



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración Pública

Satisfacción de los usuarios de las ferias libres, como canal tradicional de comercialización de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja, año 2023

Trabajo de Integración Curricular o de Titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración Pública

AUTOR:

Doménica Valeria Merino Briceño

DIRECTOR:

Ing. Tania Elizabeth Patiño Calderón, Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2024

Certificado del trabajo de titulación



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Patiño Calderon Tania Elizabeth**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS FERIAS LIBRES, COMO CANAL TRADICIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS PARROQUIAS RURALES OCCIDENTALES DEL CANTÓN LOJA, AÑO 2023**, perteneciente al estudiante **DOMENICA VALERIA MERINO BRICEÑO**, con cédula de identidad N° **1105983108**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 29 de Febrero de 2024

TANIA
ELIZABETH
PATINO
CALDERON

Firmado
digitalmente por
TANIA ELIZABETH
PATINO CALDERON

F) _____
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000508

Autoría

Yo, **Doménica Valeria Merino Briceño** declaro ser la autora del presente trabajo de titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo de titulación en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

Firma: _____

Autor: Doménica Valeria Merino Briceño

Cédula de Identidad: 1105983108

Fecha: Loja, 10 de julio de 2024

Correo electrónico: domenica.merino@unl.edu.ec

Celular: 0988770223

Carta de autorización por parte del autor/a, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación.

Yo, **Doménica Valeria Merino Briceño**, declaro ser el autor del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación denominado: **“Satisfacción de los usuarios de las ferias libres, como canal tradicional de comercialización de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja, año 2023”**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Administración Pública**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenido la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de julio del dos mil veinticuatro.

Firma: _____

Autor: Doménica Valeria Merino Briceño

Cédula: 1105983108

Dirección: Pindal 237-35 y Avenida Gobernación de Mainas

Correo electrónico: domenica.merino@unl.edu.ec

Celular: 0988770223

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director/a del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación: Ing. Tania Elizabeth Patiño Calderón

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación en primer lugar a Dios, por siempre estar presente en cada uno de mis proyectos y por darme la fuerza, sabiduría e inteligencia necesaria para poder alcanzar este logro profesional.

A mi familia por su apoyo incondicional ya que cada uno de ellos han sido parte fundamental en mi vida y en mi formación durante todos estos años de estudio y me han brindado gran motivación para culminar esta etapa.

A mis amigos por compartir conmigo experiencias, buenos y malos momentos pero, de esta manera lograr una experiencia académica inolvidable.

Y a todas las personas que contribuyeron a mi formación profesional y personal, compartiendo sus conocimientos y experiencias. Que este trabajo de integración curricular sea parte de lo que fue mi paso por la carrera de Administración Pública.

Doménica Valeria Merino Briceño

Agradecimientos

Mi más afectuoso agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja y a la Carrera de Administración Pública que me dio la oportunidad de educarme y formarme en sus aulas universitarias.

A cada uno de los docentes de la carrera que durante mi formación académica impartieron sus conocimientos, experiencias, consejos y más aún cuando en tiempos de necesidad me extendieron su mano.

Por último, la colaboración y apoyo de la Ing. Tania Elizabeth Patiño Calderón, Docente de la Carrera de Administración Pública y Directora de mi Trabajo de Integración Curricular, por su orientación, paciencia, enseñanza y consejos.

Doménica Valeria Merino Briceño

Índice de contenido

Portada.....	i
Certificado del trabajo de titulación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización por parte del autor/a, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación.	iv
Dedicatoria	v
Agradecimientos.....	vi
1. Título	12
2. Resumen.....	13
2.1. Abstract	14
3. Introducción	15
4. Marco Teórico	17
4.1. Antecedentes.....	17
4.1.1. <i>Ferías libres en América Latina</i>	<i>17</i>
4.1.2. <i>Ferías libres en Ecuador</i>	<i>18</i>
4.1.3. <i>Ferías libres en el cantón Loja</i>	<i>19</i>
4.2. Marco Teórico Conceptual	21
4.2.1. <i>Feria libre</i>	<i>21</i>
4.2.2. <i>Puesto.....</i>	<i>22</i>
4.2.3. <i>Feriante.....</i>	<i>22</i>
4.2.4. <i>Técnicos e Inspectores</i>	<i>22</i>
4.2.5. <i>Ferías Libres como canal tradicional de comercialización</i>	<i>22</i>
4.2.6. <i>Comerciantes minoritarios</i>	<i>23</i>
4.2.7. <i>Pequeño productor.....</i>	<i>24</i>
4.2.8. <i>Usuario / Consumidor.....</i>	<i>25</i>
4.2.9. <i>Servicio Público</i>	<i>25</i>
4.3. Bases Teóricas	25
4.3.1. <i>Modelo Servqual (Service Quality)</i>	<i>25</i>
4.3.2. <i>Modelo Servperf (Service Performance).....</i>	<i>26</i>
4.3.3. <i>Modelo de los incidentes críticos</i>	<i>27</i>
4.4. Marco Legal	28
4.4.1. Constitución de la República del Ecuador	28

4.4.2. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización ...	31
4.2.3. Código Municipal de Higiene y Abasto	32
4.2.4. Reglamento que Regula el Funcionamiento de las Ferias Libres dentro del cantón Loja	32
4.5 Marco Referencial	33
4.5.1. <i>Parroquias rurales occidentales</i>	33
5. Metodología	36
5.1. Área de Estudio.....	36
5.2. Enfoque de la Investigación	36
5.3. Diseño de la Investigación	36
5.4. Tipo de Investigación.....	37
5.5. Población y tamaño de la muestra	37
5.5.1. <i>Muestra</i>	37
5.5.2. <i>Tamaño de la Muestra</i>	38
5.5. Métodos de Investigación.....	39
5.5.1. <i>Método documental</i>	39
5.5.2. <i>Método analítico- sintético</i>	39
5.6. Técnicas	40
5.4.2. <i>Grupo focal</i>	40
5.4.3. <i>Encuesta</i>	40
5.4.3.1. <i>Opciones de Respuesta</i>	40
5.4.3.2. <i>Preguntas</i>	41
5.4.4. <i>Entrevista</i>	41
6. Resultados.....	42
6.1. Establecer la metodología para determinar la satisfacción de los usuarios.....	42
6.2. Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto de las ferias libres.⁴⁴	
6.3. Proponer un plan de mejoras en base a los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción aplicadas.	75
PLAN DE MEJORAS PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS FERIAS LIBRES DE LAS PARROQUIAS RURALES OCCIDENTALES DEL CANTÓN LOJA	76
1. Presentación	77
2. Respaldo Legal.....	77
3. Justificación	80

4. Objetivos del Plan	80
5. Desarrollo	80
7. Discusión	85
8. Conclusiones	89
9. Recomendaciones	90
10. Bibliografía	91
11. Anexos	94
.....	98

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa parroquias rurales occidentales del cantón Loja	36
Figura 2 ¿Por qué comprar en la feria de la parroquia Chantaco?	46
Figura 3 Calificación general de la feria libre de la parroquia Chantaco.....	48
Figura 4 ¿Por qué comprar en la feria libre de la parroquia Chuquiribamba?	50
Figura 5 Calificación general de la feria de la parroquia Chuquiribamba	52
Figura 6 ¿Por qué eligen comprar en la feria libre de la parroquia El Cisne?	54
Figura 7 Calificación general de la feria libre de la parroquia El Cisne	56
Figura 8 ¿Por qué comprar en la feria libre de la parroquia San Lucas?	58
Figura 9 Calificación general de la feria libre de la parroquia San Lucas	60
Figura 10 ¿Por qué eligen comprar en la feria libre de la parroquia Taquil?.....	62
Figura 11 Calificación general de la parroquia Taquil.....	64
Figura 12 ¿Por qué comprar en la feria libre de la parroquia Gualel?	66
Figura 13 Calificación general de la parroquia Gualel	68
Figura 14 ¿Por qué eligen comprar en las ferias libres?	70
Figura 15 Calificación general de las ferias libres de las parroquias rurales occidentales	73

Índice de Tablas

Tabla 1 Descripción de las parroquias rurales occidentales.....	33
Tabla 2 Cronograma de ferias libres en las parroquias rurales occidentales.....	35
Tabla 3 Proyección de habitantes de las parroquias rurales occidentales	37
Tabla 4 Número total de familias con la proyección al año 2023	38
Tabla 5 Número de encuestas por parroquia	39

Tabla 6 Opciones de respuesta	40
Tabla 7 Dimensiones e ítems de cada dimensión.....	41
Tabla 8 Dimensiones y los incidentes críticos a evaluar.....	43
Tabla 9 Características de la población de la parroquia Chantaco.....	45
Tabla 10 Elementos de satisfacción de la parroquia Chantaco	46
Tabla 11 Características de la población de la parroquia Chuquiribamba.....	49
Tabla 12 Elementos de satisfacción de la parroquia Chuquiribamba	50
Tabla 13 Características de la población de la parroquia El Cisne	53
Tabla 14 Elementos de satisfacción de la parroquia El Cisne.....	54
Tabla 15 Características de la población de la parroquia San Lucas	57
Tabla 16 Elementos de satisfacción de la parroquia San Lucas.....	58
Tabla 17 Características de la población de la parroquia Taquil	61
Tabla 18 Elementos de satisfacción de la parroquia Taquil.....	63
Tabla 19 Características de la población de la parroquia Gualel	65
Tabla 20 Elementos de satisfacción de la parroquia Gualel.....	66
Tabla 21 Características de la población de las parroquias rurales occidentales	69
Tabla 22 Elementos de satisfacción de las parroquias rurales occidentales	71
Tabla 23 Aspectos a mejorar de las ferias libres	73
Tabla 24 Propuesta del plan de mejoras	81
Tabla 25 Descripción de los indicadores.....	83

Índice de Anexos

Anexo 1 Encuesta de Satisfacción de los usuarios aplicada	94
Anexo 2 Entrevista aplicada.....	97
Anexo 3 Entrevista Jefe de Comercialización - Municipio de Loja	98
Anexo 4 Audio de la entrevista realizada.....	98
Anexo 5 Grupo Focal	98
Anexo 6 Feria libre parroquia Chantaco	99
Anexo 7 Feria libre parroquia Chuquiribamba	100
Anexo 8 Feria Libre parroquia El Cisne	100
Anexo 9 Feria Libre parroquia Taquil.....	101
Anexo 10 Feria Libre parroquia San Lucas	102
Anexo 11 Feria Libre Parroquia Gualel	103

Anexo 12 Certificado traducción - resumen 104

1. Título

Satisfacción de los usuarios de las ferias libres, como canal tradicional de comercialización de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja, año 2023.

2. Resumen

El propósito fundamental de esta investigación es evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios de las Ferias Libres de las parroquias rurales occidentales: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Taquil, Santiago, San Lucas, Jimbilla y Gualel. Estas ferias se consideran fundamentales en cuanto al desarrollo económico de muchas familias debido a la venta y consumo de productos a precios accesibles. Para abordar esta investigación, se adoptó un enfoque mixto. Por un lado, se empleó un enfoque cualitativo con el fin de comprender la naturaleza y el propósito de las ferias libres mediante un análisis exhaustivo del reglamento de organización y funcionamiento, así como el análisis documental necesario que determinó la metodología adecuada para conocer la satisfacción. Por otro lado, se utilizó un enfoque cuantitativo para recopilar y analizar datos a través de encuestas dirigidas a la muestra correspondiente de las parroquias enlistadas. Las encuestas se diseñaron a partir de las dimensiones de calidad propuestas por Bob E. Hayes, de las cuales 9 fueron implementadas en este estudio con un total de 35 ítems definidos en base a casos ya aplicados como los de las ferias libres de Chile, así como en la experiencia del equipo investigador. Los resultados revelaron un alto nivel de aceptación de los usuarios con respecto al servicio ofrecido por las ferias ya que se identificó satisfacción en 29 de los ítems propuestos. Mientras que, en los 6 ítems restantes se obtuvo valores de insatisfacción por lo que en respuesta a estas necesidades identificadas, se propone un plan que incluye estrategias para mejorar las ferias libres objeto de estudio. Estas están diseñadas para abordar los aspectos mencionados y promover un ambiente más seguro, limpio y atractivo para los usuarios de las ferias, lo que contribuirá al desarrollo sostenible de estas comunidades rurales.

Palabras Clave: Ferias libres, calidad, satisfacción, parroquias rurales, mejora.

2.1. Abstract

The main purpose of this research is to evaluate the level of satisfaction of users of the open-air markets in the western rural parishes: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Taquil, Santiago, San Lucas, Jimbilla and Gualel. These open-air markets are considered fundamental in terms of the economic development of many families due to the sale and consumption of products at affordable prices. To develop this research, a mixed approach was adopted. On one hand, a qualitative approach was applied to understand the nature and purpose of open-air markets through an exhaustive analysis of the organization and operating regulations, as well as the necessary documentary analysis that determined the appropriate methodology to identify satisfaction levels. On the other hand, a quantitative approach was used to collect and analyze data through surveys designed based on the quality dimensions proposed by Bob E. Hayes, from which 9 dimensions were considered for this study with a total of 35 items. This was based on cases that were already applied in open-air markets in Chile, as well as on the experience of the research team. The results of the research revealed a high level of user acceptance regarding the service offered by open-air markets since satisfaction was identified in 29 of the proposed items. While, in the remaining 6 items, dissatisfaction values were obtained. In response to these needs, a plan that includes strategies to improve the open-air markets under study was proposed. These strategies were designed to address the aforementioned aspects and to promote a safer, cleaner and more attractive environment for open-air markets users, which will contribute to the sustainable development of these rural communities.

Keywords: open-air markets, quality, satisfaction, rural parishes, improvement.

3. Introducción

Las ferias libres en las parroquias rurales occidentales del cantón Loja son un espacio tradicional de comercialización que es ampliamente utilizado por numerosas familias lojanas. Estas ferias ofrecen la producción tradicional local y sirven como una importante fuente de empleo y sustento económico a largo plazo para los hogares de la zona. Además, son consideradas la principal actividad económica para los pequeños productores y comerciantes locales, quienes presentan sus productos en un espacio designado para tal fin. En estas ferias, conviven tanto puestos de venta formales como informales, estos últimos generalmente de tipo ambulante. Usualmente, las ferias se llevan a cabo a lo largo de la calle principal del lugar, utilizando aproximadamente 300 metros a lo largo de las vías principales, parques o el área asignada para su desarrollo.

Ante esta situación surgió la necesidad de realizar la presente investigación para conocer la satisfacción de los usuarios con respecto al servicio que obtienen de las ferias mencionadas ya que es de vital importancia que se desarrollen bajo las condiciones adecuadas y en el lugar oportuno de los espacios públicos, de esta manera estar al alcance de la población. Así mismo, que exista una libre comercialización de productos frescos, sanos y libres de químicos, considerando la presentación adecuada tanto de los productos como de los feriantes. Sumándose a esto el hecho de ofrecer un servicio de calidad.

Al realizar esta investigación, es crucial entender en profundidad cada una de las poblaciones que conforman las ferias que son objeto de estudio. Esto resulta fundamental para identificar sus necesidades y determinar la mejor manera de abordarlas. De esta manera, se puede garantizar un mayor beneficio para las familias que utilizan estas ferias libres, ya que al conocer sus necesidades específicas, se puede mejorar significativamente el desarrollo y funcionamiento de dichas ferias.

En estudios de caso como el realizado en 2016 sobre “La calidad de la atención que reciben los usuarios de las ferias libres de la ciudad de Loja” (Salinas, 2017) donde se analiza la calidad de las ferias libres de San Sebastián y La Tebaida es importante destacar que en ese momento no contaban con una normativa que las regulase. Sin embargo, para el desarrollo del presente trabajo, se observa que en la actualidad existe un reglamento que regula el funcionamiento y la organización de las ferias libres en el cantón Loja. En este reglamento detalla las actividades, usos y servicios que ofrecen las ferias libres, así como los días y

horarios de funcionamiento, las obligaciones y las prohibiciones, con el objetivo de garantizar su correcto proceder.

Esta investigación se llevó a cabo con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios de las ferias libres, utilizando las dimensiones de calidad propuestas por Bob E. Hayes en 1988. Estas dimensiones abarcan tanto las características deseables por parte de los consumidores como aquellas que podrían generar dudas sobre la calidad del servicio recibido o desincentivar futuras compras. (Sáez et al., 2013)

Seguido a esto fue necesario analizar las frecuencias de respuestas de los usuarios de las ferias libres frente a las afirmaciones planteadas y así poder identificar los aspectos mejor y peor evaluados. Esto gracias al alcance de un muestreo representativo de los usuarios de las ferias libres en el área de estudio, así como al examen de diversos aspectos de la experiencia del usuario como la calidad de los productos, la accesibilidad, la infraestructura y la amabilidad del personal, entre otros. Los hallazgos obtenidos permitieron proponer un plan de mejoras para las ferias libres de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja.

4. Marco Teórico

4.1. Antecedentes

4.1.1. *Ferias libres en América Latina*

A quien se le atribuye el precedente de las ferias libres en América Latina es a los aztecas, quienes las establecieron en el siglo XV, facilitando su independencia y el desarrollo de nuevas etapas de reproducción, como en la ciudad de Tenochtitlan lo comenta Revelo, citado en (Correa, 2018)

En Chile, en el año 2011, se creó el Observatorio Feria Libre con el apoyo del Gobierno de Chile, la cooperación técnica de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Asociación de Ferias Libres de Chile (ASOF A.G). Su propósito es gestionar las ferias libres agroalimentarias, vistas como un canal de comercialización para pequeños y medianos productores, promoviendo el intercambio sin intermediarios. El objetivo es desarrollar el sector agroalimentario del país y estimular mayores ingresos para los feriantes y sus familias, promoviendo la agricultura familiar y una participación comercial continua.

Como resultado de sus investigaciones, en 2013 el Observatorio emitió el estudio titulado “Características económicas y sociales de Ferias Libres de Chile”. En este estudio se cuantificó la existencia de 933 ferias en el país, las cuales abastecen el 70% del consumo de frutas y verduras. Sin embargo, se encontraron pocos antecedentes sobre las características de sus integrantes y el modelo aplicado.

Otro ejemplo es Argentina, según (Golsberg, 2010) las provincias de Misiones y Corrientes en la región del NEA albergan la mayor cantidad y las más antiguas ferias del país. Estas ferias se realizan con mayor frecuencia debido a las condiciones materiales favorables para la producción, como la tierra y los insumos necesarios. Además, predominan en las localidades con poblaciones menores a 50.000 habitantes, donde existe una relación cotidiana y de confianza entre productores y consumidores, ya que las familias se conocen en el día a día y confían en los productos que se comercializa.

Ricotto y Almeida como se citó en (Correa, 2018) mencionan la creación de una red en torno a las ferias francas, que está constituida principalmente por la Asociación de Ferias

Francas de Misiones. Esta asociación reúne a más de 40 grupos de agricultores feriantes que se organizan y administran en cada una de sus localidades. Su comisión directiva se reúne con las autoridades y otras organizaciones para tratar temas relacionados con la gestión de las ferias.

El programa Social Agropecuario (PSA) apoya la realización de las fiestas de las ferias francas, que se celebran anualmente en algunos municipios. El Movimiento Agrario de Misiones se encarga de los contactos, la motivación de los agricultores, y la organización de viajes, entre otras tareas. Además, la Red de Agricultura Orgánica de Misiones imparte conocimientos a través de talleres financiados por el PSA.

4.1.2. Ferias libres en Ecuador

Los domingos durante la época colonial, los españoles instalaban mercados en las calles principales para suministrar bienes a la población. Según el documento “Las ferias libres de Ecuador: un espacio de encuentro y socialización”, las ferias libres en Ecuador surgieron en ese periodo y, en el siglo XX, se expandieron a las áreas rurales, convirtiéndose en un medio de comercialización para los agricultores.

A decir de Domínguez citado en (Correa, 2018) manifiesta que las ferias libres en nuestro país tienen sus orígenes en la región sierra, luego se extendieron a la amazonia y posteriormente en la costa. Inicialmente, se comercializaba productos como ropa, calzado, plantas, flores, productos elaborados a base de cuero y comidas típicas de cada localidad donde se celebraban las ferias. En varias ciudades de Pichincha, Tungurahua, Azuay, Loja, Bolívar y otras, las ferias se crearon para que la ciudadanía adquirir estos productos a bajo costo y para que los agricultores vendieran sus cosechas, como cultivos de ciclo corto, legumbres, frutas, cereales, así como leche y sus derivados, huevos de gallina criolla, aves de corral, todos libres de químicos.

En algunas ocasiones, también se ofrecían comidas típicas, lo que se convirtió en la principal atracción de las ferias. Las ferias libres ganaron fuerza y constancia en 1989 con la llegada de Rodrigo Borja a la presidencia de la República, ya que en su Plan de Gobierno brindó un gran apoyo para la realización de estas ferias. Se estableció un día a la semana para que pequeños y medianos productores pudieran vender sus productos directamente, sin intermediarios, a un precio accesible para los consumidores. Estas acciones estaban siempre orientadas a beneficiar a las clases media y baja.

Las ferias libres son espacios comerciales donde se venden principalmente verduras, frutas y legumbres. Sin embargo, en orden de importancia se ofrecen abarrotes, carnes, comida preparada y refrescos tradicionales, según la localidad. Estas ferias generalmente se llevan a cabo en calles, avenidas, plazas o en áreas designadas por los GAD Municipales, quienes autorizan su desarrollo y establecen el uso del suelo, horarios y los días de funcionamiento.

En la organización de las ferias libres, se debe garantizar la circulación vehicular normal en el área donde se realiza. Las regulaciones en estas ferias son mínimas, y la intervención de las autoridades o del personal de los GAD Municipales es muy limitada. Además, los compradores suelen enterarse de la realización de las ferias a través de otros consumidores en lugar de mecanismos directos proporcionados por los Gobiernos Locales.

En la provincia de Tungurahua, algunas ferias son permanentes, como la feria del Jean de Pelileo, la de artículos de cuero en Quisapincha o la del calzado en Cevallos. En estas ferias, los puestos están abiertos casi todos los días, siendo el domingo el día de mayor afluencia, incluso de turistas de otros cantones y provincias. Por otro lado, en otros cantones como Patate, las ferias de plantas y frutales, la de artesanías en Salasaca, y la feria de muebles en Huambaló se realizan en días específicos. El GAD Municipal de Ambato promociona estas ferias bajo la denominación de “Ruta de Compras”, proporcionando un mapa que informa sobre la realización de las ferias en los diferentes cantones, lo que beneficia no solo a la actividad económica sino también al turismo.

Clavijo como se citó en (Correa, 2018) comenta que en cuanto a Cuenca, El Mercado El Arenal fue construido en la década de 1980 con la función de mercado mayorista, pero en la actualidad, la alta concentración de vendedores ha generado diversos problemas sociales y urbanos. En los últimos años, en esta zona se ha desarrollado una feria libre que es muy popular entre los habitantes de Cuenca y de los cantones cercanos. Esta feria se lleva a cabo los sábados y en ella se venden hortalizas, frutas, granos y una variedad de productos provenientes de la costa, sierra, oriente e incluso de países como Perú, Chile y Colombia.

4.1.3. Ferias libres en el cantón Loja

En Loja se realizan ferias libres en varios lugares. A decir del Municipio de Loja (2018), la Unidad de Comercialización es la encargada de promover estas ferias, estableciendo un cronograma para que se desarrollen de manera ordenada en diferentes

barrios de la ciudad de martes a domingo dependiendo del lugar. En estas ferias, los consumidores pueden encontrar frutas, hortalizas, legumbres y otros productos frescos, sin químicos y saludables.

Los días martes la feria se lleva a cabo en la Ciudadela Celi Román, incluyendo sectores como San José, Lojana de Turismo, Pedestal, entre otros. Los días miércoles tiene lugar en la Ciudadela Clodoveo Jaramillo, atrayendo compradores de Clodoveo Alto, El Bosque, Borja, entre otros. Los jueves cada 15 días, se desarrolla en el Complejo Ferial la tradicional Feria del Jean, con vendedores provenientes mayormente del centro del país. Los días viernes, la feria se instala en el Barrio Esteban Godoy, donde participan alrededor de 70 comerciantes, con visitantes de barrios como Daniel Álvarez, El Electricista, Ciudad Alegría.

El sábado es el turno de La Tebaida, siendo la más concurrida de la ciudad con la participación de aproximadamente 700 comerciantes provenientes de las parroquias rurales, sectores periféricos y otros intermediarios. El mismo día también se realiza una feria en La Pradera con unos 50 comerciantes. Los domingos, se organizan tres ferias: la principal en San Sebastián, que es comparable en tamaño a la de La Tebaida, y otras en Época y La Banda.

El propósito del Municipio al organizar estas ferias libres en diversos sectores y días es llevar productos de primera necesidad a los barrios, evitando aglomeraciones en lugares tradicionales como el Mercado Mayorista, Centro Comercial y ferias como las de La Tebaida y San Sebastián. Además, se busca dar prioridad a los productores de las parroquias rurales y barrios periféricos excluyendo a intermediarios y mayoristas de otros cantones y provincias. Estas ferias libres también intentan disminuir la informalidad en las calles y proporcionar un espacio autorizado donde puedan realizar sus ventas.

Es así que, según el (INEC, 2010), las actividades productivas de la Población Económicamente Activa PEA más representativas del cantón son: el comercio al por mayor (18.7%), la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (12.2%) y la construcción (9.8%); datos que se reflejan en los centros urbanos principalmente en la ciudad de Loja donde se concentra la mayor cantidad de negocios al por menor, mientras que en la zona rural se agrupa la mayor cantidad de productores agrícolas y ganaderos, que si bien su producción es de consumo local y particularmente para el abastecimiento de los mercados de la ciudad de Loja.

Es importante mencionar que existe una tendencia de abandono de la fuerza de trabajo (PEA) enfocado a los grupos de ocupación en actividades agrícolas, según el Boletín N°2 de

la UTPL (2017), la PEA en este grupo se ubicó en un 8%, 2 puntos porcentuales menos en relación al 2010 que se encontraba en un 10%. En las parroquias rurales, Chantaco, Chuquiribamba, Gualiel, Jimbilla, San Lucas, Santiago, Yangana y Quinara predomina el sector primario (entre el 51% y 81%).(Rodríguez, 2011)

4.2. Marco Teórico Conceptual

4.2.1. Feria libre

Para la Real Academia Española (2017) “la feria libre es un mercado de mayor importancia que el común, en paraje público y en días señalados”. Es por esto que las ferias libres en nuestro país y particularmente en las parroquias rurales de la ciudad de Loja se desarrolla en los lugares y horarios establecidos por la autoridad municipal como una característica fundamental de éste tipo de comercialización.

A decir de Salazar (2003) desde tiempos inmemorables, las ferias libres se han convertido en un punto de encuentro público de las comunidades, donde además de la comercialización de productos se desarrollan espacios de intercambio cultural en el que se desarrollan varias expresiones sociales, también ayudan a fomentar el desarrollo cívico de nuestros pueblos.

Las ferias libres son espacios de concentración para un importante número de oferentes y demandantes con capacidad de fijar precios, por lo cual quienes ingresan a la feria son precio aceptantes; normalmente, las ferias libres suelen ser un referente de la región donde estas se llevan a cabo, en las cuales se muestran la producción tradicional de la zona y la cultura del lugar. Es decir, se trata de expresiones sociales en primera instancia, que después se potencian como una forma de vida y de sustento económico a largo plazo (Zamora y Coello, 2016)

Según el reglamento de las ferias libres del cantón Loja (2019): “Se entiende como feria libre el comercio realizado entre productores locales, comerciantes minoristas y consumidores, en espacios de uno público, en días, horas y lugares que autorice el Municipio de Loja”.

Al resumir las diferentes definiciones que se han recopilado, se puede decir que las ferias libres son lugares al cual tienen acceso los pequeños agricultores para comercializar sus productos. Así tienen la manera de ofertarlos para que las personas del lugar, aprovechen la

diversidad, calidad y frescura de los productos. Del mismo modo, intervienen los consumidores que se hacen acreedores de estos productos a precios accesibles, ya que es una compra directa.

Según la resolución No. QQ 1 1 – AL – 2019 define los siguientes componentes objetos de regulación en dicho reglamento:

4.2.2. Puesto

Es el espacio físico asignado y determinado por el Municipio de Loja, donde el feriante ofrece y expende al público sus productos.

4.2.3. Feriante

Es la persona que habiendo cumplido con los requisitos establecidos por la municipalidad, tendrá derecho a concurrir a las ferias libres a exponer y expender sus productos.

4.2.4. Técnicos e Inspectores

Son los funcionarios del Municipio de Loja, destinados a la vigilancia, control del funcionamiento de las ferias libres, con observancia al presente reglamento, ordenanzas municipales y más disposiciones emanadas por sus superiores.

4.2.5. Ferias Libres como canal tradicional de comercialización

Se establece que las ferias libres son un canal de comercialización importante de la pequeña y mediana agricultura y de la pesca artesanal, y su fortalecimiento significa mayor participación de estos actores en el mercado. Por lo anterior, potenciar este canal permite incidir tanto sobre los ingresos de los pequeños productores como sobre los gastos de alimentos de los consumidores más vulnerables comenta a su vez según el Observatorio Feria Libre. (Salazar, 2018)

Otra definición según el artículo de (Hollenstein, 2019) comenta que los sistemas de comercialización tradicionales son el único canal comercial viable dadas las características de la producción agropecuaria de la AFC (Agricultura Familiar Campesina). Además, los mercados municipales representan un canal de comercialización masivo con gran potencial para la producción agrícola de pequeña y mediana escala. Por tanto, los mercados y ferias en este caso de Quito son un elemento central para garantizar la soberanía alimentaria de la ciudad y del país.

La comercialización solidaria y justa representa un intercambio distinto al del comercio convencional. En este tipo de canales, los productores y consumidores establecen vínculos más directos. Se valora y respeta el trabajo del agricultor, y se prioriza el bienestar de los usuarios por encima del beneficio económico. Esto no solo fortalece las economías locales también, promueve una relación más justa y sostenible. Estos canales tradicionales de comercialización, son espacios de venta directa que tienen una base familiar campesina y se caracterizan directamente por circuitos cortos de distribución, reduciendo distancias y economías entre los actores involucrados en la cadena de producción y consumo (Monteros Vizcaíno, 2020)

En estudios anteriores (Salinas, 2017) se presenta el análisis de la Unidad de Comercialización GAD-ML (2012), confirma que el GAD municipal considera a las ferias libres como mercados alternativos importantes para las familias lojanas. Sin embargo, estas ferias enfrentan problemas como la falta de espacio para los compradores debido a la mala distribución de los vendedores, la falta de logística adecuada para garantizar productos de calidad, insuficiente infraestructura para la circulación y venta de productos. Además, problemas de higiene con productos en contacto con el suelo y acumulación de basura durante y después de las ferias.

Al ser tradicional no significa que siempre deba permanecer de la misma manera, por lo que en lo anterior descrito la idea es que las condiciones de estos espacios sean los adecuados para brindar el mejor servicio a sus usuarios ya sea que se desarrolle en la parte urbana o en la rural.

2.6. Comerciantes minoritarios

Es necesario analizar desde la definición establecida por la Real Academia Española misma que define al minorista como “Dicho del comercio: Que se realiza al por menor. Además, comerciante al por menor.”

Una vez que se ha partido del concepto se puede decir que, en la cadena de distribución es el último eslabón, ya que es el comerciante minorista el que llega con el producto al consumidor final. Cabe mencionar que el minorista presenta una serie de ventajas frente a otros competidores que tiene en el mercado:

- Ofrece un trato más cercano y personal con el consumidor.

- Se centra en la atención al cliente, ya que el mismo se convertirá en su mejor publicidad. Este difundirá que cuenta con buenos artículos o precios son los que harán que aumenten sus beneficios.
- El minorista se encuentre especializado en un sector muy concreto, permite que en él al cliente le sea más fácil hallar tanto asesoramiento profesional como productos que no ofrecen grandes superficies.
- El comercio minorista se identifica además porque es más fácil de controlar y gestionar ya que son pocas las personas que tienen que tomar decisiones.
- La ganancia para el minorista se encuentra en la diferencia de precio entre el producto comprado al por mayor y después vendido al por menor.

4.2.7. Pequeño productor

En la búsqueda teórica de información que establezca los conceptos sobre Pequeño Productor se ha comprobado que existe un debate entre utilizar el término Pequeño Productor o cambiar su designación a Agricultura Familiar esto en algunos países y en distintas áreas como las académicas, políticas, científicas, etc.

Para la Comunidad Andina (2011) la agricultura familiar es la que: Usa principalmente la fuerza de trabajo familiar con poco acceso a recursos de tierra y capital así también utiliza múltiples estrategias de supervivencia y de generación de ingresos. Presenta una heterogénea articulación a los mercados de productos y factores y un acceso y uso de diferentes ecosistemas.

En cambio en el estudio de Obschatko, Foti, & Román (2007) definieron operativamente que el “Pequeño Productor” es quien dirige la explotación agropecuaria, trabaja directamente en su tierra, no posee trabajadores no familiares remunerados permanentes y no sobrepasa límites máximos en ciertos componentes de tierra y capital que difieren de región en región”.

Al analizar la definición de Agricultura Familiar se concluye que representa lo mismo que Pequeño Productor siendo así que para efectos del presente trabajo, será utilizado el término Pequeño Productor.

Los pequeños productores tienen un amplio ámbito de estudio ya que en ellos convergen distintas formas de organización, distintos niveles de capital y diversas formas de integrarse a los mercados. Las Ferias Libres en la ciudad son su principal fuente de comercialización de los productos para el consumo de los hogares de su localidad.

Se debe tomar en cuenta que hay varias realidades que, si bien algunas han sido mejoradas con la facilidad de adaptación de tecnologías y el desarrollo de maquinarias adaptadas que permiten adoptar posibilidades de trabajo más humanizado y llevar los beneficios de la mecanización a abastecer las demandas de los mercados, aún falta mucho por mejorar.

4.2.8. Usuario / Consumidor

Según el estudio de “Los Servicios Públicos y Ciudadanos: El Usuario ante el nuevo Servicio Público” de Gonzalo A. Barrio García, comenta que el usuario es la razón de ser del servicio público. La noción de servicio público se basa en la existencia de necesidades públicas, tal como se reflejan en los principios y normativas que lo regulan. Estas necesidades sociales y su atención explican la universalidad, igualdad y continuidad y adaptabilidad de cada servicio en particular. No obstante, el interés general no se limita exclusivamente ni se identifica completamente con el servicio público.

4.2.9. Servicio Público

Servicio público es toda actividad técnica destinada a satisfacer, de manera uniforme y continua, una necesidad de carácter general, con sujeción a un mutable régimen jurídico exorbitante del derecho ordinario, ya por medio de la administración pública, bien mediante particulares facultados para ello por autoridad competente, en beneficio indiscriminado de toda persona. (Fernández Ruiz, 2010)

Bases Teóricas

4.3.1. Modelo Servqual (Service Quality)

Zeithaml, Berry y Parasuraman en 1988 patentaron el modelo SERVQUAL en el cual desarrollaron un cuestionario conformado por 21 ítems consolidados y a su vez divididos en cinco dimensiones:

1. *Elementos tangibles*: Determina la apariencia de las instalaciones físicas, de los equipos y los empleados.
2. *Fiabilidad*: Mide la capacidad de la organización para cumplir con lo prometido al cliente y hacerlo sin errores.
3. *Capacidad de respuesta*: Mide la voluntad de ayuda a los usuarios y la rapidez y la agilidad del servicio.
4. *Seguridad*: Determina el conocimiento, la preparación y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.
5. *Empatía*: Mide la atención esmerada e individualizada, la facilidad de acceso a la información, la capacidad de escuchar y entender las necesidades de los clientes.

Los ítems dentro de las dimensiones mencionadas anteriormente sirven para evaluar las expectativas de los consumidores en torno al servicio recibido. El cuestionario emplea una escala de Likert de siete puntos, donde 7 significa que los clientes están completamente de acuerdo y 1, en total desacuerdo Torres & Luna, citados en (De la Torre Vasco, 2020). Servqual es uno de los modelos más utilizados como enfoque para medir la calidad del servicio en el cual se puede comparar las expectativas de los clientes antes de recibir el servicio y sus percepciones del servicio real recibido Shahin, citado en (De la Torre Vasco, 2020). El instrumento SERVQUAL ha sido el método predominante utilizado para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio recibido.

4.3.2. Modelo Servperf (Service Performance)

El modelo SERVPERF surge a raíz de las críticas realizadas por diversos autores al modelo SERVQUAL, específicamente sobre su escala para medir las expectativas. Cronin y Taylor (1992) lo proponen como modelo alternativo para evaluar la calidad del servicio basado exclusivamente en las percepciones de los usuarios sobre el desempeño del servicio. Esta escala descarta el uso de las expectativas en esta evaluación. Este utiliza una escala similar a la del SERVQUAL por lo que emplea sus 22 ítems para evaluar sólo las percepciones, simplificando así este proceso. Esto lo justifica señalando que es escasa la evidencia respecto a que los usuarios valoren la calidad de un servicio como la diferencia entre expectativas y percepciones, además agregan que existe la tendencia de valorar como altas las expectativas. Estos autores desarrollan su escala con un considerable apoyo teórico,

además de su superioridad psicométrica frente al modelo SERVQUAL probada por diversos estudios empíricos Martínez y Martínez, citados por (Torre & Vásquez, 2015)

Aunque varios estudios varios estudios han confirmado que el modelo SERVQUAL es útil como herramienta de diagnóstico para identificar áreas de mejora en la calidad del servicio, su metodología es algo compleja. Los resultados se expresan en promedios negativos, lo que complica su interpretación, y se han encontrado dificultades para determinar las expectativas de los usuarios. Por esta razón, se desarrolló el modelo SERVPERF, que es más conveniente. Este modelo no requiere que los clientes reflexionen sobre sus expectativas, a diferencia del SERVQUAL, lo que hace que el proceso sea más rápido y práctico, lo comenta Torres & Luna, citados por (De la Torre, 2020)

La escala de percepciones utilizada en el SERVPERF presenta mejores propiedades psicométricas y se basa en solo 22 preguntas sobre las percepciones del desempeño del servicio, las mismas que se plantean en el SERVQUAL. Esto reduce al tiempo necesario para administrar el cuestionario, ya que cada ítem o característica del servicio se pregunta una sola vez. Las medidas de valoración del SERVPERF predicen mejor la satisfacción, y la interpretación y el análisis son más sencillos, dado que se enfocan únicamente en las percepciones y no en las expectativas. Esto reduce en un 50% el número de preguntas en comparación con el método SERVQUAL (Torre & Vásquez, 2015)

- La calidad del servicio es un antecedente de satisfacción del cliente
- La satisfacción del consumidor tiene un efecto significativo en las intenciones de compra.

4.3.3. Modelo de los incidentes críticos

El método del incidente crítico consiste en un procedimiento para recoger observaciones directas de ciertos hechos importantes en relación al comportamiento humano en situaciones definidas, y clasificadas de tal forma que sean útiles en la resolución de problemas de tipo práctico lo dice Flanagan citado en (Balboa, 2008). Según Ronan y Latham "el método del incidente crítico es una fórmula de entrevista sistemática para recoger comportamientos que hayan sido observados llevan al éxito y/o fracaso en la realización de una tarea específica".

Según Bitner, Booms y Tetreault citados en (Lavado, 1998) un incidente crítico es aquel que favorece o perjudica el propósito general de la actividad (la satisfacción/insatisfacción del cliente en nuestro caso) de una forma significativa. Los mismos autores definen los incidentes críticos como "interacciones concretas entre los clientes y los empleados de las empresas de servicios que son especialmente satisfactorias o especialmente insatisfactorias", y para Hayes citado en (Sáez et al., 2013) un incidente crítico es "un ejemplo concreto de un servicio o un producto en el que se describa, o bien un rendimiento positivo, o bien un rendimiento negativo". Dicho de otra forma, un incidente es crítico si hace una contribución importante, positiva o negativa, al propósito general de la actividad. En nuestra investigación un incidente crítico es una experiencia con el servicio de ventas en la que el cliente se sintió muy satisfecho o muy insatisfecho. (Lavado, 1998)

4.4. Marco Legal

4.4.1. Constitución de la República del Ecuador

La base legal de esta investigación se encuentra representada, en primer lugar, por la Constitución del año 2008, de donde se extrae lo siguiente:

Es importante señalar que los GAD-M en la actualidad han adquirido más atribuciones que los convierten en instituciones vitales para el buen funcionamiento del aparato estatal, ya que los gobiernos locales son organismos útiles y necesarios para lograr el desarrollo del país, es así que se destaca del Régimen de Competencias que establece la Constitución de la República de Ecuador (2008):

Que el Art. 264 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador establece entre las competencias exclusivas de los Gobiernos municipales "Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.

Para dar fiel cumplimiento a lo constitucionalmente establecido en los citados artículos, es de fundamental importancia aclarar las funciones que los diferentes niveles de gobierno deben realizar y plasmar en políticas, planes, proyectos.

Se menciona el artículo 281 de la Constitución precisa que “la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente” (EC 2008, art.281). Para cumplir con ello, este mismo artículo menciona entre algunas responsabilidades del Estado las siguientes:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios. (EC 2008, art. 281)

Además, la soberanía alimentara está establecida en la Constitución como un deber estratégico para el desarrollo agrícola. También indica la importancia de distribuir los recursos productivos hacia los pequeños productores: enfatizando que:

El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra. Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes. El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental. (Ec 2008, art. 282).

Además, la soberanía alimentaria desde el marco constitucional se articula con el Buen Vivir como principio de un nuevo modelo de desarrollo, en donde el derecho a la alimentación es reconocido como un derecho humano, y se refleja en que: “las personas y colectividades tenemos derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes

y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.” (EC 2008, p art. 13)

“Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores”.

“Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en el siguiente principio: Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar”.

Como se manifiesta claramente, en Ecuador todos tienen derecho a trabajar sin ser explotados, respetando su dignidad, garantizando una existencia decorosa y una remuneración justa.

De igual manera, el Artículo 329 en su inciso tercero de la referida Constitución señala que:

“Art. 329 (...) Se reconocerá y protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones. Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo”.

Ratifica el derecho para poder trabajar libremente y en cualquier tipo de trabajo que esté permitido por la Ley, situación que debe prevalecer sobre cualquier ley. Lo anterior confirma la responsabilidad del Estado para garantizar la existencia y el desempeño de las Ferias Libres, sin coacción o acciones restrictivas que violenten su derecho a trabajar en las calles de la ciudad que son considerados como espacios públicos.

En cuanto a los intercambios comerciales y el comercio justo que se debe anteponer en cualquier actividad destinada para este fin, el Estado establece claramente en la Constitución de la República de Ecuador (2008) en los artículos:

“Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley”.

“Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica”.

4.4.2. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

La descentralización y desconcentración del poder ha definido un papel preponderante para los GAD-M ya que el gobierno central, no puede hacerse cargo de toda la administración del país. De esta manera antecede que los municipios tienen diversas facultades detalladas en el COOTAD (2010) del cual se extraen los siguientes artículos:

Que el Art. 53 establece la naturaleza jurídica de los Gobiernos Autónomos Descentralizados como personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera;

Que, el Art. 54 establece las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal entre ellas, literal h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno; l) " Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la de elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios"; y, p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de las actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad;

Artículo 57.- Al concejo municipal le corresponde: a) El ejercicio de la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado municipal, mediante la expedición de ordenanzas cantonales, acuerdos y resoluciones”.

Que, el Art. 60 establece las atribuciones del Alcalde o Alcaldesa entre ellas en los literales v) Coordinar la acción municipal con las demás entidades públicas y privadas; w) Dirigir y supervisar las actividades de la municipalidad, coordinando y controlando el funcionamiento de los distintos departamentos;

Por lo tanto le corresponde a la Administración Pública representada por el GAD-ML la elaboración de ordenanzas, acuerdos o resoluciones a favor de mejorar las Ferias Libres, mismas que brinden operatividad y aplicabilidad en la ciudad.

4.2.3. Código Municipal de Higiene y Abasto

El Art. 122, sección VIII de las ferias libres de productos, de la Recopilación Codificada de la Legislación Municipal Edición 2015, faculta al Municipio de Loja para que se organice las ferias libres, de productos de primera necesidad, fuera de los centros de aglomeración; así como la facultad de elaborar el reglamento pertinente.

4.2.4. Reglamento que Regula el Funcionamiento de las Ferias Libres dentro del cantón Loja

Es en este sentido el GAD-ML en el año 2019 emite un instrumento legal de mayor peso para la presente investigación y es la Resolución No. qq 11-al-2019 la cual contiene el reglamento que regula el funcionamiento de las Ferias Libres dentro del cantón Loja. El cual generalmente expone:

Art. 1.- El presente reglamento tiene como objeto regular el uso de la vía pública en la organización y funcionamiento de las ferias libres en el cantón Laja, con la observancia a la ley y ordenanza vigente, cuyos objetivos principales son:

- a) Establecer la definición de los cuatro componentes objetos de la regulación en el presente reglamento, así: Feria libre, Puesto, Feriante, Técnicos e Inspectores.
- b) Determinar canales de comercialización de productos agrícolas, con valor agregado y de artesanías, en lugares organizados y mejorados que contribuyan a fortalecer la economía popular y solidaria y el comercio justo.
- c) Generar cadenas de comercialización directas desde el productor al consumidor, ofreciendo productos a precios justos, mejorando los ingresos de los productores, y por ende la calidad de_ la población, contribuyendo al desarrollo económico local.

Este reglamento está distribuido en 43 artículos los cuales enmarcan todo acerca de cómo se deben llevar a cabo las ferias libres, desde las disposiciones generales hasta los derechos, ordenamiento, adjudicación, obligaciones, prohibiciones y sanciones.

En los artículos que preceden se enfatiza la normativa aplicada para el nacimiento, mantenimiento y mejoramiento de las Ferias Libres, desde el derecho al trabajo, a un comercio justo y las funciones que debe cumplir la administración pública para garantizar lo establecido.

4.5 Marco Referencial

4.5.1. Parroquias rurales occidentales

Políticamente el cantón Loja está dividido en 13 parroquias rurales que son: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualel, Jimbilla, Malacatos, Quinara, San Lucas, San Pedro de Vilcabamba, Santiago, Taquil, Vilcabamba y Yangana, de las cuales 8 de las mencionadas han sido objeto de estudio en la presente investigación, las cuales se describe a continuación. (Loja, s/f)

Tabla 1

Descripción de las parroquias rurales occidentales

Parroquia	Actividad Productiva
Chantaco	Productora de tomate riñón, pimiento y otros cultivos comerciales. Los pobladores de este lugar se dedican principalmente a la agricultura y ofrecen su producción a las ciudades de Loja, Guayaquil y Machala
Chuquiribamba	Parroquia abastecedora de hortalizas y cuyes para la ciudad de Loja con tecnología moderna
El Cisne	La agricultura y la ganadería son las fuentes de riqueza del sector, producto de las siembras de temporada. No tienen ningún sistema de producción de abono orgánico. Otra de las actividades principales de la Parroquia es la actividad religiosa y comercial, constituyendo el turismo religioso una actividad económica de especial significación.
Gualel	Parroquia esencialmente ganadera. La cabecera parroquial aún mantiene viviendas y patios de tapia, verdaderas reliquias del pasado. La agricultura y la ganadería constituyen la principal ocupación de los habitantes de Gualel, utilizan el sistema de labranza de la tierra mediante arado y actividades manuales como hilar y tejer.
	La Producción local se fundamenta en la agricultura y la ganadería, en las

Jimbilla	cuales utilizan técnicas rudimentarias que no permiten tener alta productividad. Los principales productos agrícolas que se cultivan en la zona son: hortalizas como lechugas, col, zambo, tomate riñón, coliflor, brócoli, frutales como: manzanas, capulíes, duraznos, babaco, tomate de árbol, peras, reina claudia, pepino dulce, naranja, la mandarina, níspero, limón dulce y otras frutas; y cultivos de ciclo corto como el maíz, la arveja, fréjol, habas, cebada, trigo, patatas, guineo común, yuca, camote, zanahoria blanca, la papa china.. También se produce col, nabo, lechuga, cebolla blanca y toda clase de hierbas aromáticas.
San Lucas	En la parroquia se cultiva principalmente maíz suave-fréjol, papa, ciertas hortalizas y árboles frutales(al momento no existe un adecuado manejo) como el durazno, y el manzano.
Santiago	Impera en la agricultura el cultivo de maíz blanco, fréjol, arveja, papa, haba, y melloco; existen otras actividades en menor escala como: La fruticultura (durazno, manzana, pera y reina claudia), las artesanías (tejidos, manualidades), la cría de animales menores y la horticultura.
Taquil	Desarrollo extensivo de la ganadería y de cultivos de temporada, principalmente maíz, a poca distancia de la cabecera parroquial se encuentra el caserío Cera, famoso por artesanías de cerámica hechas a mano

Nota. Información tomada de la página web del Municipio de Loja, sección de parroquias rurales (2023).

El Municipio busca que los agricultores de las parroquias rurales expongan la producción del sector como verduras, hortalizas, lácteos y gastronomía propia del lugar, mediante las ferias libres como un canal tradicional de comercialización con el propósito de fomentar la producción y potenciar el comercio. La ejecución de estas actividades forja un vínculo entre el campo y la ciudad, es decir, los moradores visitan estos lugares para adquirir productos frescos de los productores, sin embargo, no existe una equidad entre el agricultor y comerciante, ya que los mismos no compran a precios justos que den beneficio a los pequeños productores, de tal manera que, los comerciantes lo expenden en la ciudad a precios muy elevados beneficiándose a sí mismos. (Díaz, 2022).

Las ferias libres en las parroquias rurales son realizadas de acuerdo al siguiente cronograma:

Tabla 2

Cronograma de ferias libres en las parroquias rurales occidentales

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
06:00-13:00			Chuquiribamba				El Cisne
							Taquil
5:00-19:00							Chantaco
					San Lucas		Gualel

Nota. Los datos de la tabla representan el cronograma de las ferias libres en las parroquias rurales según el GAD Parroquial

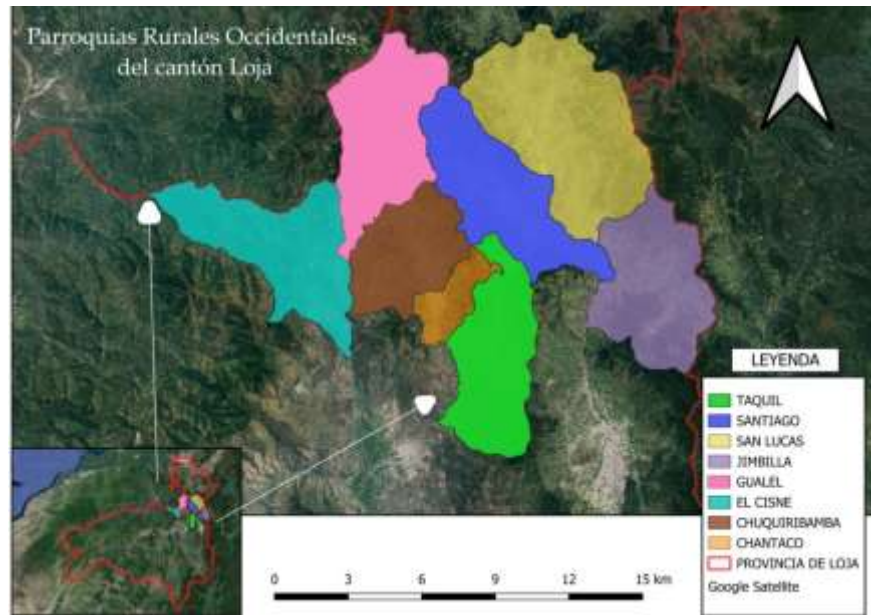
Es importante hacer conocer que las parroquias rurales Jimbilla y Santiago no se realizan ferias libres semanalmente de lo contrario se ejecutan en días festivos y meses establecidos por el municipio en coordinación con el Gobierno Autónomo Descentralizado de las parroquias.

5. Metodología

5.1. Área de Estudio

Figura 1

Mapa parroquias rurales occidentales del cantón Loja



Nota. La imagen muestra las parroquias rurales occidentales que fueron motivo de estudio para el presente trabajo.

5.2. Enfoque de la Investigación

El presente informe de investigación tuvo un enfoque mixto, por un lado, cuantitativo, debido a la interpretación basada en los resultados obtenidos por la aplicación de encuestas a los usuarios de las ferias libres. Por otra parte, cualitativo ya que a través de la observación directa del desarrollo de las ferias libres en las parroquias rurales y el análisis de la entrevista correspondiente al Jefe de comercialización del Municipio de Loja, sumándose la respectiva revisión documental se describe el tema de estudio.

5.3. Diseño de la Investigación

La presente investigación se dio a través de un diseño no experimental ya que este facilitó describir y comprender el objeto de estudio en su contexto natural. Se recolectaron

datos descriptivos que permitieron obtener una imagen detallada y precisa de las características, patrones y relaciones presentes en el entorno observado.

5.4. Tipo de Investigación

La investigación fue de tipo exploratoria, descriptiva la cual se desarrolló en base a la aplicación de instrumentos de recolección primaria de información que permitieron cumplir los objetivos propuestos relacionados con caracterizar el funcionamiento, las condiciones de comercialización y de esta manera determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de las ferias libres de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja.

5.5. Población y tamaño de la muestra

5.5.1. Muestra

La población de estudio de la investigación se enmarcó en las parroquias rurales occidentales del cantón Loja: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualel, Jimbilla, San Lucas, Santiago y Taquil, que se representan en la siguiente tabla con el número de habitantes proyectado a la actualidad:

Tabla 3

Proyección de habitantes de las parroquias rurales occidentales

<i>Parroquias</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Chantaco</i>	1.221	1.249	1.277	1.305	1.333	1.361	1.389	1.418	1.446	1.474	1.502	1.530	1.558	1.586
<i>Chuquiribamba</i>	2.558	2.616	2.675	2.734	2.793	2.852	2.911	2.970	3.029	3.088	3.146	3.205	3.264	3.323
<i>El Cisne</i>	1.688	1.727	1.766	1.805	1.844	1.883	1.922	1.961	2.000	2.038	2.077	2.116	2.155	2.194
<i>Gualel</i>	2.136	2.185	2.234	2.284	2.333	2.382	2.432	2.481	2.530	2.579	2.628	2.678	2.727	2.776
<i>Jimbilla</i>	1.155	1.182	1.208	1.235	1.262	1.288	1.315	1.342	1.368	1.395	1.421	1.448	1.475	1.501
<i>San Lucas</i>	4.846	4.957	5.068	5.180	5.292	5.404	5.516	5.628	5.740	5.851	5.962	6.074	6.186	6.298
<i>Santiago</i>	1.424	1.456	1.489	1.522	1.555	1.588	1.621	1.654	1.686	1.719	1.752	1.785	1.818	1.850
<i>Taquil</i>	3.799	3.886	3.973	4.061	4.148	4.236	4.324	4.412	4.499	4.586	4.673	4.761	4.849	4.937
<i>Total de Personas</i>	18.828	19.257	19.690	20.124	20.559	20.995	21.430	21.864	22.298	22.730	23.161	23.598	24.032	24.466

Nota. Esta tabla muestra la proyección de las parroquias objeto de estudio, mostrando los totales al final de cada año. Datos tomados del INEC (2010).

Una vez obtenido el dato poblacional, se procedió a calcular el número de familias totales que pertenecen a las parroquias escogidas, para ello, el INEC, determina que un hogar, en promedio, está formado por cuatro personas: dos adultos y dos niños. Dado el número de personas totales, se dividió para cuatro personas, obteniendo el número de familias de la siguiente manera:

Tabla 4

Número total de familias con la proyección al año 2023

Total de personas en las parroquias rurales occidentales	24 466
Número de familias en las parroquias rurales occidentales	6 116

Nota. Valores obtenidos de la proyección al año 2023.

Según la proyección que se realiza del INEC (2010) al año 2023, el total de las ocho parroquias investigadas son 6 116 familias. A continuación, se encuentra el proceso para obtener la muestra.

5.5.2. Tamaño de la Muestra

La muestra tomada para este informe representó la fracción de la población aplicando la metodología de muestreo.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} \\
 n &= \frac{1,96^2 * 24\,466 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (24\,466 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} \\
 n &= \frac{23\,496,77801}{61,16154104 + 0,9604} \\
 n &= 378,2363 = 378 \text{ Encuestas}
 \end{aligned}$$

El total de encuestas que se aplicó a nivel de las parroquias rurales para este proyecto de investigación es de 378.

Además, se presenta la distribución de la muestra en cada parroquia, misma que se obtuvo al multiplicar el número total de encuestas a aplicar por el porcentaje de personas correspondiente de cada parroquia.

Tabla 5

Número de encuestas por parroquia

Parroquias rurales occidentales	Población total	%	Encuestas
Chantaco	1.586	6%	25
Chuquiribamba	3.323	14%	51
El Cisne	2.194	9%	34
Gualel	2.776	11%	43
Jimbilla	1.501	6%	23
San Lucas	6.298	26%	97
Santiago	1.850	8%	29
Taquil	4.937	20%	76
Total Personas	24.466		378
Total Familias	6116		

Nota. Esta tabla muestra el número de encuestas a aplicar en cada parroquia rural motivo de estudio.

5.5. Métodos de Investigación

5.5.1. Método documental

Este método implicó la revisión minuciosa de fuentes teóricas, incluyendo leyes, reglamentos, disposiciones legales y bibliografía relevante para fundamentar la discusión de la investigación. Esta revisión se llevó a cabo haciendo uso de fuentes académicas disponibles en línea.

5.5.2. Método analítico- sintético

Permitió identificar y conceptualizar cada una de las dimensiones que inciden en las preferencias de los usuarios para lograr el propósito de la investigación, el mismo que fue determinar la satisfacción de los usuarios de las ferias libres de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja. De tal manera, que diera lugar a hacer un análisis de la información recolectada sobre las nueve dimensiones analizando e interpretando los resultados obtenidos para presentarlos en tablas con su respectivo porcentaje del total de cada

dimensión. Facilitando establecer el nivel de satisfacción de los usuarios y proponer un plan de mejoras en función de los resultados obtenidos. Además, el método también fue útil para formular las conclusiones correspondientes.

5.6. Técnicas

5.4.2. Grupo focal

Fue un proceso dinámico en el que los investigadores intercambiaron ideas, de forma que sus opiniones entraron en debate. Durante la discusión, se determinó que el modelo más adecuado a aplicar fue el propuesto por Hayes acerca de dimensiones de calidad o de incidentes críticos. Dicha información fue la colaboración precisa para establecer la metodología cumpliendo el primer objetivo.

5.4.3. Encuesta

La encuesta diseñada fue aplicada a 378 personas distribuidas representativamente en cada parroquia objeto de estudio (*ver Tabla 5*). Esto permitió obtener la información cuantitativa relacionada a la satisfacción de los usuarios de las ferias libres. Fue estructurada en 9 dimensiones con un total de 19 preguntas cerradas y aplicadas en cada una de las parroquias rurales occidentales (*ver Anexo 1*).

5.4.3.1. Opciones de Respuesta

Para poder medir la encuesta aplicada se recurrió a escala de Likert siendo un instrumento de investigación psicométrica que ayuda a evaluar las conductas, creencias, valores e ideales de una persona o una población mediante categorías cerradas. Por lo tanto se diseñó las alternativas de respuesta en base a la escala de Likert obteniendo “Acuerdo” “Indiferente” y Desacuerdo”.

Tabla 6

Opciones de respuesta

Opciones de Respuesta
Acuerdo
Indiferente
Desacuerdo

Nota. Opciones acordadas por el equipo de investigación en base a la escala de Likert.

5.4.3.2. Preguntas

El cuestionario aplicado fue diseñado con 19 preguntas basado en el modelo propuesto por Hayes (1998, 2008), el cual describe conceptos como incidentes críticos, elementos de satisfacción y dimensiones de calidad. Lo que permitió definir 35 elementos de satisfacción, agrupados en 9 dimensiones de calidad.

Tabla 7

Dimensiones e ítems de cada dimensión

Dimensión	ítems
Dimensión Productos	6
Dimensión Precios	5
Dimensión Higiene y Presentación	4
Dimensión Servicio al Cliente	5
Dimensión Confiabilidad de los Feriantes	1
Dimensión Regulación y Fiscalización	5
Dimensión Entorno Social	2
Dimensión Infraestructura	5
Dimensión Accesibilidad	2
Total	35

Nota. Esta tabla muestra las dimensiones de calidad propuestas por Hayes (1998) consideradas para determinar la satisfacción de los usuarios.

5.4.4. Entrevista

Con la entrevista se obtuvo información puntual sobre cómo se desarrollan las ferias libres en cada parroquia referida en esta investigación. Se aplicó una entrevista semiestructurada con preguntas específicas al Jefe de comercialización del municipio de Loja (*ver Anexo 2*), considerado un actor clave. Esto fue guía para la propuesta del plan de mejoras considerando los resultados obtenidos dando así cumplimiento al tercer objetivo.

6. Resultados

Determinar la satisfacción de los usuarios de las Ferias Libres de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja, fue el principal objeto de esta investigación y para poder solventarlo se recogió información a través de las técnicas de investigación descritas anteriormente a detalle, de esta manera se obtuvo los siguientes resultados, respecto a cada uno de los objetivos específicos:

6.1. Establecer la metodología para determinar la satisfacción de los usuarios

Para el cumplimiento de este objetivo se procedió a la revisión documental correspondiente y el análisis de dicha información a través de un grupo focal con los investigadores que dio como resultado lo que se describe a continuación:

Dentro de la revisión documental se conoce que la política del GAD Municipal es mantener las Ferias Libres ya que son un canal de comercialización alternativo y tradicional. El Código Municipal de Higiene y Abasto Sección VIII Art. 122 expresa que se dicte un instrumento jurídico y hasta la fecha de la realización de la investigación se ha concretado el Reglamento que regula el funcionamiento de las Ferias Libres dentro del cantón Loja.

En base a la revisión de estudios anteriores y casos de éxito sobre ferias libres, sumado a la experiencia y conocimiento de los investigadores involucrados en el proyecto, se da paso al intercambio de ideas y opiniones en un llamado grupo focal en el cual se consideró el Modelo de Dimensiones de Calidad del Servicio descrito por Bob E. Hayes como el más adecuado para la investigación. Este expresa dos significativas formas de identificar las dimensiones de calidad de un servicio. La primera, denominada establecimiento de dimensiones de calidad, es empleada para el análisis desde la perspectiva de los oferentes del servicio estudiado, y busca identificar los componentes específicos que conforman los requisitos en opinión de los oferentes. La segunda tarea corresponde a la identificación de "incidentes críticos", que corresponden a acciones y conductas concretas de personas, grupos y organizaciones que permiten evaluar la calidad de un servicio, y definen los elementos de satisfacción específicos de cada dimensión de acuerdo con el modelo. Dichos incidentes pueden estar relacionados con características positivas del servicio, deseables por los consumidores, o bien estar relacionados con características negativas del servicio evaluado, las que harían dudar de la calidad del servicio recibido por parte de los usuarios, o bien desincentivar una futura compra (Hayes, 2008).

Además, dicese que la satisfacción de un usuario está muy ligado a la calidad del servicio que obtiene, es decir, la calidad la define el usuario y no el proveedor – vendedor y a su vez los usuarios evalúan la calidad del servicio comparando sus expectativas con sus percepciones de cómo se efectúa, así lo manifiesta (Ñahuirima, 2015).

Dado esto, a través de la observación directa se pudo determinar las características propias de las ferias estudiadas así como las expectativas y percepciones que los usuarios tienen de ellas, eso es a lo que llamamos incidentes críticos que fueron aplicaron para evaluar a los usuarios de las ferias. El enfoque aplicado enfatiza que cada servicio debe tener sus propias dimensiones fundamentadas en base a las preferencias de los usuarios. Otros autores mencionan que en el caso de la calidad de servicio vinculado a la venta de alimentos, así como en el resto del sector de comercio al por menor, se ha observado que el concepto de satisfacción se extiende tanto al servicio o atención que reciben los consumidores, como a los productos comercializados. Naik et al citado en (Sáez et al., 2013)

En la siguiente tabla (Tabla 8) se presenta la agrupación de las dimensiones definidas y a su vez los incidentes críticos que fueron aplicados a los distintos usuarios de las ferias.

Tabla 8

Dimensiones y los incidentes críticos a evaluar

Dimensión	Preguntas
<i>Dimensión Productos</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Libertad de elegir los productos que deseo</i> - <i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i> - <i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i> - <i>Siempre obtengo productos de calidad</i> - <i>La presentación de los productos es adecuada</i> - <i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>
<i>Dimensión Precios</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Los precios son más bajos que en supermercados</i> - <i>Los precios son más bajos que en bodegas</i> - <i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i> - <i>Los precios son más bajos que en mercados</i> - <i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>
<i>Dimensión Higiene y Presentación</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i> - <i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i> - <i>Los feriantes están uniformados</i> - <i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>

<i>Dimensión Servicio al Cliente</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo - Me agrada que los puestos no cambien de lugar - Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero - Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento - La atención que recibo es personalizada y cordial
<i>Dimensión Confiabilidad de los Feriantes</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles
<i>Dimensión Regulación y Fiscalización</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas - Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria - Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado - Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria - Existe seguridad en el interior de la feria
<i>Dimensión Entorno Social</i>	<ul style="list-style-type: none"> - La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos - Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable
<i>Dimensión Infraestructura</i>	<ul style="list-style-type: none"> - El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado - Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros - Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia - Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora - La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación
<i>Dimensión Accesibilidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> - El horario de atención de la feria es adecuado - Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas

Nota. Esta tabla muestra las dimensiones de calidad propuestas por Hayes (1998) consideradas para determinar la satisfacción de los usuarios.

6.2. Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto de las ferias libres.

Seguido a la fase cualitativa, en donde se conoció, clasificó las dimensiones y los criterios propios de la localidad, para conocer la satisfacción se dio paso a la recolección de información con la aplicación de la encuesta logrando culminar la fase cuantitativa. A continuación, se detalla la caracterización de la población objetivo por parroquia:

- **Chantaco**

Tabla 9

Características de la población de la parroquia Chantaco

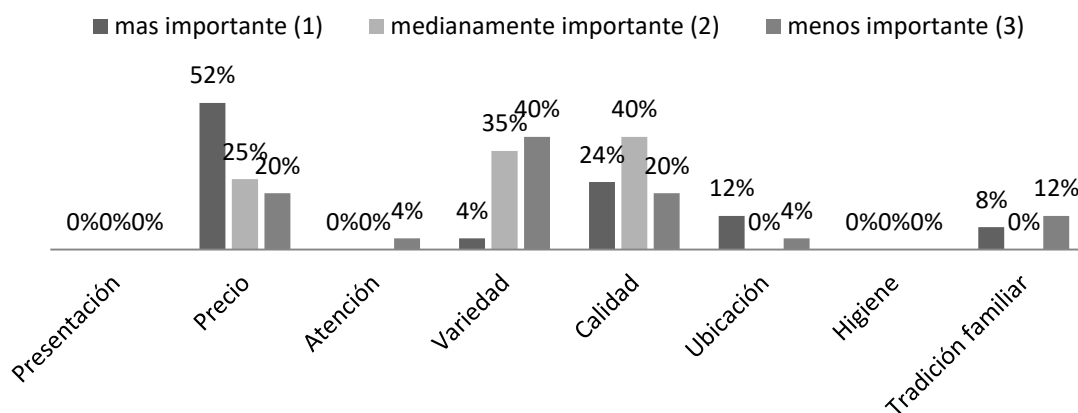
<i>Característica</i>	<i>% de Encuestas</i>
Edad	
20 - 35	12%
35 - 50	32%
50 - 65	36%
65 - 80	20%
80 - 95	0%
Género	
Masculino	52%
Femenino	48%
Ocupación	
Empleado publico	8%
Empleado privado	8%
Autónomo/por cuenta propia	56%
Actividad en el hogar	28%
Rango de ingreso familiar	
0 - 450	88%
450 - 900	12%
900 - 1350	0%
1350 - 1800	0%
Más de 1800	0%
¿Cuántas veces al mes Ud. compra los productos de la feria?	
Una vez	4%
Dos veces	12%
Tres veces	8%
Cuatro veces	84%
¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?	
0 - 20	52%
20 - 40	24%
40 - 60	8%
60 - 80	12%
80 - 100	4%

Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la feria libre de la parroquia Chantaco.

Según de información general de la parroquia Chantaco, la mayoría de la población tiene entre 35 y 50 años de edad, la mayoría se dedica a un trabajo propio como la agricultura o tiendas comerciales. Asimismo, las personas usuarias de la feria libre en su mayoría, compran alimentos necesarios cuatro veces al mes y suelen un ingreso mensual inferior al salario básico, que es de \$460. Según las encuestas, el 52% de las personas gasta menos de 20 dólares en cada compra en esta feria libre.

Figura 2

¿Por qué comprar en la feria de la parroquia Chantaco?



Nota. Respuestas obtenidas a través de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Chantaco

La figura 2 muestra que las personas consideran más importante comprar en la feria libre de Chantaco por el precio, seguido de la calidad. Mientras que la ubicación y la variedad es algo que consideran menos importante para realizar sus compras cada semana.

Tabla 10

Elementos de satisfacción de la parroquia Chantaco

Dimensión/Elemento de Satisfacción	ACUERDO	INDIFERENTE	DESACUERDO
1. Dimensión productos			
<i>Libertad de elegir los productos que deseo</i>	92%	0%	8%
<i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i>	80%	4%	16%
<i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i>	88%	0%	12%
<i>Siempre obtengo productos de calidad</i>	84%	4%	12%
<i>La presentación de los productos es adecuada</i>	80%	4%	16%
<i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>	88%	0%	12%
2. Dimensión precios			
<i>Los precios son más bajos que en supermercados</i>	1%	0%	0%
<i>Los precios son más bajos que en bodegas</i>	1%	0%	0%
<i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i>	84%	12%	4%
<i>Los precios son más bajos que en mercados</i>	1%	0%	0%
<i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>	96%	0%	4%

3. Dimensión higiene y presentación			
<i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i>	68%	8%	24%
<i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i>	56%	4%	40%
<i>Los feriantes están uniformados</i>	20%	0%	80%
<i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>	28%	8%	64%
4. Dimensión servicio al cliente			
<i>Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo</i>	56%	0%	44%
<i>Me agrada que los puestos no cambien de lugar</i>	76%	0%	24%
<i>Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero</i>	24%	0%	76%
<i>Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento</i>	100%	0%	0%
<i>La atención que recibo es personalizada y cordial</i>	100%	0%	0%
5. Dimensión confiabilidad de los feriantes			
<i>Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles</i>	84%	0%	16%
6. Dimensión regulación y Fiscalización			
<i>Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas</i>	52%	24%	24%
<i>Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria</i>	32%	12%	56%
<i>Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado</i>	84%	4%	12%
<i>Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria</i>	48%	4%	48%
<i>Existe seguridad en el interior de la feria</i>	84%	0%	16%
7. Dimensión entorno social			
<i>La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos</i>	100%	0%	0%
<i>Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable</i>	100%	0%	0%
8. Dimensión infraestructura			
<i>El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado</i>	72%	0%	28%
<i>Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros</i>	92%	0%	8%
<i>Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia</i>	32%	0%	68%
<i>Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora</i>	72%	0%	28%
<i>La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación</i>	84%	0%	16%
9. Dimensión accesibilidad			
<i>El horario de atención de la feria es adecuado</i>	92%	4%	4%
<i>Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas</i>	56%	0%	44%

Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Chantaco.

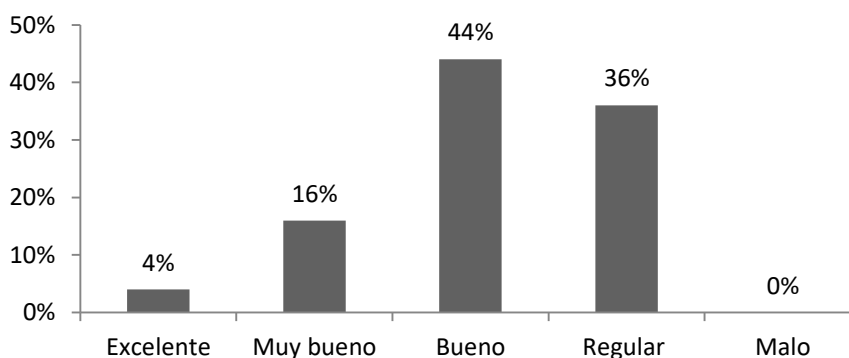
Una vez aplicado el Modelo de Dimensiones de Calidad del Servicio descrito por Hayes y al analizar los resultados de las preguntas referidas a la dimensión “Producto”, se aprecia que la evaluación respecto de la variedad de los productos es bastante positiva, con un 88% de encuestados de acuerdo con la afirmación “Encuentro todo tipo de productos”. En cuanto a las aseveraciones sobre la disponibilidad de productos de buena calidad y la posibilidad de cambiar aquellos de mala calidad, en caso de ser necesario, la evaluación es

también positiva, con porcentajes de aprobación que oscilan entre 84% y 80% respectivamente. Además, según las repuestas de los encuestados, el 92% manifestó que sí podía elegir los productos en los puestos de la feria. Siendo así que esta dimensión con todos los elementos que la conforman es mayormente positiva.

Respecto de la dimensión “Precio”, la evaluación es positiva para la mayoría de los elementos de satisfacción definidos. Los datos relativos a las dimensiones “Higiene y presentación” y “Regulación y fiscalización”, representan los niveles más bajos de todos los resultados obtenidos respecto de que si “los feriantes y los puestos están limpios” o “los feriantes están uniformados y los puestos están ordenados”. Por otra parte, cuando se consultó a los usuarios acerca de reclamos por la atención, 56% de los entrevistados indicó no saber a quién recurrir dentro de la feria en caso de tener algún inconveniente o reclamo. En el caso de los elementos de satisfacción Los feriantes me tratan bien y la atención es personalizada, la totalidad de los encuetados, respectivamente, indican estar de acuerdo con tales aseveraciones, mientras que 84% de los encuestados indica tener sus “feriantes de preferencia”.

Figura 3

Calificación general de la feria libre de la parroquia Chantaco



Nota. Resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción aplicada.

A través de la figura 3 se comprueba que los usuarios de la feria libre de la parroquia Chantaco consideran de manera general que el servicio que les ofrecen es bueno, aunque un muy buen número lo considera regular, dado que hay aspectos que deben mejorar.

- **Chuquiribamba**

Tabla 11

Características de la población de la parroquia Chuquiribamba

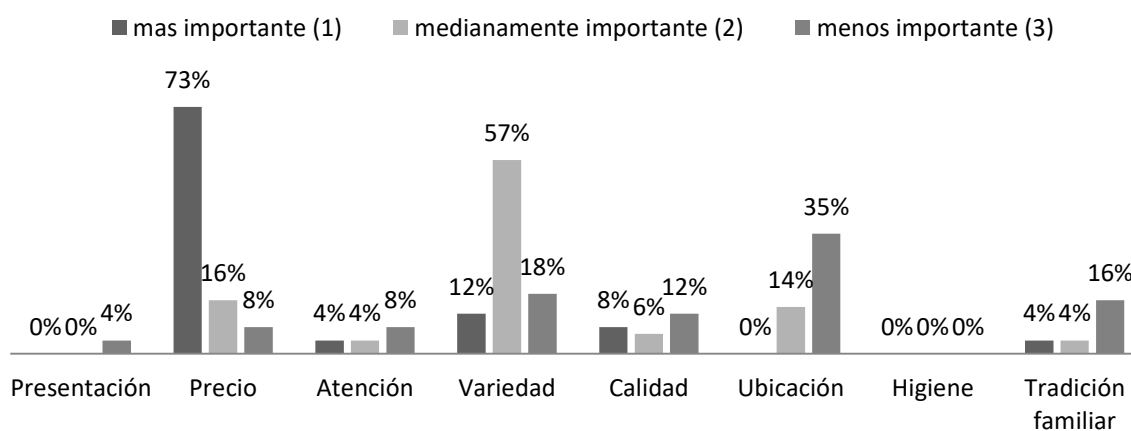
Característica	% de Encuestas
Edad	
20 - 35	41%
35 - 50	39%
50 - 65	10%
65 - 80	8%
80 - 95	2%
Género	
Masculino	57%
Femenino	43%
Ocupación	
Empleado publico	20%
Empleado privado	4%
Autónomo/por cuenta propia	39%
Actividad en el hogar	37%
Rango de ingreso familiar	
0 - 450	86%
450 - 900	14%
900 - 1350	0%
1350 - 1800	0%
Más de 1800	0%
¿Cuántas veces al mes Ud. compra los productos de la feria?	
Una vez	0%
Dos veces	12%
Tres veces	0%
Cuatro veces	88%
¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?	
0 - 20	39%
20 - 40	37%
40 - 60	22%
60 - 80	2%
80 - 100	0%

Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la feria libre de la parroquia Chuquiribamba.

Generalmente la parroquia Chuquiribamba se caracteriza por tener una población adulta joven entre 20 y 35 años de edad, dedicándose a un trabajo por cuenta propia como lo es la agricultura. Teniendo un ingreso mensual desde \$0 hasta \$450 para su manutención y con respecto a la feria libre, realizan compras cada semana hasta los \$20 de compra.

Figura 4

¿Por qué comprar en la feria libre de la parroquia Chuquiribamba?



Nota. Respuestas obtenidas a través de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Chuquiribamba.

Esta figura muestra que las personas de esta parroquia consideran más importante comprar en esta feria libre por el precio, seguido de la variedad. Mientras que la ubicación la consideran menos importante para realizar sus compras cada semana.

Tabla 12

Elementos de satisfacción de la parroquia Chuquiribamba

Dimensión/Elemento de Satisfacción	ACUERDO	INDIFERENTE	DESACUERDO
1. Dimensión productos			
<i>Libertad de elegir los productos que deseo</i>	96%	0%	4%
<i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i>	84%	12%	4%
<i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i>	88%	4%	8%
<i>Siempre obtengo productos de calidad</i>	71%	8%	22%
<i>La presentación de los productos es adecuada</i>	69%	14%	18%
<i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>	78%	8%	14%
2. Dimensión precios			
<i>Los precios son más bajos que en supermercados</i>	88%	6%	6%
<i>Los precios son más bajos que en bodegas</i>	86%	10%	4%
<i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i>	75%	16%	10%
<i>Los precios son más bajos que en mercados</i>	73%	20%	8%
<i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>	86%	8%	6%

3. Dimensión higiene y presentación			
<i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i>	69%	16%	16%
<i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i>	65%	24%	12%
<i>Los feriantes están uniformados</i>	4%	4%	92%
<i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>	24%	27%	49%
4. Dimensión servicio al cliente			
<i>Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo</i>	82%	4%	14%
<i>Me agrada que los puestos no cambien de lugar</i>	76%	0%	24%
<i>Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero</i>	49%	8%	43%
<i>Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento</i>	90%	0%	10%
<i>La atención que recibo es personalizada y cordial</i>	88%	0%	12%
5. Dimensión confiabilidad de los feriantes			
<i>Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles</i>	63%	8%	29%
6. Dimensión regulación y Fiscalización			
<i>Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas</i>	59%	20%	22%
<i>Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria</i>	14%	4%	82%
<i>Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado</i>	96%	0%	4%
<i>Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria</i>	76%	6%	18%
<i>Existe seguridad en el interior de la feria</i>	82%	0%	18%
7. Dimensión entorno social			
<i>La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos</i>	96%	4%	0%
<i>Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable</i>	98%	2%	0%
8. Dimensión infraestructura			
<i>El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado</i>	98%	0%	2%
<i>Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros</i>	96%	0%	4%
<i>Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia</i>	82%	0%	18%
<i>Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora</i>	94%	0%	6%
<i>La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación</i>	84%	0%	16%
9. Dimensión accesibilidad			
<i>El horario de atención de la feria es adecuado</i>	100%	0%	0%
<i>Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas</i>	41%	4%	55%

Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Chuquiribamba.

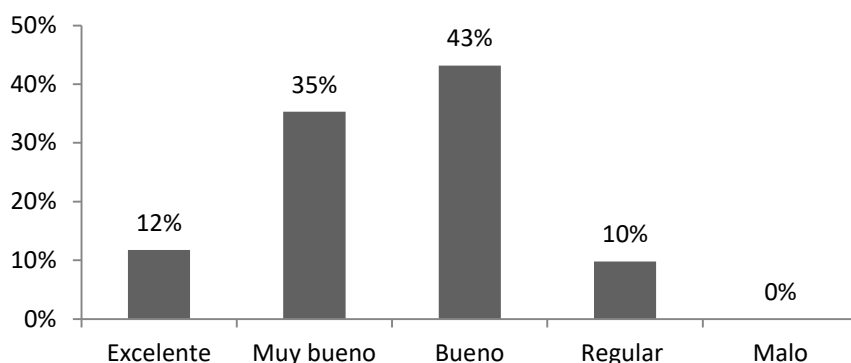
Una vez aplicadas las dimensiones descritas por Hayes y al analizar los resultados de las preguntas referidas a la dimensión “Productos”, se aprecia que la evaluación respecto de la variedad de los productos es bastante positiva, con un 88% de encuestados de acuerdo con la aseveración “Encuentro todo tipo de productos”.

Con relación a las aseveraciones referidas a la disponibilidad de productos de buena calidad y la posibilidad de cambiar aquellos de mala calidad, en caso de ser necesario, la evaluación es también positiva, con porcentajes de aprobación que oscilan entre 71% y 84% respectivamente. Además, 96% de los encuestados manifestó que sí podía elegir libremente los productos que desea. Siendo así que esta dimensión con todos los elementos que la conforman es mayormente positiva. Respecto de la dimensión “Precio”, la evaluación es positiva para la mayoría de los elementos de satisfacción definidos. Los datos relacionados a las dimensiones “Higiene y presentación” y “Regulación y fiscalización”, representan los niveles más bajos de todos los resultados obtenidos respecto de si “los feriantes y los puestos están limpios” o “los feriantes están uniformados y los puestos están ordenados”.

Por otra parte, cuando se consultó a los usuarios acerca de reclamos por la atención, solo el 14% indicó no saber a quién recurrir dentro de la feria en caso de tener algún inconveniente o reclamo. En el caso de los elementos de satisfacción “Los feriantes me tratan bien” y “La atención es personalizada” la totalidad de los encuestados indican estar de acuerdo con tales aseveraciones, mientras que el 63% de los encuestados indica tener sus “feriantes de preferencia”.

Figura 5

Calificación general de la feria de la parroquia Chuquiribamba



Nota. Resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción aplicada.

A través de la figura 5 se comprueba que los usuarios de la feria libre de la parroquia Chuquiribamba consideran que el servicio que les ofrecen es generalmente bueno. Pese a existir aspectos a mejorar según lo manifestaron aquellos que consideran regular a este servicio.

- **El Cisne**

Tabla 13

Características de la población de la parroquia El Cisne

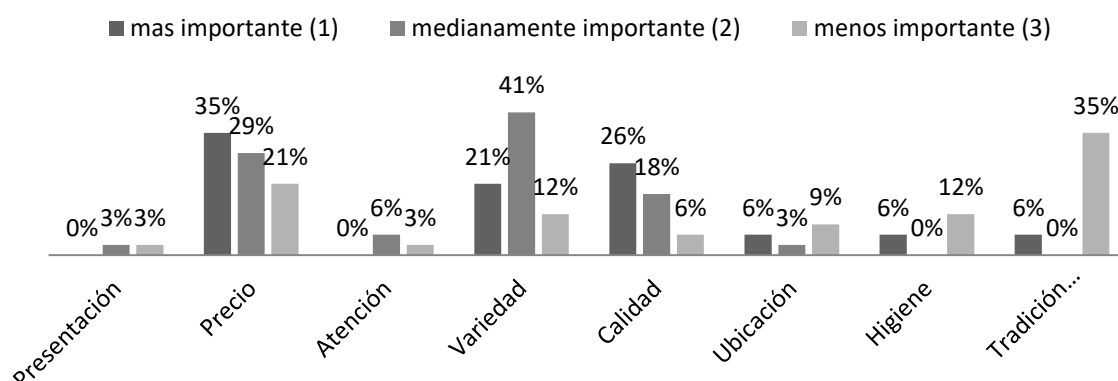
Característica	% de Encuestas
Edad	
20 - 35	35%
35 - 50	38%
50 - 65	15%
65 - 80	12%
80 - 95	0%
Género	
Masculino	38%
Femenino	62%
Ocupación	
Empleado publico	3%
Empleado privado	3%
Autónomo/por cuenta propia	62%
Actividad en el hogar	32%
Rango de ingreso familiar	
0 - 450	91%
450 - 900	6%
900 - 1350	0%
1350 - 1800	3%
Más de 1800	0%
¿Cuántas veces al mes Ud. compra los productos de la feria?	
Una vez	12%
Dos veces	12%
Tres veces	3%
Cuatro veces	74%
¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?	
0 - 20	26%
20 - 40	32%
40 - 60	18%
60 - 80	6%
80 - 100	18%

Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la feria libre de la parroquia El Cisne.

En la parroquia El Cisne las personas tienen entre 35 a 50 años de edad, su ocupación es por cuenta propia representando al 62%. Su ingreso mensual es hasta el salario básico con lo cual hacen compras 4 veces por semana y un 26% de los encuestados destina de 0 a 20 dólares para la compra en la feria libre.

Figura 6

¿Por qué eligen comprar en la feria libre de la parroquia El Cisne?



Nota. Respuestas obtenidas a través de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia El Cisne.

En la figura 6 se muestra que la población de El Cisne considera medianamente importante la variedad de productos. Seguido a esto está el precio. Mientras que es de muy poco interés la higiene y ubicación por lo cual eligen hacer sus compras.

Tabla 14

Elementos de satisfacción de la parroquia El Cisne

Dimensión/Elemento de Satisfacción	ACUERDO	INDIFERENTE	DESACUERDO
1. Dimensión productos			
<i>Libertad de elegir los productos que deseo</i>	100%	0%	0%
<i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i>	94%	0%	6%
<i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i>	97%	0%	3%
<i>Siempre obtengo productos de calidad</i>	91%	3%	6%
<i>La presentación de los productos es adecuada</i>	91%	3%	6%
<i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>	82%	0%	18%
2. Dimensión precios			
<i>Los precios son más bajos que en supermercados</i>	97%	0%	3%
<i>Los precios son más bajos que en bodegas</i>	94%	0%	6%
<i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i>	91%	0%	9%
<i>Los precios son más bajos que en mercados</i>	91%	0%	9%
<i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>	94%	3%	6%

3. Dimensión higiene y presentación			
<i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i>	82%	3%	15%
<i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i>	85%	3%	12%
<i>Los feriantes están uniformados</i>	15%	3%	62%
<i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>	56%	56%	44%
4. Dimensión servicio al cliente			
<i>Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo</i>	85%	0%	15%
<i>Me agrada que los puestos no cambien de lugar</i>	85%	0%	15%
<i>Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero</i>	35%	6%	59%
<i>Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento</i>	94%	3%	3%
<i>La atención que recibo es personalizada y cordial</i>	91%	9%	0%
5. Dimensión confiabilidad de los feriantes			
<i>Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles</i>	82%	0%	18%
6. Dimensión regulación y Fiscalización			
<i>Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas</i>	62%	26%	12%
<i>Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria</i>	26%	6%	68%
<i>Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado</i>	91%	3%	6%
<i>Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria</i>	56%	56%	41%
<i>Existe seguridad en el interior de la feria</i>	76%	76%	24%
7. Dimensión entorno social			
<i>La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos</i>	91%	6%	3%
<i>Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable</i>	97%	3%	0%
8. Dimensión infraestructura			
<i>El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado</i>	97%	0%	3%
<i>Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros</i>	100%	0%	0%
<i>Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia</i>	79%	3%	18%
<i>Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora</i>	79%	0%	21%
<i>La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación</i>	88%	0%	12%
9. Dimensión accesibilidad			
<i>El horario de atención de la feria es adecuado</i>	94%	0%	6%
<i>Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas</i>	85%	0%	15%

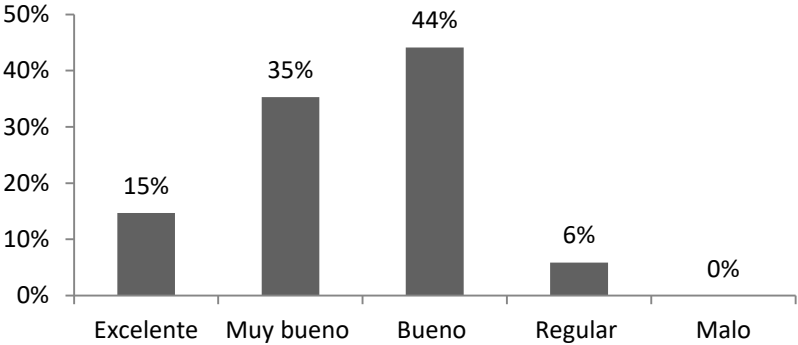
Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia El Cisne.

La percepción de las personas que compran en la feria libre de la parroquia el Cisne, en su gran mayoría están de acuerdo con el desarrollo de la misma según muestran los datos de las distintas dimensiones que fueron tomadas para determinar la satisfacción, es así que casi un 100% de los encuestados están de acuerdo con los precios y los horarios en el que se desarrolla, aunque muy pocos comentan que sería un poco conveniente que se desarrolle más

de un día a la semana. Cabe recalcar que un 59% no recibe información de cómo preparar el producto que ha decidido comprar, pero esto se contrarresta con la atención y trato al comprar que consigue una calificación positiva alrededor de 94%. Asimismo, un 56% conoce a las personas a quienes compran los productos lo cual se refleja en que tienen vendedores de preferencia.

Figura 7

Calificación general de la feria libre de la parroquia El Cisne



Nota. Resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción aplicada.

A través de la figura 7 se comprueba que los usuarios de la feria libre de la parroquia El Cisne consideran que el servicio que les ofrecen es generalmente bueno. Pese a existir aspectos a mejorar según lo manifestaron aquellos usuarios de este servicio.

- **San Lucas**

Tabla 15

Características de la población de la parroquia San Lucas

Característica	% de Encuestas
Edad	
20 - 35	59%
35 - 50	30%
50 - 65	9%
65 - 80	2%
80 - 95	0%
Género	
Masculino	47%
Femenino	53%
Ocupación	
Empleado público	7%
Empleado privado	16%
Autónomo/por cuenta propia	51%
Actividad en el hogar	26%
Rango de ingreso familiar	
0 - 450	71%
450 - 900	22%
900 - 1350	6%
1350 - 1800	1%
Más de 1800	0%
¿Cuántas veces al mes Ud. compra los productos de la feria?	
Una vez	5%
Dos veces	12%
Tres veces	3%
Cuatro veces	79%
¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?	
0 - 20	29%
20 - 40	47%
40 - 60	19%
60 - 80	1%
80 - 100	4%

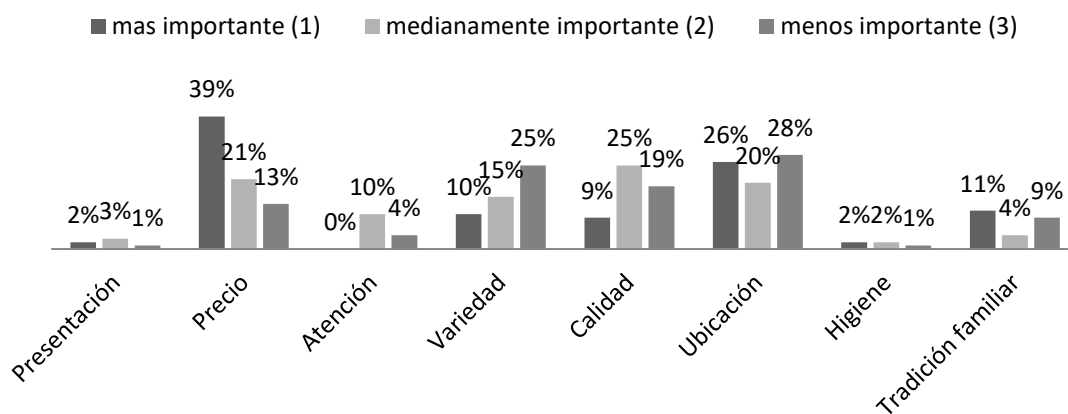
Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la feria libre de la parroquia San Lucas.

Dentro de las personas encuestadas en la parroquia antes mencionada, se muestra que la mayoría se trata de una población joven entre 20 y 35 años de edad, con un 51% de usuarios que se desenvuelven de manera autónoma para generar ingresos, logrando así que tengan una mensualidad entre 0 y 450 dólares para realizar compras en la feria libre cuatro veces por

semana, tratándose de un 79%. Asimismo el 47% de las personas gasta de 20 a 40 dólares en cada compra de los productos que se ofertan en la feria libre.

Figura 8

¿Por qué comprar en la feria libre de la parroquia San Lucas?



Nota. Respuestas obtenidas a través de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia San Lucas.

En la figura 8 se muestra que la población de San Lucas elige comprar principalmente por el precio y por la calidad de productos que encuentra. Además, consideran que la ubicación no es importante.

Tabla 16

Elementos de satisfacción de la parroquia San Lucas

Dimensión/Elemento de Satisfacción	ACUERDO	INDIFERENTE	DESACUERDO
1. Dimensión productos			
<i>Libertad de elegir los productos que deseo</i>	99%	0%	1%
<i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i>	91%	4%	5%
<i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i>	4%	1%	95%
<i>Siempre obtengo productos de calidad</i>	9%	2%	89%
<i>La presentación de los productos es adecuada</i>	19%	4%	77%
<i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>	13%	4%	82%

2. Dimensión precios			
<i>Los precios son más bajos que en supermercados</i>	91%	0%	9%
<i>Los precios son más bajos que en bodegas</i>	91%	0%	9%
<i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i>	89%	2%	9%
<i>Los precios son más bajos que en mercados</i>	90%	1%	9%
<i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>	90%	1%	9%
3. Dimensión higiene y presentación			
<i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i>	89%	1%	10%
<i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i>	81%	1%	18%
<i>Los feriantes están uniformados</i>	26%	0%	74%
<i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>	67%	2%	31%
4. Dimensión servicio al cliente			
<i>Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo</i>	69%	0%	31%
<i>Me agrada que los puestos no cambien de lugar</i>	89%	2%	9%
<i>Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero</i>	37%	2%	61%
<i>Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento</i>	97%	1%	2%
<i>La atención que recibo es personalizada y cordial</i>	100%	0%	0%
5. Dimensión confiabilidad de los feriantes			
<i>Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles</i>	90%	0%	10%
6. Dimensión regulación y fiscalización			
<i>Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas</i>	79%	16%	4%
<i>Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria</i>	19%	7%	74%
<i>Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado</i>	96%	2%	2%
<i>Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria</i>	72%	1%	27%
<i>Existe seguridad en el interior de la feria</i>	84%	1%	15%
7. Dimensión entorno social			
<i>La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos</i>	99%	0%	1%
<i>Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable</i>	99%	0%	1%
8. Dimensión infraestructura			
<i>El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado</i>	76%	1%	23%
<i>Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros</i>	87%	1%	12%
<i>Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia</i>	81%	0%	19%
<i>Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora</i>	90%	2%	8%
<i>La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación</i>	87%	0%	13%
9. Dimensión accesibilidad			
<i>El horario de atención de la feria es adecuado</i>	97%	0%	3%
<i>Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas</i>	75%	1%	24%

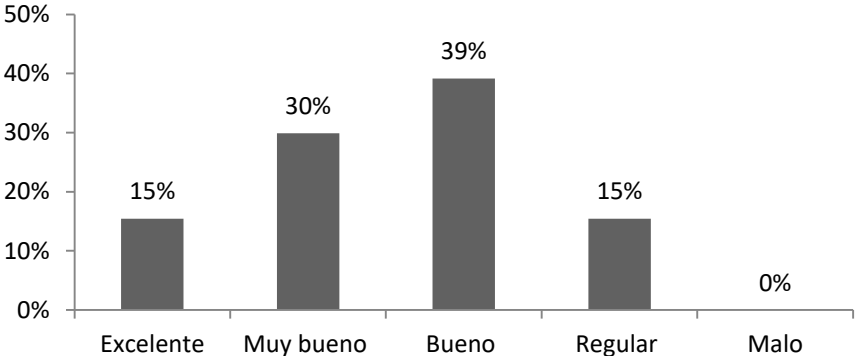
Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia San Lucas.

Con las encuestas aplicadas en la parroquia San Lucas se encontró que un alto porcentaje no está de acuerdo con los productos ya que no existe variedad disponible, también

manifiestan que no encuentran productos de calidad, así como la presentación, el manejo y conservación no es la adecuada. Estos valores deben tomarse en cuenta para la satisfacción del usuario ya que son estas características las que buscan al momento de comprar. Pero, están muy conformes con los precios ya que más del 90% manifestó estar de acuerdo con que son más bajos que en supermercados, mercados, tiendas, etc. Sumado a esto es necesario exponer que un 74% de los encuestados manifiesta que no existen conflictos entre feriantes, y que existe seguridad en el interior de la feria, teniendo un ambiente bastante tranquilo, mismo resultado que reflejó un 99% es decir, la gran mayoría considera visitar la feria como una experiencia agradable.

Figura 9

Calificación general de la feria libre de la parroquia San Lucas



Nota. Resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción aplicada.

A través de la figura 9 se comprueba que los usuarios de la feria libre de la parroquia San Lucas consideran que el servicio que les ofrecen es generalmente bueno. Pese a existir aspectos a mejorar según lo manifestaron aquellos que consideran regular a este servicio.

- **Taquil**

Tabla 17

Características de la población de la parroquia Taquil

Característica	% de Encuestas
Edad	
20 - 35	43%
35 - 50	29%
50 - 65	21%
65 - 80	7%
80 - 95	0%
Género	
Masculino	26%
Femenino	74%
Ocupación	
Empleado público	1%
Empleado privado	3%
Autónomo/por cuenta propia	57%
Actividad en el hogar	39%
Rango de ingreso familiar	
0 - 450	75%
450 - 900	25%
900 - 1350	0%
1350 - 1800	0%
Más de 1800	0%
¿Cuántas veces al mes Ud. compra los productos de la feria?	
Una vez	7%
Dos veces	17%
Tres veces	0%
Cuatro veces	76%
¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?	
0 - 20	41%
20 - 40	34%
40 - 60	17%
60 - 80	4%
80 - 100	4%

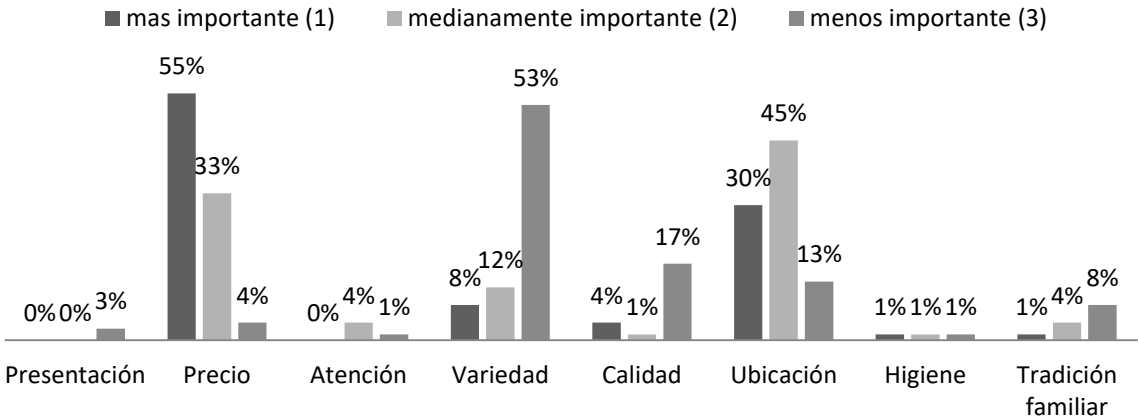
Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la feria libre de la parroquia Taquil.

La población de Taquil se concentra principalmente en adultos jóvenes de 20 a 35 años de edad, dedicándose la mayoría a una ocupación autónoma basada en la agricultura y comerciantes en tiendas, la mayoría de la población subsiste mensualmente con una cantidad

menor al salario básico (\$ 450) con lo que se les hace posible comprar 4 veces al mes en la feria libre que se encuentra ubicada en el barrio Cera y en donde el 41% de ellos destina de 0 a 20 dólares en cada compra de los productos expendidos en la feria libre del lugar.

Figura 10

¿Por qué eligen comprar en la feria libre de la parroquia Taquil?



Nota. Respuestas obtenidas a través de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Taquil.

En la figura 10 se muestra que la población de Taquil elige comprar principalmente por el precio y por la variedad de productos que encuentran. Además, consideran menos importante la ubicación. A opinión de los usuarios encuestados con respecto al resultado de la “ubicación” no la consideran importante ya que en las parroquias cercanas también se desarrollan ferias semanales, por lo que si no lograron acudir a la que se desarrolla en la parroquia a la que pertenecen, pueden hacerlo en la más cercana.

Tabla 18

Elementos de satisfacción de la parroquia Taquil

Dimensión/Elemento de Satisfacción	ACUERDO	INDIFERENTE	DESACUERDO
1. Dimensión productos			
<i>Libertad de elegir los productos que deseo</i>	99%	0%	1%
<i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i>	97%	0%	3%
<i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i>	87%	0%	13%
<i>Siempre obtengo productos de calidad</i>	93%	0%	7%
<i>La presentación de los productos es adecuada</i>	92%	0%	8%
<i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>	88%	0%	9%
2. Dimensión precios			
<i>Los precios son más bajos que en supermercados</i>	88%	1%	11%
<i>Los precios son más bajos que en bodegas</i>	86%	1%	13%
<i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i>	88%	1%	11%
<i>Los precios son más bajos que en mercados</i>	88%	1%	11%
<i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>	86%	1%	13%
3. Dimensión higiene y presentación			
<i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i>	96%	1%	3%
<i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i>	89%	4%	7%
<i>Los feriantes están uniformados</i>	8%	3%	89%
<i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>	59%	1%	42%
4. Dimensión servicio al cliente			
<i>Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo</i>	59%	1%	39%
<i>Me agrada que los puestos no cambien de lugar</i>	80%	3%	17%
<i>Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero</i>	42%	0%	58%
<i>Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento</i>	88%	0%	12%
<i>La atención que recibo es personalizada y cordial</i>	95%	1%	4%
5. Dimensión confiabilidad de los feriantes			
<i>Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles</i>	79%	0%	21%
6. Dimensión regulación y Fiscalización			
<i>Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas</i>	75%	16%	9%
<i>Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria</i>	8%	1%	91%
<i>Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado</i>	93%	1%	5%
<i>Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria</i>	87%	3%	11%
<i>Existe seguridad en el interior de la feria</i>	64%	7%	29%
7. Dimensión entorno social			
<i>La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos</i>	100%	0%	0%
<i>Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable</i>	100%	0%	0%
8. Dimensión infraestructura			
<i>El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado</i>	91%	0%	9%
<i>Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros</i>	88%	3%	9%

<i>Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia</i>	41%	0%	59%
<i>Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora</i>	89%	0%	8%
<i>La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación</i>	87%	0%	13%
9. Dimensión accesibilidad			
<i>El horario de atención de la feria es adecuado</i>	97%	0%	3%
<i>Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas</i>	76%	1%	22%

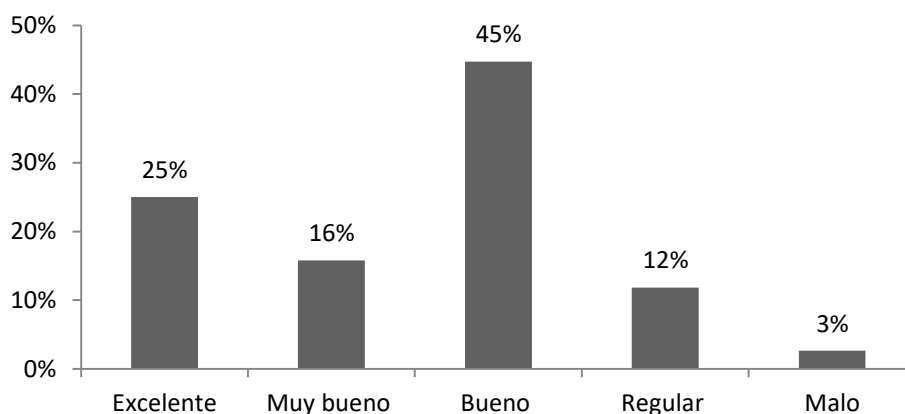
Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Taquil.

La mayoría de los encuestados manifestó que está de acuerdo en que encuentran muy buenos productos para el consumo, esto se refleja en que el manejo y la conservación de los mismos es la correcta para su adecuada presentación y motivar a la compra. Seguido a esto el 80% está de acuerdo en que existe variedad disponible y a su vez productos de calidad.

Esta feria se desarrolla también en un ambiente tranquilo ya que el 91% supo decir que no existen conflictos entre comerciantes y que existe seguridad en el interior de la feria. Por lo que, en lo investigado se puede decir que un 89% manifestó que los feriantes no están uniformados algo que a simple vista les da una alusión de orden y confianza para comprar, cabe recalcarlo para que de esa forma la dimensión de presentación se considere para una mejora.

Figura 11

Calificación general de la parroquia Taquil



Nota. Resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción aplicada.

A través de la figura 11 se comprueba que los usuarios de esta feria libre consideran que el servicio que les ofrecen es generalmente bueno y casi el 50% de los encuestados considera

que es excelente. Pese a existir aspectos a mejorar según lo manifestaron aquellos que consideran regular a este servicio.

- **Gualel**

Tabla 19

Características de la población de la parroquia Gualel

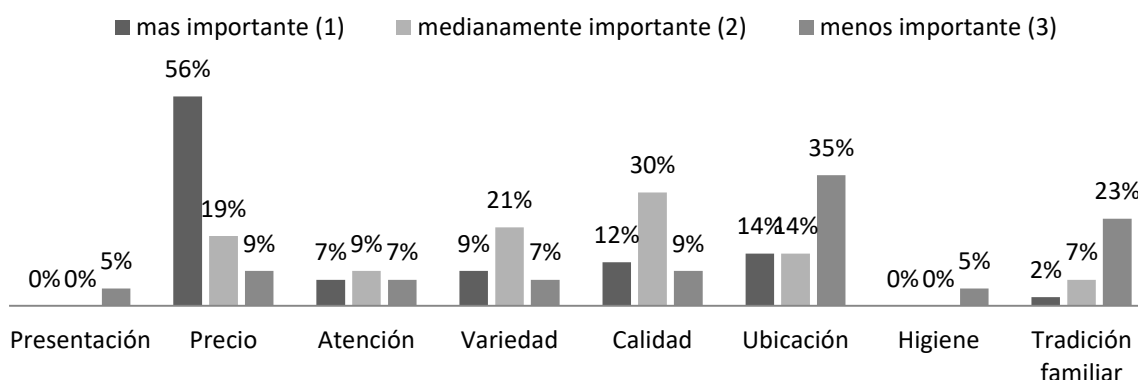
Característica	% de Encuestas
Edad	
20 - 35	23%
35 - 50	21%
50 - 65	42%
65 - 80	12%
80 - 95	2%
Género	
Masculino	44%
Femenino	56%
Ocupación	
Empleado público	2%
Empleado privado	0%
Autónomo/por cuenta propia	65%
Actividad en el hogar	33%
Rango de ingreso familiar	
0 - 450	93%
450 - 900	7%
900 - 1350	0%
1350 - 1800	0%
Más de 1800	0%
¿Cuántas veces al mes Ud. compra los productos de la feria?	
Una vez	2%
Dos veces	21%
Tres veces	0%
Cuatro veces	77%
¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?	
0 - 20	51%
20 - 40	40%
40 - 60	9%
60 - 80	0%
80 - 100	0%

Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la feria libre de la parroquia Gualel.

La población que caracteriza a la parroquia Gualiel es adulta que va desde los 50 a los 65 años solventando sus necesidades con un trabajo autónomo como lo es la agricultura. La mayoría de personas que acuden a la feria a realizar las compras tienen un ingreso mensual de \$80 aproximadamente para gastar hasta \$20 en cada compra de la semana.

Figura 12

¿Por qué comprar en la feria libre de la parroquia Gualiel?



Nota. Respuestas obtenidas a través de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Taquil.

La Figura 12 muestra que en la parroquia Gualiel, consideran importante el precio para decidir comprar en esta feria libre, seguido a esto se encuentra la calidad de productos. La ubicación de la feria no es de su importancia al momento de ir a la feria.

Tabla 20

Elementos de satisfacción de la parroquia Gualiel

<i>Dimensión/Elemento de Satisfacción</i>	<i>ACUERDO</i>	<i>INDIFERENTE</i>	<i>DESACUERDO</i>
<i>1. Dimensión productos</i>			
<i>Libertad de elegir los productos que deseo</i>	98%	2%	0%
<i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i>	65%	23%	12%
<i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i>	88%	7%	5%
<i>Siempre obtengo productos de calidad</i>	72%	12%	16%
<i>La presentación de los productos es adecuada</i>	84%	9%	7%
<i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>	79%	9%	12%

2. Dimensión precios			
<i>Los precios son más bajos que en supermercados</i>	67%	23%	9%
<i>Los precios son más bajos que en bodegas</i>	67%	26%	7%
<i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i>	53%	35%	12%
<i>Los precios son más bajos que en mercados</i>	70%	21%	9%
<i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>	72%	21%	7%
3. Dimensión higiene y presentación			
<i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i>	81%	5%	14%
<i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i>	70%	19%	12%
<i>Los feriantes están uniformados</i>	9%	91%	0%
<i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>	70%	28%	2%
4. Dimensión servicio al cliente			
<i>Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo</i>	70%	30%	0%
<i>Me agrada que los puestos no cambien de lugar</i>	91%	9%	0%
<i>Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero</i>	33%	67%	0%
<i>Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento</i>	95%	2%	2%
<i>La atención que recibo es personalizada y cordial</i>	93%	7%	0%
5. Dimensión confiabilidad de los feriantes			
<i>Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles</i>	91%	9%	0%
6. Dimensión regulación y fiscalización			
<i>Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas</i>	70%	14%	16%
<i>Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria</i>	21%	67%	12%
<i>Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado</i>	95%	5%	0%
<i>Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria</i>	72%	19%	9%
<i>Existe seguridad en el interior de la feria</i>	77%	19%	5%
7. Dimensión entorno social			
<i>La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos</i>	100%	0%	0%
<i>Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable</i>	98%	0%	2%
8. Dimensión infraestructura			
<i>El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado</i>	88%	7%	5%
<i>Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros</i>	91%	9%	0%
<i>Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia</i>	86%	9%	5%
<i>Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora</i>	86%	9%	5%
<i>La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación</i>	88%	2%	9%
9. Dimensión accesibilidad			
<i>El horario de atención de la feria es adecuado</i>	98%	2%	0%
<i>Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas</i>	65%	33%	2%

Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los usuarios de la feria libre de la parroquia Gualiel.

La población de la parroquia Gualiel ha manifestado estar de acuerdo con la mayoría de las dimensiones evaluadas. Sin embargo, para tener un 100% de satisfacción se debe

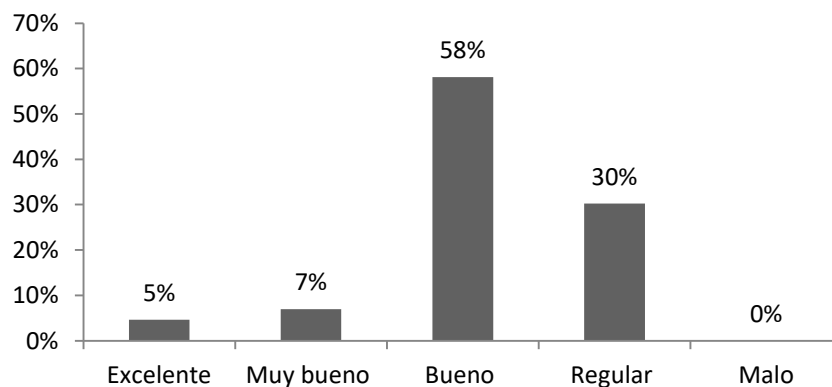
considerar los resultados de la dimensión “higiene y presentación” ya que al 91% de los usuarios les parece indiferente el hecho de que los feriantes estén uniformados. Asimismo consideran que los feriantes mantienen una buena higiene personal y que los puestos los mantienen limpios y ordenados.

Dentro de la dimensión “precios” una cantidad considerable manifiesta sentirse indiferente con respecto a la comparación entre los que les brindan en la feria y los de las bodegas, supermercados, tiendas, para ellos comprar en los lugares mencionados y en la feria les parece igual.

Cabe recalcar el porcentaje de dimensión de “regulación y fiscalización” ya que tiene una buena aceptación lo que hace que la feria en este lugar se desarrolle de forma correcta, sin dejar de lado que se puede mejorar ciertos aspectos. Del mismo modo, logra una buena acogida ya que se trata de un entorno social en el que los moradores pueden encontrarse con amigos y familiares mientras tienen una experiencia agradable, así lo muestra la dimensión con este mismo nombre.

Figura 13

Calificación general de la parroquia Gualal



Nota. Resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción aplicada.

A través de la figura 13 se comprueba que los usuarios de la feria libre de la parroquia Gualal consideran que el servicio que les ofrecen es generalmente bueno y casi el 50% de los encuestados considera que El servicio es regular. Esto significa que hay varios aspectos a considerar para mejorar la feria y aumente el porcentaje de satisfacción de los usuarios.

- **Jimbilla y Santiago**

En cuanto a las parroquias Jimbilla y Santiago, no se levantó información como en el caso de las parroquias anteriormente descritas ya que en estos lugares no se desarrollan dichas ferias libres semanales. Según las opiniones de las habitantes de dichos lugares, se organizan ferias en días festivos. Pero, se constató que debido a la cercanía a otras parroquias, las personas de estos lugares suelen abastecerse trasladándose a estos lugares, o consumiendo lo que sus propias huertas producen ya que la mayoría de la población se dedica a la agricultura y algunos venden su producto en otras ferias. Además una de las opciones es adquirir los productos de las pequeñas tiendas propias del lugar. Manifestaron que estarían de acuerdo en que una vez a la semana se desarrolle una pequeña feria para poder abastecerse como vender sus productos.

A continuación se muestra los resultados de las encuestas aplicadas a nivel de toda la población de estudio, es decir, la muestra representativa de los lugares que conforman las parroquias rurales de occidente del cantón Loja.

Tabla 21

Características de la población de las parroquias rurales occidentales

Característica	% de Encuestas
Edad	
20 - 35	23%
35 - 50	21%
50 - 65	42%
65 - 80	12%
80 - 95	2%
Género	
Masculino	44%
Femenino	56%
Ocupación	
Empleado publico	2%
Empleado privado	0%
Autónomo/por cuenta propia	65%
Actividad en el hogar	33%
Rango de ingreso familiar	
0 - 450	93%
450 - 900	7%

900 - 1350	0%
1350 - 1800	0%
Más de 1800	0%

¿Cuántas veces al mes ud compra los productos de la feria?

Una vez	2%
Dos veces	21%
Tres veces	0%
Cuatro veces	77%

¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?

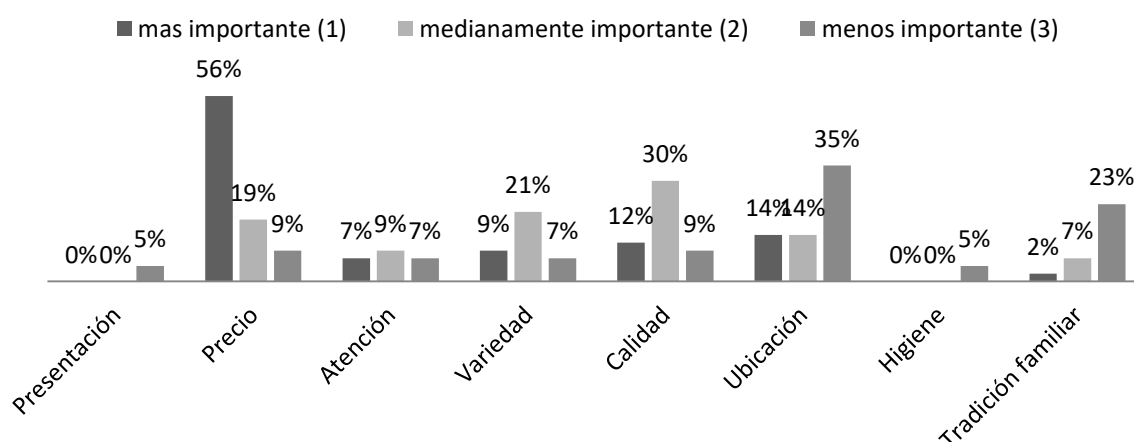
0 - 20	51%
20 - 40	40%
40 - 60	9%
60 - 80	0%
80 - 100	0%

Nota. Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en toda la población de las parroquias rurales occidentales

La mayoría de la población en las parroquias rurales occidentales es adulta entre 50 y 65 años de edad. Generalmente son las mujeres que habitan en estas parroquias quienes acuden a realizar las compras en las distintas ferias. Según las encuestas, la población obtiene sus recursos económicos gracias a que se dedica a un trabajo por cuenta propia, del mismo que obtienen generalmente hasta \$ 450 como ingreso familiar. Esto les permite comprar 4 veces al mes en las ferias libres, haciendo un gasto hasta de \$ 20.

Figura 14

¿Por qué eligen comprar en las ferias libres?



Nota. Respuestas obtenidas a través de las encuestas aplicadas a los usuarios de la ferias libres de las parroquias rurales occidentales.

En las parroquias rurales occidentales, por lo general, la población considera que es importante comprar en este tipo de ferias por el precio. Un 35% de los usuarios manifiesta que la calidad es lo que eligen para poder acudir. Mientras que la ubicación, es algo que no tendrían en cuenta para decidir ir a comprar.

Tabla 22

Elementos de satisfacción de las parroquias rurales occidentales

<i>Dimensión/Elemento de Satisfacción</i>	<i>ACUERDO</i>	<i>INDIFERENTE</i>	<i>DESACUERDO</i>
1. Dimensión productos			
<i>Libertad de elegir los productos que deseo</i>	98%	0%	2%
<i>Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones</i>	87%	6%	6%
<i>Encuentro amplia variedad de productos disponibles</i>	64%	2%	34%
<i>Siempre obtengo productos de calidad</i>	85%	5%	11%
<i>La presentación de los productos es adecuada</i>	64%	5%	30%
<i>Es adecuado el manejo y la conservación de productos</i>	12%	5%	86%
2. Dimensión precios			
<i>Los precios son más bajos que en supermercados</i>	88%	2%	10%
<i>Los precios son más bajos que en bodegas</i>	87%	5%	8%
<i>Los precios son más bajos que vendedores ambulantes</i>	82%	6%	13%
<i>Los precios son más bajos que en mercados</i>	85%	5%	10%
<i>Los precios son más bajos que en tiendas</i>	87%	3%	10%
3. Dimensión higiene y presentación			
<i>Los feriantes mantienen una buena higiene personal</i>	84%	6%	10%
<i>Los puestos de venta están limpios y ordenados</i>	78%	7%	15%
<i>Los feriantes están uniformados</i>	17%	2%	82%
<i>Conozco el nombre de la persona que me atiende</i>	54%	6%	40%
4. Dimensión servicio al cliente			
<i>Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo</i>	70%	1%	29%
<i>Me agrada que los puestos no cambien de lugar</i>	84%	1%	15%
<i>Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero</i>	38%	2%	59%
<i>Las personas que me atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento</i>	94%	1%	6%
<i>La atención que recibo es personalizada y cordial</i>	95%	1%	4%
5. Dimensión confiabilidad de los feriantes			
<i>Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles</i>	82%	1%	17%
6. Dimensión regulación y fiscalización			
<i>Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas</i>	70%	18%	12%
<i>Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria</i>	17%	6%	76%
<i>Los feriantes utilizan el lenguaje apropiado</i>	94%	2%	5%

<i>Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria</i>	73%	4%	24%
<i>Existe seguridad en el interior de la feria</i>	77%	2%	20%
7. Dimensión entorno social			
<i>La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y amigos</i>	98%	1%	1%
<i>Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable</i>	99%	1%	0%
8. Dimensión infraestructura			
<i>El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado</i>	87%	1%	13%
<i>Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros</i>	8%	1%	91%
<i>Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia</i>	76%	1%	23%
<i>Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora</i>	11%	2%	87%
<i>La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para caminar libremente, en términos de circulación</i>	87%	1%	12%
9. Dimensión accesibilidad			
<i>El horario de atención de la feria es adecuado</i>	97%	0%	3%
<i>Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas</i>	68%	6%	26%

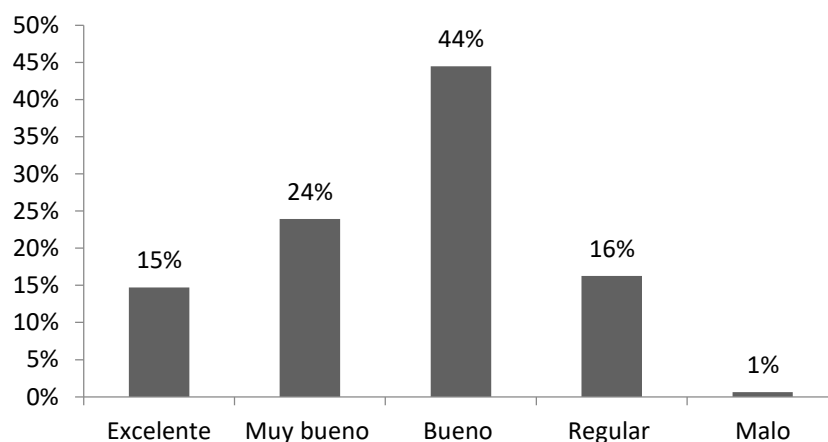
Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los usuarios de las ferias libres de las parroquias rurales occidentales.

Los valores obtenidos de la población de las parroquias rurales occidentales, nos permiten determinar que la gran mayoría se encuentra satisfecha con el desarrollo de las ferias y los aspectos evaluados en cada dimensión. Más del 80% de la población es el porcentaje que se encuentra satisfecha con los precios, este valor nos permite confirmar que los precios en los que se venden los productos en las ferias son los adecuados para dar continuidad a las ferias. Además, alrededor del 90% se encuentra conforme con las pesas que se utilizan en la feria, con el lenguaje que usan para dirigirse a las personas y con la seguridad dentro de la feria, por lo que en términos generales estarían satisfechos con la dimensión de “Regulación y Fiscalización”. En cuanto a la dimensión “servicio al cliente”, presenta niveles altos de satisfacción (95%) sobre todo en el hecho de recibir un trato amable y cordial.

Seguido a esto, los valores que se debe considerar son los correspondientes a las dimensiones de “Productos” “Higiene y Presentación” así como la dimensión de “Infraestructura” ya que estas dimensiones demostraron valores en uno de sus componentes específicos que son necesarios de tener en cuenta para una adecuada satisfacción del usuario. Se trata del adecuado manejo y conservación de los productos con un 86% de población en desacuerdo; la debida presentación de los feriantes, es decir consideran que deben estar uniformados (86%); la organización de los puestos y la apariencia (91%) y un 87% opina no estar de acuerdo con la apariencia de las instalaciones de las ferias.

Figura 15

Calificación general de las ferias libres de las parroquias rurales occidentales



Nota. Resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción aplicadas.

La figura que antecede, nos indica la calificación de manera general de la población de las parroquias rurales occidentales, que le asignan a las ferias libres de las cuales son usuarios para su abastecimiento en alimentos. El 44% manifiesta que su desarrollo es bueno, dentro de la experiencia que ellos han tenido al asistir. Dicho resultado no significa que no puede mejorar y así aumentar los porcentajes de “muy bueno” y “excelente” que por los datos actuales dan valores de 24 y 15 por ciento, respectivamente.

En lo que se refiere a los aspectos a mejorar en las Ferias Libres de la ciudad se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 23

Aspectos a mejorar de las ferias libres

<i>Variables</i>	<i>Chantaco</i>	<i>Chuquiribamba</i>	<i>El Cisne</i>	<i>San Lucas</i>	<i>Taquil</i>	<i>Gualel</i>
<i>Precio del producto</i>						
<i>Si</i>	40%	35%	29%	6%	0%	49%
<i>No</i>	60%	65%	71%	94%	100%	51%
<i>Atención al cliente</i>						
<i>Si</i>	8%	18%	9%	5%	12%	30%
<i>No</i>	92%	82%	91%	95%	88%	70%
<i>Espacio Físico</i>						
<i>Si</i>	64%	29%	9%	55%	76%	16%
<i>No</i>	36%	71%	91%	45%	24%	84%
<i>Organización en el puesto</i>						

<i>Si</i>	80%	6%	15%	76%	70%	35%
<i>No</i>	20%	94%	85%	24%	30%	65%
Ubicación						
<i>Si</i>	0%	0%	12%	12%	20%	12%
<i>No</i>	100%	100%	88%	88%	80%	88%
Control de productos						
<i>Si</i>	80%	75%	71%	91%	75%	81%
<i>No</i>	20%	25%	29%	9%	25%	19%
Seguridad						
<i>Si</i>	8%	4%	21%	8%	22%	9%
<i>No</i>	92%	96%	79%	92%	78%	91%
Transporte de productos						
<i>Si</i>	0%	0%	6%	4%	5%	2%
<i>No</i>	100%	100%	94%	96%	95%	98%
Diversidad de productos						
<i>Si</i>	12%	4%	0%	0%	12%	2%
<i>No</i>	88%	96%	100%	100%	88%	98%
Manejo y conservación de productos						
<i>Si</i>	4%	24%	24%	0%	22%	7%
<i>No</i>	96%	76%	76%	100%	78%	93%
Control de vendedores ambulantes						
<i>Si</i>	0%	6%	3%	0%	5%	7%
<i>No</i>	100%	94%	97%	100%	95%	93%
Horarios						
<i>Si</i>	4%	12%	12%	1%	12%	14%
<i>No</i>	96%	88%	88%	99%	88%	86%
Presentación del feriante						
<i>Si</i>	0%	0%	3%	3%	8%	0%
<i>No</i>	100%	100%	97%	97%	92%	100%
Presentación del producto						
<i>Si</i>	8%	6%	3%	1%	7%	14%
<i>No</i>	92%	94%	97%	99%	93%	86%

Nota. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población en las ferias libres de las parroquias rurales.

En general, con los resultados expuestos en la tabla anterior, las personas de las parroquias mencionadas, no tienen una respuesta negativa en cuanto a los aspectos que deberían mejorar las ferias, lo que se pudo traducir como satisfactoria la forma cómo se desarrollan las ferias, ya que son mínimos los porcentajes que piden mejoras en todos los aspectos, pero aquel porcentaje que más elevado se pudo encontrar fue el de mejorar el espacio físico de las ferias libres.

6.3. Proponer un plan de mejoras en base a los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción aplicadas.

**PLAN DE MEJORAS PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS
FERIAS LIBRES DE LAS PARROQUIAS RURALES OCCIDENTALES DEL
CANTÓN LOJA**

Autora:

Doménica Valeria Merino Briceño

Loja – Ecuador

2024

1. Presentación

La Municipalidad de Loja, a través del área de Comercialización, organiza ferias libres interparroquiales en dos categorías: urbana y rural. Las ferias urbanas se llevan a cabo en distintos barrios de la ciudad, mientras que las rurales tienen lugar en las jurisdicciones rurales del cantón Loja. De este modo, el Municipio podrá organizar ferias de productos de primera necesidad fuera de las áreas de aglomeración, las cuales se realizan en los días, horarios y lugares determinados por la Dirección Municipal de Higiene y Abasto.

Dado esto, La Universidad Nacional de Loja, como institución de educación superior laica, autónoma, pública y sin ánimo de lucro, tiene la misión de ofrecer una formación académica y profesional de la comunidad estudiantil. Esta formación se basa en fundamentos científicos y técnicos sólidos, contribuyendo al desarrollo integral del entorno y el avance de la ciencia, para difundir conocimientos y proporcionar servicios especializados que satisfagan las necesidades de la ciudadanía. (UNL, 2022)

En este aspecto, Doménica Valeria Merino Briceño, estudiante de la Universidad Nacional de Loja, realizó un estudio titulado *“Satisfacción de los usuarios de las ferias libres, como canal tradicional de comercialización de las parroquias rurales occidentales del cantón Loja, año 2023”*. El cual requirió que la estudiante cumpla con uno de los objetivos específicos a través de la elaboración del presente “Plan de mejoras”, diseñado como una herramienta metodológica que contribuya a elevar la satisfacción de los usuarios de las ferias libres frente a los servicios que ofertan estos canales tradicionales de comercialización.

2. Respaldo Legal

2.1. Constitución de la República del Ecuador

“Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en el siguiente principio: Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar”. Como se manifiesta claramente, en Ecuador todos tienen derecho a trabajar sin ser explotados, respetando su dignidad, garantizando una existencia decorosa y una remuneración justa.

“Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley”.

“Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica”.

En el artículo 264 numeral 1 se establece entre las competencias exclusivas de los Gobiernos municipales “Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.

2.2. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

El artículo 53 establece la naturaleza jurídica de los Gobiernos Autónomos Descentralizados como personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera;

El artículo 54 establece las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal entre ellas, literal h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno; l) " Prestar servicios que satisfagan .necesidades colectivas respecto de los .que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como. la de elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios"; y, p) Regular, fomentar, autorizar y .controlar el ejercicio de las actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en - locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad;

Artículo 57.- Al concejo municipal le corresponde: a) El ejercicio de la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado municipal, mediante la expedición de ordenanzas cantonales, acuerdos y resoluciones”.

Por lo tanto le corresponde a la Administración Pública representada por el GAD-ML la elaboración de ordenanzas, acuerdos o resoluciones a favor de mejorar las Ferias Libres, mismas que brinden operatividad y aplicabilidad en la ciudad.

2.3.Código Municipal de Higiene y Abasto

Artículo 122, sección VIII de las ferias libres de productos, de la Recopilación Codificada de la Legislación Municipal Edición 2015, faculta al Municipio de Loja para que se organice las ferias libres, de productos de primera necesidad, fuera de los centros de aglomeración; así como la facultad de elaborar el reglamento pertinente.

2.4. Reglamento que Regula el Funcionamiento de las Ferias Libres dentro del cantón Loja

Art. 1.- El presente reglamento tiene como objeto regular el uso de la vía pública en la organización y funcionamiento de las ferias libres en el cantón Laja, con la observancia a la ley y ordenanza vigente, cuyos objetivos principales son:

- d) Establecer la definición de los cuatro componentes objetos de la regulación en el presente reglamento, así: Feria libre, Puesto, Feriante, Técnicos e Inspectores.
- e) Determinar canales de comercialización de productos agrícolas, con valor agregado y de artesanías, en lugares organizados y mejorados que contribuyan a fortalecer la economía popular y solidaria y el comercio justo.
- f) Generar cadenas de comercialización directas desde el productor al consumidor, ofreciendo productos a precios justos, mejorando los ingresos de los productores, y por ende la calidad de_ la población, contribuyendo al desarrollo económico local.

Este reglamento está distribuido en 43 artículos los cuales enmarcan todo acerca de cómo se deben llevar a cabo las ferias libres, desde las disposiciones generales hasta los derechos, ordenamiento, adjudicación, obligaciones, prohibiciones y sanciones.

En los artículos que preceden se enfatiza la normativa aplicada para el nacimiento, mantenimiento y mejoramiento de las Ferias Libres, desde el derecho al trabajo, a un comercio justo y las funciones que debe cumplir la administración pública para garantizar lo establecido.

3. Justificación

Las ferias libres han desempeñado un papel fundamental a lo largo de la historia como vibrantes espacios de intercambio comercial y social ya que representan un canal tradicional de comercialización que sigue siendo relevante debido a su historia, su contribución a la comunidad, la calidad y variedad de productos que ofrece, así como su papel en el apoyo a la economía local y la creación de relaciones de confianza entre productores y consumidores. Estos espacios al aire libre en las parroquias rurales cuentan con una variedad de productos frescos, alimentos y otros artículos, proporcionando a los consumidores acceso a productos de calidad y a menudo a precios más accesibles, debido a la realidad de cada parroquia. La experiencia de comprar en una feria libre no solo implica el hecho comercial, sino que también fomenta la interacción interpersonal y fortalece los lazos entre productores y consumidores, generando un sentido de identidad local y sostenibilidad económica. Por lo tanto, existe la necesidad de mantener estos espacios y proponer actividades que mejoren el servicio para que los usuarios se sientan satisfechos y a su vez se mantenga la compra en las ferias de cada parroquia y no tengan que recurrir a la de otro lugar.

4. Objetivos del Plan

4.1. Objetivo General

Determinar estrategias necesarias para mejorar la experiencia de los usuarios de las ferias libres de las parroquias rurales occidentales.

4.2. Objetivos Específicos

- Establecer acciones que permitan regenerar los aspectos de comercialización con la planificación de actividades.
- Fijar responsables e indicadores que ayuden a que la implementación del plan propuesto sea adecuada.

5. Desarrollo

La propuesta del plan se muestra en la tabla expuesta a continuación en base a los datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas.

Tabla 24

Propuesta del plan de mejoras

Línea Base	Indicador del Modelo de Evaluación (Dimensión)	Estrategias	Actividades	Meta	Cronograma	Responsable	Presupuesto
Los usuarios indican no estar de acuerdo al momento de circular por la feria, además no existe la suficiente protección contra el sol y lluvia. Los puestos de venta no están organizados en categorías y rubros	Infraestructura	Mejorar la infraestructura y la organización de las ferias	* Mejorar el espacio físico de las ferias libres con la instalación de infraestructuras básicas como más carpas, mesas, puntos de agua.	Mejorar el estado del espacio físico en un 80%	Anual	GAD Parroquial Jefe de comercialización Convenios	600,00
			*Reorganizar la disposición de los puestos (categorías, rubros)	Reorganizar los puestos de venta en un 100%	3 meses		-
			* Elaboración e implementación de un Plan de Emergencias frente a eventos peligrosos en las ferias libres	1 plan	Anual		50,00
Los usuarios indican que los feriantes no se encuentran con carnet de identificación	Higiene y Presentación	Optimizar la higiene y presentación de feriantes y puestos	* Implementación de identificación de los feriantes	Identificar a los feriantes en un 80%	1 - 2 meses	GAD Parroquial Jefe de comercialización	180,00
			* Capacitar a los comerciantes en manejo de residuos	1 capacitación	Semestral		200,00

Los usuarios indican que se debe controlar más el manejo de los productos y la conservación de los mismos especialmente en mariscos y carnes, así mismo mejorar presentación	Productos	Mejorar el control de productos	* Creación de un sistema de registro y control de calidad	1 registro	Semanal		-
			* Capacitar a los comerciantes en prácticas sostenibles de manejo y conservación de productos	1 capacitación	Semestral	GAD Parroquial - Jefe de comercialización	200,00
			* Establecer un protocolo de inspección regular	1 inspección	Semanal		-
TOTAL							1230,00

Nota. Las estrategias y actividades propuestas en el plan fueron realizadas considerando las dimensiones que obtuvieron las puntuaciones altas en cuanto a la escala de “desacuerdo”. Cabe destacar que los plazos para la ejecución del plan están delimitados de forma muy general, para guiar a los responsables con su implementación y puedan ajustarlos según la realidad de las ferias en el año correspondiente.

Tabla 25*Descripción de los indicadores*

N°	Actividades	Indicadores Verificables	Fórmula de Indicadores	Medios de Verificación
1	* Mejorar el espacio físico de las ferias libres con la instalación de infraestructuras básicas como más carpas, mesas, puntos de agua.	Porcentaje de infraestructura mejorada de las ferias libres	$\frac{\text{Número de ferias libres que han mejorado su Infraestructura}}{\text{Número total de ferias libres}} * 100$	Registro de nueva infraestructura (mesas, carpas) Fotografías
2	* Reorganizar la disposición de los puestos (categorías, rubros)	Porcentaje de puestos de venta reorganizados en categorías y rubros	$\frac{\text{Número de puestos de venta reorganizados por categorías y rubros}}{\text{Número total de puestos de venta}} * 100$	Fotografías
3	* Elaboración e implementación de un Plan de Emergencias frente a eventos peligrosos en las ferias libres	Porcentaje de ferias libres con planes de emergencia implementados	$\frac{\text{Número de ferias libres con Plan de Emergencia Implementado}}{\text{Número total de ferias libres}} * 100$	Informe anual
4	* Implementación de identificación de los feriantes	Porcentaje de feriantes debidamente identificados	$\frac{\text{Número de feriantes con identificación}}{\text{Número total de feriantes}} * 100$	Registro de feriantes
5	* Capacitar a los comerciantes en manejo de residuos	Porcentaje de ferias que han recibido capacitación	$\frac{\text{Número de ferias que han recibido capacitación}}{\text{Número total de ferias libres}} * 100$	Registro de asistencia
6	* Creación de un sistema de registro y control de calidad	Porcentaje de ferias con un sistema de registro de control de calidad	$\frac{\text{Número de ferias libres con un sistema de registro de control de calidad}}{\text{Número total de ferias libres}} * 100$	Informes semanales
7	* Capacitar a los comerciantes en prácticas sostenibles de manejo y conservación de productos	Para 2024, se habrá capacitado a la mayoría de comerciantes	$\frac{\text{Número de comerciantes capacitados}}{\text{Número total de comerciantes}} * 100$	Registro de asistencia
8	* Establecer un protocolo de inspección regular	Para 2024, se habrá aplicado un protocolo de inspección	$\frac{\text{Número de ferias con un protocolo de inspección}}{\text{Número total de ferias libres}} * 100$	Informes semanales

En cuanto al financiamiento económico del plan propuesto puede considerarse dentro de lo que normalmente desembolsan para el Gobierno Autónomo Descentralizado – Municipio de Loja haciendo que conste dentro del Plan Operativo Anual. Asimismo, se puede lograr convenios internacionales con países que se dedican a financiar este tipo de proyectos en su territorio como lo es el caso de Chile que mediante el Proyecto de Cooperación Técnica TCP CHI/3303 titulado “Fortalecimiento de las ferias libres para la comercialización Agroalimentaria” surge a partir de una solicitud de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias del Ministerio de Agricultura (ODEPA) y Asociación de Ferias Libres de Chile (ASOF A.G.) a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en el año 2010 para la creación de un centro de inteligencia e información de mercados de las ferias libres, considerando la importancia que éstas tienen para la Seguridad Alimentaria en Chile. La Asociación de Ferias Libres de Chile (ASOF) y de la ONG Espacio y Fomento, indican que el principal apoyo a las ferias, es a través del programa del Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) "Modernización de Ferias Libres" y que apoyan principalmente la renovación de infraestructura de los puntos de venta. (Salazar, 2018)

6. Implementación y seguimiento

La implementación de la propuesta y su seguimiento es netamente responsabilidad del Municipio de Loja y sus subdirecciones como la Dirección de Comercialización y la Dirección de Higiene y Abasto. Deben encargarse de la socialización y gestión de los recursos necesarios para el desarrollo del plan como un proyecto piloto con ONGs u Organizaciones Internacionales

Para su seguimiento en caso de aplicarse, deberán desarrollarse evaluaciones periódicas:

Revisión de Progreso: Evaluar el progreso de las mejoras en base a los indicadores y la experiencia de los usuarios.

Informes de Evaluación: Crear informes periódicos que resuman el estado de las mejoras y cualquier ajuste necesario.

La supervisión de lo planificado tendrá que estar bajo el control de:

- Funcionarios del Municipio de Loja conocidos como técnicos e inspectores de las ferias libres, Directivos Internacionales (ONGs, Asociaciones, etc)
- Futuros académicos o estudiantes en calidad de investigadores que deseen aplicar la metodología tanto del plan como de la investigación completa.

7. Discusión

Al contrastar los resultados del objetivo 1 “Establecer la metodología para determinar la satisfacción de los usuarios”, se consideraron tres bases teóricas conocidas como modelos para medir la satisfacción de un cliente y, en este estudio, del usuario. Tras una revisión bibliográfica exhaustiva, se optó por el modelo de dimensiones de calidad del servicio descrito por Bob E. Hayes, ya que permite una descripción detallada de las características que generan satisfacción en las ferias libres. Según Hayes, estas características son conocidas como incidentes críticos. De acuerdo a Hayes, citado en (Sáez et al., 2013), hay dos tareas necesarias para identificar las dimensiones de calidad del servicio analizado. La primera tarea, denominada establecimiento de dimensiones de calidad, se utiliza para el análisis desde la perspectiva de los proveedores del servicio. Esta tarea busca identificar los componentes específicos que, según los proveedores, conforman los requisitos del servicio. La segunda tarea es la identificación de "incidentes críticos", que son acciones y comportamientos concretos de personas, grupos y organizaciones que permiten evaluar la calidad de un servicio y definen los elementos de satisfacción específicos de cada dimensión según el modelo. Estos incidentes pueden estar relacionados con características positivas del servicio, deseadas por los consumidores, o con características negativas que podrían hacer dudar de la calidad del servicio recibido o desincentivar futuras compras.

De esta manera, el análisis de un caso aplicado en la Feria Libre N° 2 del Municipio de Quinta Normal, Región Metropolitana de Chile, reveló que existen diferencias en la percepción de la calidad del servicio entre consumidores y comerciantes de la feria libre estudiada. Estos grupos utilizan distintas dimensiones para conceptualizar la calidad y, a su vez, para demostrar su nivel de satisfacción. Esto genera una discrepancia práctica entre las expectativas de los consumidores respecto al servicio que desean recibir y el servicio que realmente ofrecen los comerciantes (Sáez et al., 2013). Se confirmó que la metodología aplicada fue una herramienta efectiva para especificar las dimensiones utilizadas en la evaluación de los usuarios de las ferias y para conocer su aceptación del servicio recibido.

Con respecto al segundo objetivo en donde se determinó la satisfacción de los usuarios de las ferias libres, en seis parroquias rurales de las ocho seleccionadas como objeto de estudio. Los resultados demuestran que la mayor parte de usuarios se encuentran satisfechos con el servicio, por la variedad, calidad y precio de producto que se comercializan.

Naik et al citado en (Sáez et al., 2013) manifiesta que en el caso de la calidad de servicio vinculado a la venta de alimentos, así como en el resto del sector de comercio minorista, se ha observado que el concepto de calidad se extiende tanto al servicio o atención que reciben los consumidores, como a los productos comercializados

El querer conocer la satisfacción de los usuarios se corrobora con lo siguiente, (Luz Victoria Castillo Zamora & Ricardo Prado López, 2018) señala que la “satisfacción del usuario es el resultado de un proceso permanente de comparación entre la experiencia y las percepciones subjetivas en un lado, y los objetivos y las expectativas, en el otro”. Sobre todo, al tratarse de un servicio donde se requiere no sólo entender su relación con los usuarios sino también ver los aspectos en los que ha estado fallando con el fin de buscar las estrategias adecuadas para corregirlos, que sean amigables con el usuario.

Además, Giese & Cotea citado en (Mora Contreras, 2011) comenta que la literatura especializada presenta ciertas diferencias al definir la satisfacción, sin embargo, cabe destacar que se pueden identificar tres componentes generales en la satisfacción: es una respuesta (emocional, cognitiva y/o comportamental); la respuesta se enfoca en un aspecto en determinado (expectativas, producto, experiencia del consumo, etc.); y finalmente, la respuesta se da en un momento particular (después del consumo, después de la elección, basada en la experiencia acumulada, etc). De allí que se pudiera tener un primer acercamiento al término de satisfacción al entenderla como una respuesta generada en el individuo bajo un contexto determinado y particular.

Con los resultados obtenidos, se considera mantener este tipo de ferias en cada parroquia. Estas ferias no solo forman parte de la identidad cultural y local a través del intercambio de productos de primera necesidad, sino que también acercan productos sanos y frescos al consumidor, al ser propios de la zona. De esta manera, el Municipio de Loja impulsa ferias libres organizadas en cada parroquia. La gran mayoría de las ferias desarrolladas en el sector rural cumplen con la justificación y los objetivos para los cuales fueron creadas. La acogida a estas iniciativas es cada vez mayor y el apoyo a los comerciantes es evidente. Actualmente, hay cerca de 100 puestos ubicados en las parroquias rurales occidentales, con productores directos que anteriormente eran vendedores ambulantes.

Se ha comprobado que tanto los usuarios como los comerciantes manifiestan que, a pesar del apoyo del Municipio, sería beneficioso no cobrar por el puesto que utilizan durante

el desarrollo de la feria. Por otra parte, en las parroquias de Jimbilla y Santiago no se llevan a cabo ferias libres, lo que obliga a sus habitantes a desplazarse a lugares como Loja o San Lucas para realizar sus compras. Esto implica gastos de transporte, un costo que podrían ahorrar o utilizar para la compra de productos en la feria para su alimentación. Por lo tanto, es necesario considerar la implementación de una feria libre en estas parroquias, similar a las de otras parroquias. Sería fundamental organizar esta iniciativa y designar a alguien responsable de llevarla a cabo. Además, se debería convocar a los pequeños productores de Jimbilla y Santiago para que puedan vender sus productos y beneficiarse en su propia localidad. Ambas parroquias cuentan con parques y otros lugares adecuados para desarrollar estas ferias, ya que actualmente solo se realizan ferias interparroquiales en conjunto con festividades religiosas.

Dado lo anterior, no se pudo aplicar la encuesta en estas parroquias, ya que no cumplían con las condiciones necesarias para responder a las dimensiones planteadas.

Aunque la mayoría de la población objetivo está satisfecha con los servicios que recibe, esto no implica que no se pueda mejorar. De aquí surge la necesidad de proponer un plan de mejoras enfocado en la calidad y la satisfacción, ya que estas percepciones son cruciales para entender las conductas deseables del consumidor. Esta propuesta se relaciona directamente con el tercer objetivo de la investigación.

Según informe realizado por la Unidad de Comercialización del GADM-Loja en el año 2012, las Ferias Libres son mercados tradicionales alternativos que el GAD de Loja, ha establecido para que las familias de los barrios que están ubicados lejos de los centros de abasto, puedan acceder a productos de primera necesidad. Estos mercados son abastecidos principalmente por productores agropecuarios de las parroquias rurales del cantón, promoviendo así un comercio justo y equitativo. Las ferias libres han incrementado su número de participantes, especialmente comerciantes y algunos productores, convirtiéndose en espacios muy concurridos por las familias lojanas, quienes las ven como una alternativa para adquirir sus productos.

De acuerdo con (ODEPA, 2002) se corrobora que el abastecimiento tradicional implica la participación de pequeños productores agrícolas, centrales de abastecimiento y toda la red de intermediarios tales como: comerciantes de ferias libres, formas menores de comercio al detalle (verdulería, fruterías, tiendas), además de los consumidores, que provienen de distintos sectores socioeconómicos.

El plan propone mejoras basadas en diferentes escenarios posibles en las ferias libres. En primer lugar, se ha considerado la implementación de capacitaciones sobre el mantenimiento de productos. También se busca gestionar nuevos proyectos con el apoyo de entidades internacionales para mejorar la infraestructura y el manejo adecuado de residuos. Estas propuestas se fundamentan en los casos de éxito de las ferias libres en Chile. Según la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, citada en (Sercotec, 2016) las ferias libres ofrecen una amplia variedad de productos, diferenciados en calidad y precio, lo que permite satisfacer las necesidades de distintos segmentos socioeconómicos. Además, estos mercados proporcionan productos frescos que no han sido almacenados en frigoríficos, están ubicados cerca de las viviendas, brindan una atención personalizada y tienen un fuerte arraigo cultural en la sociedad. Asimismo, siguiendo la propuesta de (Hayes, 2008) construir un modelo de evaluación de calidad del servicio, basado en información obtenida de los propios consumidores, permitió conocer lo que los comerciantes piensan que sus clientes prefieren y desean, y lo que realmente los consumidores esperan cuando concurren a comprar alimentos a la feria libre.

A pesar de los problemas que enfrentan los usuarios en cuanto a la organización, el manejo inadecuado de productos, las condiciones higiénico-sanitarias deficientes, el control de los espacios y la ubicación de los puestos, entre otros inconvenientes identificados durante la investigación, la propuesta del plan de mejoras ofrece una línea base para abordar estos desafíos. Este plan busca optimizar los espacios que son vitales para el abastecimiento de alimentos de las familias en las parroquias rurales, garantizando así su derecho a la seguridad alimentaria. La intención es que los usuarios cuenten con canales de comercialización que sean más accesibles, cómodos, confiables y ordenados.

La descripción de los objetivos específicos lleva al cumplimiento del objetivo general, información que evidencia que se ha logrado determinar en un 80 % que los usuarios de las ferias libres de las parroquias objeto de estudio se encuentran satisfechas, a pesar de las condiciones de desarrollo de las mismas, esto debido a que el abastecimiento de alimentos en el mismo territorio es una ventaja para la sociedad en donde la economía es media baja.

8. Conclusiones

- Analizados los modelos Servqual, Servperf y las Dimensiones de calidad del servicio propuestas por Bob E. Hayes e identificando este último como el más adecuado para conseguir el objetivo de esta investigación. Se concluye que la metodología aplicada gracias a su flexibilidad ha sido clave para adaptar la evaluación a contextos específicos y obtener insights valiosos que otros modelos no proporcionaban con la misma precisión. La capacidad de este modelo para desglosar la calidad del servicio en ítems específicos ha permitido una evaluación más detallada, lo cual ha sido fundamental para tomar decisiones informadas y estratégicas sobre la opinión de los usuarios para mejorar las condiciones de desarrollo de las ferias.
- El análisis detallado de cada dimensión ha permitido identificar no solo las características de los usuarios, sino también la dinámica entre productores y consumidores, sus preferencias de compra y, sobre todo, su opinión respecto al desarrollo de las ferias. Esta información es crucial para entender las necesidades y expectativas de los usuarios, y para diseñar estrategias que mejoren su experiencia y satisfacción. La mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio de las ferias libres lo asocian con el buen trato, dando niveles altos de aceptación a la calidad de la atención. Además, se han establecido cercanas relaciones interpersonales, como resultado, los usuarios tienen “vendedores de preferencia” a quienes acuden directamente a realizar sus compras. Por lo tanto, es necesario intervenir en el progreso de estos canales tradicionales de comercialización ya que juegan un papel crucial en la cadena de suministro para los hogares de las parroquias rurales.
- En conclusión, el modelo de dimensiones de calidad de Hayes no solo ha validado su eficacia en conocer la satisfacción del usuario, sino que también ha proporcionado una base sólida para generar mejoras continuas a través de planes con ideas estratégicas que puedan ser consideradas por las entidades correspondientes con el objetivo de proporcionar un espacio de comercial adecuado e incluyente, con una imagen renovada, una infraestructura física idónea para un manejo y presentación de los productos de manera higiénica y ordenada. Así mejorar, fortalecer y profesionalizar el funcionamiento de las ferias libres, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población y mantener estos circuitos cortos de comercialización.

9. Recomendaciones

- Con el fin de que el GAD Municipal de Loja cumpla una gestión más efectiva de las ferias libres y no respondan a planteamientos políticos, es necesario que se socialice el instrumento jurídico que aborda políticas de sanidad, seguridad y calidad, para así facilitar las relaciones entre comerciantes y usuarios, que a su vez eleven las condiciones en las que se desarrollan las ferias en las parroquias rurales occidentales ya que una metodología adecuada es de gran ayuda para conocer la situación real de estos espacios para poder intervenirlos.
- Es necesario que el GAD Municipal de mayor importancia a estos espacios, dotándolos de infraestructura adecuada, en especial en las parroquias Jimbilla y Santiago, en donde no se dan ferias libres semanales. Esto puede ir acompañado de un control permanente que mejore los aspectos de salubridad, que garanticen el derecho a trabajar de los feriantes y el bienestar integral de los usuarios, generando una alternativa que potencie estos canales de comercialización que llevan implícito valores propios de la cultura local.
- Que el GAD Municipal considere un plan de mejoras, en donde se tome como referencia el presente estudio, para reestructurar estos espacios y optimizar el intercambio comercial de las Ferias Libres, dando énfasis en el orden, presentación y adecuación de los espacios que mantienen a los productos en buen estado, sin descuidar la imagen de los vendedores a través del uso de uniformes, carnet de identificación y más aspectos detallados en el presente análisis.

10. Bibliografía

563-Texto del artículo-1031-1-10-20190715 (1).pdf. (s/f).

Acevedo, C. (2017). El comercio informal en el centro de Barranquilla: una aproximación desde el paradigma cualitativo. *Pensamiento & Gestión*, 42, 187–214. <http://dx.doi.org/10.14482/pege.41.9704>

Argenti, O., & Marocchino, C. (2007). Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades. *Gestion, Comercializacion y Finanzas Agricolas Documento Ocasional*, 27–30.

Beeken, J. (1991). Const. *Toegepaste Taalwetenschap in Artikelen*, 40, 169–175.
<https://doi.org/10.1075/ttwia.40.16bee>

Correa Vivanco, C. (2018). *Caracterización de la Feria libre de Cariamanga, cantón Calvas, provincia de Loja, para el primer trimestre de 2018*. Loja.

De la Torre Vasco, C. D. (2020). “Calidad del servicio para la satisfacción del cliente de la empresa Efipervig Cía. Ltda.”. Ambato.

Díaz, Y. (abril de 2022). Ferias productivas se desarrollaron en Chuquiribamba y Santiago. *Loja.gob.ec*, pág. 1.

Balboa, a N. a C. (2008). El incidente crítico como técnica para recolectar datos. *Red Universitaria de Aprendizaje, UNAM*, 61–111. <http://www.rua.unam.mx/objeto/5502/el-incidente-critico-como-tecnica-para-recolectar-datos>

Correa, C. A. (2018). Universidad Nacional De Loja Autor. *Universidad Nacional De Loja*, 66.
http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17025/1/TESIS_WILSON_FERNANDO.pdf

De la Torre, C. D. (2020). “Calidad del servicio para la satisfacción del cliente de la empresa Efipervig Cía. Ltda.” En *Repo.Uta.Edu.Ec*. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31166/1/603O.E..pdf>

E. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Alteridad*, 2(2), 74.
<https://doi.org/10.17163/alt.v2n2.2007.04>

Fernández Ruiz, J. (2010). Disertación sobre el servicio público. *FORO: Revista de Derecho.*, I Semestre, 5–21. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/foro/article/download/379/375/1464>

Hollenstein, P. (2019). Aprovechamiento de alimentos, economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito. *Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS) Ecuador*. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15203.pdf>

- INEC. (2010). *Proyección de la Población Ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Lavado, C. (1998). La Teoría De Los Dos Factores En La Satisfacción Del Cliente. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(1), 53–80.
- Loja, M. de. (s/f). *Parroquias*. <https://www.loja.gob.ec/contenido/parroquias>
- Luz Victoria Castillo Zamora, B., & Ricardo Prado López, H. (2018). *Modelo SERVQUAL de la Calidad de servicio y la satisfacción del Usuario Externo en el*.
- Monteros Vizcaíno, E. E. (2020). *Ferias agroecológicas y su relación con el consumo responsable de alimentos en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo*. 10.
- Mora Contreras, C. E. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146–162. <https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>
- ODEPA. (2002). Política Agraria. *Oficina de Estudios y Políticas Agrarias*.
<https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/dinamica-productiva-y-comercial/informe-mensual-de-la-politica-agraria-marzo-2002>
- Rodríguez, D. (2011). *Análisis de los negocios informales en la economía ecuatoriana y su transición a la formalidad*. 2011. 1–79. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/5558>
- Sáez, L., Castro, L., & Díaz, C. (2013). Evaluación de la satisfacción de clientes respecto de la calidad de atención en la Feria Libre N° 2 de la comuna de Quinta Normal, Santiago de Chile. *Idesia (Arica)*, 31(2), 15–23.
- Salazar, M. (2018). La economía circular como respuesta alternativa a los desafíos de la alimentación: análisis de caso para la situación de Chile. *Revista Chilena de Relaciones Internacionales*, 2(2), 94–104. <https://sciencespo.hal.science/hal-03614821%0Ahttps://sciencespo.hal.science/hal-03614821/document>
- Salinas, D. (2017). “LA CALIDAD DE ATENCIÓN QUE RECIBEN LOS USUARIOS DE LAS FERIAS LIBRES DE LA CIUDAD DE LOJA: PERIODO DE ESTUDIO MAYO-AGOSTO 2016”.
[https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18467/1/Salinas Gaona%2C Dunias Rocío..pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18467/1/Salinas%20Gaona%20Dunias%20Rocio.pdf)
- Sercotec. (2016). Castastro Nacional de Ferias Libres. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7.
http://www.catastroferiaslibres.cl/doc/catastro_ferias.pdf
- Torre, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y

análisis. *Compendium*, 18(35), 57–76. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88043199005>

UNL, & Loja, U. N. de. (2022). *Informe de Rendición de Cuentas*. 1–56.

Zamora, R.-G. C. (2016). *LAS FERIAS LIBRES EN TUNGURAHUA Y SU IMPORTANCIA PARA LAS*.
April. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4289.1120>

11. Anexos

Anexo 1

Encuesta de Satisfacción de los usuarios aplicada



La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información para el desarrollo de mi trabajo de tesis cuyo tema es:
**“NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS FERIAS LIBRES DE LAS PARROQUIAS RURALES OCCIDENTALES,
 COMO CANAL TRADICIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DEL CANTÓN LOJA, AÑO 2023”.**
 Por lo que solicito de la manera más acomoda se digna contestar la presente encuesta la misma que me proporcionará
 información de gran importancia, recuerde es netamente académica y anónima.

Fecha _____ Feria libre _____ Número de cuestionario _____.

A continuación, Lea detenidamente las preguntas y marque con una x la respuesta que considere

Preguntas generales

<p>1. Edad</p> <p>.....</p>	<p>2. Género</p> <p>Masculino <input type="checkbox"/></p> <p>Femenino <input type="checkbox"/></p> <p>Otro..... <input type="checkbox"/></p>	<p>3. Ocupación</p> <p>Empleado público <input type="checkbox"/></p> <p>Empleado privado <input type="checkbox"/></p> <p>Autónomo/ por cuenta propia <input type="checkbox"/></p> <p>Actividad en el hogar <input type="checkbox"/></p>	<p>4. Barrio de residencia</p> <p>-----</p>
<p>5. Rango de ingreso familiar</p> <p>\$0 a \$450 <input type="checkbox"/></p> <p>\$450 a \$900 <input type="checkbox"/></p> <p>\$900 a \$1350 <input type="checkbox"/></p> <p>\$1350 a \$1800 <input type="checkbox"/></p> <p>Más de \$1800 <input type="checkbox"/></p>	<p>6. ¿Cuántas veces al mes usted compra los productos en la feria?</p> <p>N°.....</p>	<p>7. ¿Cuál es el gasto promedio en cada compra?</p> <p>\$.....</p>	
<p>8. ¿Por qué elige hacer las compras en la feria? (Señale las 3 más importantes, en donde será 1 más importante, 2 medianamente importante, 3 importante)</p>			
<p>Presentación <input type="checkbox"/></p> <p>Precio <input type="checkbox"/></p> <p>Atención <input type="checkbox"/></p> <p>Variedad <input type="checkbox"/></p> <p>Calidad <input type="checkbox"/></p> <p>Ubicación <input type="checkbox"/></p> <p>Higiene <input type="checkbox"/></p> <p>Tradición familiar <input type="checkbox"/></p>			

Preguntas para determinar satisfacción

	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo
9. Dimensión de Productos			
9.1 Libertad de elegir los productos que deseo.			
9.2 Los productos son sustituidos cuando no están en buenas condiciones.			
9.3 Encuentro una amplia variedad de productos disponibles.			
9.4 Siempre obtengo productos de calidad.			
9.5 La presentación de los productos es adecuada			
9.6 Es adecuado el manejo y conservación de productos			
10. Dimensión de Precios			
10.1 Los precios en la feria son más bajos que en los supermercados.			
10.2 Los precios en la feria son más bajos que en las bodegas.			
10.3 Los precios en la feria son más bajos que los vendedores ambulantes.			
10.4 Los precios en la feria son más bajos que en mercados.			
10.5 Los precios en la feria son más bajos que en tiendas			
11. Dimensión Higiene y Presentación			
11.1 Los feriantes mantienen una buena higiene personal.			
11.2 Los puestos de venta están limpios y ordenados.			
11.3 Los feriantes están uniformados.			
11.4 Conozco el nombre de la persona que me atiende.			
12. Dimensión de Servicio al Cliente			
12.1 Si surge un problema, sé a quién contactar para hacer un reclamo.			
12.2 Me agrada que los puestos no cambien de lugar.			
12.3 Recibo información sobre cómo preparar los productos que adquiero.			
12.4 Las personas que atienden en la feria son amables y serviciales en todo momento			
12.5 La atención que recibo es personalizada y cordial.			
13. Dimensión Confiabilidad de los Feriantes			
13.1 Tengo vendedores de confianza a quienes prefiero comprarles.			
14. Dimensión Regulación y Fiscalización			
14.1 Las pesas utilizadas en la feria están adecuadamente reguladas.			
14.2 Se producen conflictos entre los comerciantes en la feria.			
14.3 Los feriantes utilizan un lenguaje apropiado.			
14.4 Es apropiada la presencia de vendedores ambulantes en la feria			
14.5 Existe seguridad en el interior de la feria.			
15. Dimensión Entorno Social			
15.1 La feria es un lugar donde puedo encontrarme con familiares y			

amigos.			
15.2 Me agrada visitar la feria porque es una experiencia agradable.			
16. Dimensión Infraestructura			
16.1 El lugar donde se desarrolla la feria es adecuado			
16.2 Me gusta que los puestos estén organizados por categorías o rubros.			
16.3 Las carpas proporcionan protección contra el sol y la lluvia.			
16.4 Me gusta la apariencia de las instalaciones de la feria es atractiva y acogedora			
16.5 La feria ofrece suficiente espacio para la comodidad del visitante para poder caminar libremente, en términos de circulación			
17. Dimensión Accesibilidad			
17.1 El horario de atención de la feria es adecuado			
17.2 Sería conveniente que la feria estuviera abierta hasta las 18 horas.			

18. ¿En términos generales califique a la feria libre como un canal tradicional comercialización de la ciudad?

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo

19. A su criterio qué aspectos debería mejorar en la feria libre

Precio de producto	<input type="checkbox"/>
Atención al cliente	<input type="checkbox"/>
Espacio físico	<input type="checkbox"/>
Organización en el puesto	<input type="checkbox"/>
Ubicación	<input type="checkbox"/>
Control de productos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>
Transporte de productos	<input type="checkbox"/>
Diversidad de productos	<input type="checkbox"/>
Manejo y conservación de productos	<input type="checkbox"/>
Control de vendedores ambulantes	<input type="checkbox"/>
Horarios	<input type="checkbox"/>
Presentación del feriante	<input type="checkbox"/>
Presentación del producto	<input type="checkbox"/>

Anexo 2

Entrevista aplicada

Formato de la entrevista dirigida al Jefe de Comercialización del Municipio de Loja

La presente entrevista tiene como finalidad recabar información para el desarrollo de trabajo de tesis cuyo tema es:

“NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS FERIAS LIBRES DE LAS PARROQUIAS RURALES OCCIDENTALES, COMO CANAL TRADICIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DEL CANTÓN LOJA, AÑO 2023”., por lo cual solicito de la manera más comedida, se digne a contestar con total veracidad, la misma que me proporcionará información de gran relevancia. Esta entrevista es académica y anónima.

1. ¿Cuál es la dirección o dependencia encargada del funcionamiento de las ferias libres?
2. ¿Cuál es la política establecida del GAD-P con respecto al funcionamiento de las ferias libres?
3. ¿Bajo qué criterios el unicipio designa los lugares donde se realizan las ferias libres?
4. ¿Por qué le parece importante que se realicen las ferias libres?
5. ¿Cuál es el objetivo que tienen las ferias libres en la parroquia?
6. ¿Se cumple con los objetivos propuestos en la parroquia?
7. ¿Qué dificultades o falencias presentan las ferias libres en su desarrollo?
8. ¿Actualmente el GAD-P se encuentra en planificación, ejecución o evaluación de algún proyecto en pro de las ferias libres?
9. ¿El GAD-P brinda apoyo que requieren los vendedores para ejecutar la actividad económica en las ferias libres? ¿Qué tipo de apoyo?
10. ¿El GAD-P dicta capacitaciones a los vendedores? ¿En qué temas?
-Servicio al cliente
-Cuidado y manipulación de los productos
-Imagen y cuidado personal
11. ¿Se han realizado estudios similares para conocer la situación socioeconómica de los vendedores y la satisfacción del usuario?
12. ¿El GAD-P realiza promoción de las ferias libres para que los habitantes del sector y sectores aledaños acudan a las mismas?
13. ¿Se piensan mantener las ferias libres como canal de comercialización a largo plazo?

Gracias por su colaboración

Anexo 3

Entrevista Jefe de Comercialización - Municipio de Loja



Anexo 4

Audio de la entrevista realizada

https://drive.google.com/drive/u/2/mobile/folders/1MBeEnHv-i3CC CJj8jMiX8EsI5gJsmQh/1bdx1O86CnMvI7E4gk7KU4nIRWxU33mk/1O2Hi4HDJ_gJfPxhesOyKTpFfH3D05zfH?pli=1&sort=13&direction=a

Anexo 5

Grupo Focal



Anexo 6

Feria libre parroquia Chantaco



Anexo 7

Feria libre parroquia Chuquiribamba



Anexo 8

Feria Libre parroquia El Cisne





Anexo 9

Feria Libre parroquia Taquil



Anexo 10

Feria Libre parroquia San Lucas



Anexo 11

Feria Libre Parroquia Gualel



Anexo 12

Certificado traducción - resumen

Certificación

Loja 02 de mayo del 2024

Mgtr. Rosa Marcela Soto Jaramillo

PERITO TRADUCTOR DE LA FUNCIÓN JUDICIAL

CERTIFICO:

Que he traducido el resumen en el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS FERIAS LIBRES, COMO CANAL TRADICIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS PARROQUIAS RURALES OCCIDENTALES DEL CANTÓN LOJA, AÑO 2023”**, el cual consta de doscientas cuarenta y cinco (245) palabras. El trabajo realizado es previo a la obtención del **título de Licenciada en Administración Pública**, de la autoría de la estudiante **Doménica Valeria Merino Briceño**, con cédula de identidad Nro. **1105983108**, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectivo proceso.

**Rosa
Soto
Jaramillo**

Firmado digitalmente por
Rosa Soto Jaramillo
Nombre de
reconocimiento (DN):
cn=Rosa Soto Jaramillo, o,
ou,
email=soto.rosa30@gmail
.com, c=ES
Fecha: 2024.05.02
16:26:23 -05'00'

Mgtr. Rosa Marcela Soto Jaramillo

PERITO TRADUCTOR DE LA FUNCIÓN JUDICIAL

AREA O PROFESIÓN: INTERPRETES Y TRADUCTORES

ESPECIALIDAD: INGLÉS

No. DE CALIFICACIÓN 12310444

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 110339684-0