedan acumular, además de conquistar algunos territorios como el continente americano a través del comercio y la colonización. La *Revolución Industrial*, por su lado, surge a partir del siglo XIX, donde fue testigo de la Revolución Industrial, como el proceso de transformación a nivel tecnológico, económico y social caracterizando por la producción en masa y la creación de fábricas que reemplazarían una económica artesanal a una economía industrial y mecanizada.

Economía Clásica: el exponente de la economía clásica Adam Smith (1723 – 1790), plantea que una sociedad con una oferta de bienes y servicios aumenta la productividad y división del trabajo, además de alcanzar un mayor crecimiento económico que irradie a sus clases más bajas. En la *Economía Marxista*: El sociólogo, filósofo y economista Karl Marx (1818- 1883) fue uno de los pensadores del campo de la teoría política y económica en la que destaca el modelo económico con eje central en la interdependencia recíproca o condicionamiento de intercambio, distribución y consumo.

Narotzky (2004), menciona que, a través del enfoque marxista, la explotación de la fuerza de trabajo por el capital, dado que el trabajador tiene dos funciones: una hacer el trabajo necesario y otra producir un trabajo excedente, creando de esta manera la plusvalía, que beneficia al capitalista y promueve la división social de las clases. (Torres y Labarca, 2009)

Las ideas planteadas por el autor han sido analizadas y aplicadas a través del tiempo, como objeto de debate e influencia significativa en campos como la sociología la economía y la filosofía política, como un componente teórico para la comprensión de las relaciones sociales y económicas.

2.1.1. Teorías Económicas

Las principales teorías económicas, se encargaron de abordar los principales fenómenos que intervenían en la economía, como la modernización, las teorías de la dependencia en América Latina, el neoinstitucionalismo y la globalización mercantil. Las teorías económicas, desarrollaron marcos de referencia a partir de las formas de crecimiento endógeno y exógeno de las naciones.

- **Economía Keynesiana:** después de la Gran Depresión, las ideas del economista marxista John Maynard Keynes (1883 – 1946) ganaron importancia. La teoría keynesiana abogaba por la intervención del gobierno para gestionar la demanda agregada y mantener la estabilidad económica.
- **Era Contemporánea:** A partir de la segunda mitad del siglo XX, se observaron desarrollos significativos en la globalización, la tecnología y la aparición de nuevas formas de organización económica.
- **Economía Globalizada:** A medida que avanzaba el siglo XXI, la economía mundial se volvía cada vez más interconectada, con un papel significativo de las instituciones internacionales, el comercio global y las finanzas internacionales.
- **Economía Actual:** la economía actual se enfrenta a desafíos como la sostenibilidad, la desigualdad económica, la automatización y la transformación digital.

La construcción histórica de la economía, refleja una serie de cambios fundamentales en la forma en que las sociedades organizan y gestionan sus recursos. Cada etapa ha sido moldeada por eventos históricos, avances tecnológicos y cambios en el pensamiento económico. La economía continúa evolucionando, y las tendencias actuales sugieren una creciente interdependencia global y la necesidad de abordar desafíos económicos y sociales emergentes.

2.1.2. Historia del Barrio la Floresta y la creación de las ferias populares

El rastreo histórico de la creación del barrio la Floresta, se remonta a la época de la conquista, en la que los españoles en su añorada búsqueda del “Dorado” en el cerro Lumbisi, encontraron una cadena de Flores y arrayanes, producto de eso, se le nombró como la Floresta; nombre que se conserva hasta la actualidad. Báez (2017), menciona que después de 400 años el territorio pasa a ser parte de la hacienda Gómez de la Torre en 1940, a partir de eso se establecen los límites de los lotes. El lugar se convirtió en espacios recreativos de los quiteños de clase alta, donde empezaban a construir sus casas campestres. (p.30)

La historia de esta parte de la ciudad se refleja de manera especial en este barrio, las antiguas casas señoriales con sus típicos techos a dos aguas y jardines en sus cuatro lados empiezan a compartir la zona con edificaciones más modernas, restaurantes, galerías y universidades. (Báez, 2017, p. 30)

Las ferias populares son espacios de activación económica que refleja el dinamismo comercial de varios sectores nacionales, los cuales son destacados por la actividad económica, comercial, industrial y artesanal; además de ser eventos con determinados enfoques sociales y culturales que trabajan bajo un bien común. En ese sentido, las ferias populares son uno de los principales ejes de la identidad y la cultura.

En una definición más amplia, Radio HIEL (2012), plantea que:

Las ferias populares proceden del Latín, solemnidad, fiesta significado que ha trascendido a lo largo de la lengua española, algunos autores proponen como antecedente el termino fórum, ambos remiten al aprovisionamiento de productos y servicios , finalmente las ferias se lleva a cabo con la expansión de mercado y cultura además de reflejar desarrollo de conocimientos y entretenimiento lúdico, formando parte de espectáculos a gran escala, la misma que han generado mercancías que son enfocadas en especies de mercados populares culturales y otros .

Las ferias populares empiezan a surgir a partir de los años 90s, pero su apogeo dio respuesta a las crisis económicas y sociales en el año 2002. Su gran desarrollo permitió que el desarrollo económico regulara el intercambio de bienes y servicios como trabajo informal. Esta forma de expender los productos generó en las personas la convicción de buscar, generar y obtener una economía general que ofreciera no solo productos agrícolas, sino artesanales.

En el caso del barrio la Floresta, se ha generado bajo el funcionamiento de las ferias populares y los mercados; el barrio cuenta con estrategias económicas, procesos culturales y el turismo; que son una gran iniciativa para el desarrollo local y una economía justa y solidaria para compradores y para productores, con énfasis en la contribución de nuevas iniciativas, proyectos innovadores, artísticos y culturales. Además, cabe destacar que las ferias populares se van caracterizando y delimitando por varias actividades del entorno que constituyen la raíz del fortalecimiento económico de la localidad, por su oferta artesanal, la producción de arte, la producción orgánica y de servicios en relación a todas las actividades económicas de la ciudad.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Sociología Económica

La sociología económica es definida como una rama de la sociología que estudia los fenómenos económicos influenciados por la cultura, es decir, por comportamientos, acciones, tradiciones, ideas y costumbres que caracterizan a un pueblo. Dichos fenómenos económicos son tratados como hechos sociales que constituyen campos de investigación con dimensión en la actividad económica y las relaciones de los grupos que se vinculan. (Pérez, 2009, p. 98)

El planteamiento epistemológico sobre la economía, permite comprender la dimensión y la importancia de factores sociales y culturales como componentes de un hecho social que forma parte de la realidad y el desarrollo local.

El sociólogo estadounidense Talcott Parsons (1956), estableció una división científica entre sociología y economía: mientras que la sociología se encargaría de analizar los valores que orientan la acción social, la economía se reservaría para investigar las elecciones entre medios y fines. Aunque la evidente fragilidad de esta división ha sido cuestionada a lo largo del tiempo, para algunos académicos todavía estos dos mundos se reproducen en el interior de los estudios sociológicos de la economía; especialmente por medio de la división entre intimidad (cultura) y racionalidad (economía). (Zelizer, 2009 y Cruz, 2021).

El vínculo se genera a lo largo de la historia y a través de las necesidades de la cultura y la economía, la misma que constituye vehículos que encuentran una expresión real de su relación, promoviendo el consumo responsable y la justicia social; demostrando que los actores, también son parte del desarrollo socioeconómico. La nueva sociología de la economía explica una de las fenomenologías más importantes en cuanto a economía popular y solidaria enfocado en una doble perspectiva hegemónica sobre la investigación de mercado, la cultura y sobre la economía de las ferias populares, las mismas que conllevan a una consolidación entre mercado, cultura y lazos sociales.

Dinámicas económicas

Las dinámicas económicas se basan en el estudio de los hechos, orientaciones, equilibrio y perspectivas económicas acontecidos en un momento dado, comparados con hechos que pasados o con supuestos que acontecerán en el futuro. (Guinda, 2015) Se determina que las dinámicas económicas son el flujo de procesos que varían los fenómenos económicos, como

el análisis del Producto Interno Bruto, el fortalecimiento de la economía local, el índice de confianza industrial y comercial de los micro y macro empresarios.

Las dinámicas económicas se dividen en dos: economía *estática* y economía *dinámica*: *La economía estática*, es la dinámica económica en la que existe un equilibrio en los procesos económicos; la oferta y demanda de los mercados se repite cada periodo, en festividades o ferias organizadas periódicamente, como productos navideños, ferias agrícolas y artesanales. Por otro lado, la *economía dinámica*, varía según el tiempo, el interés comercial y su acogida en el mercado; sus principales actividades económicas son los mercados de productos agrícolas, gastronomía y producción animal. Según Prebisch, su modelo dinámico entrega un apartado con dos esferas de un entorno propio, la producción y la circulación; además, el proceso de producción es más largo que el de circulación formando un movimiento en una etapa de la economía capitalista. (Caldente y Vernengo, 2016)

Los estudios sociológicos, analizan la economía como un proceso integrado, donde la cultura, la identidad y la economía se complementan. La dinámica comercial se desarrolla bajo los elementos propios de un territorio que se vincula con las esferas económicas y sociales de cada localidad, esto mediante la intervención cultural. A continuación, se analiza a la cultura como un enfoque práctico en las dinámicas económicas.

2.2.2. Sociología de la Cultura

La sociología de la cultura, es el estudio de los saberes que identifican a una comunidad, generalmente como un conjunto de valores, tradiciones simbólicas, relaciones sociales y procesos tácitos de enseñanza y aprendizaje utilizados por los miembros de la misma sociedad.

Las argumentaciones teóricas en el campo de la antropología de los sociólogos: Emile Durkheim, Karl Marx y Max Weber, contribuyeron en el enfoque y objeto de estudio de la sociología de la cultura. Durkheim (1965), plantea que las estructuras sociales, la sociedad y la cultura están interrelacionadas, debido a que cada una de las instituciones sirven a la sociedad por su funcionamiento, y, la cultura como valores sociales, económicos y políticos son parte esencial del funcionamiento de las estructuras sociales. Por otro lado, Marx (1977) consideraba que la producción cultural depende la economía y de las personas que tienen el poder de producir un bien y servicio y distribuir la cultura. (Vera, s.f, párr. 1) Finalmente, Weber

(1946) enfatiza en la idea de la capacidad que tiene la cultura de influir en los comportamientos y acciones de los sujetos. En ese sentido, la cultura es un elemento dinámico compuesto por valores, saberes y tradiciones que se transmiten de generación en generación, dicha transmisión se lleva a través de las instituciones sociales como: la escuela, la familia, los medios de comunicación, las iglesias, las empresas. No obstante, la transmisión de saberes y normas también se reproduce a través de las relaciones sociales.

2.2.2.1 La Cultura en el desarrollo social

La cultura es interpretada como un conjunto de saberes desarrollados a lo largo de la historia y determinados por las costumbres, acciones y comportamientos reproducidos por un grupo social. La conceptualización de la cultura parte desde la antigüedad, la misma que ha sido calificativa como un estado básico para el desarrollo dentro de la sociedad. A través del tiempo se ha experimentado con el análisis cultural, pero de aquí existen varios conceptos, entre ellos: la cultura como un enfoque social que se ve influenciada por los procesos de relación interpersonal de los sujetos.

La cultura se encuentra presente en el orden existente de las acciones humanas y sus vínculos con el pasado. La vida cotidiana, los grupos subculturales (que comparten un vínculo cultural), las estructuras sociales (ferias y mercados) y las relaciones que unen a los grupos. La globalización facilitó la emergencia económica de la participación de la cultura en el desarrollo, el crecimiento de producción centrado en los procesos artesanales y de difusión cultural. El funcionamiento de la cultura en los procesos económicos, atendió a la distribución en masa de bienes y servicios culturales, generando sostenibilidad por su grado de participación. Además, la cultura contribuye al despliegue económico y social mediante la creatividad de los grupos y los productos del mercado cultural. (Somos Iberoamérica, 2019) La cultura desencadena un grupo formal de identidades de los grupos, que se establecen como culturas populares.

2.2.2.2. La cultura popular

La noción totalizadora de la cultura subrayada insistentemente por Antonio Gramsci (1891 - 1937), constituye una base teórica sólida para aproximarse al concepto de cultura popular; en él cabría destacar, de antemano, que la cultura popular es una forma específica de cultura; que

se representa por características generales, pero que tiene su propia peculiaridad. Lo popular, dentro del contexto cultural, son las manifestaciones culturales producidas por las masas y por el pueblo que integran un concepto amplio de cultura popular. (Ron, 1977) La cultura popular es la máxima expresión reconocida por la sociedad como el conjunto de vivencias culturales, creencias y perspectivas trabajadas por el bien común. El estudio de esta rama limitada del campo de la sociología, entrega un fenómeno de acción más directo que interviene en espacios locales de integración continua donde se promueve la creatividad y la expresión de la variedad de identidades existentes que representa las formas de vida de la mayoría de los individuos destacando sus expresiones artísticas y tradicionales.

La cultura popular posee un carácter auténtico y universal, consolidando la identidad y permitiendo la transformación histórica, se destaca por sus símbolos, valores y experiencias que reflejan la identidad de un amplio sector de la población. La cultura popular se define como un contraste con la cultura de la élite, que refleja la influencia de la sociedad clásica en las expresiones culturales y valorativas de las diferentes clases sociales. Dentro de la cultura popular se abarcan las costumbres, tradiciones y folklore que han sido arraigadas de un pueblo, transmitidas de generación en generación; además, la cultura popular refleja gustos, intereses y valores de una sociedad dentro de un momento específico, la cultura incluye una amplia gama de elementos, como el entretenimiento, la moda, la gastronomía, la tecnología, entre otros, puede ser un reflejo de una vida cotidiana como influencia en su forma de pensar y cómo se relaciona entre sí. En resumen, la cultura popular es una parte completa de la vida moderna y juega un papel muy importante en la construcción de la identidad colectiva y en la forma en como los individuos se conectan entre sí a través de experiencias compartidas.

2.2.3 Concepción económica del desarrollo local

El concepto de desarrollo económico fue asociado al crecimiento del Producto Interno Bruto Per cápita (PIB), como medida corriente del nivel de desarrollo que alcanza un país. Esto, según Boisier (2001), contribuyó a comprender el modelo técnico para el análisis del crecimiento económico, los procesos de circulación, el reduccionismo económico y la naturaleza de la producción. Exponentes de la economía neoclásica como Alfred Marshall y Vilfredo Pareto, postulan que el crecimiento económico está organizado por la producción y la utilidad que se le da al producto. En ese sentido, “el desarrollo económico es un proceso continuado cuyo

mecanismo esencial consiste en la aplicación reiterada del excedente en nuevas inversiones, y que tiene, como resultado la expansión” (Boisier, 2001, p.2)

Dentro del desarrollo local, existen factores sociales que generan círculos de intercambio y proyecciones del mercado y la población activa. En ese sentido, Cárdenas (2002), plantea que la cosmovisión del desarrollo tomó un giro importante, al considerar que los recursos humanos son parte esencial para el desarrollo.

Se comienza hablar entonces de “desarrollo de iniciativas locales” o Desarrollo Local como la alternativa ante la crisis, orientada a movilizar el potencial humano a través de acciones locales en diversas áreas, como, introducción de nuevas tecnologías, nuevas fuentes de energía, renovación de actividades tradicionales, innovación en la comercialización y en la prestación de servicios, la revitalización de la pequeña empresa, etc. y ligado a ellos como instrumento importante para movilizar los recursos humanos: la formación profesional y la capacitación.(p.56)

El capital humano, se desarrolla en base a las dinámicas de los mercados, las necesidades sociales y las iniciativas integrales, mismas que buscan generar procesos de innovación, búsqueda de fuentes de inversión y mejoras en los procesos de circulación. Desde ese panorama, el mercado se involucra de forma permanente en los círculos de intercambio comercial y las relaciones existentes entre los proveedores y los comparadores.

2.2.3.1 El Mercado

El mercado y la cultura se establecen como factores desafiantes en el desarrollo local, debido a la interdependencia que se ha creado en el funcionamiento dinámico del comercio. La innovación de productos, servicios, difusión cultural y proyectos alternos, permiten el enriquecimiento del tejido social y el desarrollo en sus diferentes dimensiones socioeconómicas. El mercado es el espacio económico, social y cultural en el que se lleva a cabo dinámicas de oferta y demanda; donde tiene lugar el intercambio de productos y servicios, caracterizados por la conexión económica de un sistema comercial. El mercado está relacionado de manera fundamental a procesos generados a partir de la producción y el desarrollo económico que se encarga de formar un colectivo entre productores y la inserción de políticas económicas.

Los mercados son objetos de investigación frecuentemente abordados en el campo de la sociología económica. En algunos casos, se trata de elaborar modelos para el análisis sociológico de los mercados, entendidos como realidades sociales con lógicas de funcionamiento que no se reducen a las postuladas por las teorías económicas corrientes. (Valcarce, 2012).

Según la perspectiva de Mark Granovetter “la NSE estudia los mercados como hechos sociales y plantea que las transacciones económicas están incrustadas o enraizadas en una estructura social y cultural” (Cassol y Colpari 2021, p. 9) Consecuentemente, se menciona que la cultura está estrechamente relacionada con el desarrollo local de un mercado o feria popular, además del eje principal del crecimiento de pequeños y grandes productores a nivel nacional e internacional con un manejo cultural y una estructura económica con enfoque principal al desarrollo local.

2.2.4. Los mercados y sus lazos sociales

Los mercados se han analizado bajo el concepto hegemónico de producción a gran escala y expendio en lugares públicos; alejado de preceptos culturales y sociales. No obstante, Cassol y Colpari (2021), mencionan que desde la Sociología Económica se plantea una nueva forma de comprender los mercados, primero como un espacio económico influenciado por la cultura, que es el resultado de lazos interpersonales y significados sociales; y segundo, como un fenómeno de intercambio económico que supone la interacción social entre los sujetos.

La Sociología Económica clásica, relaciona el funcionamiento del mercado con los lazos interpersonales que se crean. En ese sentido, el sociólogo francés Emile Durkheim, menciona que dentro de la economía el principal aspecto es la socialización de intercambio, que es la forma en que se realiza el comercio entre los sujetos. Por otro lado, el sociólogo alemán Weber (1991), menciona que el mercado y la cultura responden a un estatuto de las acciones económicas como respuesta a los tipos de acciones sociales. (Cassol y Colpari , 2021, p. 9) El mercado, en ese sentido, tiene un papel importante en las dinámicas culturales debido a la promoción y difusión cultural. A razón de eso, la cultura ha tomado lugar en los espacios económicos como producto de las actividades, bienes y servicios que estas ofertan para el crecimiento económico; entre ellas las ferias populares, las salas de teatro, música y socialización subcultural.

2.2.4.1 Tipos de mercados

El mercado es un sistema de intercambio económico en el que existe una oferta (vendedor) y una demanda (comprador) de un bien o servicio. La clasificación de estos mercados en materia

económica se distribuye de la siguiente manera: según el *área geográfica*, según *el producto*, según *la oferta y demanda* y según su *libertad financiera*.

2.2.4.1.1. Según el área geográfica.

Los mercados se determinan por la localización geográfica, tanto por el número de población que tenga acceso al producto y la oferta del producto o servicio acorde a las necesidades de los compradores. Según Conekta (2023), los tipos de mercados se clasifican en: *el mercado nacional*, que su distribución se da en toda el área geográfica de un país, por ejemplo: las cadenas de empresas alimentarias y las empresas de transporte. Por otro lado, *el mercado regional*, que se distribuye en áreas geográficas más alejadas, como el intercambio mayorista de productos agrícolas y lácteos. Y el *mercado local*, en el que el acceso a productos se encuentra en la misma localidad, como pequeñas tiendas, mercados, ferias populares, etc.

2.2.4.1.2. Según el producto.

Según el tipo de producto y su permanencia en el mercado:

- *Mercado de bienes perecederos*: son los productos y artículos que tienen un ciclo de vida corto por sus condiciones naturales o caducidad, entre ellos los productos agrícolas.
- *Mercado de bienes duraderos*: son aquellos bienes que tienen mayor resistencia, como prendas de vestir, artesanías, electrodomésticos, autos, comida enlatada, etc.
- *Mercado de bienes industriales*: son aquellas empresas encargadas de fabricar los bienes, como manufactureras, industrias de producción material y pequeños emprendedores artesanos.
- *Mercado de servicios*: son aquellos que ofrecen un sistema de beneficio temporal, como transporte, lecturas de tarot, etc.

2.2.4.1.3. Según la oferta y demanda.

- *Mercado de vendedores*: cuando la demanda supera a la oferta. Esto produce la existencia de una sobreproducción que altera el dinamismo económico.
- *Mercado de compradores*: cuando la oferta supera a la demanda. En múltiples ocasiones la inexistencia de oferta genera el alza de precios de cada producto como mecanismo para mantener en el mercado el producto.

2.2.4.1.4. Según la libertad financiera.

Según Conekta (2023), la libertad financiera depende de las capacidades que tienen los individuos para cubrir sus necesidades económicas, la regulación gubernamental y las barreras de entrada al mercado. Entre ellas se encuentran:

- *Mercado libre*: el libre mercado es una dinámica económica comercial donde los precios se rigen por la interacción de los compradores y vendedores, regida por la Ley de Oferta y Demanda; es decir, no existe la presencia de agentes externos.
- *Mercado proteccionista*: nace como producto de la doctrina económica que establece que para que un país se desarrolle es necesario que la economía circule dentro del mismo. Por tal razón, el estado de cada nación fija aranceles altos a los bienes extranjeros, para evitar la competencia y que el dinero no salga del país.
- *Mercado de economía centralizada*: es un sistema económico en el que todos los elementos de producción son controlados por el Estado, desechando a segundo plano a la interacción entre las empresas y los consumidores.

2.2.5. El mercado cultural, una mirada sociológica

Los principales antecedentes de la Sociología Económica emergen bajo la premisa de que el comercio no es solo una categoría homogénea de dinero, sino un conglomerado de hechos sociales interpersonales. El intercambio económico se genera desde las sociedades primitivas en las que el principal objetivo era obtener un bien a cambio de otro. La teoría económica establece que no existe un mercado universal que expende solo productos de consumo, sino que existen muchos mercados estructurados socialmente. Estos mercados operan en realidades sociales complejas, en las que las redes personales son un mecanismo para mejorar la posición de los individuos.

La sociología se encarga de analizar la personalización simbólica que tienen los productos que se ofertan en los mercados culturales para maximizar las ventas. Por consiguiente, Kotler (2006), menciona que el mercado ha hecho un intento por personalizar las ofertas con el fin de generar sentimientos en los compradores y su precio sea fijado por el valor sentimental que genera una marca. Este tipo de marketing hace que los compradores no se fijen en el precio, sino en el valor simbólico del producto. (Bershadsky, 2013, p. 52)

La cultura en ese sentido, se ha convertido en un eje de representación de la identidad de un pueblo, donde los productos ofertados constituyen el valor subjetivo de las cosas, sin embargo, la cultura en los procesos económicos tiene peso en la producción de bienes para fines artísticos y de exhibición, mientras que, para la distribución en ventas, su capacidad sigue siendo baja. Esta visión, supone la existencia de elementos que no se ubican en la línea de competencia.

2.2.5.1. Dinámicas del Mercado y las Ferias Populares

El abordaje práctico del funcionamiento de los mercados se basa en la ley de *oferta y demanda*, que son las fuerzas económicas que hacen que la economía capitalista funcione. Su principal objetivo es determinar la cantidad que se produce de cada bien y el precio al que se debe vender. En ese sentido, el mercado es una institución social en el que los bienes y servicios en un mismo espacio son intercambiados entre compradores y vendedores. En materia económica, el mercado es un espacio multifuncional que establece la relación entre la capacidad de abastecimiento y la ola de compradores.

Según Hollestein (2019), los mercados y las ferias populares de la ciudad de Quito, se componen por grupos de sistemas económicos, las instituciones, lugares y las prácticas de intercambio; en la cual, dejan de ser sólo espacios de intercambio económico y se convierten en ambientes de difusión cultural. En ese sentido, menciona el autor, que el mercado cultural, como ya se ha mencionado, es un espacio simbólico que adquiere una connotación de interacciones interpersonales, en las que tiene como fin ofrecer una producción cultural. Hollestein (2019), en su análisis sobre el riesgo de los mercados y las ferias municipales en las economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito, plantea que el sistema de mercados y ferias populares están diferenciados por su origen y tiempo en su contribución al desarrollo. (p.8)

Las ferias libres de Quito se caracterizan por haber sido en primer lugar una iniciativa de parte de funcionarios del Ministerio de Agricultura durante los años 1980, la cual fue institucionalizada en el año 1989 como política nacional. Su objetivo era contrarrestar la inflación de los precios de los alimentos, la escasez de ciertos productos y las cadenas ineficientes de intermediación comercial. (Hollestein, 2019, p. 8)

Con el tiempo se ha logrado determinar las diferencias entre mercado y feria. Las ferias se conciben como espacios ocasionales, con gran exposición durante fechas conmemorativas,

aunque, la acogida de cada feria permite que se solidifique la oferta y demanda y genera que se convierta en un mercado diario, con más afluencia en los días conmemorativos. (p.9)

En el barrio la Floresta, según el diario periodístico El Comercio (2023), se propuso realizar la feria denominada “La Madre feria”, en la que se propone dinamizar la economía local por medio de 60 marcas que forman parte de este colectivo. Esta feria “también busca promover la economía local, impulsar iniciativas artesanales, gastronomía, productos orgánicos, marcas de diseño de autor, costureros y consumo responsable”. (El Comercio, 2023) El colectivo de la Floresta, es un grupo cultural que agrupa a todos los emprendedores, gestores culturales y artistas del barrio, que tengan como fin ofrecer un bien o servicio en la comunidad; en la que la dinámica principal utilizada por las ferias populares del barrio la Floresta, es la difusión de las actividades socioculturales que aporten al desarrollo local del barrio. Entre ellas las ferias de productos agrícolas, las ferias verdes, artesanías y productos de los nuevos emprendedores.

2.2.6 Ferias populares: una pauta al Desarrollo Sostenible

Las ferias populares, son un factor clave en el desarrollo sustentable de la micro y macroeconomía de una zona urbana. Además de generar mercado y cultura en base a las características de un tejido social a nivel local y regional, también llegan a un proceso de interculturalidad y expansión socioeconómica de los habitantes. Su objetivo es abordar el desarrollo, buscar e investigar las dinámicas de integración que se genere con los miembros del territorio a partir de procesos de creación, valoración y legitimidad que surgen de diferentes prácticas, para alcanzar el desarrollo humano y adquirir la capacidad de aplicar capacidades en los sistemas naturales de la economía, sociedad y medio ambiente. El colectivo de feriantes de la zona urbana de la Floresta destaca varios lineamientos en cuanto a economía popular y solidaria incluyendo a grandes, medianas y pequeñas empresas, las mismas que generan un conocimiento e impulso de producción, así como líneas alternas de comercio, que promueven los recursos propios en torno al mercado y la cultura.

La cultura es sinónimo de conocimientos y características esenciales que distinguen a una sociedad o grupo social. También se refiere a la interpretación de varios términos desde aspectos como la religión, las artes, la ley, la historia y la economía de un determinado grupo. Desde la proyección sociológica, se expresa el concepto como una perspectiva de saberes y

conocimientos desarrollados a través de la sociedad y la cultura, la misma que son palpables por costumbres, comportamientos y experiencias reales de los individuos de la comunidad.

La cultura según la Real Academia Española, es el conjunto de los modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época y grupo social. (RAE, 2023). El estudio de esta rama limitada del campo de la sociología, entrega un fenómeno de acción más directo interviniendo en espacios locales de integración continua. En ese sentido, la sociología de la cultura estudia los saberes que identifican a una comunidad, desarrollando prácticas intelectuales que se encargan del análisis de las formas de vida, de los valores y tradiciones simbólicas de la realidad social, además se nutre de relaciones sociales entre varios individuos en un proceso tácito de enseñanza, aprendizaje y difusión cultural.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2009), las características de las ferias populares generalmente están geográficamente ubicadas en las zonas urbanas de cada región, mismas que dependen del control municipal, de los feriantes y los grupos comunitarios; además, muchas de las ferias se ven delimitadas por la distancia, la cantidad de consumidores, la concentración y variedad de productos, además de las políticas públicas municipales. (Báez, 2017, p. 19)

2.2.7. Los principios de la Economía Popular y Solidaria

Las ferias populares se han convertido en fuente de desarrollo sustentable y abastecimiento local, mediante los principios de la economía popular y solidaria en los que su objetivo es abordar el desarrollo, buscar e investigar las dinámicas de integración que se generan con los miembros del territorio a partir de procesos de creación, valorización y legitimidad en las diferentes prácticas, para alcanzar el desarrollo humano y adquirir la capacidad de aplicar sistemas de conexión económica en los mercados.

La economía popular y solidaria parte de políticas sociales ante la necesidad de mantener a la comunidad y fortalecer los procesos de integración social y productiva de las empresas que generan aportes a partir de las diferentes necesidades y contribuciones sostenibles e igualitarias en el sistema comercial. El artículo 4 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario establece ciertos

criterios que: “Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes”. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011)

Estos principios son reconocidos dentro del sistema económico integrado por las formas de organización económica, pública, privada, mixta, popular y solidaria. Su objetivo es generar en los sistemas de mercados la prevalencia de comunicación, protección de derechos y transparencia. En el Distrito Metropolitano de Quito, se han impulsado ferias populares en las que se ofrecen variedad de bienes como: ropa, productos artesanales, víveres, verduras y servicios de intercambio y difusión cultural. Mismos que se someten bajo el control de los principios económicos de la economía popular y solidaria.

Durante el estudio en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), los primeros hallazgos obtenidos de la revista del Consejo Provincial, es el análisis crítico de no solo revertir la pobreza aumentando los ingresos económicos, sino que también incluye velar por la soberanía de la tenencia de la tierra, en producción y consumo con la redistribución de recursos. Las propuestas para fortalecer un sistema de redes agroalimentarias, cuentan con una serie de publicaciones desde la academia, la mayoría de los últimos estudios realizados resalta el trabajo territorial del Ministerio de Agricultura y Ganadería - MAG, y otros en menor escala han difundido localmente a las Biosferas Municipales, gestionadas por la Agencia Metropolitana de Promoción Económica CONQUITO. (Paz, 2021, p. 9)

Su desarrollo va enfocado a una gestión social que se encargue de maximizar la producción de feriantes y comerciantes, vinculando a la inclusión social de los grupos y el impacto económico que se lleva a cabo dentro del desarrollo local de las ferias populares.

2.2.7.1 Las ferias populares, ventajas y desventajas en el desarrollo local

Las ferias populares y los mercados culturales de la ciudad de Quito, se han convertido en fuentes necesarias para el abastecimiento de la población urbana de la ciudad además de generar empleo a los grupos sociales. Las ferias populares condensan un bajo costo en alimentos frescos, creando circuitos económicos locales en los barrios. Por ejemplo, la medicina alternativa que es un bien que se expende con la posibilidad de manifestar la cultura ecuatoriana. “Las ferias y mercados, al ser un espacio de intercambio y reproducción de los diferentes grupos sociales a los mercados y ferias de Quito en un clúster no solamente económico y alimentario, sino también social y cultural”. (Hollestein, 2019, p. 11)

Entre las desventajas que existen en las ferias populares según autores como (Delgado, 2016 y Hernández, 2014) existe un desequilibrio del sistema comercial. Aunque las ferias y mercados fortalecen el tejido social urbano, debilitan la infraestructura de la sociedad por los discursos de que los mercados y ferias son espacios de intercambio ilegal de productos, aumento de la criminalidad, la inseguridad y el expendio de drogas. No obstante, Hollestein (2019), enfatiza en la idea de que existen factores que reducen la participación de los compradores en los sitios comerciales, entre las que se identifican las siguientes:

- El plan de ordenamiento territorial, ha ignorado el papel económico, social y cultural de los mercados y ferias populares.
- La expansión de mercados y cadenas a nivel minorista y mayorista monopolizan las fuentes de abastecimiento.
- Se generará una escasa regulación pública del sistema de mercados y ferias populares.
- Las infraestructuras no son acordes a la cantidad de comerciantes de cada mercado o feria.
- Se generan malas prácticas comerciales y desacuerdos totales de los precios.

Estas dinámicas económicas provocan no solo la duda comercial, sino la incertidumbre de que los mercados y ferias pueden generar un verdadero aporte al crecimiento económico.

2.2.8 Dinamismo en los mercados y ferias populares de Quito

Hollestein (2019), en su análisis de los mercados y ferias de Quito, menciona que la dinámica que se lleva a cabo en cada uno de los mercados, en comparación del año 2013, se evidencia en la existencia de mercados con indicadores positivos, mientras que en otros se perciben reducciones significativas. En ese sentido, el crecimiento de los mercados no es homogéneo; existen mercados que cuentan con estabilidad, otros mejoran con el tiempo y otros se debilitan. A continuación, se presentan tres grupos de mercados y ferias con mayor tamaño, localizados en zonas con gran afluencia y su posición en la economía del sector.

Tabla 1

Dinamismo de los mercados de Quito: Mercados y ferias

Alta rentabilidad y crecimiento económico	Baja rentabilidad	Situación estable
América	La Vicentina (no funcionan de forma permanente)	Carapungo
Santa Clara	La Floresta (no funciona de forma permanente)	La Magdalena
La Carolina	Bellavista	Mena II
San Roque	Toctiuco	Chimbacalle
Chiriyacu	Caupicho	Feria de Santa Marta
Las Cuadras		

Nota: elaboración propia en base a la información de Hollestein (2019)

Según el análisis del funcionamiento de los mercados y ferias populares de la ciudad de Quito, en un primer momento se determina la importancia de situar los mercados en áreas comerciales y con gran diversidad de productos. En el primer grupo, la rentabilidad es alta, no solo por ser espacios con gran afluencia comercial, sino porque su estructura comercial ofrece todo tipo de productos duraderos, de consumo, alimentos, hierbas medicinales, mueblería y todo para el hogar. Su participación en la economía a nivel local permite el abastecimiento y contribución a otros mercados más pequeños.

En el segundo grupo, se encuentran los mercados en un estatus bajo, por estar ubicados en los corazones de los barrios pequeños, su afluencia es menor y algunos de ellos se están reconvirtiendo en ferias que funcionan algunos días de la semana. Eso genera que no exista un desarrollo pleno en la localidad. Los productos que se ofertan son agrícolas, ropa, artesanías y

alimentos preparados, sin embargo, el movimiento comercial de la población sigue siendo exterior a su localidad. Lo que provoca, en cierto sentido, un déficit en el crecimiento económico de los sectores. Finalmente, el tercer grupo se encuentra en una posición estable, debido a que su contexto demográfico, permite que exista más demanda local. Dentro de estos mercados, según el INEC (2010), se encuentran 12.000 comerciantes aproximadamente, 8.500 de ellos se dedican a la venta de productos agrícolas y producto animal (carnes). Mientras los mercados y ferias que no son regulados por el Municipio de Quito como la Ofelia y la Feria la Pampa, albergan alrededor de 2000 comerciantes más.

2.2.8.1. Identidades culturales de las ferias populares de la Floresta

Las ferias populares y mercados de la Floresta, corresponden a una unidad cultural llamativa por sus innumerables ferias y procesos de organización. Las identidades culturales son expresadas conjuntamente con el conocimiento humano a través de una historia universal, que parte de diferentes pueblos en el mundo. La identidad cultural es concebida como un conjunto de tradiciones, valores aprendidos, creencias transmitidas, símbolos y comportamientos de un grupo social, como sujetos íntimamente conectados en un espacio simbólico con sentimiento de pertenencia. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO): la identidad cultural permite no solo la cohesión de las personas sino también la capacidad de permitir a los grupos proyectar su futuro de manera integrada. (OEA, 2002, p. 2)

En los mercados y ferias, la identidad se ve reflejada por los productos de una cultura específica que se expende. En ese sentido, los bienes y servicios que se ofertan, se caracterizan por tener un valor simbólico. En el caso del colectivo la Floresta, se realizan ferias en las que se ofertan productos relacionados con la artesanía, el arte, la medicina natural y la gastronomía. La (UNESCO, Citado por Molano, 2007), define a los bienes y servicios culturales como: “Actividades, bienes y servicios culturales: son los que, desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener.” (p.72)

Tabla 2

Ferias populares de la Floresta

	Productos y servicios que se ofertan	Negocios
1	Esténcil y serigrafía en camisetas	Exposición al aire libre
2	Exhibición de arte y cerámica	Atuczara, Moshenek y Perro de Loza,
3	Confites y fotografías	Venganza de Análogo
4	Confites, quesos, lácteos y artesanías	El Salinerito
5	Pizzería y espacio cultural	Plazuela pizzería
6	Restaurante vegano y festival de cocina andina	Kaypacha
7	Postres caseros	Historias de Susanita
8	Gastronomía mexicana	Garaje taquería
9	Diseños y artesanías, productos para el cuidado de la piel.	Libertinas iniciativas
10	Prendas de vestir andina	Shamuna
11	Intercambio de libros y pizzería	Cleta
12	Productos orgánicos y secos	Tiempo de huerta y cosecha

Nota: elaboración propia en base a los feriantes del barrio la Floresta.

Las ferias populares del barrio la Floresta albergan gran colectivo cultural, expresiones sociales y organización. La participación de los moradores en las actividades culturales, el cuidado y mantenimiento de la estética del barrio, pone en relieve la necesidad que tienen los moradores de hacer que la economía crezca por medio de la participación de más sectores comerciales y la demanda de la ciudad. La participación de las ferias del barrio la Floresta, en su sentido más amplio, buscan que la proyección económica sea dinámica y creciente, en comparación a los años anteriores (2019), no obstante, la cadena de supermercados en la ciudad genera que las ferias al ser ocasionales no se contemplen como factores de desarrollo local. En el estudio realizado por Hollestein (2019), se evalúa la competencia que existe entre las ferias populares de Quito, los mercados y las cadenas de supermercados.

2.2.9. Las ferias populares y mercados frente a la cadena de supermercados

La ciudad de Quito, capital del Ecuador es un territorio de gran extensión y patrimonio cultural, comprende alrededor de 2,210.484 habitantes, según el foro virtual de ciudades de la CEPAL (s.f). En el año 2001, la cadena de supermercados, superó la cantidad de mercados locales y ferias, con gran impulso en sus productos, ocasionando el posicionamiento de los mismos en la economía nacional. Para el año 2019, se implantaron 56 mercados y 103 supermercados que doblaron en número a los mercados y ferias de la ciudad. El crecimiento progresivo de los supermercados repercute de forma negativa en los mercados y ferias, debido a que el sistema de supermercados absorbe grandes grupos de compradores, además su ubicación suele colindar con los mercados. Para junio del 2023, se implementaron nuevas cadenas de supermercados en la ciudad, uno de ellos son las tiendas "TUTI", situadas en distintos sectores de la ciudad, creadas por accionistas estadounidenses, en los diferentes sectores de la ciudad.

De acuerdo a un estudio de Urbana, Consultores Paradox (2015), los mercados y ferias pierden cada año entre 1,4 y 2% de la población demandante. Pero más allá de estas relaciones cuantitativas, el patrón espacial de esta expansión es hasta más decisivo. En una primera fase, las tiendas de los supermercados se han concentrado en el centro norte de la ciudad, donde servían a una población con una elevada capacidad de consumo. En una segunda fase, estas tiendas se han expandido en todo el territorio urbano con varios nuevos formatos adaptados a un consumo más popular y de ingresos bajos. (Hollestein, 2019, p. 18)

Es así que han intensificado su competencia frente a los mercados y ferias, debilitándolos con más frecuencia. Otra competencia que enfrentan los mercados y ferias de Quito es el comercio

ambulante que por lo general rodean la población comercial fluctuante, absorbiendo la clientela y creando un nuevo mercado. El aporte que las ferias tienen en relación a los supermercados, es su oferta de bienes artesanos, prendas y accesorios andinos, objetos con valor simbólico, creaciones nuevas o mejoradas, presentación de plantas medicinales, etc. El autor, menciona que desde el año 1960, los supermercados han crecido de forma exorbitante y han tomado espacios comerciales muy significativos, dejando a las ferias y mercados en un nivel más bajo.

2.3 Marco Legal

La Ordenanza Metropolitana de Quito, 053 establece que las ferias y plataformas de comercio, se rigen bajo características generales y mismos parámetros, como la administración y un comité de adjudicaciones.

2.3.1 Comercio justo en base a la Constitución de la Republica

La constitución ecuatoriana nos menciona algunas bases relevantes en torno al comercio justo en el Art. 284:

“5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.

6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes” (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR , 2008, pág. 92) Es necesario conocer estos incisos los cuales nos mencionan la importancia de establecer una política económica la cual debe estar basada en promover las diferentes formas de redistribución y un desarrollo sustentable, para generar una solides, equidad y justicia social centradas en las relaciones económicas .

2.3.2 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular Solidario

“La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, en su definición (Art. 1) ampara a los emprendimientos de Comercio Justo como formas de organización basadas en "relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad" (COMERCIO EXTERIOR, 2017, pág. 7) Este articulo fortalece las bases para la creacion de un modelo economico inclusivo que tiene como principios clave la justicia social la cual se base en la proteccion de los derechos de trabajadores y productores; las mismas ayudan a garantizar condiciones laborales dignas y justas.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria establece un marco legar que lo respalda, apoyando así las practicas económicas justas, esta ley facilita a las organizaciones y cooperativas que puedan expandirse con alineación a estos principios, orientados en el buen vivir.

2.3.3 Normativa Internacional

“El movimiento de Comercio Justo tiene como objetivo crear un ambiente en el cual las políticas del sector público y privado apoyen la sostenibilidad económica, social y ambiental del comercio para que los/las pequeños/as productores/productoras y trabajadores/trabajadoras puedan lograr medios de vida sostenibles ejerciendo sus derechos y libertades, y ganándose ingresos dignos a través de negocios viables y resilientes” (Organization, 2018, pág. 18)

Varias de las organizaciones en el Ecuador se fundan y adhieren a las normativas y certificaciones internacionales de comercio justo las mismas que aseguran que los productores cumplan con los estándares de justicia social y ambiental, en relación a las leyes nacionales y locales. Uno de estos organismos es la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) el cual se encarga de apoyar y promover el comercio y los modelos de negocio a nivel mundial, asegurando que las organizaciones cumplan con los principios éticos en las prácticas comerciales

2.3.4 Base legal de la administración de las ferias populares del Distrito Metropolitano de Quito

Según la ADC (2008), la Ordenanza Metropolitana 053, expedida por el Consejo Metropolitano de Quito, “regula la prestación del servicio de abastecimiento y comercialización de productos alimenticios que se expiden en las ferias municipales existentes en los mercados y plataformas del distrito”. (Báez, 2017. p. 21)

La ordenanza consta de algunos artículos que facultan la planificación, organización, control y sistema de comercialización de la ciudad.

1. Creación de puestos comerciales, mediante un órgano que autorice la posesión de ellos.
2. Fijación de precios directos e indirectos.
3. Control de las obligaciones y las sanciones de los comerciantes. (ADC, 2008)
4. Elección de inspectores encargados de la administración del espacio.

La promoción del comercio justo a través de leyes y ordenanzas es fundamental para asegurar que los productores y trabajadores reciban un trato justo y equitativo. Además de las leyes específicas, las políticas públicas y las certificaciones internacionales desempeñan un papel crucial en la promoción del comercio justo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Método de la investigación

El método de investigación que se utiliza en esta investigación, es el método cuantitativo mismo que permite al investigador realizar una amplia descripción del objeto de estudio, además faculta la comprensión de los fenómenos sin alterar su contexto y funcionamiento sometido a cuantificación numérica. Las investigaciones de corte cuantitativo, permiten que el estudio pueda ser retomado a futuro y categorizado por otros investigadores.

Método Deductivo. – Mediante este método, se podrá obtener conclusiones generales sobre las ferias populares y el desarrollo local que la economía del barrio la Floresta atraviesa, además de permitir identificar los factores que están implícitos en el proceso racional que consiste en llegar al conocimiento de varios casos, a partir de conocimientos universales. Esto se analiza desde la influencia de los supermercados en las ferias populares y la competencia comercial de las ferias populares de la Floresta, en comparación con los mercados y ferias de la ciudad de Quito.

Según (Rodríguez, 2023) menciona que:

La deducción es uno de los principales métodos de razonamiento o conclusión y un método de investigación imprescindible. En sentido amplio, por deducción se entiende toda conclusión a la que lleguemos después de un razonamiento. En un sentido más estricto y específico la deducción se entiende como la demostración o derivación certera de la afirmación o consecuencia de una o de varias afirmaciones o premisas sobre la base de las leyes de la lógica. (párr. 4)

Método Analítico. - A través del método analítico, se utilizó técnicas estadísticas para la caracterización de las respuestas emitidas por la comunidad de feriantes de la localidad para comprobar la hipótesis planteada.

3.2 Tipo de Investigación

Investigación descriptiva. - Conforme el desarrollo del presente proyecto, la investigación de carácter descriptiva, permitió definir la economía y el análisis del desarrollo local sobre

los factores socioeconómicos

que se

generan en las ferias populares del barrio la Floresta, y las dinámicas comerciales presentes en el sector.

3.3 Técnicas e instrumentos de investigación

3.3.1 Encuesta semiestructurada abierta. - La técnica de investigación, permite realizar el levantamiento de información conforme a un diseño previo que ayuda a la determinación de factores socio económicos y locales, así como las necesidades de dar respuesta a la problemática. Según el autor Anguita (2003), menciona que la encuesta es “la técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.”. (p.5) La aplicación de la encuesta, se realizó mediante un cuestionario de preguntas que permitió comprender la forma en que se desarrollan las ferias populares y la contribución en el desarrollo local.

3.3.2 Cuestionario. - El cuestionario es una herramienta de investigación que contiene una serie de preguntas utilizadas para la obtención de información referente al tema propuesto. Según Meneses (2013) “el cuestionario es la técnica o instrumento empleado para el diseño, administración, y a la recogida de los datos”. (p.9)

3.4 Criterio de inclusión y criterio de exclusión

3.4.1. Criterio de inclusión: Se realiza la aplicación de encuestas a los comerciantes de las ferias populares del barrio la Floresta, pertenecientes a las edades de 20 a 40 años entre hombres y mujeres mismos que son relevantes en la investigación para el correcto uso de la recolección de datos.

3.4.2. Criterio de exclusión: Se exceptúa la aplicación de encuesta a los feriantes aledaños al barrio la Floresta: niños, trabajadores de supermercado, clientes y feriantes que no están vinculadas al entorno mercado, cultura de las ferias populares.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población definida para la aplicación de la encuesta referente a esta investigación son los feriantes de las ferias populares del barrio la Floresta en la ciudad de Quito. El autor Condori (2020) menciona que: “La población de estudio son los elementos accesibles o unidad de análisis que pertenecen al ámbito especial donde se desarrolla el estudio”. (p. 3) No existe un número total de feriantes, razón por la que se tomará la muestra como desde una población finita.

3.5.2 Muestra

Para la obtención del tamaño muestral de una población sin datos, se parte de la siguiente fórmula $n = Z^2 p q / \alpha^2$, donde:

Z = Nivel de confianza $(1 - \alpha)$

α = Error de estimación máxima.

p = Probabilidad favorable de éxito.

q = $(1 - p)$ probabilidad de proporción favorable.

$$Z = 1 - 0,10/2$$

$$n = Z^2 p q / \alpha^2$$

$$Z = 0,95$$

$$n = 1,63 * 2 (0,5) (0,5) / (0,10)^2$$

$$Z = 0,03 + 1,6$$

$$n = 66,42$$

$$Z = 1,63 \text{ valor en tablas}$$

$$n = 66$$

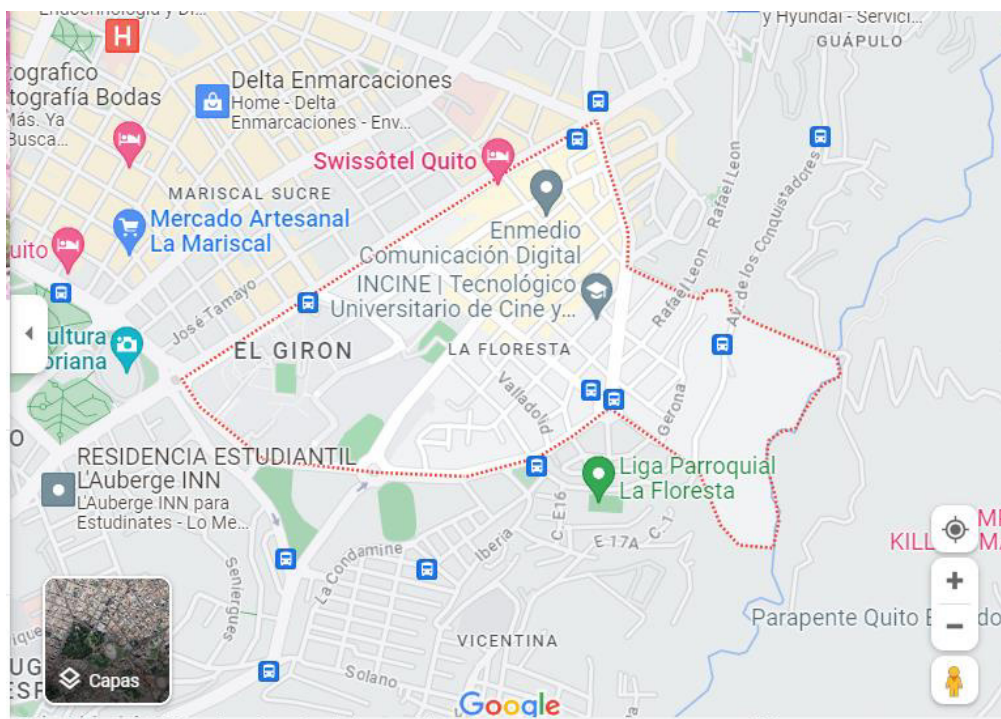
Muestra: 66 feriantes.

3.6 Localización geográfica del estudio

La segmentación geográfica de este estudio se realiza en la ciudad de Quito, capital de Ecuador ubicado a la altura de las laderas de los Andes a 2,850m. La Floresta se encuentra situada entre el barrio la Vicentina y la Colón.

Figura 1

Mapa geográfico del barrio la Floresta en la ciudad de Quito.



Nota: Imagen tomada de Google maps.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como ya se ha mencionado a lo largo de la investigación, las ferias populares son espacios destinados para la activación económica, intercambio comercial, artesanal, productivo y social, que busca representar la identidad y cultura de un sector. Dentro del capítulo, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 66 comerciantes de las Ferias Populares del barrio La Floresta, ubicada en la ciudad de Quito. La recolección de datos se obtuvo mediante la aplicación de la encuesta semiestructurada, donde los feriantes establecieron sus criterios sobre la influencia de sus negocios en el desarrollo económico. La encuesta se encuentra dividida en dos categorías que responden a las variables de estudio:

- Mercado cultural / ferias populares
- Economía del barrio la Floresta

Inicialmente, se presentan los datos generales de los participantes de la encuesta:

4.1.1. Datos generales

En un primer acercamiento sobre los aspectos generales de la población encuestada, se les cuestionó sobre la identidad y productos que se ofertan dentro de las ferias populares del barrio la Floresta, donde se determinó que, el 44% de la población pertenecen al género masculino, mientras que el 56%, corresponde al género femenino, cuestión que no supone una diferencia significativa del comercio en términos de género. Seguidamente, se estableció las edades de los feriantes, quienes en su mayoría con el 35%, pertenecen a un rango de edad joven de entre (20 – 25), seguido de las edades entre (26 – 30), con un 26%, (36 – 40), con un 21% y (31 – 35), con el 18%. Posteriormente, se evaluó la autoidentificación étnica, donde la mayor parte de la población estudiada, corresponde a mestiza con el 65%, seguidos del 17%, como afrodescendientes, el 14% indígenas, y el 5% montuvio.

La participación de los comerciantes en las ferias populares de la Floresta, permitió evidenciar el mercado cultural ofertado, los grados de acogida, las estrategias de venta, los problemas estructurales y la contribución de las dinámicas económicas de las ferias populares al desarrollo económico local. La investigación se centró en analizar el mercado y la cultura en la contribución al crecimiento económico del barrio la Floresta, por tal razón, dentro de la población encuestada, las mercancías más ofertadas son: alimentos preparados, artesanías,

prendas de vestir, productos

orgánicos, confites, emprendimientos a base de esténcil etc. Los datos obtenidos, se visualizan en las figuras: 2, 3, 4 y 5 que se muestran a continuación:

Tabla 3

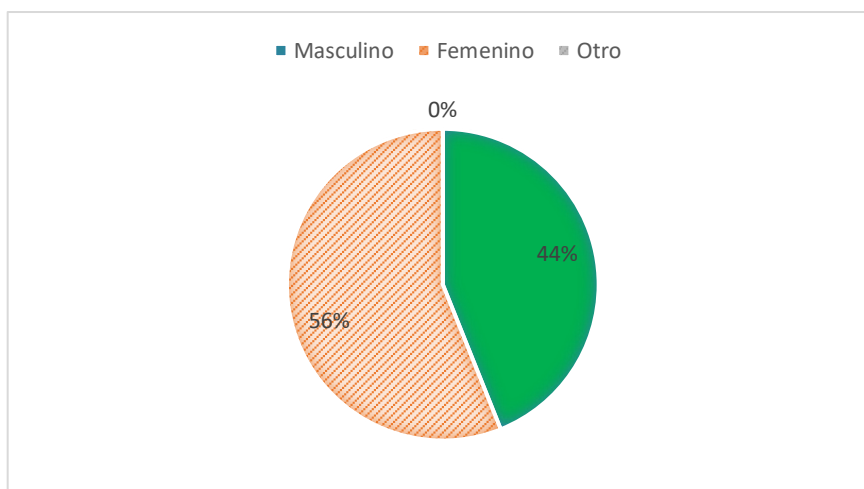
Género

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	29	44%
Femenino	37	56%
Otro	0	0%
TOTAL	22	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 2

Género



Nota: Elaboración propia, en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

En relación a los datos generales comprendidos en género, se destacan los siguientes resultados: El 44% de los encuestados comprendidos en 29 personas se identifican con el género masculino; mientras que el 56% comprendidas en 37 personas como femenino. Lo que nos indica que las mujeres en su mayoría se dedican a este tipo de trabajos informales que les permite no solo adquirir un ingreso extra a sus hogares, sino que también les brinda la flexibilidad para el tiempo dedicado a las labores de su hogar e hijos.

Tabla 4

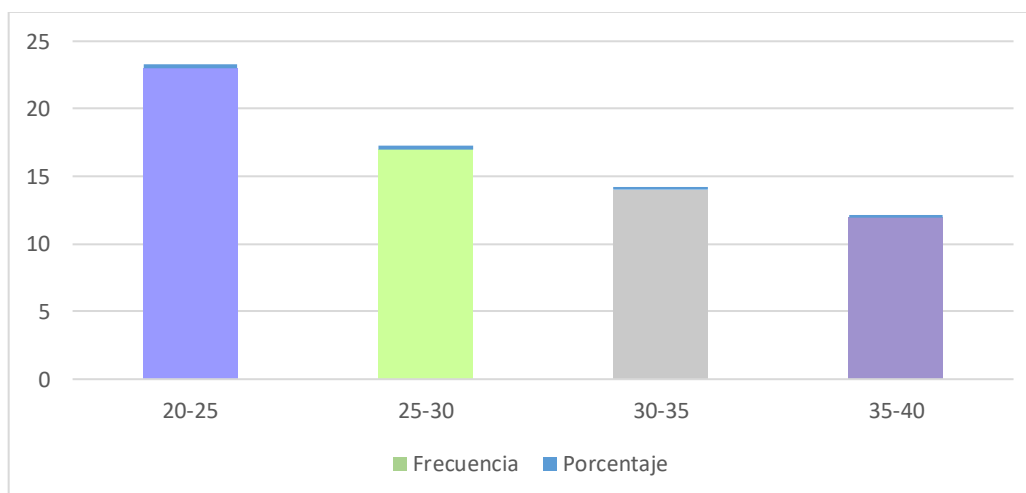
Edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
20-25	23	35%
26-30	17	26%
31-35	14	21%
36-40	12	18%
TOTAL	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 3

Edad



Nota: Elaboración propia, en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos arrojados, revelan que, el 35%, de los encuestados se encuentran entre 20 a 25 años de edad, el 26% en edades entre 25-30; mientras que el 21% entre edades de 30 a 35; finalmente el 18% entre los 35 y 40; esta información es importante tomarla en cuenta ya que nos proporcionara información más amplia sobre la población estudiada.

Tabla 5

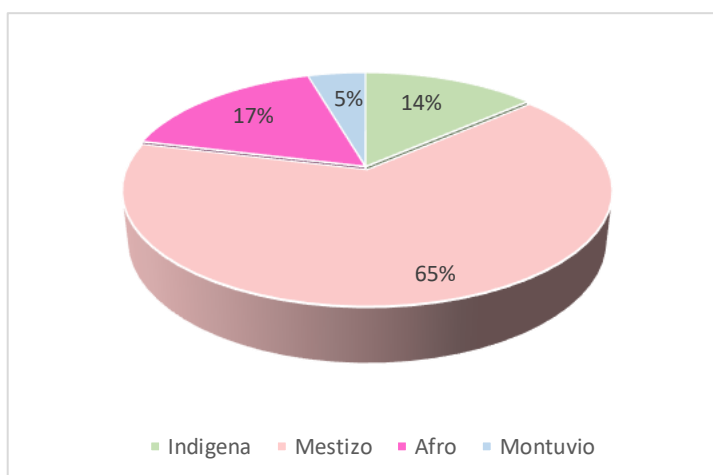
Autoidentificación étnica

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Indígena	9	14%
Mestizo	43	65%
Afro	11	17%
Montuvio	3	5%
TOTAL	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 4

Autoidentificación étnica



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos obtenidos sobre la “autoidentificación étnica”, determinan que, el 65% de los encuestados se consideran mestizos, seguidas del 17%, como personas afrodescendientes; el 14% de población indígena y con un 5% montuvio.

Tabla 6

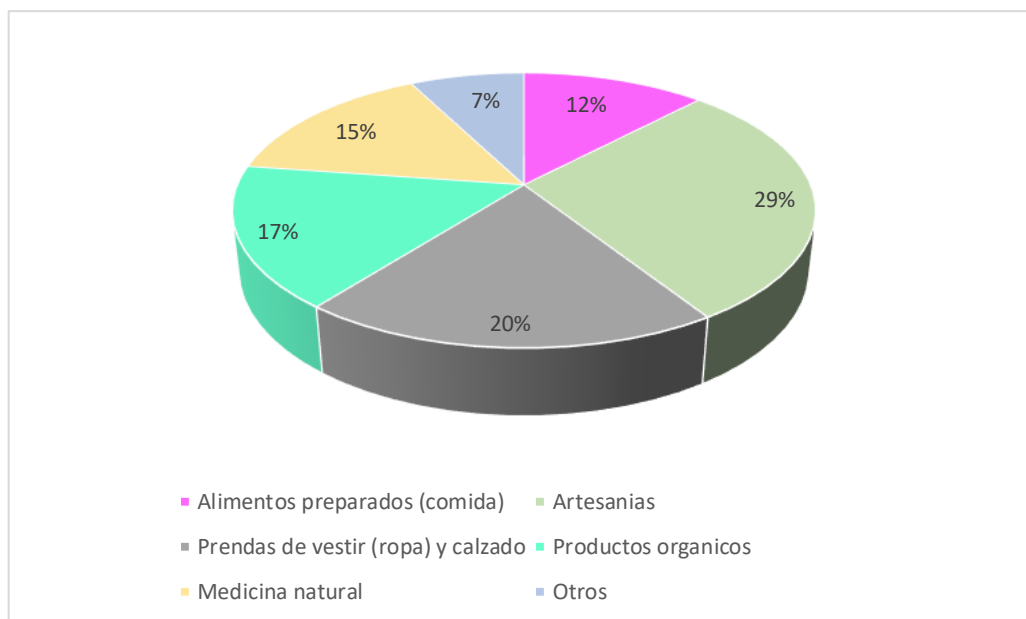
Marque con una (x) el tipo de mercancía que usted oferta.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Alimentos preparados (comida)	8	12%
Artesanías	19	29%
Prendas de vestir (ropa) y calzado	13	20%
Productos orgánicos	11	17%
Medicina natural	10	15%
Otros (confites y emprendimientos)	5	8%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia, en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 5

Marque con una (x) el tipo de mercancía que usted oferta.



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos arrojados exponen que el tipo de mercancía que ofertan los comerciantes de las ferias populares son los siguientes: el 12 % de los participantes ofertan alimentos preparados (comida), el 29% de los encuestados expendieron artesanías, mientras que el 20% prendas de vestir (ropa) y calzado, el 17% productos orgánicos, el 15% medicina natural y el 8% que corresponde a otros.

4.1.2. Variable I: Mercado cultural /ferias populares

Las grandes cadenas comerciales, facilitó la inserción de nuevas fuentes de crecimiento económico que impulsarían el desarrollo local, como un medio para insertar a las poblaciones locales en las dinámicas económicas más grandes. Los mercados regionales, fueron los principales espacios de intercambio económico, la influencia comercial se rigió bajo preceptos economicistas de oferta y demanda a bajos costos, regulados por los comerciantes. De esta manera, el mercado se convirtió en una institución física permanente, donde los comerciantes establecieron sus negocios como una fuente de empleo fija, en el que su principal objetivo, era abastecer de productos básicos a los sectores aledaños.

A medida que las nuevas tendencias de comercio surgen, se emplean mecanismos para ofertar productos de forma esporádica, en eventos, festividades, desfiles, etc., así nacen las ferias populares, que permitieron la participación de la cultura en el despliegue económico y facultó la inserción de nuevos productos al mercado cultural. Las ferias populares, son un conglomerado de puestos comerciales, que se encargan de expender sus productos a la población de forma esporádica, es decir, comercian sus productos de forma ocasional. Hasta el año 2019, Hollestein, menciona que las ferias populares de algunos de los barrios de la ciudad de Quito, incluido el barrio la Floresta, ofertaban sus productos de forma casual, lo que suponía un crecimiento económico poco sostenible.

Sin embargo, los datos obtenidos sobre la encuesta aplicada a los comerciantes, muestran un cambio significativo, en el que el 11% de los encuestados expenden sus productos todos los días, el 14%, de lunes a viernes, sumando el número de feriantes ocasionales al 48%. Estos datos supondrían la existencia de otro trabajo fijo y la respuesta a una ocupación del puesto de forma ocasional. En las escalas de medición de la variable: *mercado cultural*, los participantes consideran que los productos que ofertan son solicitados por los clientes con una frecuencia positiva de: muy frecuentemente 9%, frecuentemente 50%, ocasionalmente 33% y, rara vez 8%. Los datos muestran que los productos que se ofrecen, son aceptados por los clientes y, por tanto, son competitivos en el mercado. Además, los productos que se ofertan, pasan por una serie de estrategias para que sean vendidos, algunas de ellas son ofrecer el producto por distintos medios, acoplar los productos a las exigencias de los consumidores y reducir el precio frente a la competencia, lo que, desde la percepción de los participantes, mejora su economía de forma satisfactoria.

En los mercados y ferias, la identidad se ve reflejada por los productos de una cultura específica que se expende. En ese sentido, los bienes y servicios que se ofertan, se caracterizan por tener un valor simbólico. En el caso del colectivo la Floresta, se realizan ferias en las que se ofertan productos relacionados con los nuevos enfoques culturales y la tradición del colectivo. Los productos que se ofertan dentro de las ferias populares, buscan integrarse a los modelos de competencia a nivel nacional, como una fuente de patrimonio cultural. Las ferias populares de la Floresta, han llegado a establecerse como espacios culturales de intercambio económico, que constituyen una estructura social que busca gestionar alternativas innovadoras para el desarrollo local y alcance productivo de todos los grupos sociales que conforman la localidad.

Cabe hacer mención que, los encuestados consideran que las mejores épocas comerciales son los días de ferias y los eventos culturales impulsados por el sector, debido a que dentro de estos escenarios se genera más acumulación de personas, además de que los productos contribuyen con el desarrollo del sector y fomentan una economía solidaria. A continuación, se muestran los datos obtenidos de la primera variable, mismos que se representan en las figuras: 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12.

Tabla 7

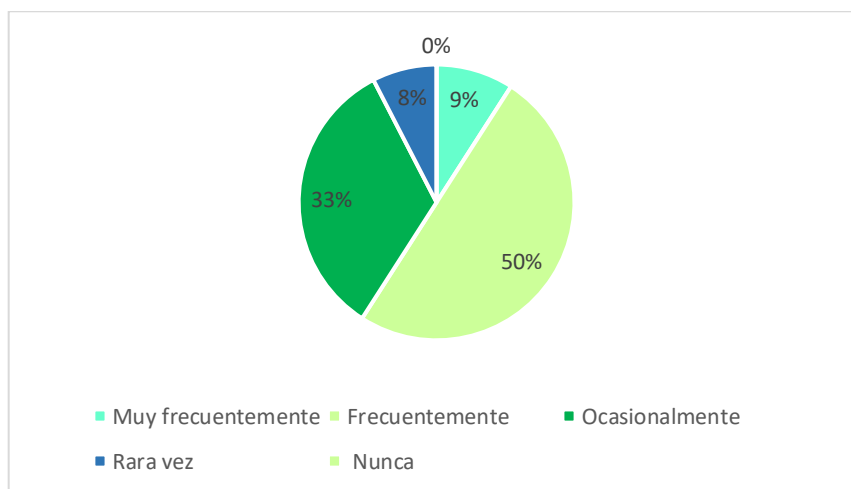
Pregunta 1. ¿Con que frecuencia el producto que usted oferta es solicitado por sus clientes?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	6	9%
Frecuentemente	33	50%
Ocasionalmente	22	33%
Rara vez	5	8%
Nunca	0	0%
TOTAL	66	100%

Nota: Elaboración propia, en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 6

Pregunta 1: ¿Con que frecuencia el producto que usted oferta es solicitado por sus clientes?



Nota: Elaboración propia, en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos arrojados, muestran que el 50% de los encuestados mencionan que su producto cultural es solicitado frecuentemente, el 33% de los participantes consideran que sus productos son solicitados muy frecuentemente, lo que supone la existencia de satisfacción clientelar. El 9%, consideran que los productos que ofertan son solicitados de forma ocasional por los clientes; mientras que el 8%, manifiestan que rara vez existe la aceptación por parte de los clientes.

Tabla 8

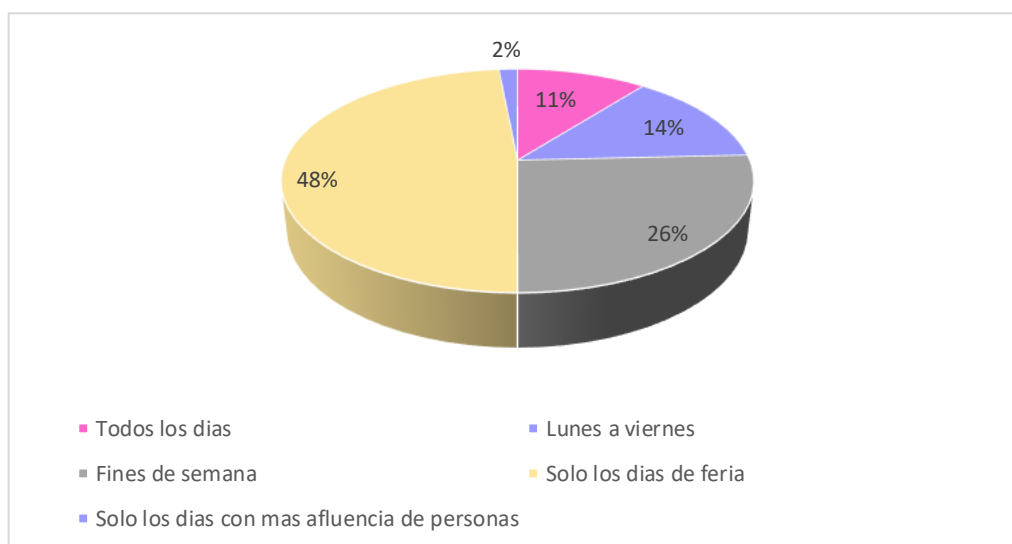
Pregunta 2. ¿Cuáles son los días de atención en su puesto de mercadeo?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	7	11%
Lunes a viernes	9	14%
Fines de semana	17	26%
Solo los días de feria	32	48%
Solo los días con más afluencia de personas	1	2%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia, en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 7

Pregunta 2. ¿Cuáles son los días de atención en su puesto de mercadeo?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

En base a los datos recopilados, la atención de los puestos comerciales de las ferias populares del barrio la Floresta son los siguientes: El 48% de los encuestados respondieron a sólo los días de feria, el 26% los fines de semana, el 14% de lunes a viernes, el 11% todos los días y el 2% sólo los días con más afluencia de personas.

Tabla 9

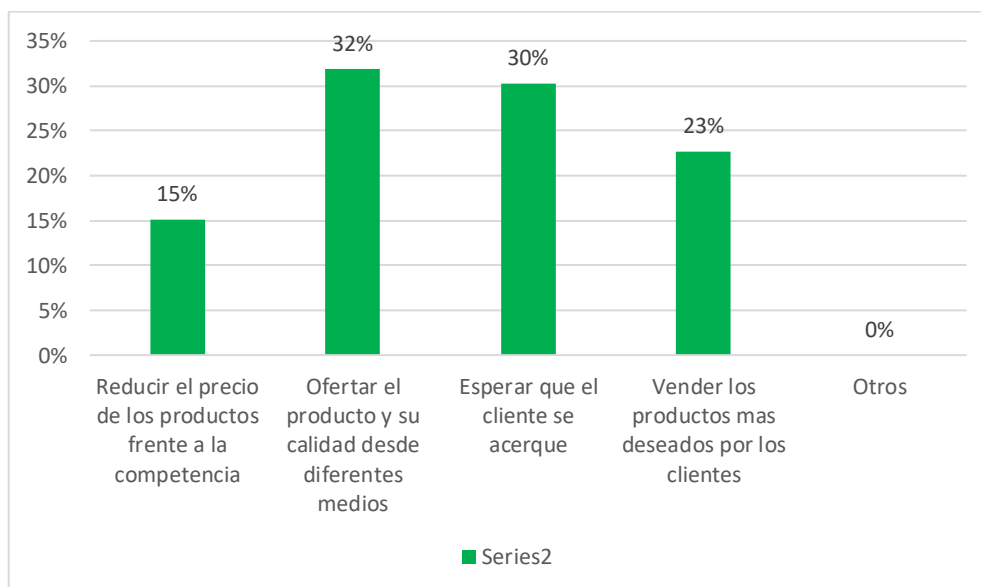
Pregunta 3. ¿Qué actividades realiza para atraer más clientes?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Reducir el precio de los productos frente a la competencia	10	15%
Ofertar el producto y su calidad desde diferentes medios	21	32%
Esperar que el cliente se acerque	20	30%
Vender los productos más deseados por los clientes	15	23%
Otros	0	0%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 8

Pregunta 3. ¿Qué actividades realiza para atraer más clientes?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

La siguiente pregunta fue respondida de la siguiente manera: con 32% ofertar el producto y su calidad de diferentes medios, el 30% esperar que el cliente se acerque, lo 23% vender los productos más deseados por los clientes, el 15% reducir el precio de los productos frente a la competencia.

Tabla 10

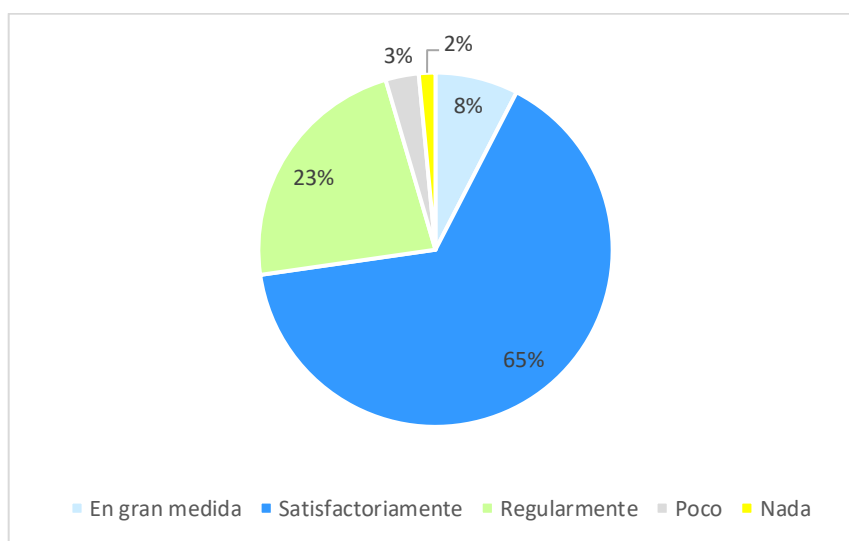
Pregunta 4. Según la respuesta anterior ¿Ha mejorado su economía?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
En gran medida	5	8%
Satisfactoriamente	43	65%
Regularmente	15	23%
Poco	2	3%
Nada	1	2%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia, en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 9

Pregunta 4. Según la respuesta anterior ¿Ha mejorado su economía?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos obtenidos exponen que, con la implementación de estrategias de atracción clientelar, ha mejorado la economía de los comerciantes. El 65% considera que su economía ha mejorado satisfactoriamente, el 23% menciona regularmente, el 8% en gran medida, el 3% poco y el 2% nada. Esto depende de las actividades que cada uno de los comerciantes realiza para llamar la atención.

Tabla 11

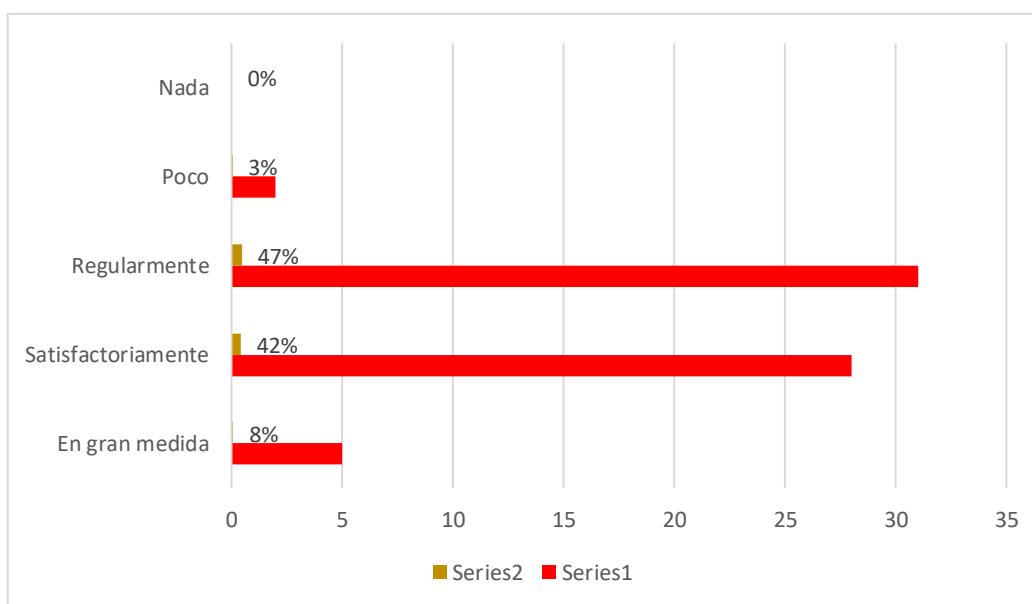
Pregunta 5. ¿Cree usted que su producto contribuye a la economía del barrio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
En gran medida	5	8%
Satisfactoriamente	28	42%
Regularmente	31	47%
Poco	2	3%
Nada	0	0%
TOTAL	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 10

Pregunta 5. ¿Cree usted que su producto contribuye a la economía del barrio?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos obtenidos, muestra la influencia de los productos expendidos desde la percepción de los encuestados en la economía del barrio. El 47% menciona que regularmente, el 42% que el producto contribuye satisfactoriamente, el 8% en gran medida, el 3% poco y el 0% nada. Dichas respuestas suponen en el nivel de acogida que tiene el producto y el desarrollo que se genera en la localidad.

Tabla 12

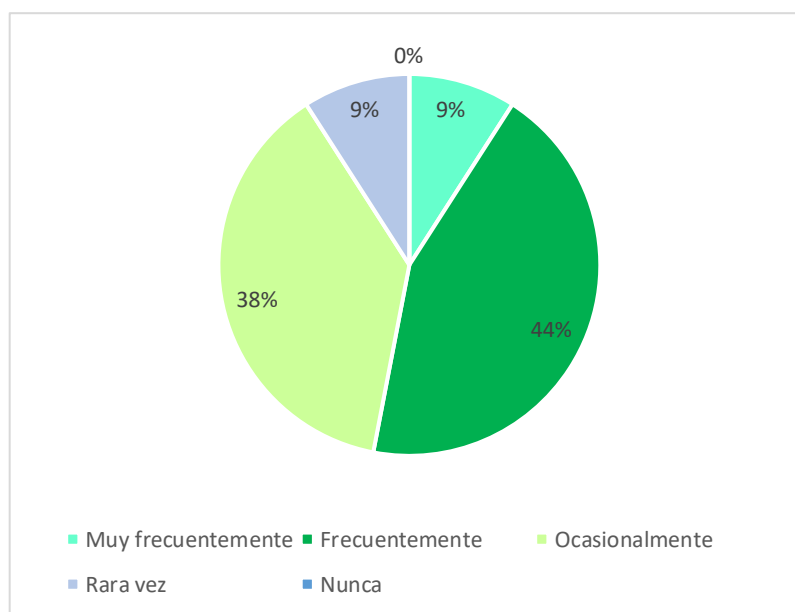
Pregunta 6. ¿Con que frecuencia cree usted que la cultura y organización del barrio la Floresta genera un desarrollo económico y social a la localidad?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	6	9%
Frecuentemente	29	44%
Ocasionalmente	25	38%
Rara vez	6	9%
Nunca	0	0%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 11

Pregunta 6. ¿Con que frecuencia cree usted que la cultura y organización del barrio la Floresta genera un desarrollo económico y social a la localidad?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

La percepción de los encuestados, sobre la influencia de la cultura y organización del barrio la Floresta en el desarrollo económico y social de la localidad, mencionan que: el 44%, consideran que la cultura y la organización contribuyen frecuentemente, el 38% ocasionalmente, el 9% muy frecuentemente, el 9% rara vez y el 0% nunca.

Tabla 13

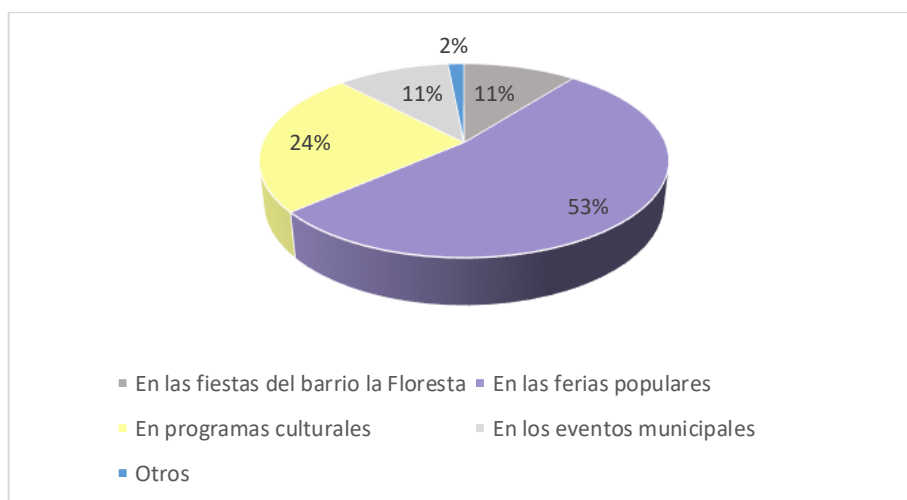
Pregunta 7. ¿Cuáles son los eventos que le permiten exhibir y ofertar su producto con mejores resultados?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
En las fiestas del barrio la Floresta	7	11%
En las ferias populares	35	53%
En programas culturales	16	24%
En los eventos municipales	7	11%
Otros	1	2%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 12

Pregunta 7. ¿Cuáles son los eventos que le permiten exhibir y ofertar su producto con mejores resultados?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Acerca de los eventos donde los feriantes puedes ofrecer sus productos con mejores resultados, los encuestados mencionan que: En las ferias populares el 53%, en programas culturales 24%, en ferias del barrio la Floresta 11%, en eventos municipales 11% y con un 2% otros.

4.1.3. Variable II: Economía del Barrio la Floresta

La segunda variable planteada, analiza la influencia del mercado cultural de las ferias populares del barrio la Floresta, en el crecimiento económico de la localidad. El mercado cultural, desde sus inicios, se ha presentado como un elemento importante en el impulso al crecimiento económico, debido a que las nuevas tendencias comerciales requerían la inserción de nuevos productos para la expansión global. En las ferias y mercados de la ciudad de Quito, las ferias culturales fueron espacios de recreación destinados para la activación económica y crecimiento de los nuevos emprendedores, mediante la exhibición de sus bienes como: medicina natural, productos de primera y segunda necesidad, prendas de vestir y calzado, artesanías características de algún pueblo, pinturas, etc., que buscaban difundir la cultura quiteña. A partir de dicha visión, se inserta a la cultura dentro de los procesos económicos, con el fin de obtener beneficios monetarios por el producto.

No obstante, la globalización comercial, desarrolló espacios donde las grandes cadenas de supermercados, intervinieron en el crecimiento de las ferias y mercados locales, debido a que geográficamente empezaron a situarse cerca de los mercados, generando una absorción clientelar significativa. Hollestein (2019), quien analizó las ferias y mercados de la ciudad de Quito, menciona que las ferias populares de la Floresta, se encuentran en un nivel de baja competitividad, a pesar de que los bienes son novedosos, esto se debe a que las ferias se realizaban de forma ocasional. Sin embargo, los feriantes encuestados, consideran que su economía ha mejorado, aunque el 26% de ellos mencionan que uno de los principales problemas que poseen es la relación de competencia con los supermercados comerciales más grandes, y el 29%, consideran que existen largas cadenas de intermediación. Además de que el mercado, sufre de actos delictivos frecuentemente.

A continuación, se muestran los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los feriantes del barrio la Floresta, en las figuras: 13, 14, 15 y 16.

Tabla 14

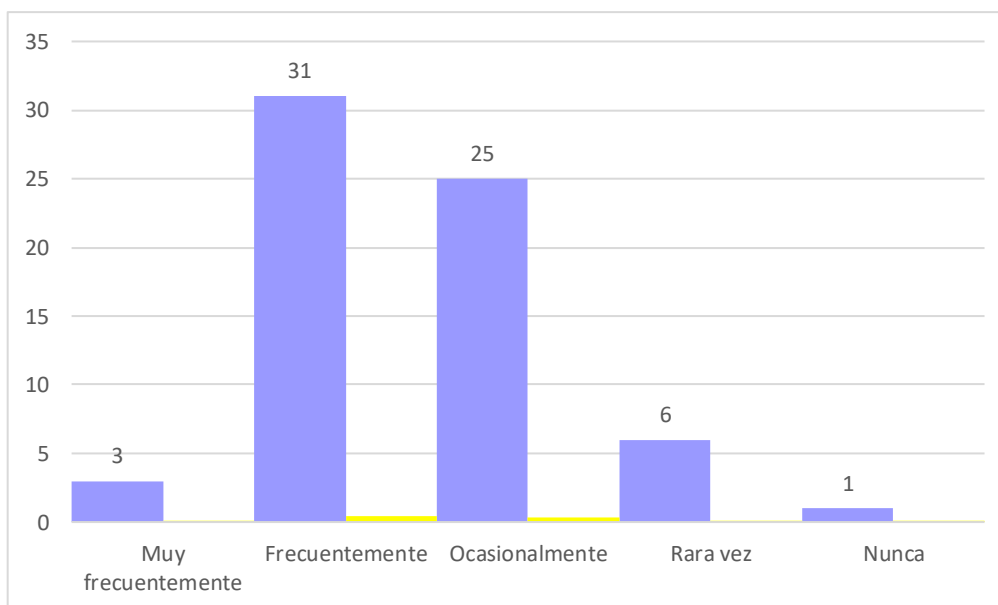
Pregunta 8. ¿Con que frecuencia dentro del mercado la Floresta se promueve una economía Popular y Solidaria?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	3	5%
Frecuentemente	31	47%
Ocasionalmente	25	38%
Rara vez	6	9%
Nunca	1	2%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 13

Pregunta 8. ¿Con que frecuencia dentro del mercado la Floresta se promueve una economía Popular y Solidaria?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos obtenidos muestran que, El 47% de los encuestados consideran que si existe una economía popular y solidaria la cual se presenta de forma frecuente, con un 38% considera que se genera dicha práctica de forma ocasional, con un 9% rara vez, un 5% muy frecuentemente y un 2% nunca.

Tabla 15

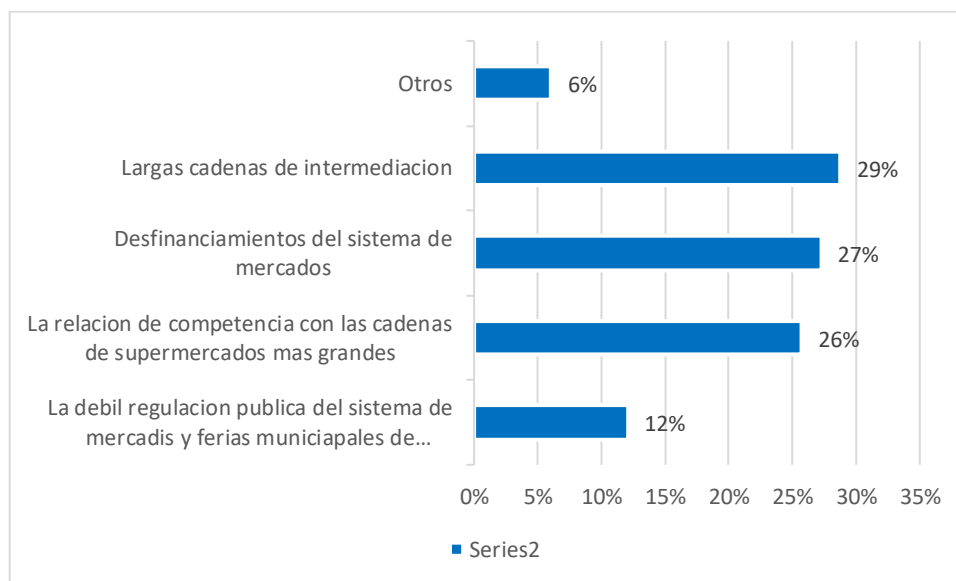
Pregunta 9. ¿Cuál cree usted que sea el principal problema que enfrenta el mercado de la Floresta?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
La débil regulación pública del sistema de mercados y ferias municipales de Quito (delincuencia)	8	12%
La relación de competencia con las cadenas de supermercados más grandes	17	26%
Desfinanciamientos del sistema de mercados	18	27%
Largas cadenas de intermediación	19	29%
Otros	4	6%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 14

Pregunta 9. ¿Cuál cree usted que sea el principal problema que enfrenta el mercado de la Floresta?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Sobre los problemas latentes dentro de las ferias populares de la Floresta, El 29% de los encuestados mencionan que el principal problema es con las largas cadenas de intermediación, el 27% con el desfinanciamiento del sistema de mercados, el 26% con la relación de competencia con las cadenas de supermercados más grandes, el 12% con la débil regulación pública del sistema de mercado y ferias municipales de Quito (delincuencia).

Tabla 16

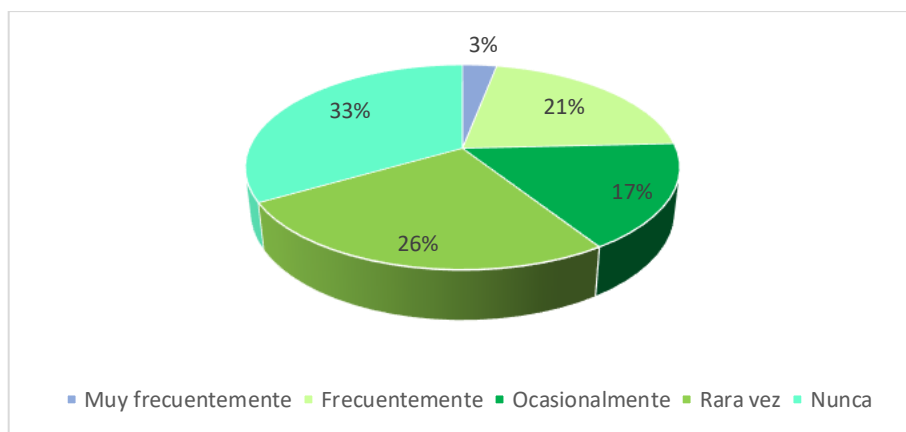
Pregunta 10. ¿Con que frecuencia se han presentado actos delictivos dentro del mercado?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	2	3%
Frecuentemente	14	21%
Ocasionalmente	11	17%
Rara vez	17	26%
Nunca	22	33%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 15

Pregunta 10. ¿Con que frecuencia se han presentado actos delictivos dentro del mercado?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los datos obtenidos descubren que, los encuestados han presenciado actos delictivos dentro del mercado, de los cuales, el 21% lo han presenciado frecuentemente, el 3% muy frecuentemente, el 17% ocasionalmente, el 26% rara vez; mientras que el 33%, nunca han presenciado un acto delictivo en el mercado.

Tabla 17

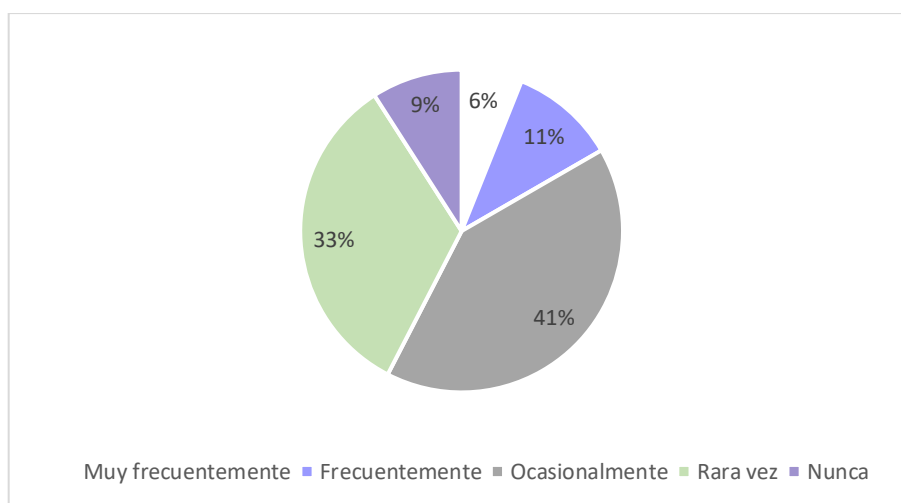
Pregunta 11. ¿Cree usted que las cadenas de supermercados afectan las ventas del mercado y ferias populares del barrio la Floresta?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	4	6%
Frecuentemente	7	11%
Ocasionalmente	27	41%
Rara vez	22	33%
Nunca	6	9%
TOTAL=	66	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 16

Pregunta 11. ¿Cree usted que las cadenas de supermercados afectan las ventas del mercado y ferias populares del barrio la Floresta?



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Los supermercados han tomado grandes espacios comerciales, donde su expansión ha generado el desbalance de los mercados. De la población encuestada el 41% considera que los supermercados afectan ocasionalmente en sus ventas, el 33%, el 11% frecuentemente, el 6% muy frecuentemente y el 9% nunca.

4.1.4. Cruce de variables

El cruce de variables es una guía estadística, que permite construir la relación existente entre los datos obtenidos en la investigación. Dentro del estudio, se presentó dos variables: el mercado cultural de las ferias populares y la economía ; donde la incidencia de ambas confluye en la percepción dada por los feriantes y comerciantes participantes de la investigación. Los datos más relevantes y que han servido para analizar la contribución de la variable dependiente sobre la independiente, son: los productos que se ofertan, los días de atención, las estrategias de atracción clientelar, la mejora en la economía de los encuestados, los fenómenos negativos que influyen en el libre mercado y los principales eventos donde se ofertan los bienes. A continuación, se presentan los resultados del cruce de variables.

4.1.4.1 Productos y días de atención

El análisis estadístico de los datos recolectados, evidencian la influencia de las estrategias económicas de las ferias populares del barrio la Floresta en la economía local. Los resultados muestran que, los alimentos preparados, que corresponden al 12% de población encuestada que más venden, lo realizan todos los días, con el fin de impulsar las ventas. Las artesanías, que son bienes característicos de la cultura y son vendidas por el 29% de la población encuestada, se expenden de lunes a viernes y corresponden al 14% de los participantes. Seguidamente, se encuentran las prendas de vestir y calzado vendido por el 20% de la población, mismos que se ofertan los fines de semana; al igual que los productos orgánicos, que son vendidos solo los días de feria. Es importante hacer notar, que el mercado cultural (artesanías), se mantiene como un mercado permanente y ofrece sus productos de lunes a viernes y es el que más satisfacción económica presenta. (Tabla 6; tabla 8)

Tabla 18

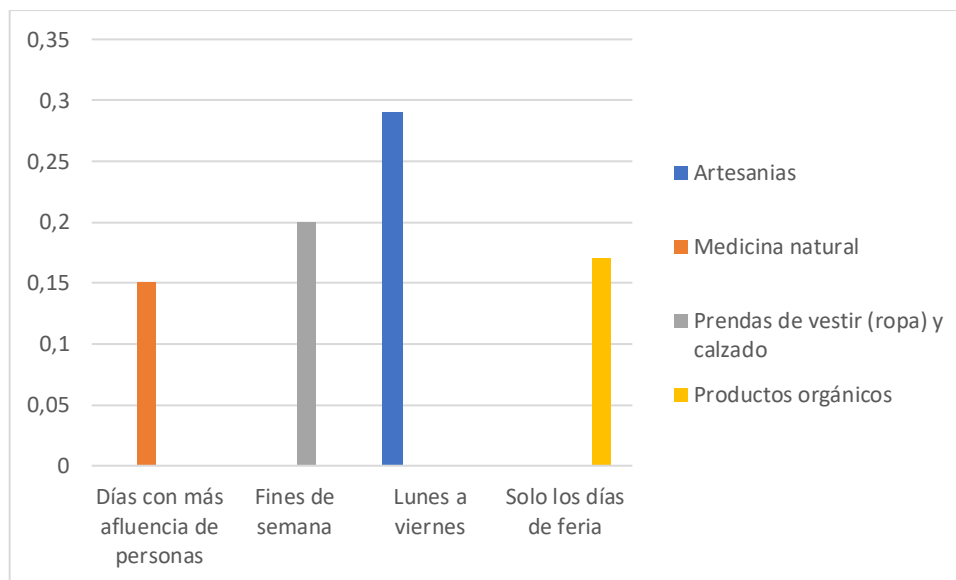
Productos y días que se expenden.

Productos	Porcentaje	Días de atención	Porcentaje
Alimentos preparados (comida)	12%	Todos los días	11%
Artesanías	29%	Lunes a viernes	14%
Prendas de vestir (ropa) y calzado	20%	Fines de semana	26%
Productos orgánicos	17%	Solo los días de feria	48%
Medicina natural	15%	Días con más afluencia de personas	2%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 17

Cruce de variables: Días de atención y alimentos que se expenden.



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

4.1.4.2 Estrategias de mercado y grados de satisfacción

Los datos obtenidos, muestran que la relación existente entre las estrategias que a diario realizan los comerciantes y feriantes para ofrecer sus productos y los grados de satisfacción que adquieren, van relacionados no solo con los productos que ofrecen, sino con los medios que utilizan para atraer clientes. El 32% de los comerciantes, ofertan sus productos y su calidad desde diferentes medios, obteniendo un grado satisfactorio de venta del producto. El 23% que venden los productos más solicitados por lo clientes, tienen un nivel económico regular. Y finalmente, quienes ofrecen sus productos reducidos frente a la competencia, suben su economía en gran medida, pero estos solo se componen del 15% de los encuestados. (Tabla 9; tabla 10)

Tabla 19

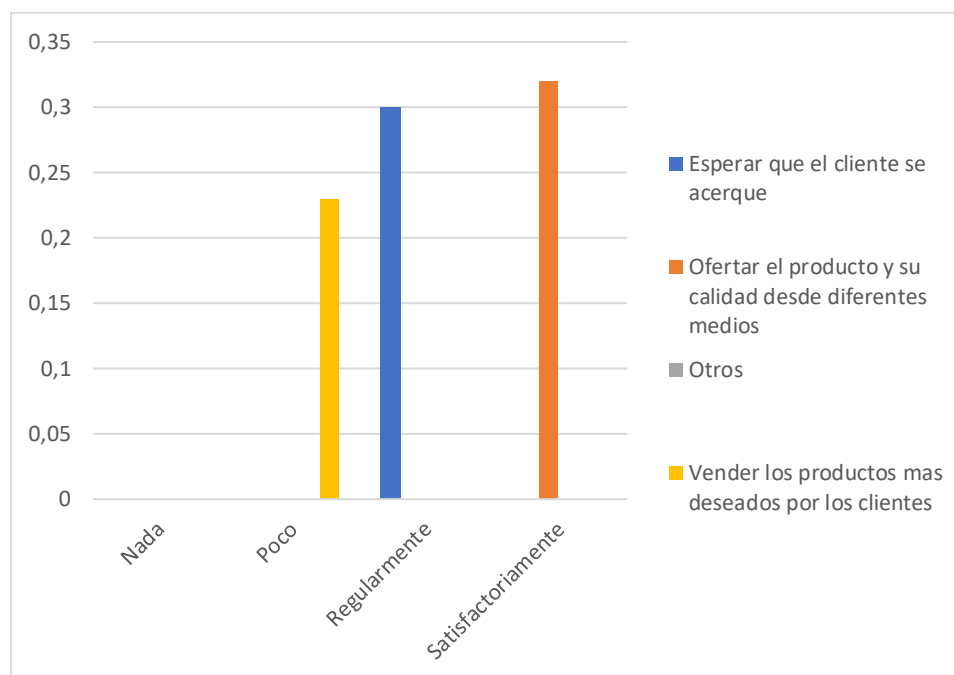
Estrategias de mercado y grados de satisfacción.

Opción de venta	Porcentaje	Satisfacción	Porcentaje
Reducir el precio de los productos frente a la competencia	15%	En gran medida	8%
Ofertar el producto y su calidad desde diferentes medios	32%	Satisfactoriamente	65%
Esperar que el cliente se acerque	30%	Regularmente	23%
Vender los productos más deseados por los clientes	23%	Poco	3%
Otros	0%	Nada	2%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 18

Cruce de variables: estrategias de mercado y días de satisfacción.



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

4.1.4.3 Problemas estructurales vs mejores días de ventas

Los problemas estructurales a los que se enfrentan los feriantes y comerciantes de las ferias populares de la Floresta, son principalmente la relación de competencia con las cadenas de supermercados, problema considerado por el 27% de los encuestados, y que sus ventas suben más los días de feria. El 12% de los encuestados consideran que la débil regulación del sistema de mercados y el desfinanciamiento, retrasan el crecimiento de las ferias y mercados. Sin embargo, aluden que, en los eventos culturales y organizativos del barrio, mejora en gran medida su economía, y por tanto existe la contribución al desarrollo del barrio. (Tabla 13; tabla 15)

Tabla 20

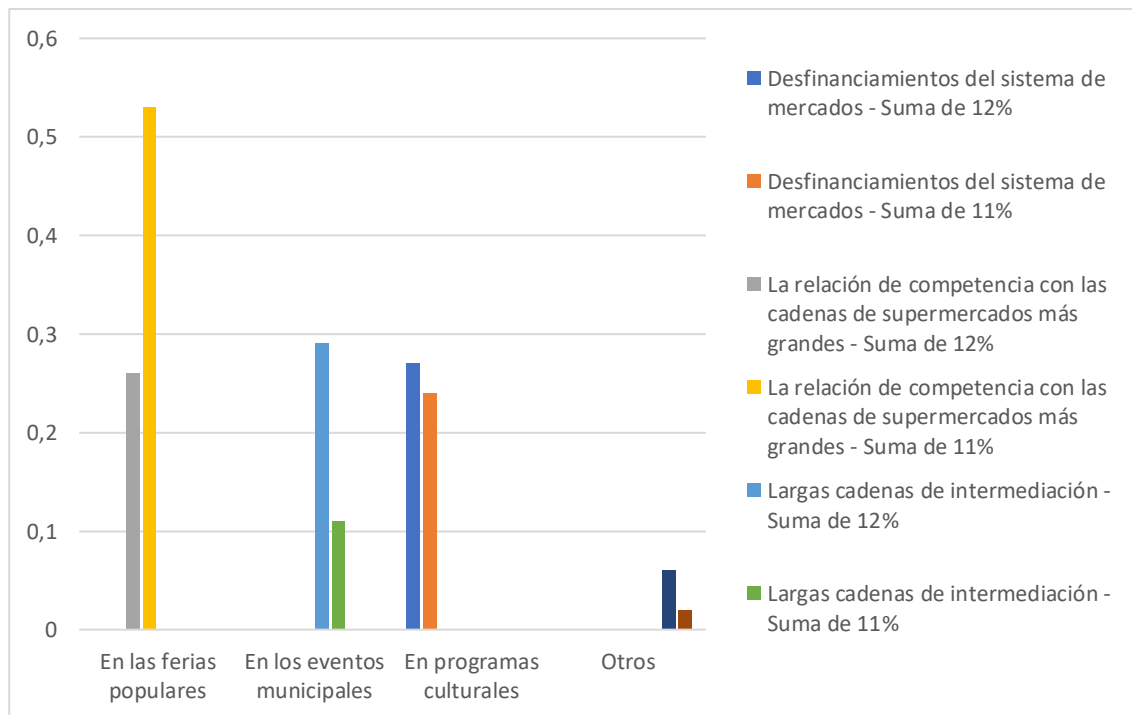
Problemas estructurales vs mejores días de ventas.

Problemas	Porcentaje	Mejores días de ventas	Porcentaje
La débil regulación pública del sistema de mercados y ferias municipales de Quito (delincuencia)	12%	En las fiestas del barrio la Floresta	11%
La relación de competencia con las cadenas de supermercados más grandes	26%	En las ferias populares	53%
Desfinanciamientos del sistema de mercados	27%	En programas culturales	24%
Largas cadenas de intermediación	22%	En los eventos municipales	11%
Otros	6%	Otros	2%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

Figura 19

Cruce de variables: problemas vs mejores días de ventas



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas al barrio la Floresta en la ciudad de Quito, periodo 2022-2023.

El desarrollo de la investigación permitió evidenciar algunos conflictos internos y procesos de innovación que han tenido las ferias populares, en las dinámicas de crecimiento económico local. El aporte del mercado cultural de las ferias populares, supone un análisis más profundo sobre la verdadera contribución en la economía del barrio la Floresta y la posición económica frente a otros mercados y ferias del Distrito Metropolitano de Quito. Las ferias populares, desde sus inicios (1989: política nacional) fueron consideradas espacios de intercambio comercial, organizadas por los comerciantes locales, con el fin de obtener réditos extras; el fin práctico era contrarrestar la escasez de los productos a nivel local. Los productos que se intercambiaban eran de primera necesidad, como bienes agrícolas, abarrotes, carnes y lácteos; sin embargo, la inserción de la cultura en el mercado, permitió la cooperación económica cultural en el desarrollo local. Dentro del análisis teórico sobre la influencia del mercado cultural en la economía de las ferias populares de la ciudad de Quito, se logró evidenciar las estructuras de intercambio que dificultan el buen uso del espacio, la venta del producto y temporalidad de los mercados.

La Floresta, es considerado uno de los barrios con más elementos culturales y emprendimientos, que busca impulsar los productos artesanales locales y comercializar en los distintos sectores. Hasta el año 2019, según las investigaciones de Hollestein, las ferias populares se presentaban como espacios de mercado temporal, donde los feriantes expendían sus productos solo en eventos municipales, culturales u organizativos; sin embargo, los encuestados de la investigación, en su mayoría, han establecido sus negocios de forma permanente, esto permite comprender que los productos que se ofertan son una necesidad básica y son solicitados por lo clientes frecuentemente. Los bienes que ofertan los comerciantes son: alimentos preparados (comida), artesanías, que son elementos claves de la cultura, ropa y calzado, productos orgánicos y medicina natural.

4.2.1. Mercado cultural/ Ferias Populares

Dentro de la primera variable de análisis, el mercado cultural de las ferias populares, evidencia la relación existente entre el producto y los grados de satisfacción del cliente dentro de un mismo nivel, relegando cualquier otro tipo de relación y vínculo comercial del mercado. El

mercado cultural, son todos los bienes y servicios propios de una localidad que son ofertados como productos, la influencia de este tipo de productos resalta en el valor simbólico que tiene para los emprendedores y comerciantes. Dentro de las ferias populares, el mercado cultural se evidencia en los procesos de creación de los espacios destinados a la venta de productos, especialmente platos tradicionales, artesanías, ropa y calzado, medicina natural y accesorios; la presentación de dichos productos, era de forma ocasional, sin embargo, los participantes de la encuesta mencionan que han trasladado la actividad a un mercado permanente.

A pesar de que el barrio cuenta con estrategias económicas, procesos culturales y turismo; que son una gran iniciativa para el desarrollo local y una economía justa y solidaria para compradores y para productores, con énfasis en la contribución de nuevas iniciativas, proyectos innovadores, artísticos y culturales; no comprende una dinámica económica satisfactoria en cuestiones culturales, el 15% de los encuestados, mencionan que una estrategia latente en sus negocios para atraer clientes, es reducir el precio de sus productos a las necesidades de las personas. Esta técnica comercial, resulta si la totalidad de los productos ofertados excede el valor al que se reduce para evitar pérdidas. Pero, por otro lado, el 32%, optan por ofertar el producto y su calidad desde diferentes medios, lo que ha mejorado la economía de un 65% de los encuestados.

En ese sentido, las ferias populares se van caracterizando y delimitando por varias actividades del entorno que constituyen la raíz del fortalecimiento económico de la localidad, por su oferta artesanal, la producción de arte, la producción orgánica y de servicios en relación a todas las actividades económicas de la ciudad. Según los resultados obtenidos, las ferias populares de la Floresta, se han convertido en espacios culturales de intercambio económico, que constituyen una estructura económica y cultural, que busca posicionar los productos que se ofertan y mejorar la economía del barrio. Sin embargo, es importante recalcar que la feria y mercado de la Floresta, se encuentra en el corazón de barrios residenciales, lo que dificulta la libre circulación y atracción de más clientes externos, esta visión mantendría al mercado en uno de los niveles más bajos tendencialmente, en comparación con el mercado de San Roque, por ejemplo, que se encuentra ubicado geográficamente en las vías principales y más transitables.

Otro punto importante que es necesario someterlo a debate, es el uso turístico que se le ha dado a los espacios de comercio, como las ferias populares y los mercados. En la actualidad,

las ferias han dejado de ser vistas como espacios de intercambio económico, a ser un espacio turístico, donde los “compradores”, observan la feria como un área de exhibición artística, artesanal y productiva, mas no como un sitio mercantil. En ese sentido, el mercado cultural, debe optar por presentar sus productos como lo que son, un bien mercantil y no como una exposición basada solamente en el valor simbólico, debido a que esto reduce las posibilidades de que los comerciantes mejoren su economía y contribuyan con el desarrollo local de su sector.

4.2.2. Economía del barrio la Floresta

En cuanto a términos económicos del barrio la Floresta, se cuestionó a los comerciantes acerca de los principales problemas que tienen las ferias populares en el crecimiento económico. El mercado y la cultura, desde sus inicios se presentaron como factores desafiantes en el desarrollo de un sector, debido a que todas las visiones económicas, se enfocaban en el crecimiento exorbitante alejado de la cultura. No obstante, la innovación de productos como: exhibición de arte urbana, restaurantes veganos, diseños y artesanías, medicina sativa, productos orgánicos y secos, gastronomía extranjera, etc., permitió la difusión cultural y el crecimiento del mercado. El mercado está relacionado de manera fundamental, a los procesos generados a partir de la producción y el desarrollo económico que se encarga de formar un colectivo entre productores y la inserción de políticas económicas.

Desde el análisis comercial que realiza Hollestein (2019), las ferias culturales están en riesgo de ser absorbidas por los mercados permanentes y los supermercados, que son establecimientos que ofertan sus productos de forma frecuente. Las ferias y mercados se enfrentan a sectores comerciales más grandes y con variedad de productos, tales son los casos de las cadenas de supermercados, que estratégicamente toman posición frontal o lateral en relación con los espacios de ferias o los mercados permanentes. El autor mencionaba que las ferias populares de la Floresta, se encontraban dentro del grupo dos, de baja rentabilidad, debido a que las ferias eran ocasionales, en comparación a mercados y ferias de la ciudad como: Santa Clara, la Carolina, San Roque, Chiriyacu y las Cuadras.

No obstante, las respuestas de los feriantes participantes de la encuesta, muestran que, de alguna manera ha mejorado su economía; esto se debe a que sus productos no se encuentran dentro de los supermercados, razón por la que no suponen una competencia significativa. Ahí aparece la cultura como un factor clave en el desarrollo local y como medio de contribución económica. Además, la promoción de la Economía Popular y Solidaria, que se sustenta bajo los principios de ética, responsabilidad productiva, comercio justo, equidad de género, el

respeto por la identidad cultural y la autogestión, ha permitido el manejo adecuado de los espacios.

Sin embargo, los principales problemas que enfrentan las ferias populares y mercados de la Floresta, continúan siendo las cadenas de supermercados. El sistema comercial de supermercados, tiende a posicionarse geográficamente cerca de los mercados, con el fin de intensificar su competencia y absorber la clientela. El 33 % de los encuestados, consideran que los supermercados afectan sus ventas con poca frecuencia, mientras que el 11% consideran que sí les afecta frecuentemente, estas dos divisiones, responden al tipo de producto que ofertan las ferias y mercados en relación con los supermercados. Por otro lado, los encuestados consideran que otros de los problemas presentes en las ferias populares y mercados de la localidad son: la débil regulación pública del sistema de mercados y ferias municipales de Quito, la relación de competencia con las cadenas de supermercados más grandes, desfinanciamientos del sistema de mercados y largas cadenas de intermediación que existen para ofrecer un producto y los actos delictivos.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Dentro del análisis de las dinámicas económicas y sociales presentes dentro de los mercados y ferias populares de la ciudad de Quito, en la contribución al desarrollo local del barrio la Floresta; se logró comprender que las ferias populares, se crearon bajo la idea de generar espacios de intercambio comercial y cultural, organizados por los comerciantes locales, con el fin de obtener réditos extras y contrarrestar la escasez de los productos a nivel local. Las ferias populares de la Floresta, hasta el año 2019, se caracterizaban por expender sus productos de forma ocasional, en eventos como: “La mamá de las Ferias”, eventos culturales, programas municipales, donde se ofrecen productos orgánicos, artesanías, pinturas, gastronomía, ropa y calzado, medicina natural, etc., sin embargo, según los datos obtenidos en la investigación, la mayor parte de los encuestados, expende sus productos diariamente, principalmente artesanías y alimentos preparados, dejando al 48%, que se mantienen como feriantes ocasionales con productos orgánicos. Las dinámicas económicas que realizan los feriantes y comerciantes de las ferias populares de la Floresta, son: ofertar su producto y calidad desde diferentes medios, reducir el precio del producto frente a la competencia y acoplar el negocio a las exigencias y necesidades de los consumidores; estas estrategias, según el 23% de los participantes, ha mejorado satisfactoriamente su economía, lo que supone que las dinámicas productivas y sociales presentes en los mercados funcionan pero no para todos, sin tomar en consideración los factores de riesgo que impiden el libre crecimiento del sector, como la delincuencia, las grandes cadenas de supermercados, los largos procesos de intermediación y la débil regulación pública.

La posición económica de los mercados y ferias populares del barrio la Floresta, en comparación a los mercados, ferias y supermercados de la ciudad, supone la existencia de líneas comerciales con productos similares. Dentro de la investigación se planteó el registro histórico, el marketing, geografía y vida productiva de los mercados y ferias en comparación a los supermercados; desde 1960, los supermercados han tenido un crecimiento exorbitante, las estrategias de locación son generalmente colindantes con las ferias y mercados de la ciudad. En ese sentido, las ferias populares y mercados de la Floresta, se enfrentan a una competencia significativa. Hasta el año 2019, Hollestein evalúa los niveles de crecimiento económico de las ferias y mercados de la ciudad de Quito, donde posiciona a la Floresta como un sitio comercial

de baja sostenibilidad, el análisis no alude solo a la forma esporádica de ventas, sino al tipo de producto. Los encuestados de la investigación, generalmente expenden productos de tinte cultural, como artesanía, medicina natural, alimentos preparados, ropa y calzado, etc., para el 11% de ellos, las cadenas de supermercados afectan frecuentemente sus ventas, mientras que para el 33%, rara vez son afectados por las cadenas de supermercados, esto se debe a las estrategias de atención clientelar que ofrecen, los días de atención, los precios reducidos y la variedad cultural que ofertan.

El mercado cultural ofertado por las ferias populares y mercados de la Floresta, corresponde a las dinámicas comerciales de los feriantes de la localidad. La evaluación de la cultura en los procesos económicos, permitió comprender el valor simbólico que tienen los bienes culturales, frente al valor comercial. Hollestein (2019), considera que las ferias populares de la ciudad, tienen una notable diferencia comercial, las ferias se han convertido en espacios turísticos, donde los productos se quedan como un bien de exhibición, relegando los procesos de intercambio económico. De la población de feriantes encuestados, los productos que se ofertan son: alimentos preparados (diferente gastronomía), prendas de vestir y calzado, artesanías, productos orgánicos y medicina natural. El 42% de los encuestados consideran que los productos que ellos ofrecen contribuyen satisfactoriamente a la economía del barrio la Floresta, e impulsa al posicionamiento mercantil del sector. Sin embargo, el desbalance de productos culturales sobre productos orgánicos, reduce los niveles de competitividad frente a los mercados mayoristas de la ciudad de Quito.

5.2. Recomendaciones

Las dinámicas económicas y sociales, empleadas por los comerciantes de las ferias populares y mercados de la Floresta, están determinadas por las estrategias de atracción clientelar como: reducir los precios, promocionar los productos desde distintos medios y adaptar los mercados a las necesidades de los consumidores y vendedores. No obstante, los comerciantes consideran que, si dichas estrategias contribuyen con su economía, también existen fenómenos que atentan con sus áreas de venta, tal es el caso de las cadenas de supermercados que absorben la mayor parte de consumidores y la delincuencia. Por tal razón, se recomienda impulsar el mercado cultural mediante la publicidad digital, financiar el sistema de mercados y ferias de la localidad, reducir las largas cadenas de intermediación y mejorar los filtros de seguridad para evitar actos delictivos dentro del mercado de la Floresta.

Las ferias populares y los mercados del barrio la Floresta, aunque se encuentran localizados en el núcleo de los barrios, cuentan con un potencial significativo en material cultural y económico. La competencia frente a otros mercados y supermercados de la ciudad de Quito, se ve reducida, sin embargo, logra ser una fuente de crecimiento económico para los comerciantes. En ese sentido, se recomienda representar al mercado como un espacio de intercambio económico que impulse no solo el valor simbólico de la cultura, sino que se posicione como un mercado potencialmente competitivo. Esto mediante la implementación de nuevos productos y servicios, y la organización de más eventos comerciales. En cuanto a la academia, es recomendable analizar el flujo comercial, los procesos de adquisición de los productos y las tendencias temporales de oferta, para determinar la cantidad y variedad de bienes que son comercializados con más frecuencia.

Los productos ofertados por los comerciantes del barrio la Floresta, en su mayoría son artesanías, alimentos preparados, ropa y calzado, medicina natural y productos orgánicos; que según los encuestados mejoran en cierta medida su economía. Sin embargo, la rentabilidad de estos productos no supone un crecimiento significativo en el mercado del DMQ, esto se debe a los problemas estructurales y ciertos bienes que no son necesariamente solicitados por los consumidores. A razón de eso, se recomienda identificar las posibles áreas de mejoras y actividades que impulsen el crecimiento económico del mercado y su localidad.

Bibliografía

ADC. (2008). Ordenanza Metropolitana para ferias y mercados. Quito: Agencia Distrital de Comercio.

Anguita, J, Repullo, L, y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Anten Primaria*. Vol. 31 (8). Págs. 142 – 163. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

Báez, V. (2017). Diseño de un mercado móvil para las ferias libres del DMQ, tomando como caso de estudio la feria libre del mercado de la Floresta. Repositorio: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
[file:///C:/Users/HOME/Downloads/Tesis%20Victor%20Baez%2011052017%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/Tesis%20Victor%20Baez%2011052017%20(3).pdf)

Bershadsky, R. (2013). Sociología de los mercados y sus implicancias para la calidad de vida. V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XX Jornadas de Investigación Noveno Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Págs. (50- 54).
<https://www.aacademica.org/000-054/552.pdf>

Cassol, A. y Colpari, O. (2021). Mercados como cultura: los lazos sociales, crédito rural y ferias de alimentos. *Etiopía. Revista de Desarrollo Económico Territorial*. (20). Págs. (8 – 31). DOI 10.17141/eutopia.20.2021.5163

Cepal. (s.f). Foro virtual de ciudades: datos demográficos. Recuperado el 26 de octubre 2023.
<https://plataformaurbana.cepal.org/es/node/127>

¿Cuáles son los tipos de mercado que existen? (2023, 11 de mayo). Conekta. Recuperado el 29 de septiembre del 2023.
<https://www.conekta.com/blog/tipos-de-mercado>

FAO. (Junio de 2009). Depositario de Documentos de la FAO. Obtenido de Definición y caracterización de las ferias libres: www.fao.org/doctum

Hollestein, P. (2019). ¿Están en riesgo los mercados y ferias municipales? Aprovechamiento de alimentos, economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito. Friedrich Ebert Stiftung. Págs (5 - 9). <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15203.pdf>

La 'Madre de las ferias' en La Floresta será el 6 y 7 de mayo de 2023. (2023, 27 de abril). El Comercio. recuperado el 29 de septiembre del 2023.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/madre-ferias-floresta-mayo-emprendimientos.html>

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). Principios de la Economía Popular y Solidaria. <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>

Molano, O. (2007). Identidad cultural, un concepto que evoluciona. *Revista Opera*. (7). Págs. (69-84). <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Pérez, A. (2009). La sociología económica: orientación teórica, aparato conceptual y aspectos metodológicos de un campo de investigación en ciencias sociales. *Ciencia y Sociedad*. Vol. vol. 34. (1). <https://www.redalyc.org/pdf/870/87014565005.pdf>

Rodríguez, L. (2023). El método deductivo de investigación. Recuperado el 27 de diciembre del 2023. <https://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>

Vera, K. (s.f). Sociología cultural. Recuperado el 24 de octubre 2023. https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Ciencias_Sociales/Sociologia/Sociolog%C3%A1a_Cultural_y_Problemas_Sociales/

Bibliografía

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR . (2008). Quito- Ecuador: Lexis.
EXTERIOR, C. (2017). *ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO*. Quito:
Lexis.
Organization, W. F. (2018). *COMERCIO JUSTO*.

Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE SOCIOLOGÍA

Tema: Mercado, Cultura: las ferias populares en la economía del barrio la Floresta entre el periodo 2022 – 2023.

Introducción: La encuesta tiene como objetivo conocer el aporte económico del mercado cultural de las Ferias Populares del barrio la Floresta en la ciudad de Quito entre el periodo 2022 – 2023.

Autora de la encuesta: Diana Mishell

Datos generales:

Género: Masculino Femenino Otro
Edad: 20 – 25 26 – 30 31 – 35 36 - 40
Autoidentificación étnica: Indígena Mestizo Afro Montuvio

Instrucciones:

- El investigador explicará el tema y el encuestado responderá las preguntas marcando con una (x) la alternativa que se ajuste a su actividad y perspectiva.

Nota: La encuesta es confidencial, las respuestas adquiridas son netamente para investigación académica.

Categoría 1: Mercado cultural/ Ferias populares

1. Marque con una (x) el tipo de mercancía que usted oferta.

Alimentos preparados (comida).	
--------------------------------	--

Artesanías.	
Prendas de vestir (ropa) y calzado.	
Productos orgánicos.	
Medicina natural.	
Otros.	

2. ¿Con qué frecuencia el producto que usted oferta es solicitado por sus clientes?

- Muy frecuentemente.
- Frecuentemente.
- Ocasionalmente.
- Rara vez.
- Nunca.

3. ¿Cuáles son los días de atención en su puesto de mercadeo?

- Todos los días.
- Lunes a viernes.
- Fines de semana.
- Solo los días de feria.
- Solo los días con más afluencia de personas.

4. ¿Qué actividades realiza para atraer más clientes?

- Reducir el precio de los productos frente a la competencia.
- Ofertar el producto y su calidad desde diferentes medios.
- Esperar que el cliente se acerque.
- Vender los productos más deseados por los clientes.
- Otro.

5. Según la respuesta anterior: ¿Ha mejorado su economía?

- En gran medida.
- Satisfactoriamente.
- Regularmente.
- Poco.
- Nada.

6. ¿Cree usted que su producto contribuye a la economía del barrio?

- En gran medida.
- Satisfactoriamente.
- Regularmente.
- Poco.

Nada.

7. ¿Con qué frecuencia cree usted que la cultura y organización del barrio la Floresta genera un desarrollo económico y social de la localidad?

- Muy frecuentemente.
 Frecuentemente.
 Ocasionalmente.
 Rara vez.
 Nunca.

8. ¿Cuáles son los eventos que le permiten exhibir y ofertar su producto con mejores resultados?

- En las fiestas del barrio la Floresta.
 En las ferias populares.
 En programas culturales.
 En los eventos municipales.
 Otros (especifique).

Categoría 2: Economía del barrio la Floresta

9. ¿Con qué frecuencia dentro del mercado la Floresta se promueve una economía Popular y Solidaria?

- Muy frecuentemente.
 Frecuentemente.
 Ocasionalmente.
 Rara vez.
 Nunca.

10. ¿Cuál cree usted que sea el principal problema que enfrenta el mercado de la Floresta?

- La débil regulación pública del sistema de mercados y ferias municipales de Quito (delincuencia).
 La relación de competencia con las cadenas de supermercados más grandes.
 Desfinanciamientos del sistema de mercados.
 Largas cadenas de intermediación.
 Otros.

11. ¿Con qué frecuencia se han presentado actos delictivos dentro del mercado?

- Muy frecuentemente.
 Frecuentemente.
 Ocasionalmente.
 Rara vez.

Nunca.

12. ¿Cree usted que las cadenas de supermercados afectan las ventas del mercado y ferias populares del barrio la Floresta?

- Muy frecuentemente.
- Frecuentemente.
- Ocasionalmente.
- Rara vez.
- Nunca.

13. ¿Con qué frecuencia considera usted que el mercado de la Floresta contribuye al desarrollo económico de la localidad?

- Muy frecuentemente.
- Frecuentemente.
- Ocasionalmente.
- Rara vez.
- Nunca.

¡Gracias por su participación!

Anexo 2. Fotografías

Fotografías de los puestos de mercado de las ferias populares del barrio la Floresta.







Nota: exhibición de libros.



Nota: exhibición de artesanías.



Nota: Exhibición de artesanías.



Nota: venta de confites y ropa



Nota: exhibición de artesanías.



Nota: venta de ropa.