



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA FERIA DE**  
**NACIONALIDADES KICHWA DE ORELLANA DEL CANTÓN**  
**FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA.**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**AUTORA:**

**CECILIA CERDA TANGUILA**

Orellana–Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA FERIA DE**  
**NACIONALIDADES KICHWA DE ORELLANA DEL CANTÓN**  
**FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA.**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**AUTORA:** CECILIA CERDA TANGUILA

**DIRECTOR:** SIMÓN RODRIGO MORENO ÁLVAREZ

Orellana–Ecuador

2023

© 2023, Cecilia Cerda Tanguila

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Cecilia Cerda Tanguila, declaro que el presente Trabajo de Titulación, es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 22 de agosto de 2023



**Cecilia Cerda Tanguila**

**CI: 1500356249**

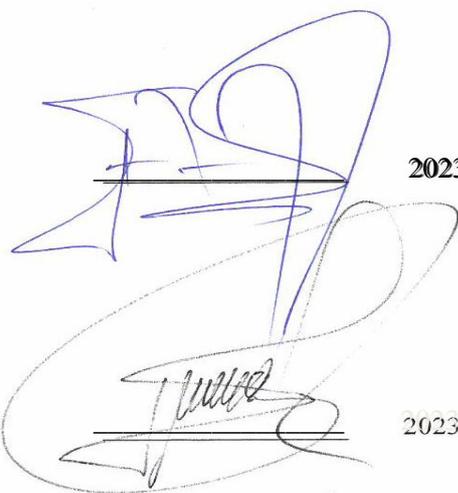
**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA-**  
**CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA FERIA DE NACIONALIDADES KICHWA DE ORELLANA DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA.**, realizado por la señorita: **CECILIA CERDA TANGUILA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



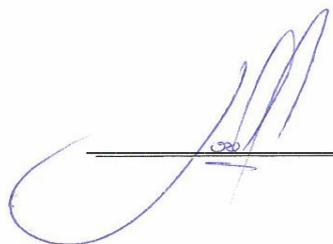
**2023-08-22**

Ing. Simón Rodrigo Moreno Álvarez  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



**2023-08-22**

Ing. José Fernando López Aguirre  
**MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



**2023-08-22**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico a Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano fidelidad y amor Ha estado conmigo hasta el día de hoy. El esfuerzo y dedicación del presente trabajo se lo dedico a todos mis hijos y en especial a mi esposo por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una y otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas. A mi padre que está en el cielo y a mí abnegada madre, de cuyos ejemplos, siempre a sus hijos nos inculcaron el respeto, la humildad y el trabajo honesto.

Cecilia

## **AGRADECIMIENTOS**

Un sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Carrera de Ingeniería en Gestión de Gobiernos Seccionales por abrirme la puerta del conocimiento y formarme como profesional competitivo. Un especial agradecimiento al Ingeniero Simón Rodrigo Moreno Álvarez y al Ingeniero José Fernando López Aguirre, por el apoyo y la dirección necesaria e invaluable para la culminación del presente trabajo investigativo. Nuestro sincero agradecimiento a la Feria de Nacionalidades del Cantón Orellana, por las facilidades proporcionadas en la búsqueda de la información. A la señora Maura Shiguango, nuestra gratitud, quien, con su experiencia y conocimientos, nos supo guiar, a mis amigos/as que me apoyaron con palabras sabias y estuvieron en los momentos que más necesite.

Cecilia

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Planteamiento del problema.....</b>	<b>3</b>
1.1.1. <i>Formulación del problema.....</i>	3
1.1.2. <i>Sistematización del problema.....</i>	4
<b>1.2. Justificación.....</b>	<b>4</b>
1.2.1. <i>Justificación Teórica.....</i>	4
1.2.2. <i>Justificación Metodológica.....</i>	4
1.2.3. <i>Justificación Práctica.....</i>	5
<b>1.3. Objetivos.....</b>	<b>5</b>
1.3.1. <i>Objetivo general.....</i>	5
1.3.2. <i>Objetivos específicos.....</i>	5
<b>1.4. Antecedentes de la Investigación.....</b>	<b>6</b>
<b>1.5. Marco Teórico.....</b>	<b>8</b>
1.5.1. <i>Planificación Estratégica.....</i>	8
1.5.2. <i>Organización Comunitaria.....</i>	8
1.5.3. <i>Plan.....</i>	8
1.5.4. <i>Fortalecimiento organizacional.....</i>	8
1.5.5. <i>Pueblo o nacionalidad indígena u originario.....</i>	9
1.5.6. <i>Nacionalidad kichwa amazónica.....</i>	10
1.5.7. <i>Productos amazónicos forestales no maderables (alimenticios, curativos, etc.).....</i>	10
1.5.8. <i>Proceso de comercialización.....</i>	11
1.5.9. <i>Feria indígena.....</i>	11
1.5.10. <i>Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.....</i>	12

## CAPÍTULO II

<b>2.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	13
2.1.	Enfoque de la investigación.....	13
2.2.	Nivel de investigación .....	13
2.3.	Diseño de investigación.....	14
2.4.	Tipo de estudio .....	14
2.5.	Población y muestra .....	15
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos .....	16
2.6.1.	<i>Método de investigación</i> .....	16
2.6.2.	<i>Técnicas de investigación</i> .....	16
2.6.3.	<i>Instrumentos de investigación</i> .....	17

## CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	19
3.1.	Resultados.....	19
3.2.	Discusión de los Resultados.....	50
3.3.	Plan de Fortalecimiento de la Feria de Nacionalidades Indígenas.....	53
3.3.1.	<i>Antecedentes y reseña histórica Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”</i> .....	53
3.3.2.	<i>Objetivos de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”</i> .....	55
3.3.3.	<i>Objetivo del plan de Fortalecimiento de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”</i> .....	56
3.3.4.	<i>Datos generales (ubicación geográfica, membresía, recursos, actividad económica y/o social, situación legal, etc.)</i> .....	56
3.3.5.	<i>Descripción de metodología utilizada</i> .....	57
3.3.6.	<i>Diagnóstico Estratégico o FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)</i> .....	57
3.3.7.	<i>Estrategia de intervención para fortalecer la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”</i> .....	59
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	62
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	63
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 3-1:</b>	Género de los encuestados .....	19
<b>Tabla 3-2:</b>	Edad de los encuestados.....	20
<b>Tabla 3-3:</b>	Estado civil de los encuestados .....	21
<b>Tabla 3-4:</b>	Nivel de instrucción de los encuestados.....	22
<b>Tabla 3-5:</b>	Auto identificación cultural de los encuestados .....	23
<b>Tabla 3-6:</b>	Lugar de residencia de los encuestados.....	24
<b>Tabla 3-7:</b>	Número de personas por familia de los encuestados.....	25
<b>Tabla 3-8:</b>	Jefatura de hogar de los encuestados.....	26
<b>Tabla 3-9:</b>	Organizaciones en las que participan los encuestados .....	27
<b>Tabla 3-10:</b>	Función en la organización que participan tienen los encuestados .....	28
<b>Tabla 3-11:</b>	Periodicidad de las reuniones en la feria de los encuestados .....	29
<b>Tabla 3-12:</b>	Contribución a la asociación de los encuestados.....	30
<b>Tabla 3-13:</b>	Instrumentos organizativos de la asociación de los encuestados .....	31
<b>Tabla 3-14:</b>	Participación en la asociación de los encuestados.....	32
<b>Tabla 3-15:</b>	Organización o institución más cercana a la asociación de los encuestados.....	33
<b>Tabla 3-16:</b>	Valoración del trabajo del directorio de la asociación de los encuestados.....	34
<b>Tabla 3-17:</b>	Lugar donde se desarrolla la producción de los encuestados .....	36
<b>Tabla 3-18:</b>	Lugar de origen de la producción de venta de los encuestados.....	37
<b>Tabla 3-19:</b>	A quien vende la producción los encuestados.....	38
<b>Tabla 3-20:</b>	Días de atención de los encuestados .....	39
<b>Tabla 3-21:</b>	Tipos de productos que venden en la Feria de Nacionalidades los encuestados.	40
<b>Tabla 3-22:</b>	Ganancia promedio diaria de los encuestados.....	42
<b>Tabla 3-23:</b>	Calificación del lugar donde expenden los encuestados .....	43
<b>Tabla 3-24:</b>	Que hace falta a los lugares de la feria según los encuestados.....	44
<b>Tabla 3-25:</b>	Valoración infraestructura de la Feria de Nacionalidades de los encuestados....	45
<b>Tabla 3-26:</b>	Valoración servicios públicos de la Feria de Nacionalidades de los encuestados .....	47
<b>Tabla 3-27:</b>	Entidades que realizan capacitación a los encuestados .....	49
<b>Tabla 3-28:</b>	Estrategias .....	59

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 3-1:</b>	Género de los encuestados.....	19
<b>Ilustración 3-2:</b>	Edad de los encuestados .....	20
<b>Ilustración 3-3:</b>	Estado civil de los encuestados .....	21
<b>Ilustración 3-4:</b>	Nivel de instrucción de los encuestados .....	22
<b>Ilustración 3-5:</b>	Auto identificación cultural de los encuestados .....	23
<b>Ilustración 3-6:</b>	Número de personas por familia de los encuestados.....	25
<b>Ilustración 3-7:</b>	Jefatura de hogar de los encuestados.....	26
<b>Ilustración 3-8:</b>	Organizaciones en las que participan los encuestados .....	27
<b>Ilustración 3-9:</b>	Función en la organización que participan los encuestados .....	28
<b>Ilustración 3-10:</b>	Periodicidad de las reuniones en la feria de los encuestados.....	29
<b>Ilustración 3-11:</b>	Contribución a la asociación de los encuestados.....	30
<b>Ilustración 3-12:</b>	Instrumentos organizativos de la asociación de los encuestados.....	31
<b>Ilustración 3-13:</b>	Participación en la asociación de los encuestados.....	32
<b>Ilustración 3-14:</b>	Organización o institución más cercana a la asociación de los encuestados .....	33
<b>Ilustración 3-15:</b>	Valoración del trabajo del directorio de la asociación de los encuestados .	35
<b>Ilustración 3-16:</b>	Lugar donde se desarrolla la producción de los encuestados .....	36
<b>Ilustración 3-17:</b>	Lugar de origen de la producción de venta de los encuestados .....	37
<b>Ilustración 3-18:</b>	A quien vende la producción los encuestados .....	38
<b>Ilustración 3-19:</b>	Días de atención de los encuestados.....	39
<b>Ilustración 3-20:</b>	Tipos de productos que venden en la Feria de Nacionalidades los encuestados .....	40
<b>Ilustración 3-21:</b>	Ganancia promedio diaria de los encuestados .....	42
<b>Ilustración 3-22:</b>	Calificación del lugar donde expenden los encuestados.....	43
<b>Ilustración 3-23:</b>	Que hace falta a los lugares de la feria según los encuestados .....	44
<b>Ilustración 3-24:</b>	Valoración infraestructura de la Feria de los encuestados .....	45
<b>Ilustración 3-25:</b>	FODA Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”	58

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** FOTOS FERIA DE LAS NACIONALIDADES KICHWA.

**ANEXO B:** UBICACIÓN FERIA DE NACIONALIDADES

**ANEXO C:** ENCUESTA ASOCIADOS DE LA FERIA INDÍGENA

## RESUMEN

La investigación sobre el diseño de un Plan de Fortalecimiento tuvo como objetivo realizar un diagnóstico estratégico y fortalecer la gestión organizativa, social y económica de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, en el funcionamiento de la Feria de Nacionalidades Indígenas Kichwas del cantón Francisco de Orellana, para conocerla como propuesta única en el país sobre comercialización comunitaria indígena, que especialmente ha favorecido a las mujeres indígenas. La metodología que se ha empleado se basa en el levantamiento de encuestas a los socios de la asociación. Encuestas que fueron procesadas, analizadas y sistematizadas, haciendo uso de los métodos de la estadística descriptiva, además, de tablas y gráficos. Estas técnicas permitieron obtener el diagnóstico estratégico o análisis FODA de la asociación, para conocer el entorno interno y el entorno externo en los que se localiza y desarrolla. Con la información generada por el diagnóstico estratégico, se ha planteado el diseño del plan de fortalecimiento de la Feria de Nacionalidades. Plan que permite la construcción de un futuro y fortalece el desarrollo organizativo de la asociación, pero que también apunta a la capitalización financiera y económica de la organización, el desarrollo de nuevas capacidades y destrezas en los socios de la asociación para que logren las respectivas alianzas estratégicas deseadas, el trabajo en equipo y cooperación entre los socios de la asociación, por lo tanto, se recomienda la ejecución de la presente investigación.

**Palabras clave:** <PLAN>, <FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL>, <DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO>, <COMERCIALIZACIÓN INDÍGENA> <NACIONALIDADES ÍNDIGENAS>.



25-09-2023

1760-DBRA-UPT-2023

## ABSTRACT

This research about a design of a Strengthening Plan had as objective to carry out a strategic diagnosis and strengthen the organizational, social and economic management of a Kichwa Agroproductive and Artisanal Association called "Huaysa Pamba", in the operation of the Feria de Nacionalidades Indígenas Kichwas (Fair of Indigenous Kichwa Nationalities) in Francisco de Orellana canton, to know it as a unique proposal in the country on indigenous community marketing, which has especially favored indigenous women. The methodology used was based on surveys to the association's members. These surveys were processed, analyzed and systematized, using descriptive statistical methods, as well as tables and graphs. These techniques made it possible to obtain the strategic diagnosis or SWOT analysis of the association, to know the internal and external environment in which it is located and developed. With the information generated by the strategic diagnosis, a plan for strengthening the Feria de Nacionalidades has been designed. It is a plan that allows the construction of a future and strengthens the organizational development of the association, but also aims at the financial and economic capitalization of the organization, the development of new capabilities and skills in the partners of the association to achieve the respective desired strategic alliances, teamwork and cooperation among the partners of the association, therefore, the execution of this research is recommended.

**Keywords:** <PLAN>, <ORGANIZATIONAL STRENGTHENING>, <STRATEGIC DIAGNOSIS>, <INDIGENOUS MARKETING> <INDIGENOUS NATIONALITIES>.



Lic. Silvia Narcisca Cazar Costales

C.I: 0604082255

## **INTRODUCCIÓN**

La Feria Indígena de Nacionalidades kichwas amazónicas en la provincia de Orellana es una experiencia de comercialización indígena que paulatinamente se ha ido consolidando en el tiempo, hasta lograr un espacio permanente y de constante expendio de productos en el cantón Francisco de Orellana. Ha demostrado ser una experiencia única en la comercialización de productos indígenas, en el país y en el cantón, ligado a la promoción de la producción en las comunas de donde provienen las personas que venden en la feria.

El proceso de la Feria Indígena de Nacionalidades, no solo se ha apuntalado, por el convenio existente entre la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” y Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, sino porque la organización liderado por mujeres indígenas ha ido ganando en experiencia y se ha consolidado en un centro de abastecimiento de productos indígenas en la ciudad de El Coca. Además, la construcción de la feria ha favorecido el alcance de estos logros.

La feria indígena ha demostrado que los sistemas de producción y comercialización indígena kichwa amazónicos son apreciados y valorados por el sector urbano y permiten el desarrollo económico y social de las familias indígenas, pero aún más de la mujer indígena. Sin embargo, para su óptimo y adecuado funcionamiento requieren de organizaciones fuertes y fortalecidas, que puedan afrontar las constantes crisis económicas que afectan al país, así como que encuentren salida a las que ha ocasionado la pandemia del COVID 19.

Los gobiernos locales han apoyado este emprendimiento comunitario indígena, pero la verdadera fortaleza está en su capacidad organizativa, de funcionamiento y de capitalización, que le permita afrontar los problemas que se presentan en el diario vivir. Pero que incentive también a otras nacionalidades y cantones del país, a coadyuvar con los sistemas de producción indígena y les permitan espacios para poder comercializar y establecer un contacto directo entre el productor y el consumidor urbano.

La presente investigación ha diseñado un plan de fortalecimiento que permita el desarrollo y la construcción de un futuro a la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, pero también, ha levantado un diagnóstico estratégico, información a través de encuestas, que permitan conocer de manera amplia y concreta la realiza social, organizativa y comercial de la asociación.

La investigación está compuesta por tres capítulos, el primer capítulo presenta el marco referencial, el mismo que está constituido de planteamiento del problema, justificación, objetivos, antecedentes de la investigación y marco teórico para desarrollar el plan de fortalecimiento y el análisis de la feria de nacionalidades indígena. En el segundo capítulo se detalla el marco metodológico, que describe el enfoque, nivel y diseño de la investigación, así como el tipo de estudio, la población, muestra y métodos, técnicas de investigación empleados. En el tercer capítulo se puntualiza los resultados logrados mediante la aplicación de la encuesta a los socios de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, la discusión de los resultados y el plan de fortalecimiento propuesto que robustezca el funcionamiento de la asociación. Además, de las conclusiones y recomendaciones alcanzadas para finalizar la investigación.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 1.1. Planteamiento del problema

La Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 329, dispone que: “Para el cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones”.

El Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD estipula en el literal l del artículo 54, sobre las funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal: “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 elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios”.

En base a lo dispuesto en la normativa es la Feria de Nacionalidades Kichwa o como la denomina el GAD Municipal Centro Comercial “Waysa Pamba”, no ha trabajado con las organizaciones sociales y territoriales que concurren a este sitio. Simplemente, desde el año 2018, ha logrado construir una infraestructura de mercado municipal, pero no ha efectuado ningún plan de fortalecimiento, plan de acción o cualquier proceso para que los socios y socias que integran estas organizaciones puedan comercializar más y, hasta incluso, incrementar y diversificar sus ventas.

Las afecciones desde la pandemia del COVID 19 y por la actual crisis económica, han visto minorar sus capacidades como vendedores, organización y hasta como nacionalidad kichwa, por tanto, algunos ya no concurren a la misma, y paulatinamente va disminuyendo la importancia como sitio de comercialización de productos agrícolas y naturales.

##### 1.1.1. *Formulación del problema*

¿De qué manera el Plan de Fortalecimiento de la Feria de Nacionalidades Kichwa de Orellana del Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana, permitirá mejorar la actividad socioeconómica de los socios?

### **1.1.2. Sistematización del problema**

¿Cómo se establecerá el Plan de Fortalecimiento para la Feria de Nacionalidades Kichwa?

¿Cuál está la gestión de la Feria de la Nacionalidad kichwa Amazónicas en los ámbitos internos y externos?

¿Cuáles son las acciones a tomar para mejorar el uso de los recursos de los asociados y asociadas a la feria de nacionalidades kichwa?

- **Campo:** Plan de fortalecimiento

- **Espacial:** Feria (Mercado Waysa Pamba) nacionalidades kichwa, de Orellana del cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

## **1.2. Justificación**

### **1.2.1. Justificación Teórica**

Esta investigación se realizará en función de fases administrativas, planificación, organización y mercadeo. Servirán para establecer un modelo de plan de fortalecimiento, así como analizar los ámbitos internos (ventas, organización interna, plaza, presentación de productos) y externos (mercadeo, competencia, situación económica de las comunidades) de la Feria de Nacionalidades Kichwa. Se enfoca en utilizar los diferentes contenidos, textos y publicaciones referentes al plan de fortalecimiento y para determinar las acciones de mejoramiento con las que deben contar los integrantes de la Feria de la Nacionalidad Kichwa, que permitirá hacer el uso de la administración y planificación estratégica en beneficio de todos los asociados.

### **1.2.2. Justificación Metodológica**

Para estructurar el Plan de Fortalecimiento de la Feria de Nacionalidades Kichwa de Orellana del Cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana se utilizarán los diferentes enfoques de investigación, métodos, técnicas e instrumentos de investigación existentes, a fin de recabar información sobre la situación interna y externa de la feria de nacionalidades kichwa. El enfoque es mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, para ello se realizará una encuesta sobre la situación de los integrantes que asisten a la feria. De la misma manera, se aplicará técnicas tales como: la observación, cuestionario, análisis documental, cálculos, verificación, constatación física, entrevistas e indagaciones con los asociados y asociadas de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” y el personal del GAD Municipal Francisco de Orellana.

A lo que sumará que se usará el método descriptivo y se hará una recopilación y sistematización de la encuesta; se hará una revisión documental histórica sobre otros estudios y proyectos de la feria de nacionalidades kichwa; la evaluación de la investigación será de carácter documental y en función de los instrumentos de administración y planificación estratégica, los mismos que permitan recopilar información clara, pertinente y confiable, y así obtener evidencias relevantes, para plantear el plan de fortalecimiento.

### **1.2.3. *Justificación Práctica***

En la investigación la justificación práctica viene dada por dos razones. La primera es apoyar a todas las personas que laboran y venden los productos agrícolas y forestales en la feria de nacionalidades kichwa, también conocido como el mercado Waysa Pamba, en general, se estructura un plan para fortalecer su accionar, trabajo, acceso al mercado e influencia en la ciudad de El Coca. Así como, la recuperación y mejora económica ante la crisis que originó la pandemia del COVID 19 y así para poder enfrentar las secuelas económicas, sanitarias y sociales que trajo. Cuyo efecto inmediato será facilitar y mejorar la gestión de la directiva de la feria, así como beneficios económicos para los integrantes de la asociación Huaysa Pamba del cantón Francisco de Orellana.

La segunda es apoyar con un diagnóstico de la feria, a los técnicos del GAD Municipal Francisco de Orellana, que trabajan en los temas de comercialización comunitaria y de turismo, y de esta manera, puedan tomar decisiones oportunas y mejorar el trabajo que vienen realizando en la feria de nacionalidades kichwa.

## **1.3. *Objetivos***

### **1.3.1. *Objetivo general***

Contribuir al funcionamiento de la Feria de Nacionalidades kichwa de Orellana mediante la estructuración de un Plan de Fortalecimiento para mejorar la gestión de los socios, en el cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

### **1.3.2. *Objetivos específicos***

- Realizar el diagnóstico estratégico del funcionamiento de la Feria de Nacionalidades kichwa de Orellana en la actualidad, del Cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana

- Estructurar un Plan de Fortalecimiento para la Feria de Nacionalidades kichwa de Orellana, del Cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana
- Formular estrategias y políticas para mejorar la gestión de los socios, en los ámbitos organizativos, sociales y económicos, de la Feria de Nacionalidades kichwa de Orellana, del Cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana

#### **1.4. Antecedentes de la Investigación**

**Título:** El fortalecimiento organizativo y su importancia en la comercialización artesanal de la comunidad de Kishuar - Ramosloma (Salasaka) Cantón Pelileo provincia de Tungurahua.

**Autora:** Pilla Chango Francisca Margarita

**Resumen:** El objetivo principal del proyecto de investigación es conocer la importancia del fortalecimiento organizativo de los artesanos de la comunidad Kishuar – Ramosloma, cuyo objetivo es la mejora del sistema de comercialización artesanal y puedan tener un lugar de venta en las ferias artesanales que se realizan en la cabecera parroquial de Salasaka. En esta investigación se ha realizado una propuesta de modelo de gestión organizacional para mejorar el sistema de comercialización artesanal y fortalecer la organización de base de los artesanos de la comunidad. El diseño propuesto del modelo de gestión organizacional se ejecuta en función del trabajo equitativo, de preservación de saberes ancestrales en la producción artesanal y la identidad cultural de la comunidad. Además, de aplicar la metodología de realización de una tesis o investigación de titulación, se aplica el análisis de la administración estratégica sobre los ámbitos internos y externos de la organización artesanal en la comunidad (Pilla Chango, 2015).

**Título:** Procesos participativos para el fortalecimiento organizacional de la asociación agro-artesanal ‘La Achirita’ de la parroquia rural Quinara.

**Autora:** Sandoval Mora Ivannova Jhuliana

**Resumen:** El trabajo de investigación trata centralmente sobre un estudio de una asociación, para determinar como la carencia de participación influye en el fortalecimiento organizacional. En la misma se ha usado diferentes métodos científicos, se ha realizado un diagnóstico, sobre el cual se ha propuesto diferentes alternativas de soluciones para promover estrategias de cambio y desarrollo organizacional en la asociación de productores de la parroquia rural. La investigación fue un proceso de reflexión acción sobre la ausencia de procesos participativos han causado escasa motivación y ha incidido en un bajo compromiso de los socios lo cual ha provocado debilidad organizativa, incumplimiento de actividades, cultura negativa asociativa. Por tanto, se plantea

desde la construcción de saberes populares la realización de un plan de acción organizacional para fortalecer la organización (Sandoval Mora, 2018).

**Título:** Manual 9: fortalecimiento socio-organizacional y desarrollo de servicios

**Autor:** Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA.

**Resumen:** El texto creado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, parte de una propuesta de administración y planificación estratégica sobre las organizaciones productoras rurales. En el primer punto, trata sobre los métodos de diagnóstico y evaluación de la gestión organizativa que tiene que fortalecer la organización. El segundo punto menciona las diferentes partes del proceso de fortalecimiento organizativo y el planeamiento estratégico socio organizativo, donde se establece todo el proceso, desde la misión y visión hasta definir el proceso de seguimiento y evaluación organizacional. El tercer punto, trata sobre el desarrollo de servicios de la organización y el fortalecimiento agroempresarial, los servicios que desarrolla son: producción, comercialización, creación de valor agregado mediante la agroindustria y, finalmente, servicios de apoyo social. El último punto, se refiere al diseño y fortalecimiento de una cartera de servicios de los asociados, donde se define el diseño, la identificación de la demanda de servicios y la evaluación de los servicios ofrecidos (IICA, 2018).

**Título:** Organización y fortalecimiento organizacional de productores rurales del proyecto MAG/PRODERT

**Autor:** Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA.

**Resumen:** Es la investigación de un proyecto PRODERT, ejecutado durante los años 2004 y 2005, sobre las organizaciones de productores rurales, cuyo principal resultado es la organización de productores rurales organizados en diferentes grupos o subproyectos de MAG/PRODERT. La investigación está planteada en dos partes, el primer punto trata sobre el plan de organizaciones de productores agrícolas y no agrícolas del proyecto, el cual parte del diagnóstico situacional de cada organización, para poder implementar un proceso de desarrollo estratégico, pues, la idea es dotar a la organización de un plan de transformación y de capacidades para que puedan asociarse y organizarse, como productores de bienes y servicios más eficientes. El segundo punto o capítulo es sobre el plan de fortalecimiento organizacional, el cual va a orientar al mejoramiento de la organización, producción, comercialización, desarrollo humano y éxito en el alcance de objetivos y metas, establece los puntos más importantes a desarrollarse dentro del plan de fortalecimiento. En fin, la idea es que las organizaciones logren mantener la asociatividad, como un mecanismo de cooperación entre ellos, para que, desde el interés particular o desarrollo autónomo, logren en

conjunto alcanzar objetivos comunes como organización y puedan mejorar sus vidas y las de la comunidad (IICA, 2005).

## **1.5. Marco Teórico**

### **1.5.1. *Planificación Estratégica***

La planificación estratégica (Ministerio de Desarrollo Social Argentina, 2020) es un camino, un método para planear las acciones, para resolver los problemas y lograr los objetivos que queremos conseguir con la organización.

### **1.5.2. *Organización Comunitaria***

De acuerdo, a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidario (Asamblea Nacional, 2022), en el artículo 15, la organización comunitaria: Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley

### **1.5.3. *Plan***

Es un instrumento diseñado para alcanzar determinados objetivos, en que se definen, en espacio y tiempo, los medios utilizables para su alcance. En tal virtud, en él se contemplan en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas, así como los instrumentos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Un plan es un instrumento dinámico sujeto a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados (Indetec, 2005).

### **1.5.4. *Fortalecimiento organizacional***

En el “Documento de sistematización del componente de fortalecimiento organizativo del proyecto cadenas de valor” (Bastidas Loor & Ibarra Tulcanaza, 2022), del proyecto realizado por CEFA, Unión Europea y el GIZ, el fortalecimiento organizativo, está enfocado como:

- Fomentar el desarrollo de capacidades de los asociados y asociadas de las organizaciones agrícolas que han participado del proyecto, basadas en la organización y vivencia de los principios de la Economía Popular y Solidaria.
- Reconocer el potencial de participación de las personas en la construcción del desarrollo sostenible, acorde a sus propósitos institucionales; misión, visión, valores y principios.

El fortalecimiento de las capacidades organizativas (Agrinatura y FAO, 2020), presenta el siguiente aspecto:

Este fortalecimiento de capacidades puede requerir la transformación interna de la organización, en la forma en que gestiona sus habilidades, sus conocimientos y sus relaciones con el mundo exterior (clientes, aliados, proveedores, etc.). Puede conducir a desafíos para el estilo de gestión de la organización o de las opciones estratégicas. El proceso - es decir, sus objetivos, limitaciones y posibles resultados - puede plantear asuntos delicados y, por lo tanto, debe estar bien definido y acordado junto con la gerencia de la organización

La definición de (Acevedo Acevedo & Contreras Roa, 2021), el fortalecimiento se define como: el fortalecimiento organizacional se ha constituido como aquel lineamiento que conlleva a la mejora continua de las empresas, es decir, conlleva a examinar de manera continua el entorno interno y externo de las empresas con el fin de establecer e implementar estrategias que mejoren continuamente el desarrollo de todos los procesos y servicios que en cada una de ellas se desarrolla.

De manera, clara y concisa se define al fortalecimiento organizadito como: fortalecimiento se expresa como un proceso de mejora continua de su accionar y su comprensión del contexto, que le ayuda a generar soluciones y alternativas requeridas por los sectores representados en ellas (Hernández Cascante y otros, 2015).

### **1.5.5. *Pueblo o nacionalidad indígena u originario***

De acuerdo con el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo sobre Pueblo Indígenas y Tribales, los pueblos indígenas u originarios son colectivos humanos que cumplen los siguientes criterios (Macedo Bravo & Velásquez Landmann, 2016):

A. Criterios objetivos Están relacionados con las características que podrían ser verificadas en la realidad. Estos criterios comprenden: descender de poblaciones que habitaban en el país o en una región geográfica a la que pertenece el país en la época de la conquista o la colonización o del

establecimiento de las actuales fronteras estatales, cualquiera que sea su situación jurídica actual, y la conservación de todas sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas.

B. Criterios subjetivos Se entiende como la conciencia que tiene el grupo de poseer una identidad indígena u originaria. Es el reconocimiento del propio pueblo como parte de un grupo social y culturalmente diferenciado, es decir, se refiere a la autoidentificación que los pueblos indígenas hacen de su identidad

#### **1.5.6. *Nacionalidad kichwa amazónica***

Para definir la nacionalidad kichwa se emplea, la propuesta por el GAD Municipal Francisco de Orellana, en el Plan de Desarrollo y esta indica lo siguiente:

Es el pueblo indígena más numeroso del cantón. Comprenden el 20 % de los habitantes de Francisco de Orellana (73 % de la población indígena cantonal). Son los actuales representantes de una mezcla de grupos y etnias que vivieron en la zona amazónica como los Omaguas, Canelos, Huitotos, entre otros. En el cantón, los Kichwa ubicados a ambos lados de la ribera del Napo, son descendientes de los que vivían antiguamente en las haciendas de la zona. Otros, asentados a lo largo de las vías del cantón, son provenientes de la provincia de Napo, llegados al inicio de la explotación petrolera (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana , 2021).

#### **1.5.7. *Productos amazónicos forestales no maderables (alimenticios, curativos, etc.)***

Se incluyen entre los productos forestales no maderables PFNM, que según el Proyectos Bosques son (Proyecto Bosques, sf):

Productos alimenticios (plantas, hierbas y sus raíces, tubérculos, grasas, aceites comestibles, especias y aromatizantes, edulcorantes, productos para ablandar comidas, infusiones, etc.)

Productos farmacéuticos (para obtener anestésicos, ungüentos tanto para uso humano como veterinario)

Productos aromáticos (para obtener aceites esenciales para la industria de cosméticos y de perfumerías)

Fibras (para telas, esterillas, cestería, relleno para almohadas, corcho)

Productos ornamentales (plantas con atractivo estético, cortadas y secas)

Productos bioquímicos (grasas y aceites no comestibles, suministros navales, ceras, gomas, látex, tanino, productos bioquímicos para las industrias del plástico y de revestimientos, de pinturas y de barnices)

Productos animales silvestres (de aves: huevos, plumas, nidos comestibles; de invertebrados comestibles y secreciones de plantas: maná, miel, seda, laca, propóleos) servicios (ecoturismo, bonos de carbono)

### **1.5.8. *Proceso de comercialización***

De acuerdo al IICA el proceso de comercialización, se define como (IICA, 2018):

El proceso de comercialización se realiza a través de diferentes canales de distribución, o sea, la ruta seguida por los productos conforme pasa del productor al consumidor final. La selección adecuada del o los canales de distribución es una de las decisiones más importantes que debe tomar el oferente del producto. Cada proceso de comercialización es diferente, dependiendo del producto a comercializar y del mercado al que está dirigido, pero también dependiendo del nivel de desarrollo que tiene la organización de productores, de la disponibilidad de servicios, del marco institucional, de la infraestructura vial y de comunicaciones, etc. Los actores del proceso de comercialización son:

- Los agricultores, sus organizaciones y las empresas rurales de pequeña y mediana escala
- Los compradores
- Proveedores de servicios logísticos y otros

### **1.5.9. *Feria indígena***

Primero, se parte de la concepción como feria y/o mercado: ser espacios de comercialización promueven el intercambio cultural, donde los productores agrícolas se relacionan de manera directa con sus clientes, lo que favorece la proximidad social (IICA, 2018).

Segundo, el mercado equivalente a feria urbana (Hollenstein, enero, 2019), la establece como:

Los mercados y las ferias urbanos constituyen una pieza clave en los SAU y presentan retos relacionados con los ámbitos de la producción, distribución y el consumo de alimentos, que en principio afectan al desarrollo urbano en general y, por tanto, al “derecho a la ciudad” (Harvey

s/f). Ello se manifiesta especialmente cuando se considera que los mercados y ferias a menudo son administrados por gobiernos locales o por organizaciones populares (asociaciones de comerciantes), por lo cual estos espacios de intercambio combinan de manera particular intereses económicos, servicios públicos, la regulación social/estatal del mercado, el acceso a alimentos y el espacio público

La feria indígena entendida como un mercado solidario (Jiménez Jiménez, 2021) es:

Los puestos se ubican de manera circular con el propósito de promover el encuentro entre los/as productores/as y consumidores/as; se vende productos ancestrales (mashua, ocas, jícama, papachica, variedades de papas y maíz) que en los mercados convencionales es difícil conseguir; se entregan recetas de alimentos con los productos que se venden en la feria, principalmente los alimentos ancestrales y los que se encuentran en peligro de extinción; su forma circular facilita las celebraciones, rituales de agradecimiento a la pachamama; se cuenta con una radio altoparlante que emite mensajes para sensibilizar e informar de las actividades a los/as productores/as y consumidores/ras; y, se venden alimentos cocidos - patrimoniales-, cuya preparación ha sido recuperada de sus ancestros.

#### **1.5.10. *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal***

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD (Asamblea Nacional, 2020), en el artículo 53 señala:

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden. La sede del gobierno autónomo descentralizado municipal será la cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO METODOLÓGICO**

#### **2.1. Enfoque de la investigación**

El enfoque que se emplea es mixto (Hérmendez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018), tanto, cuantitativo como cualitativo. Pues, se trata de un estudio de caso de comercialización comunitaria o solidaria (Jácome Calvache, 2021), con actores rurales que comercializan en la zona urbana, como es la feria de nacionalidades kichwa, que sería la perspectiva cualitativa, además el enfoque cualitativo está determinado porque se estudia como comercializan los productos agrícolas y forestales que producen y recolectan las personas de las comunidades kichwa del cantón Francisco de Orellana. El enfoque cuantitativo viene dado por el levantamiento de una encuesta a las asociadas y asociados de la feria indígena de la nacionalidad kichwa, en función de preguntas cerradas y estructuradas. El procesamiento, cálculo y sistematización que demanda la realización de las encuestas.

El enfoque mixto tiene mayor capacidad de explicación, que los métodos separados (Hérmendez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018), pues, se trata de medir la situación organizativa, pero también de las asociadas y asociados de la asociación Huaysa Pamba.

#### **2.2. Nivel de investigación**

El nivel de investigación es descriptivo, porque se acopla con este tipo de investigaciones. De manera más clara, lo indica Hernández y Mendoza (2018):

Las investigaciones descriptivas son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (qué conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos).

Dentro de esta perspectiva indica que la investigación descriptiva es apta para investigaciones enfocadas en la ciencia administrativa (Del Cid y otros, 2011):

Un estudio descriptivo, igual que los demás tipos de investigación, sólo que, con más especificidad, empieza por determinar el objeto de estudio (organización de las empresas, clima

laboral, satisfacción de clientes, productividad, preferencias, etc.). Luego establece instrumentos para medir adecuadamente el nivel de ese objeto de estudio; supone una adecuada familiarización con el objeto de estudio para poder saber qué y cómo se va a medir lo que nos interesa.

Para complementar el nivel de investigación se hará uso de la investigación documental y de campo. Pues, el levantamiento de la información se realiza, en el lugar donde funciona la feria indígena de la nacionalidad kichwa.

### **2.3. Diseño de investigación**

El diseño de la investigación comprende las siguientes fases:

1. La elaboración de la muestra y acercamiento al directorio de la organización (Huaysa Pamba), La muestra se elabora en función de las socias y socios de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, y de las organizaciones indígenas que laboran en la Feria de las Nacionalidades.
2. Elaboración del modelo de la encuesta y entrevista con la presidenta de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” y presidentes de las organizaciones indígenas que laboran en la Feria de las Nacionalidades kichwa del cantón.
3. Recolección de datos, comprende: observación, recolección documental, encuestas y entrevista. Las misma que se realizan en el territorio de la Feria de Nacionalidades.
4. Procesamiento de la información recolectada.
5. Sistematización de la información para la tesis.
6. Redacción de la tesis o investigación.

El diseño de la investigación consta de 6 fases y dura todo el tiempo que requiere la elaboración de la tesis o investigación.

### **2.4. Tipo de estudio**

El tipo de estudio se centra en la investigación descriptiva, tal como lo indica Méndez (2006):

Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación las entrevistas y los cuestionarios. También pueden utilizarse informes y documentos elaborados por otros investigadores. La mayor parte de las veces se usa el muestreo para la recolección de información, y la información obtenida se somete a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

Adicionalmente, como tipos de investigación complementarias, se emplea: documental y de campo. La primera es por la revisión documental que posee la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” y GAD Municipal Francisco de Orellana; además, de cualquier información documental que se pueda obtener, especialmente, en el internet (documentos digitales). La segunda, es por las visitas que se realiza en la Feria de Nacionalidades, dirigido a reconocimiento del lugar y al levantamiento de las encuestas.

## 2.5. Población y muestra

En la Feria de las Nacionalidades, aproximadamente concurren 150 personas, entre hombres y mujeres, según la información de la señora Presidenta de Huaysa Pamba, Liliana Shiguango. Los cuales, principalmente, están asociados a Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”.

Para realizar la investigación se emplea el muestreo por poblaciones finitas, la fórmula a aplicar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**Dónde:**

**n**= muestra

**Z**= nivel de confianza. (95%, y corresponde al valor tabular de 1.96)

**N**= población objetivo de estudio, para el presente trabajo es 150 personas.

**p**= probabilidad de ser seleccionado en el presente caso es de 0.5 (50%).

**q**= probabilidad de no ser seleccionado en el presente caso es de 0.5 (50%)

**e**= nivel de error, en este caso es del 0.05 (100% - 95%)

$$n = \frac{1.96^2 * 150 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (150 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 108,08 \text{ encuestas.}$$

El resultado final, es aplicar 108 encuestas a los integrantes de la feria indígena

## 2.6. Métodos, técnicas e instrumentos

### 2.6.1. Método de investigación

El método que, preferencialmente, se utiliza es el analítico o de análisis. Las técnicas de investigación son:

- Observación
- Entrevistas
- Encuestas

### 2.6.2. Técnicas de investigación

**Observación:** Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018). Los elementos constitutivos de la observación (Bernal, 2016) son:

- El sujeto que investiga.
- El objeto de estudio y las variables por observar.
- Los medios en los que se da la observación.
- Los instrumentos que se van a utilizar para registrar la información.
- La persona que observará.
- El marco teórico del estudio

**Entrevista:** La entrevista cualitativa permite recolectar datos específicos de un grupo social para profundizar en la interpretación de la realidad. En este sentido, los individuos entrevistados recibirán y transmitirán información al entrevistador, produciéndose un proceso de retroalimentación, que posteriormente será transcrito y analizado por el investigador, es decir, que tanto el entrevistado como el entrevistador comparten su tiempo para reconstruir historias en el presente (Jácome Calvache, 2021). De acuerdo a Bernal (2016) existen los siguientes tipos de entrevista:

- Estructurada
- Semiestructurada
- En profundidad
- Focal

**Encuesta:** Se señalan a continuación los elementos de mayor relevancia de esta técnica. En primer lugar, dado el principio de objetividad de la investigación desde el enfoque cuantitativo, este modelo requiere el empleo de un lenguaje unificado y la posibilidad de cuantificación de los fenómenos estudiados; para ello la recopilación de la información exige la utilización de instrumentos estandarizados de recolección de datos, los mismos que, mediante el planteamiento de cuestiones cerradas propuestas de forma homogénea, permitan su cuantificación y tratamiento estadístico. En este sentido la encuesta por ser un instrumento estandarizado facilita la representación de los datos en forma numérica para posteriormente ser analizados de forma sistemática mediante la utilización intensiva de la estadística descriptiva e inferencial (Jácome Calvache, 2021).

### **2.6.3. Instrumentos de investigación**

Los principales instrumentos a usarse en la investigación son:

- Análisis documental
- Ficha de observación
- Guía de la entrevista
- Cuestionario

**Análisis documental:** Se examinan fuentes primarias y secundarias de documentos (Méndez Álvarez, 2006).

**Ficha de observación:** Es una guía estructurada de la observación, o una ficha que registra la observación realizada (Del Cid y otros, 2011).

**Guía de la entrevista:** El entrevistador se presenta a la entrevista previa planificación de los temas o tópicos a tratar, utiliza algún instrumento que oriente la conservación en torno al tema, le permita recabar la información que requiere y en el tiempo planeado (Arroyo Morales, 2020).

**Cuestionario:** Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018). Los cuestionarios tienen que tener confiabilidad y validez, además, se elaboran en función de preguntas cerrada y abiertas (Bernal, 2016). Para la elaboración de un cuestionario (Arroyo Morales, 2020) se debe tener en cuenta:

- Tipo de cuestionario.
- Formas de las preguntas.

- Redacción de las preguntas.
- Organización del cuestionario.

El procedimiento para llevar a cabo la recolección de información es el siguiente:

- Elaboración del instrumento de recolección de información.
- Aplicación del cuestionario.
- Tabulación e interpretación de la información mediante el programa Excel
- Análisis de las variables de estudio mediante el programa Excel.
- Presentación de resultados y propuesta.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3.1. Resultados

##### 1. Género de los encuestados

**Tabla 3-1:** Género de los encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	2	2%
Femenino	106	98%
Otros	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C, 2023.



**Ilustración 3-1:** Género de los encuestados

Realizado por: Cerda, C, 2023.

#### Análisis e Interpretación

El entorno por género de los que participaron en la encuesta detalla que 106 personas que representan el 98% son de género femenino. Y solo dos personas pertenecen al género masculino que equivale al 2% de la población. No se reporta personas de otro género, que de otra manera se ajusta al 0%.

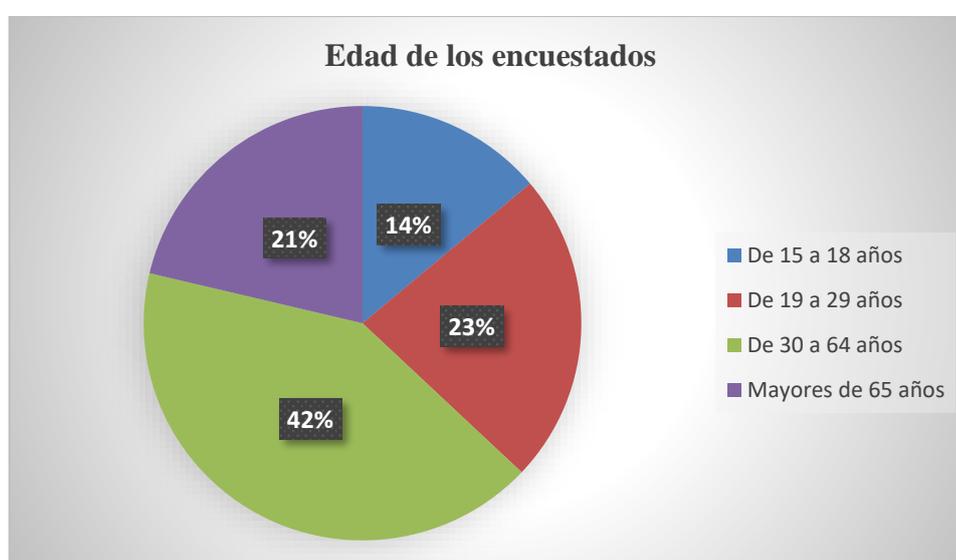
## 2. Edad de los encuestados

**Tabla 3-2:** Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 18 años	15	14%
De 19 a 29 años	25	23%
De 30 a 64 años	45	42%
Mayores de 65 años	23	21%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-2:** Edad de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

Dentro del contexto por edad o etario de los que fueron encuestados se tiene los siguientes resultados. Son 15 personas las que se hallan entre los 15 a 18 años que corresponden al 14%, que se ajusta al grupo de niñez y adolescencia; 25 personas se encuentran en la edad de 19 a 29 años que son el 23% que se asimilan como los jóvenes; 45 personas se ubican en el grupo etario de 30 a 64 años que equivalen al 42% de la población, serían las personas adultas que laboran en la feria indígena; y 23 personas son mayores de 65 años o adultos mayores, grupo que corresponde al 21% de toda la población que ha sido encuestada.

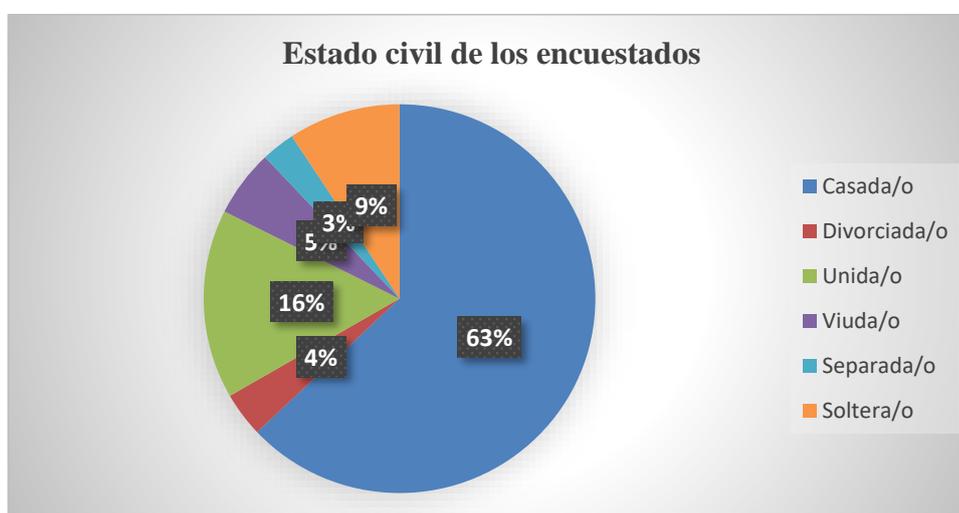
### 3. Estado civil de los encuestados

**Tabla 3-3:** Estado civil de los encuestados

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casada/o	68	63%
Divorciada/o	4	4%
Unida/o	17	16%
Viuda/o	6	6%
Separada/o	3	3%
Soltera/o	10	9%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-3:** Estado civil de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

#### Análisis e Interpretación

El marco de encuestados por estado civil detalla la siguiente situación por estado civil y se analiza todos los estados civiles conocidos en el país y en el cantón. Son 68 personas que declaran estar casadas, que se ajusta al 63% de la población. Personas divorciadas se reconocen 4, que equivale a la proporción del 4% de los encuestados. Las personas que tiene la condición de unidos pro unión de hecho son 17, que se identifica con el 16% de la población. Las personas cuyo estado civil es viudez son 6, valor que contiene al 6% de la población encuestada. Tres personas se ubican como separadas y esto proporcionalmente es el 3% de la población. Los solteros corresponden a 10 personas de la población encuestada, lo que se ajusta al 9% de los que conforman la población de encuestados.

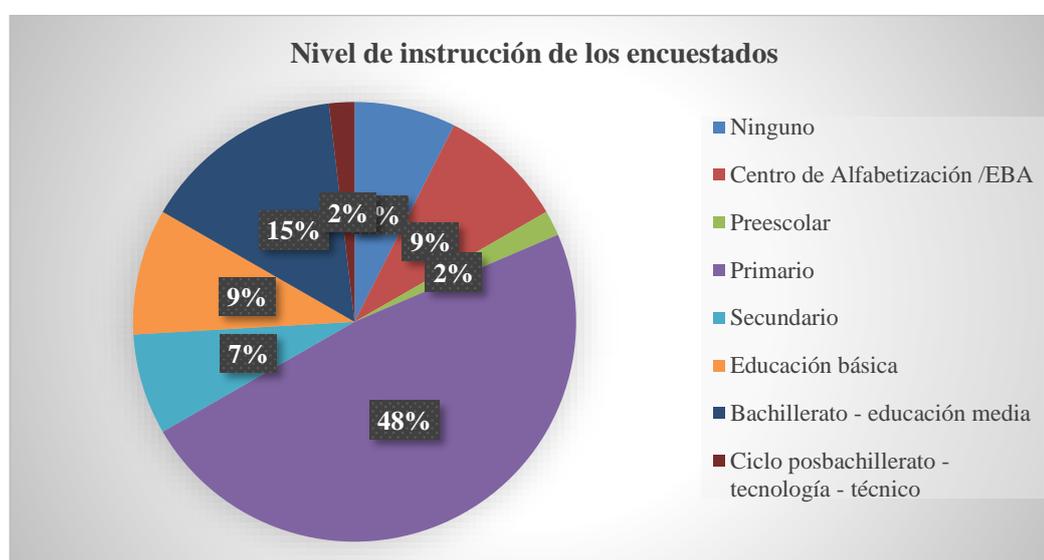
#### 4. Nivel de instrucción de los encuestados

**Tabla 3-4:** Nivel de instrucción de los encuestados

Nivel de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	8	7%
Centro de Alfabetización /EBA	10	9%
Preescolar	2	2%
Primario	52	48%
Secundario	8	7%
Educación básica	10	9%
Bachillerato - educación media	16	15%
Ciclo posbachillerato - tecnología - técnico	2	2%
Superior	0	0%
Posgrado	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-4:** Nivel de instrucción de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

#### Análisis e Interpretación

En el ámbito de las personas por nivel de instrucción se establecen los siguientes resultados. Ningún nivel de instrucción son 8 personas que conforman el 7% de la población. Al Centro de Alfabetización han concurrido 10 personas que son el 9% de los encuestados. A educación preescolar han asistido 2 personas que representan el 2%. Personas con estudios primarios son 52, que proporcionalmente es el 48% de la población. Con estudios secundarios son 8 personas que participan del 7% de la población. A educación básica, que fue aprobada desde el año 2006, son 10 personas, las que se ajustan al 9% de la población. A bachillerato son 16 personas que conforman el 15% de la población. En ciclo posbachillerato o con estudios técnicos o de tecnología son dos personas, que equivalen al 2% de los encuestados.

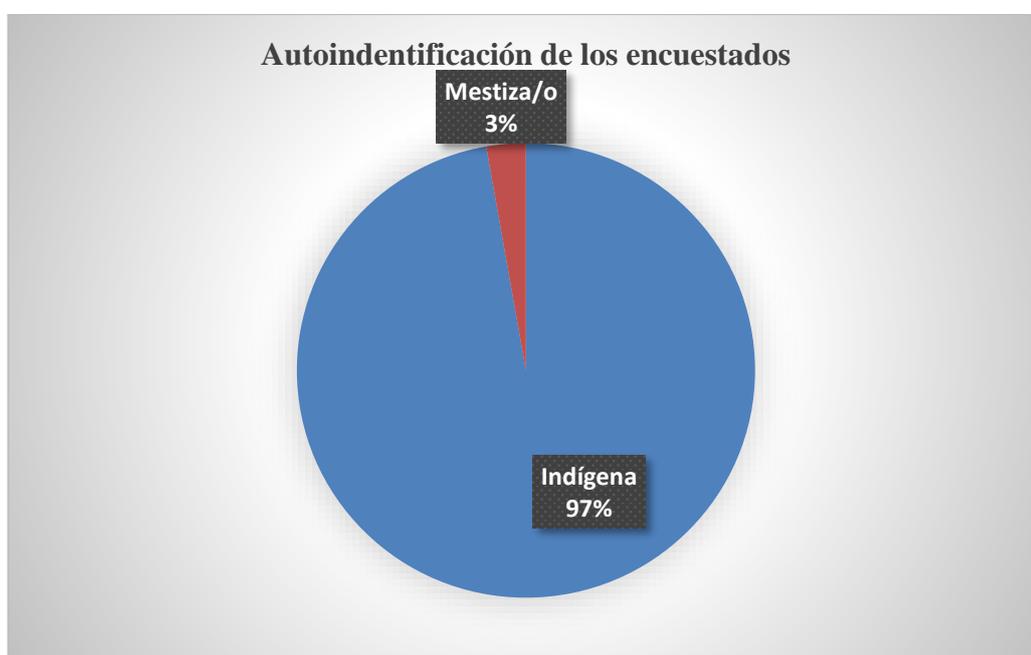
## 5. Auto identificación cultural de los encuestados

**Tabla 3-5:** Auto identificación cultural de los encuestados

Auto identificación cultural	Frecuencia	Porcentaje
Indígena	105	97%
Mestiza/o	3	3%
Afroecuatoriana/o	0	0%
Blanca/o	0	0%
Otros	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-5:** Auto identificación cultural de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

Desde la perspectiva de la identificación cultural, dado que la feria está dirigida a la población indígena del cantón, esta es la mayoritaria. De las personas encuestadas 105 se declaran indígenas y tres personas asumen la identificación cultural como indígenas.

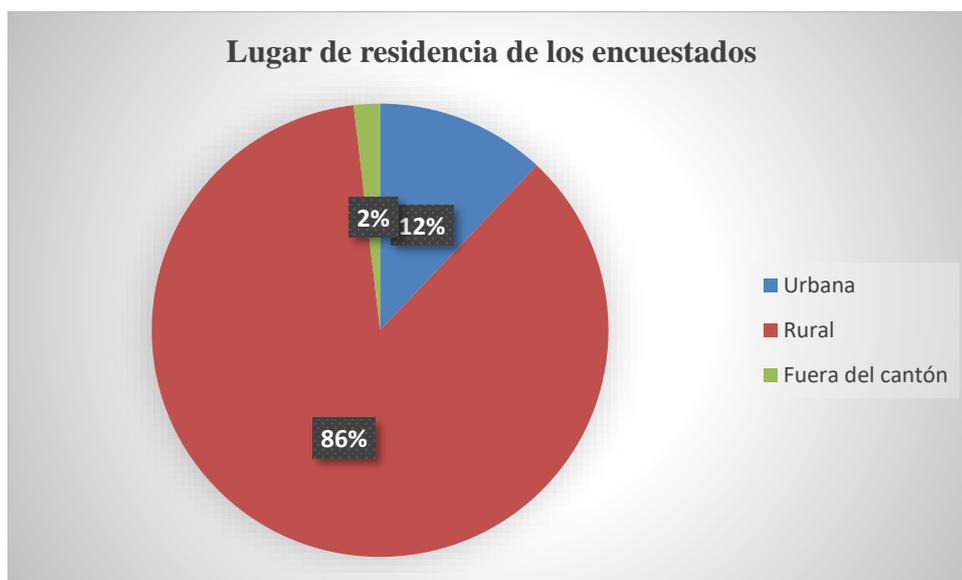
## 6. Lugar de residencia de los encuestados

**Tabla 3-6:** Lugar de residencia de los encuestados

Lugar de residencia	Frecuencia	Porcentaje
Urbana	13	12%
Rural	93	86%
Fuera del cantón	2	2%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023.



**Gráfico 3-1:** Lugar de residencia de los encuestados

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023

### Análisis e Interpretación

En el contexto del lugar donde viven las personas que participaron de la encuesta; son 13 personas que declaran residir en la zona urbana, lo que corresponde al 12% de la población encuestada. En la zona rural indican que viven 93 personas, lo que es igual al 86% de la población. Y, finalmente, 2 personas residen fuera del cantón, que es semejante al 2% de la población encuestada

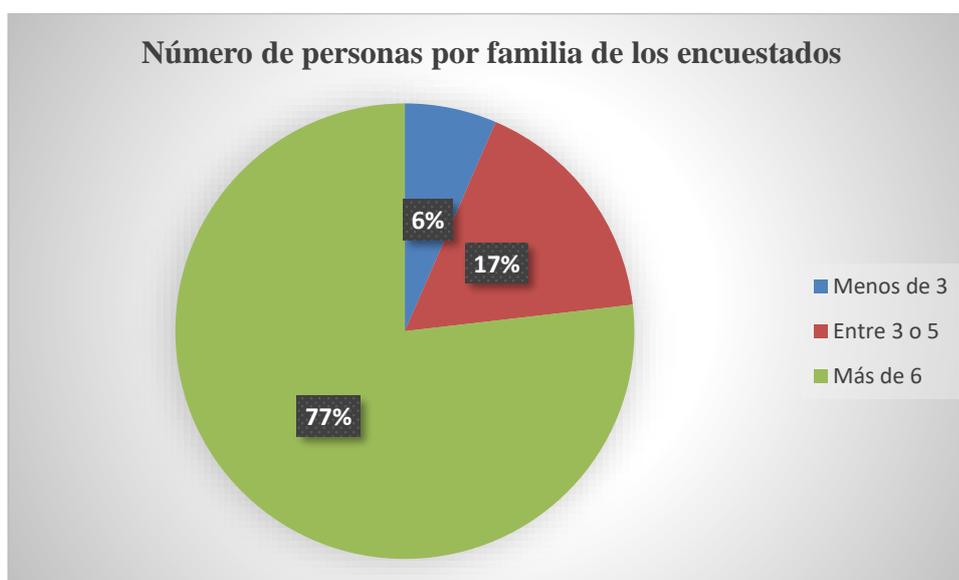
## 7. Número de personas por familias de los encuestados

**Tabla 3-7:** Número de personas por familia de los encuestados

Número de personas en la familia	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 3	7	6%
Entre 3 o 5	18	17%
Más de 6	83	77%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023.



**Ilustración 3-6:** Número de personas por familia de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023

### Análisis e Interpretación

En el entorno familiar o de número de personas que viven en la familia de los encuestados el resultado obtenido es de familias numerosas. Menos de 3 personas por familia son 7 encuestados que se identifica con el 6% de la población. Encuestados con 3 o 5 personas por familias el resultado es de 18 personas, que es el 7% de la población. Y la mayoría se ubica en familias de más de 6 personas, son 83 personas que equivale al 77% de la población encuestada.

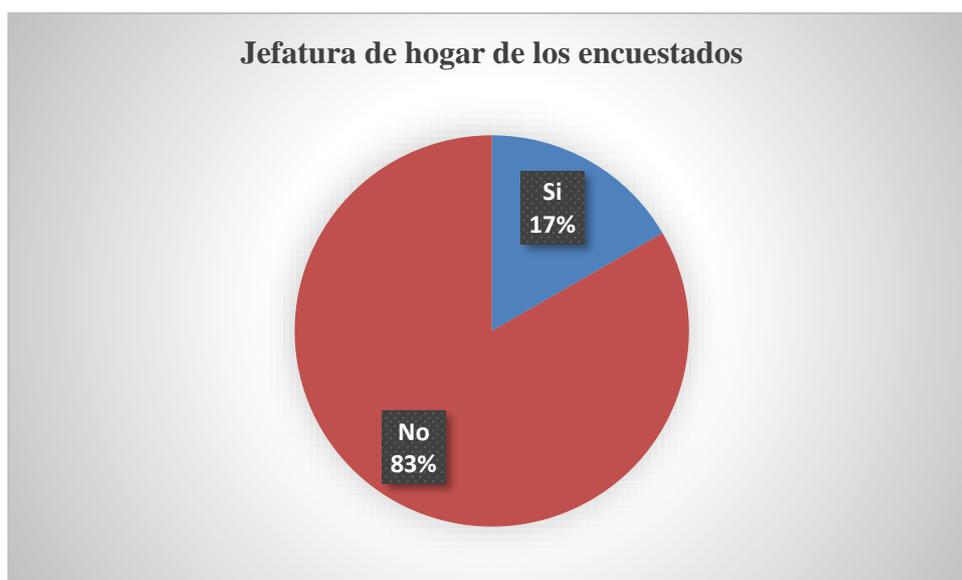
## 8. Jefatura de hogar de los encuestados

**Tabla 3-8:** Jefatura de hogar de los encuestados

Jefatura de hogar	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	17%
No	90	83%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas. 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023



**Ilustración 3-7:** Jefatura de hogar de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

Del entorno familiar y quienes ejercen la jefatura familiar, son 18 personas que se identifican como jefes de hogar, que recae en el 17% de la población encuestada. El grupo de 90 personas exponen que no son jefes de hogar, que se ajusta al 83% de la población encuestada.

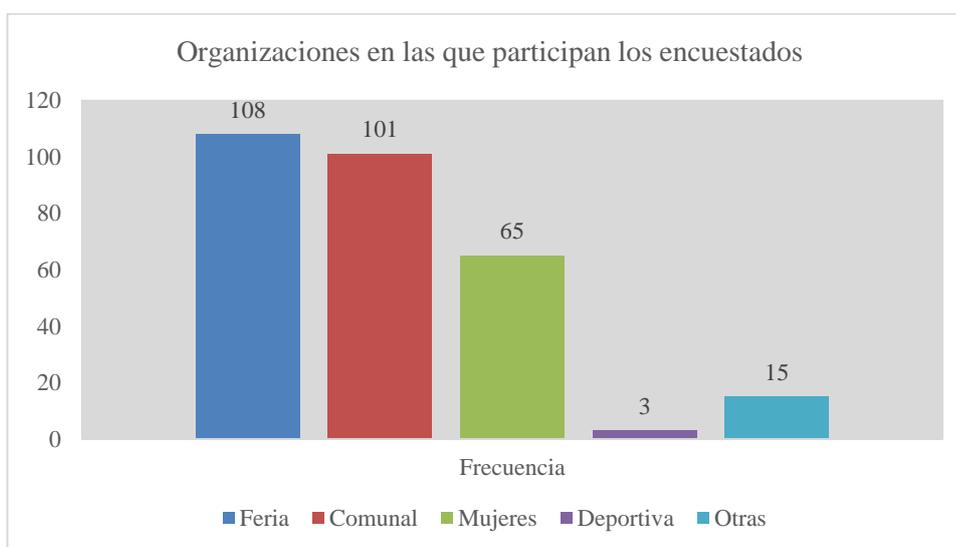
## 9. ¿En cuáles organizaciones participa?

**Tabla 3-9:** Organizaciones en las que participan los encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	2	2%
Femenino	106	98%
Otros	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023.



**Ilustración 3-8:** Organizaciones en las que participan los encuestados

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023.

### Análisis e Interpretación

En el análisis organizativo se ha preguntado en que organizaciones participan los encuestados. Todas las personas participan en la feria indígena, son socias y socios de la asociación Agroproductiva Waysa Pamba, que representa el 100%.

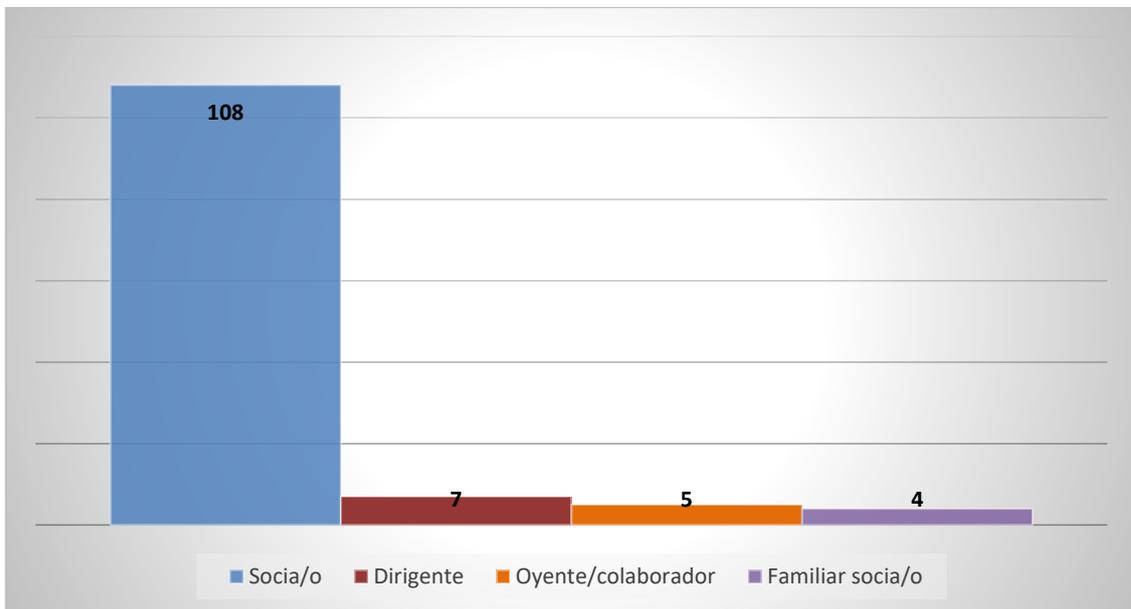
## 10. ¿Qué función tiene en las organizaciones, en las que participa?

**Tabla 3-10:** Función en la organización que participan tienen los encuestados

Función en la organización	Frecuencia	Porcentaje
Socia/o	108	100%
Dirigente	7	6%
Oyente/colaborador	5	5%
Familiar socia/o	4	4%
Otros	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-9:** Función en la organización que participan los encuestados

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023

### Análisis e Interpretación

Se analiza como es el ámbito participativo o de funciones asignadas que cumplen los encuestados dentro de las organizaciones en las que son socios. Las 108 personas asumen su rol como socios, es decir, el 100% de la población participan como socios. Son 7 personas que tiene el rol o función de dirigentes que representan un 6% de la población. De este grupo 5 son personas que en las organizaciones están en calidad de oyentes o colaboradores, que es igual al 5%. Finalmente, 4 personas asisten a otras organizaciones en calidad de familiares de socios, esto es el 4% de la población de encuestados.

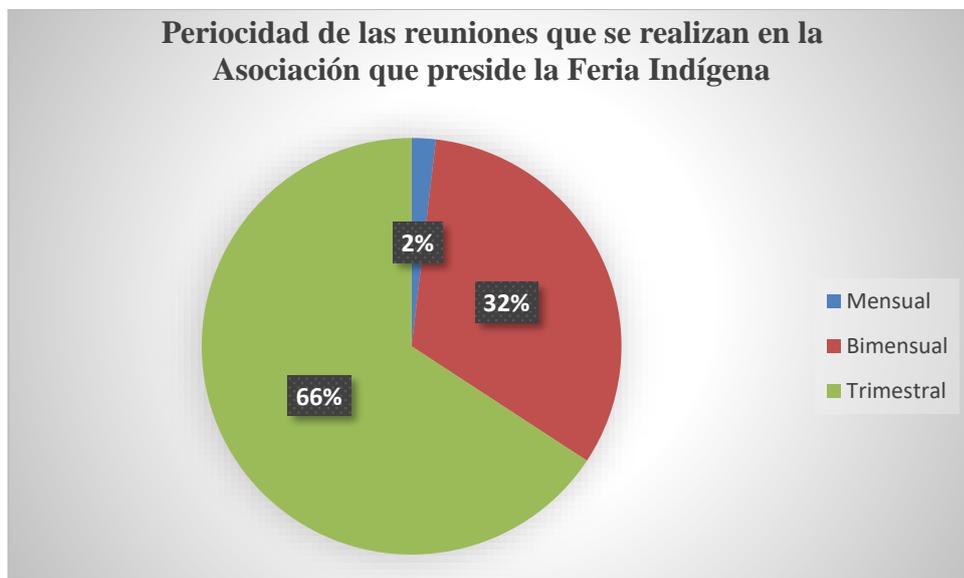
## 11. Periodicidad reuniones en la feria de los encuestados

**Tabla 3-11:** Periodicidad de las reuniones en la feria de los encuestados

Reuniones	Cantidad	Porcentaje
Mensual	2	2%
Bimensual	35	32%
Trimestral	71	66%
Semestral	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C, 2023.



**Ilustración 3-10:** Periodicidad de las reuniones en la feria de los encuestados

Realizado por: Cerda, C, 2023.

### Análisis e Interpretación

En el contexto de la periodicidad o el tiempo de reuniones que se realizan en la asociación que presiden la feria se describen los resultados. Dos personas indican que las reuniones son mensuales, esto indica que es el 2% de la población. Son 35 personas las que asumen que las reuniones son bimensuales, lo que representa el 32%. Y 71 personas señalan que la periodicidad es trimestral, lo que corresponde al 66% de la población de los encuestados.

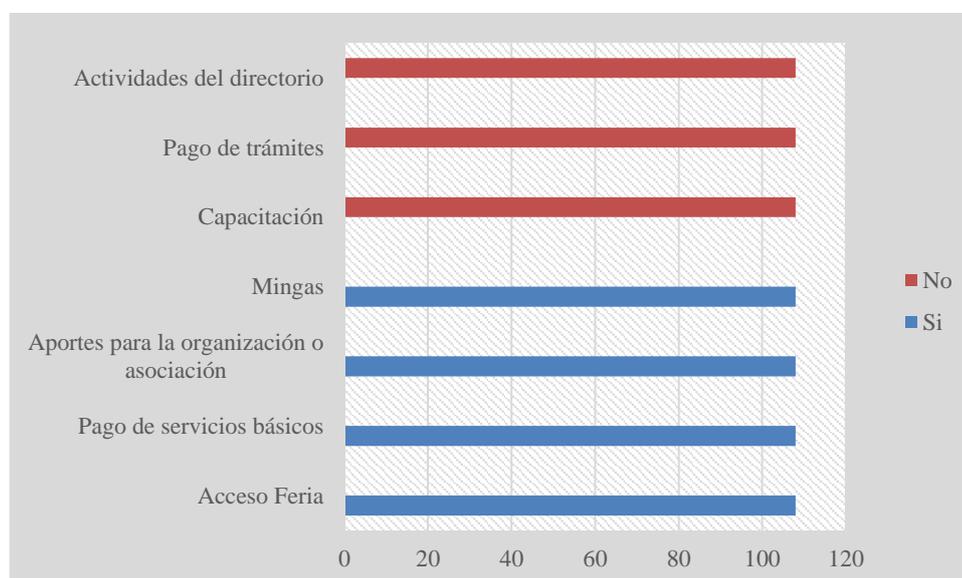
## 12. Contribución a la asociación de los encuestados

**Tabla 3-12:** Contribución a la asociación de los encuestados

Descripción	Si	No	Monto	Aporte en productos
Acceso Feria	108		5 y 15 dólares	No
Pago de servicios básicos	108			No
Aportes para la organización o asociación	108			No
Mingas	108			No
Capacitación		108		No
Pago de trámites		108		No
Actividades del directorio		108		No

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-11:** Contribución a la asociación de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

En el marco de las contribuciones los encuestados declaran, que todos realizan contribuciones. Son 108 los que responden positivamente y las contribuciones que realizan es para: acceso a la feria, pago de servicios básicos, aportes para la asociación y mingas. Todos los encuestados que contestan negativamente, indican que no realizan ninguna contribución para: capacitación, pago de trámites y actividades de directorio. Además, 97 personas indicaron que pagan 5 dólares mensuales como aporte y 11 personas pagan 15 dólares mensuales a la feria.

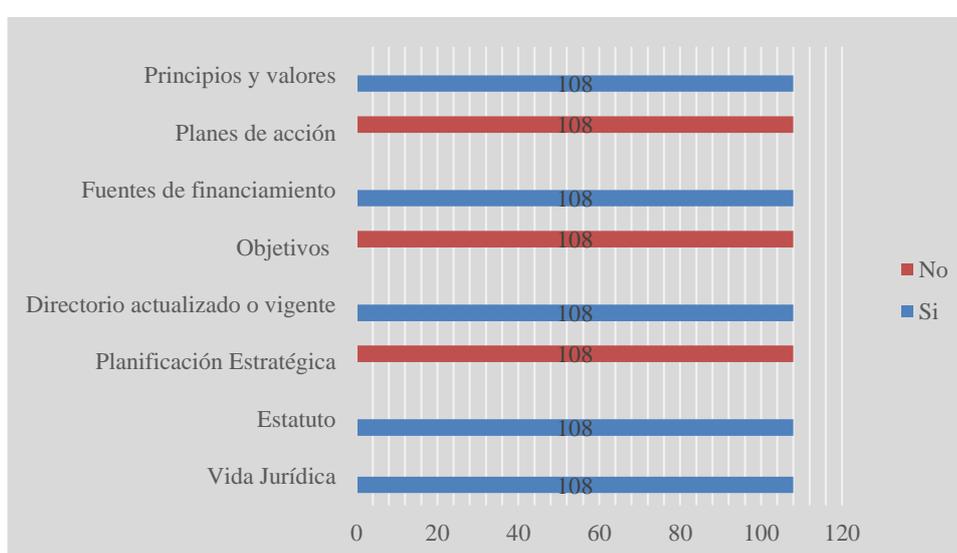
### 13. La asociación de los encuestados, con qué instrumentos organizativos cuenta

**Tabla 3-13:** Instrumentos organizativos de la asociación de los encuestados

Descripción	Si	No
Vida Jurídica	108	
Estatuto	108	
Planificación Estratégica		108
Directorio actualizado o vigente	108	
Objetivos		108
Fuentes de financiamiento	108	
Planes de acción		108
Principios y valores	108	

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C, 2023.



**Ilustración 3-12:** Instrumentos organizativos de la asociación de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

En este punto se analiza los instrumentos organizativos de la asociación que preside la feria indígena. Los instrumentos organizativos que usan son la vida jurídica, estatuto, directorio actualizado, principios y valores y fuentes de financiamiento, estas últimas son de los propios aportes de los socios. Aunque reciben aporte en especie, o donaciones, en presupuesto participativo del GAD Provincial de Orellana, pero eso no ingresa a la asociación, sino que recibe cada socio que es seleccionado; esto es reconocido por el 100% de entrevistados. De la misma manera, el 100% de socios encuestados reconoce que no usan como instrumentos y herramientas de trabajo la planificación estratégica, los objetivos y planes de acción; pues, todo se acuerda en asamblea de socios en la asociación.

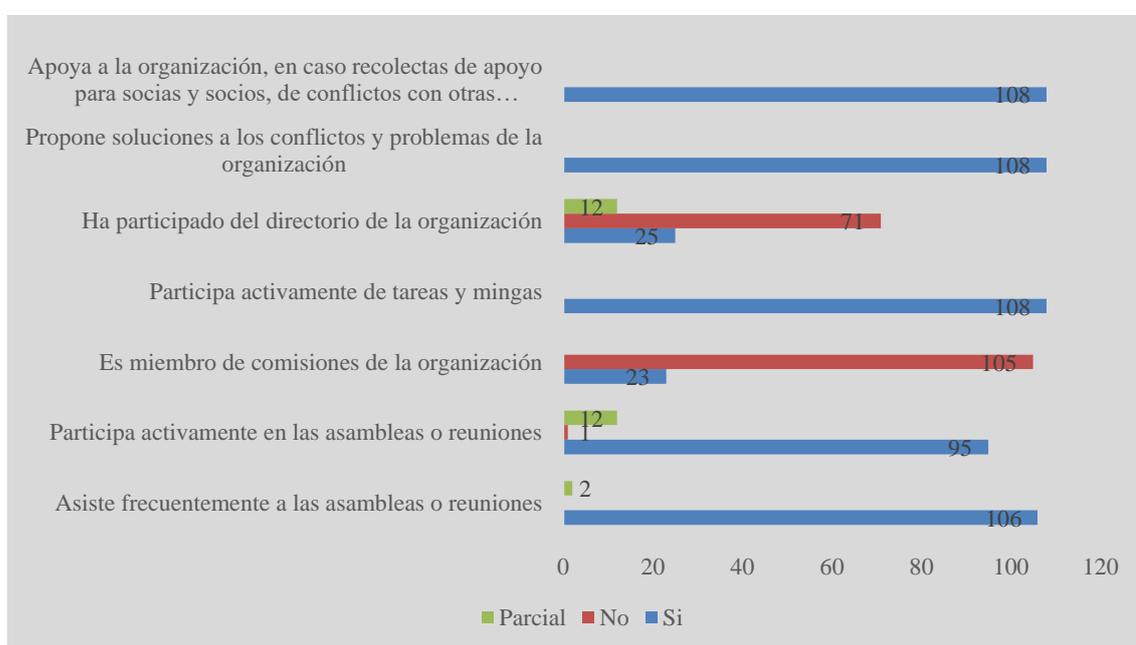
## 14. Participación en la asociación, que preside la feria, de los encuestados

**Tabla 3-14:** Participación en la asociación de los encuestados

Descripción	Si	No	Parcial
Asiste frecuentemente a las asambleas o reuniones	106		2
Participa activamente en las asambleas o reuniones	95	1	12
Es miembro de comisiones de la organización	23	105	
Participa activamente de tareas y mingas	108		
Ha participado del directorio de la organización	25	71	12
Propone soluciones a los conflictos y problemas de la organización	108		
Apoya a la organización, en caso recolectas de apoyo para socias y socios, de conflictos con otras organizaciones e instituciones	108		

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-13:** Participación en la asociación de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

Respecto a la participación en la asociación, que preside la feria, es activa. La participación de los socios es total en apoyar a la organización, en recolectas de apoyo para los socios, proponer soluciones a los conflictos y problemas que se presentan y en realizar tareas y mingas, lo cumple el 100% de encuestados. La participación, también, es alta en asistir a las reuniones de la asociación y en participar en las mismas, lo cumple más del 90% de encuestados. La participación es baja en la participación y colaboración en comisiones de la asociación y en ser directivos; en este caso se justifica, debido a que la organización es nueva, creada en el año 2018; y en los dos casos no todos pueden participar.

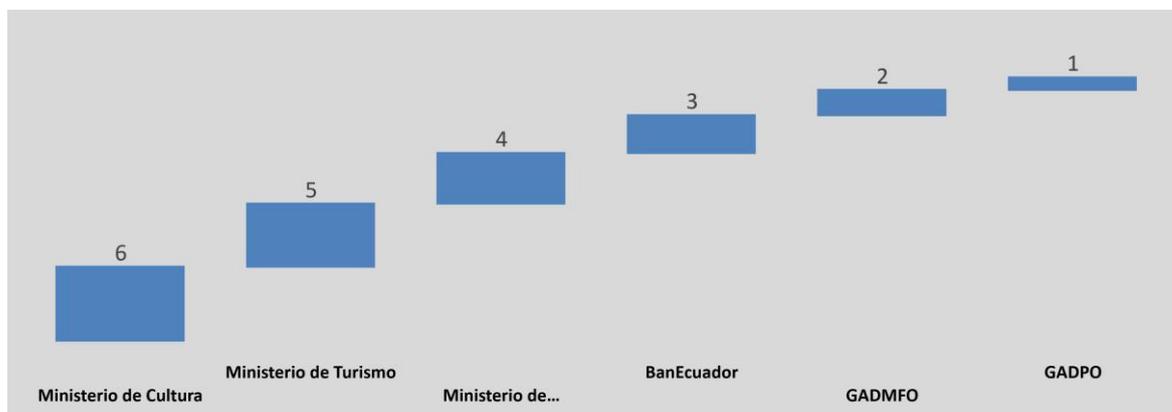
**15. Cuál es la institución u organización más cercana, a la asociación que preside la feria, de los encuestados**

**Tabla 3-15:** Organización o institución más cercana a la asociación de los encuestados

Descripción organizaciones Públicas	Cualificación
GADPO	1
GADMFO	2
BanEcuador	3
Ministerio de Agricultura	4
Ministerio de Turismo	5
Ministerio de Cultura	6
Otros	

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C, 2023.



**Ilustración 3-14:** Organización o institución más cercana a la asociación de los encuestados

Realizado por: Cerda, C, 2023.

**Análisis e Interpretación**

En el marco de trabajo con instituciones y organizaciones con las que tiene mayor relación la asociación que preside la feria, se ha realizado un análisis de la incidencia de las mismas. Los socios señalaron que la mayor relación la tiene con el GAD Provincial de Orellana GADPO por la entrega anual de presupuestos participativos que reciben de manera permanente. En segundo lugar, se ubica el GAD Municipal, debido a las competencias que tiene en comercialización pública, la construcción del mercado para la feria y las capacitaciones que ha realizado. En tercer lugar, es BanEcuador por las capacitaciones y capacitación en préstamos. En menor medida, está el Ministerio de Agricultura, Turismo y Cultura, donde el apoyo es mínimo o casi inexistente.

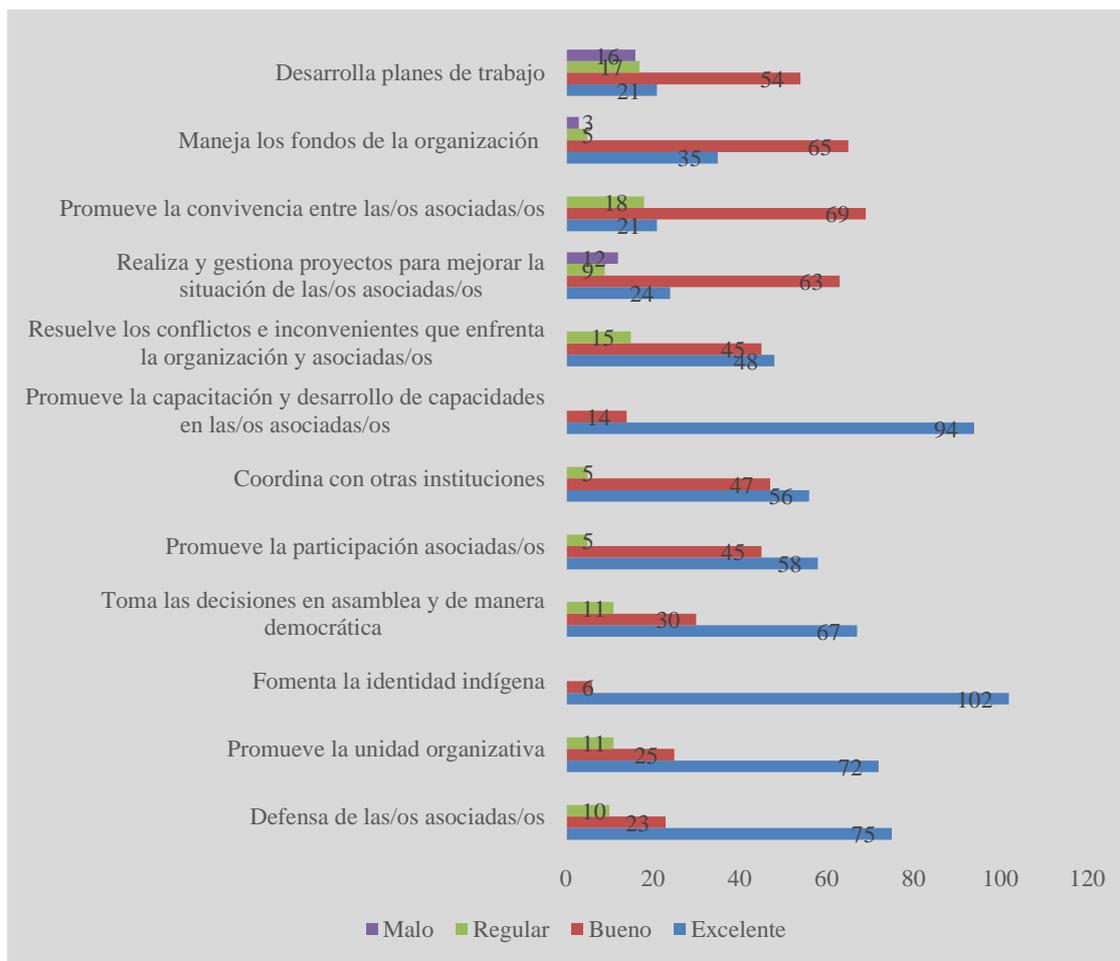
## 16. Valoración del trabajo del directorio de la asociación de los encuestados

**Tabla 3-16:** Valoración del trabajo del directorio de la asociación de los encuestados

Descripción	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Defensa de las/os asociadas/os	75	23	10	
Promueve la unidad organizativa	72	25	11	
Fomenta la identidad indígena	102	6		
Toma las decisiones en asamblea y de manera democrática	67	30	11	
Promueve la participación asociadas/os	58	45	5	
Coordina con otras instituciones	56	47	5	
Promueve la capacitación y desarrollo de capacidades en las/os asociadas/os	94	14		
Resuelve los conflictos e inconvenientes que enfrenta la organización y asociadas/os	48	45	15	
Realiza y gestiona proyectos para mejorar la situación de las/os asociadas/os	24	63	9	12
Promueve la convivencia entre las/os asociadas/os	21	69	18	
Maneja los fondos de la organización	35	65	5	3
Desarrolla planes de trabajo	21	54	17	16

**Fuente:** Encuestas, 202.

**Realizado por:** Cerda, C, 2023.



**Ilustración 3-15:** Valoración del trabajo del directorio de la asociación de los encuestados

**Realizado por:** Cerda, C, 2023.

**Análisis e Interpretación** Respecto al contexto interno del trabajo del directorio se examina lo que valoran los encuestados. En términos de excelencia del trabajo del directorio catalogan las siguientes actividades: fomento de la identidad indígena, promueve la capacitación y del desarrollo de capacidades de los asociados, defensa de los asociados, promoción de la unidad organizativa, la toma de decisiones democráticas en asamblea, promueve la participación de asociados, y en menor medida, resuelve los conflictos e inconvenientes de la organización de los asociados. En todas las actividades el nivel de excelencia supera el 50% de calificación de los encuestados a excepción de la última, pero esta valorizada de alta manera. La calificación de buen trabajo está en: promoción de la convivencia en los asociados, manejo de los fondos de la organización, realización y gestión de proyectos para los asociados y desarrollo de planes de trabajo. En la calificación de trabajo regular, está en varios puntos de los mencionados, pero se ubican entre el 5 a 17% de calificación de los encuestados. La calificación de mal trabajo está en: desarrollo de planes de trabajo, realizar y gestionar proyectos y manejo de fondos, pero igual la valoración está entre el 3 al 15% de los encuestados.

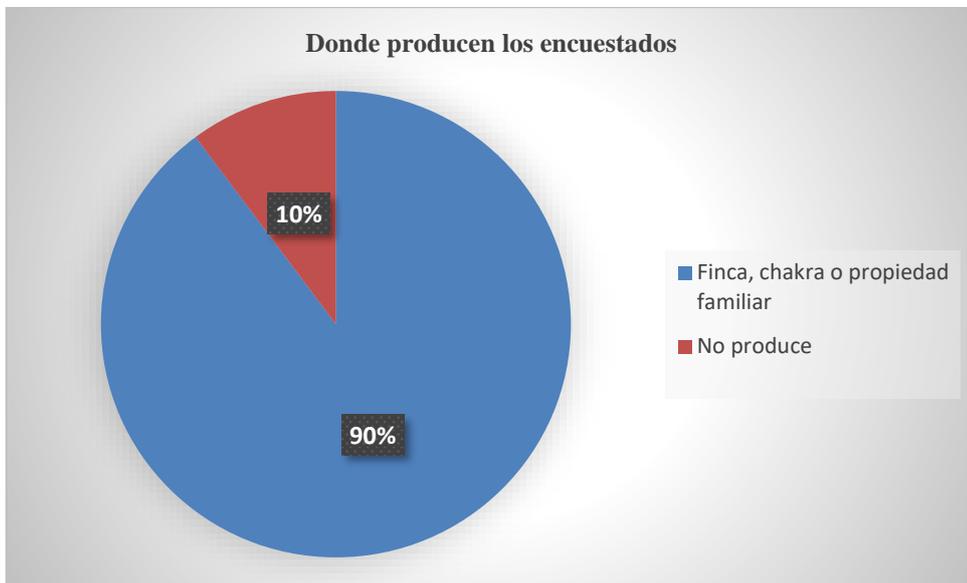
## 17. Lugar donde se desarrolla la producción de los encuestados

**Tabla 3-17:** Lugar donde se desarrolla la producción de los encuestados

Lugar de Producción	Cantidad	Porcentaje
Finca, chakra o propiedad familiar	97	90%
No produce	11	10%
Terreno	0	0%
Arrienda propiedad	0	0%
Otros	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 202.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-16:** Lugar donde se desarrolla la producción de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

Sobre los datos productivos, se inicia con la pregunta sobre el lugar de producción de los encuestados. Declaran 97 personas que producen en la finca, chakra o propiedad familiar, que constituye el 90% de los encuestados. En contraposición, 11 personas no producen y que componen el 10% de la población encuestada.

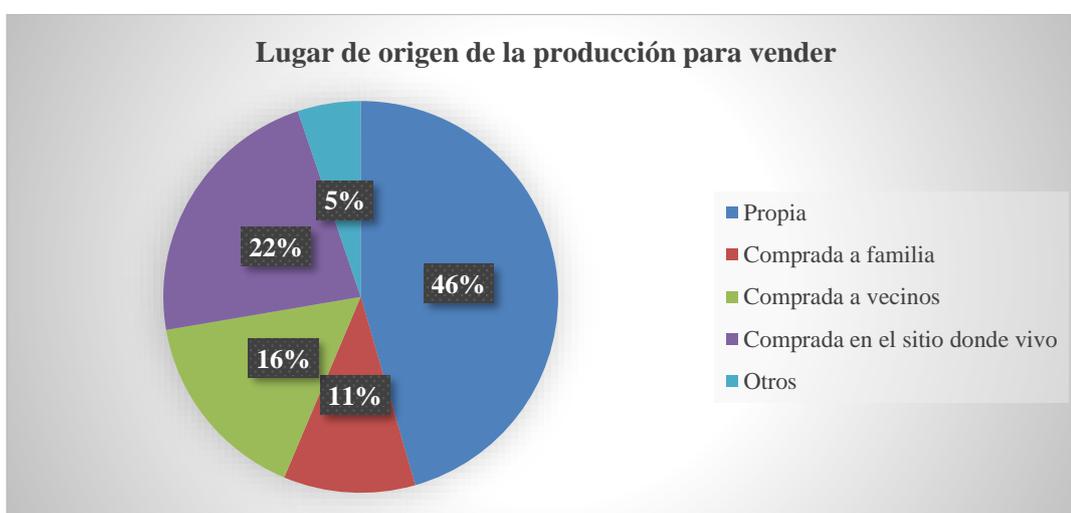
## 18. Lugar de origen de donde proviene la producción que vende:

**Tabla 3-18:** Lugar de origen de la producción de venta de los encuestados

Lugar de origen de la producción para vender	Cantidad	Porcentaje
Propia	97	46%
Comprada a familia	23	11%
Comprada a vecinos	34	16%
Comprada en el sitio donde vivo	48	23%
Otros	11	5%
Total	213	100%

Fuente: Encuestas, 202.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-17:** Lugar de origen de la producción de venta de los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

La producción que se vende en la feria tiene diferentes orígenes, aquí se expone los principales lugares de procedencia y las respuestas son de múltiple contestación. Son 97 personas que tiene como lugar de origen su propia producción o que la producen ellos, que conforman el 46% de la población encuestada. También, 23 personas declaran que compran a la familia, lo que constituye el 11% de la población. Otra manera de abastecerse es comprando a los vecinos, son 34 personas que indican que hacen estas actividades, lo que equivale al 16% de la población. La segunda forma constante de aprovisionarse es comprando en el lugar donde viven o comuna indígena, son 48 personas que indican que lo hacen de esa manera, que corresponde al 23% de la población. Y, por último, 11 personas tienen otras maneras de proveerse, pero que es un grupo pequeño que se ubica en el 5% de la población.

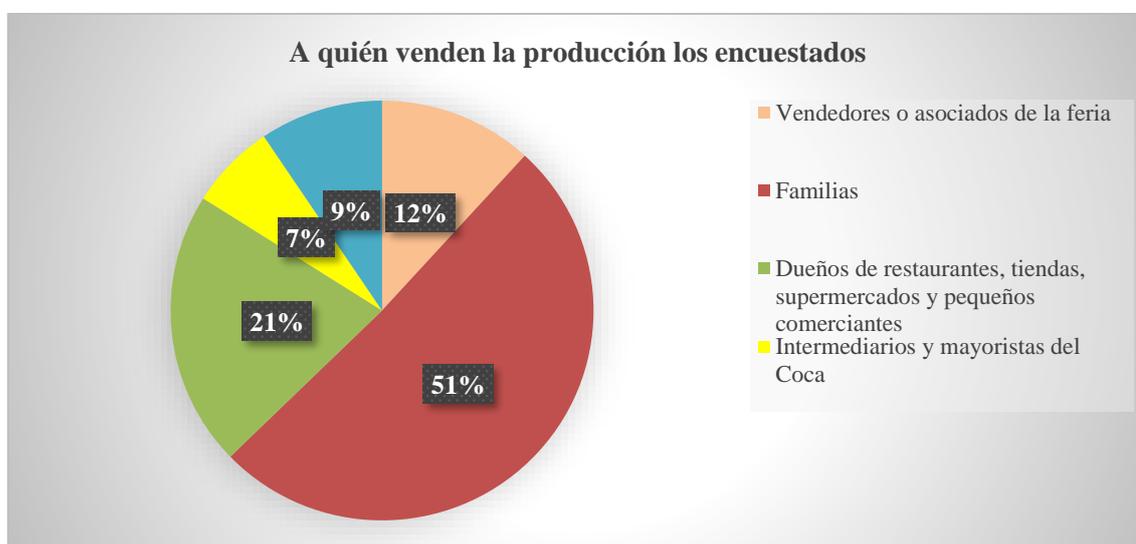
## 19. A quien venden la producción comprada los encuestados

**Tabla 3-19:** A quien vende la producción los encuestados

A quien venda la producción	Cantidad	Porcentaje
Vendedores o asociados de la feria	25	12%
Familias	108	51%
Dueños de restaurantes, tiendas, supermercados y pequeños comerciantes	45	21%
Intermediarios y mayoristas del Coca	14	7%
Intermediarios y mayoristas de fuera del cantón	20	9%
Otros	0	0%
Total	212	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-18:** A quien vende la producción los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

En este punto se describe a quien venden las personas que son parte de la feria. Exponen 108 personas que venden a familias, esto representa el 51% de la población. El otro grupo de importante de venta son 45 encuestados los que indican que entregan a dueños de restaurantes, tiendas, supermercados y pequeños comerciantes, que es equiparable con el 21% de la población. Después se expende a vendedores o asociados, 25 personas lo expresan, esto es equiparable con el 12%. Después, 20 personas manifiestan que comercian con intermediarios y mayoristas de fuera del cantón o que provienen de otros lugares, esto concierne al 9%. Finalmente, 14 encuestados dicen que proveen a intermediarios y mayoristas de El Coca, esto significa el 7% de la población.

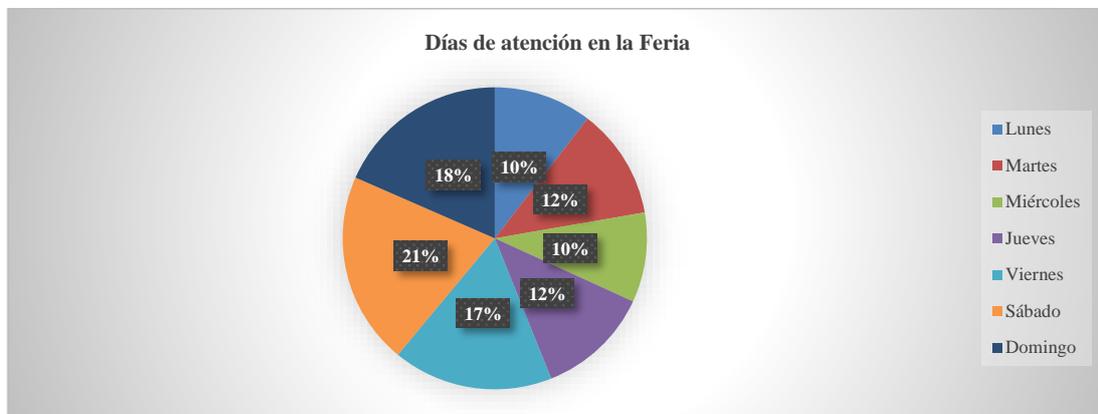
## 20. Días de atención de los encuestados

**Tabla 3-20:** Días de atención de los encuestados

Días de la semana	Días atención	Días gustaría atender	Porcentaje
Lunes	38	Todos los días	10%
Martes	43	Todos los días	12%
Miércoles	35	Todos los días	10%
Jueves	44	Todos los días	12%
Viernes	62	Todos los días	17%
Sábado	75	Todos los días	21%
Domingo	67	Todos los días	18%
Total	364		100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-19:** Días de atención de los encuestados

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023

### Análisis e Interpretación

Aquí se mide los días de mayor concentración de vendedores o personas encuestadas en la feria. Antes, hay que indicar que inicialmente las personas que vendían en la feria atendían 3 veces a la semana, pero a partir de la pandemia del COVID 19, se ha cambiado a dos días de venta, pues, la pandemia afectó seriamente a la economía local. El día de mayor atención detallan 75 personas que asiste el sábado, que constituye el 21% de la población. El segundo día de atención es el domingo, así lo enuncian 67 personas, que conforman el 18% de la población. El tercer día es el viernes, según 62 personas que componen el 17%. El cuarto día importante es el día jueves, de acuerdo a lo que explican 44 personas, equiparable con el 12% de la población. El quinto día en preferencia es el martes, dicho por 43 personas que integran el 12% de la población. Finalmente, lunes y miércoles son los días con menor preferencia, lo contestan 38 y 35 personas encuestadas respectivamente, que representa un 10% de la población encuestada. En síntesis, los encuestados se pronuncian que desean atender todos los días, de forma mayoritaria.

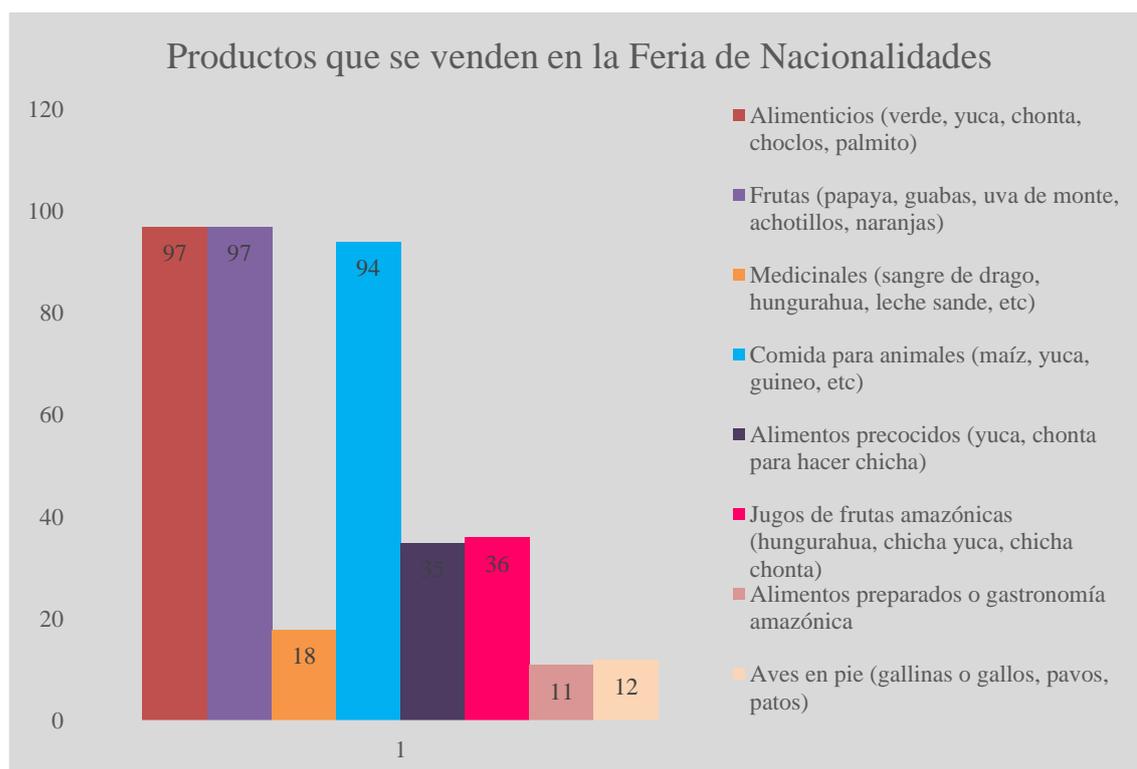
## 21. Tipo de productos que venden en la Feria de Nacionalidades los encuestados

**Tabla 3-21:** Tipos de productos que venden en la Feria de Nacionalidades los encuestados

Tipo de productos	Cantidad	Producto o productos que más vende
Alimenticios (verde, yuca, chonta, choclos, palmito)	97	Verde
Frutas (papaya, guabas, uva de monte, achotillos, naranjas)	97	Papaya
Medicinales (sangre de drago, hungurahua, leche sande, etc.)	18	Sangre de drago
Comida para animales (maíz, yuca, guineo, etc.)	94	Maíz
Alimentos precocidos (yuca, chonta para hacer chicha)	35	Yuca
Jugos de frutas amazónicas (hungurahua, chicha yuca, chicha chonta)	36	Chicha de yuca
Alimentos preparados o gastronomía amazónica	11	Maito
Aves en pie (gallinas o gallos, pavos, patos)	12	Gallinas
Carne de animales del monte (guanta, guatusa, guangana)	0	
Peces (bocachico, sábalo, bagre, palometa)	0	

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-20:** Tipos de productos que venden en la Feria de Nacionalidades los encuestados

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023

## **Análisis e Interpretación**

Se examina el entorno de grupos por tipos de productos que se expenden en la Feria de Nacionalidades. En primer lugar, destacan los productos alimenticios y frutas, así lo explican 97 personas, y se destacan especialmente dos productos: verde (plátano) y papaya. Después aparece la venta de productos de alimentación para animales, 94 personas lo enuncian y matizan en el expendio de maíz. A continuación, informan que venden jugos de frutas amazónicas, formulado por 36 personas y el producto estrella es la chicha de yuca. Lo sigue muy de cerca, los alimentos precocidos, establecido por 35 personas y sobresale la yuca. Más abajo, está la venta de productos medicinales y lo que más proveen es la sangre de drago, según 18 personas encuestadas. En penúltimo lugar está la provisión de aves en pie, descrito por 12 personas y el producto más demandado son las gallinas. Al final, el producto de menor venta son los alimentos preparados o gastronomía amazónica y el producto más significativo es el maito (pescado cocido, yuca y ensalada de cebolla) lo dicen 11 personas de los encuestados.

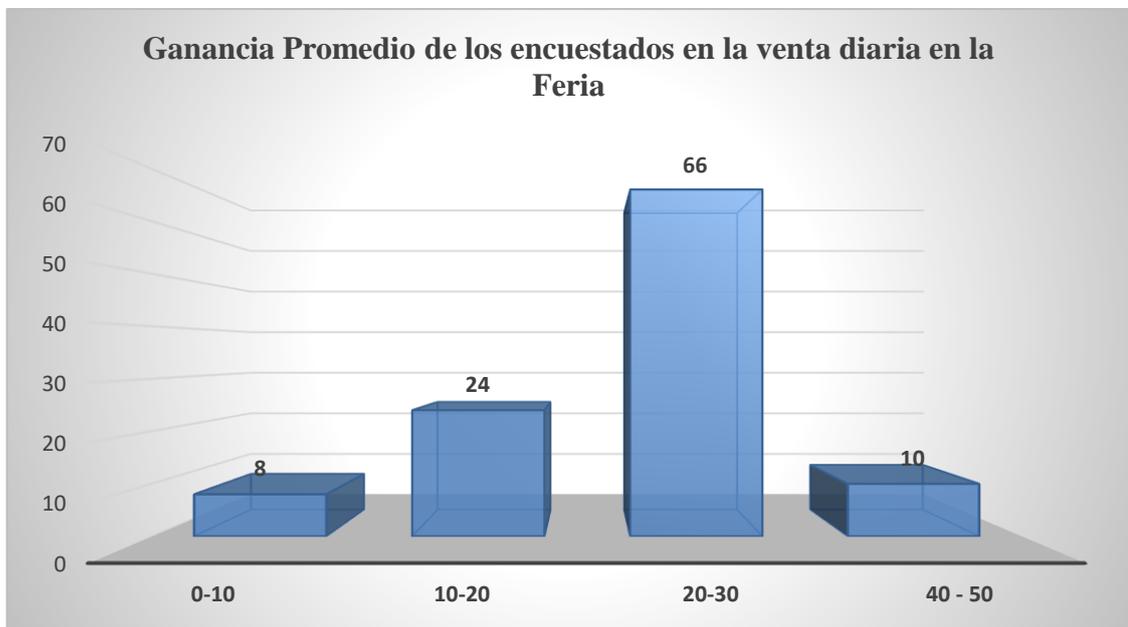
## 22. Ganancia promedio diaria de los encuestados

**Tabla 3-22:** Ganancia promedio diaria de los encuestados

Monto de ganancia	Cantidad	Porcentaje
0-10	8	7%
10-20	24	22%
20-30	66	61%
40 - 50	10	9%
50 o más	0	0%
Total	108	100%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Ilustración 3-21:** Ganancia promedio diaria de los encuestados

Realizado por: Cerda, C, 2023.

### Análisis e Interpretación

En el contexto de ganancia promedio diaria de los encuestados, se obtiene resultados sustanciales. Son 66 personas las que proclaman que diariamente ganan entre 20 y 30 dólares, que el 61% de la población encuestada. Informan 24 personas que logran diariamente entre 10 y 20 dólares, que corresponde al 22% de la población. Son 10 personas las que revelan que obtiene entre 40 y 50 dólares diarios, que significa el 10% de la población. Y 8 personas notifican que alcanzan ganancias de 0 a 10 dólares diarios, que comprende el 7% de la población encuestada.

## 23. Calificación del lugar donde expenden los encuestados

**Tabla 3-23:** Calificación del lugar donde expenden los encuestados

Calificación del lugar de expendio	Cantidad	Porcentaje
Espacioso	108	100%
Cómodo	78	72%
Espacio correcto	54	50%
Pequeño	0	0%
Muy pequeño	0	0%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C, 2023.



**Ilustración 3-22:** Calificación del lugar donde expenden los encuestados

Realizado por: Cerda, C, 2023.

### Análisis e Interpretación

En el marco de calificación del lugar de expendio o venta. Describen 108 personas como un lugar espacioso, que es igual al 100% de los encuestados. Son 78 personas que establecen al sitio como cómodo, que es equiparable al 72% de la población. Y 54 personas informan que el puesto de trabajo tiene el espacio correcto, es decir, el 50% de la población se pronuncia de este modo. En ningún caso o consideran al área como pequeña o muy pequeña.

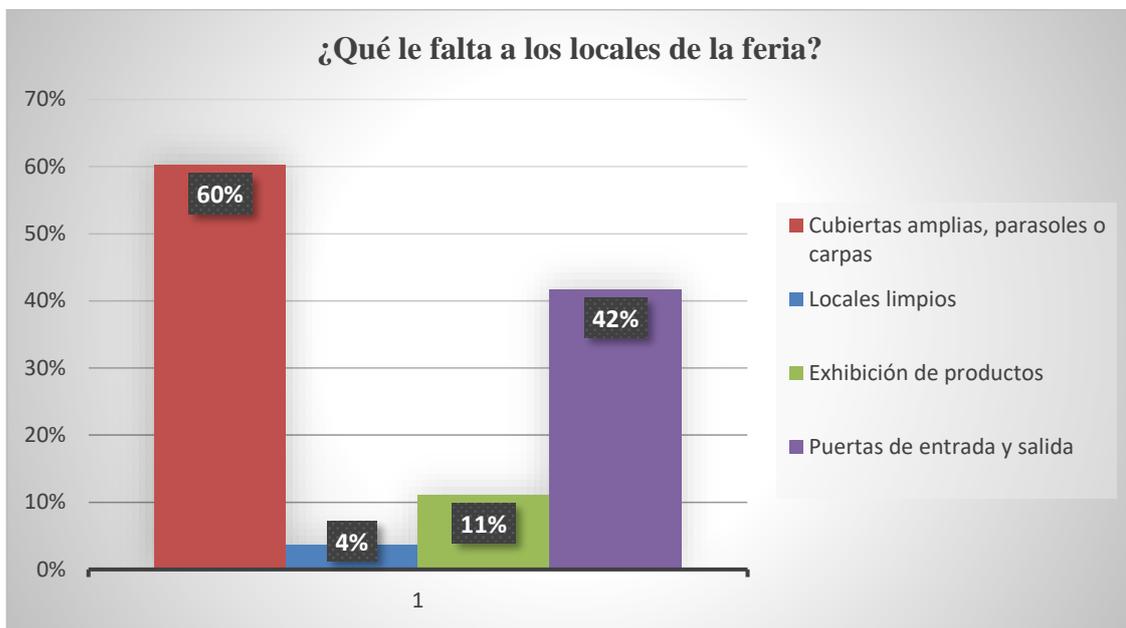
## 24. Qué hace falta a los lugares de la feria según los encuestados

**Tabla 3-24:** Que hace falta a los lugares de la feria según los encuestados

Qué le falta a los locales feria	Cantidad	Porcentaje
Cubiertas amplias, parasoles o carpas	65	60%
Locales limpios	4	4%
Exhibición de productos	12	11%
Puertas de entrada y salida	45	42%
Otros	0	0%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C 2023



**Ilustración 3-23:** Que hace falta a los lugares de la feria según los encuestados

Realizado por: Cerda, C. 2023.

### Análisis e Interpretación

Sobre lo que hace falta a los lugares donde venden o expenden los productos. Son 65 personas las que acusan que deben existir cubiertas amplias, parasoles o carpas, esto lo hacen constar el 60% de la población encuestada. Sobre puertas de entrada y salidas son 45 personas que hacen visible esta necesidad, que equivale al 42% de la población encuestada. Son 12 personas interesadas en notificar que hace falta exhibición de productos, establecido por el 11% de la población. Y, para finalizar, son 4 personas que atestiguan que precisan de locales limpios, que forman el 4% de la población encuestada.

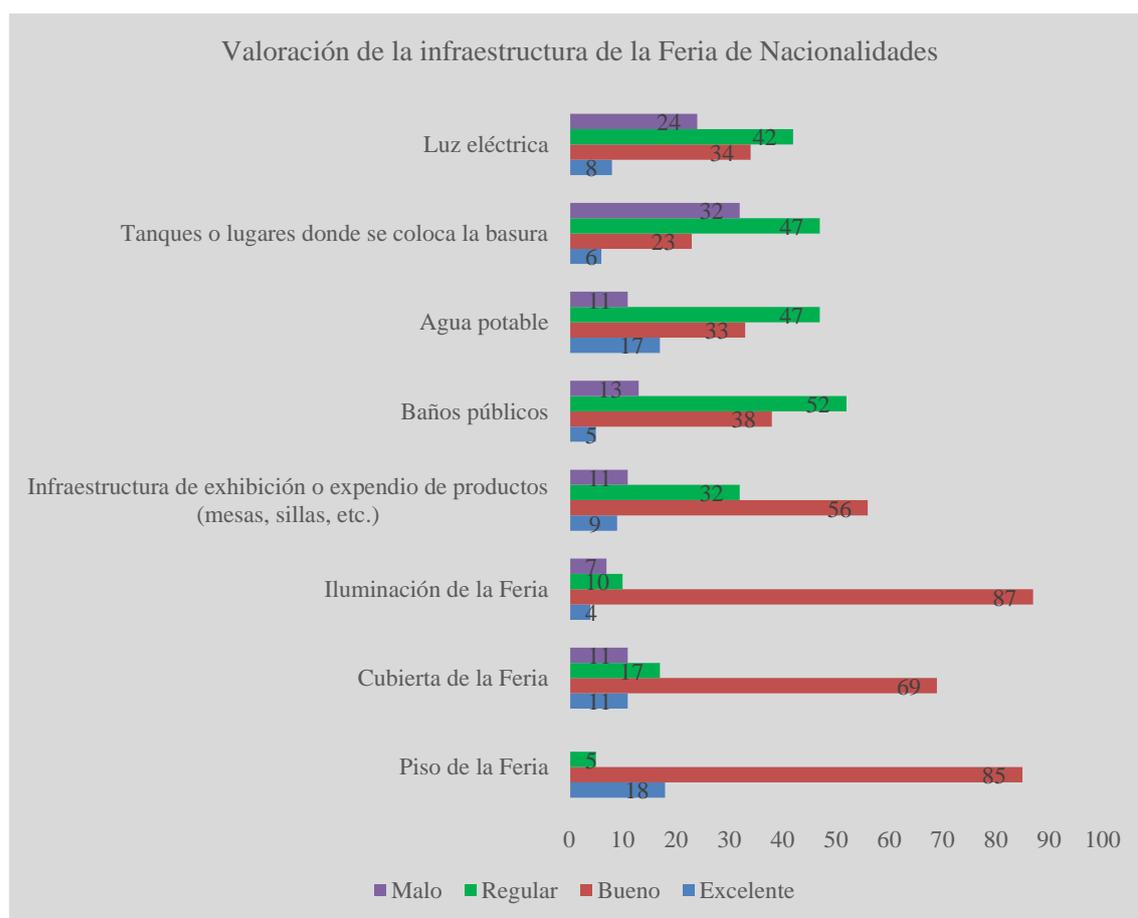
## 25. Valoración de la infraestructura de la Feria de Nacionalidades de parte de los encuestados

**Tabla 3-25:** Valoración infraestructura de la Feria de Nacionalidades de los encuestados

Descripción	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Piso de la Feria	18	85	5	
Cubierta de la Feria	11	69	17	11
Iluminación de la Feria	4	87	10	7
Infraestructura de exhibición o expendio de productos (mesas, sillas, etc.)	9	56	32	11
Baños públicos	5	38	52	13
Agua potable	17	33	47	11
Tanques o lugares donde se coloca la basura	6	23	47	32
Luz eléctrica	8	34	42	24

**Fuente:** Encuestas, 2023.

**Realizado por:** Cerda, C, 2023.



**Ilustración 3-24:** Valoración infraestructura de la Feria de los encuestados

**Realizado por:** Cerda, C, 2023.

## **Análisis e Interpretación**

En esta perspectiva se analiza la valoración de la infraestructura de parte de los encuestados. La evaluación de la infraestructura se concentra en la calificación de buena, en esta apreciación destacan: iluminación de la feria, piso de la feria, cubierta de la feria e infraestructura de expendio de los productos, que son tasadas con valores mayores al 50%. Con la valoración de regular se destacan: baños públicos, agua potable, lugar donde se coloca la basura y la luz eléctrica, que sitúa entre el 39% al 48% de estimación. La cualificación de malo y excelente, no se destaca, pero hay que considerar que en algunos aspectos si obtiene puntajes menores al 30%. En la valoración de malo se destacan tanques de basura y luz eléctrica, aunque no son primordiales, si cuestionan esta infraestructura. Como excelente, aunque con una tasa menor al 17% sobre salen el piso de la feria y el agua potable. Esta valoración fue efectuada por toda la población de encuestados.

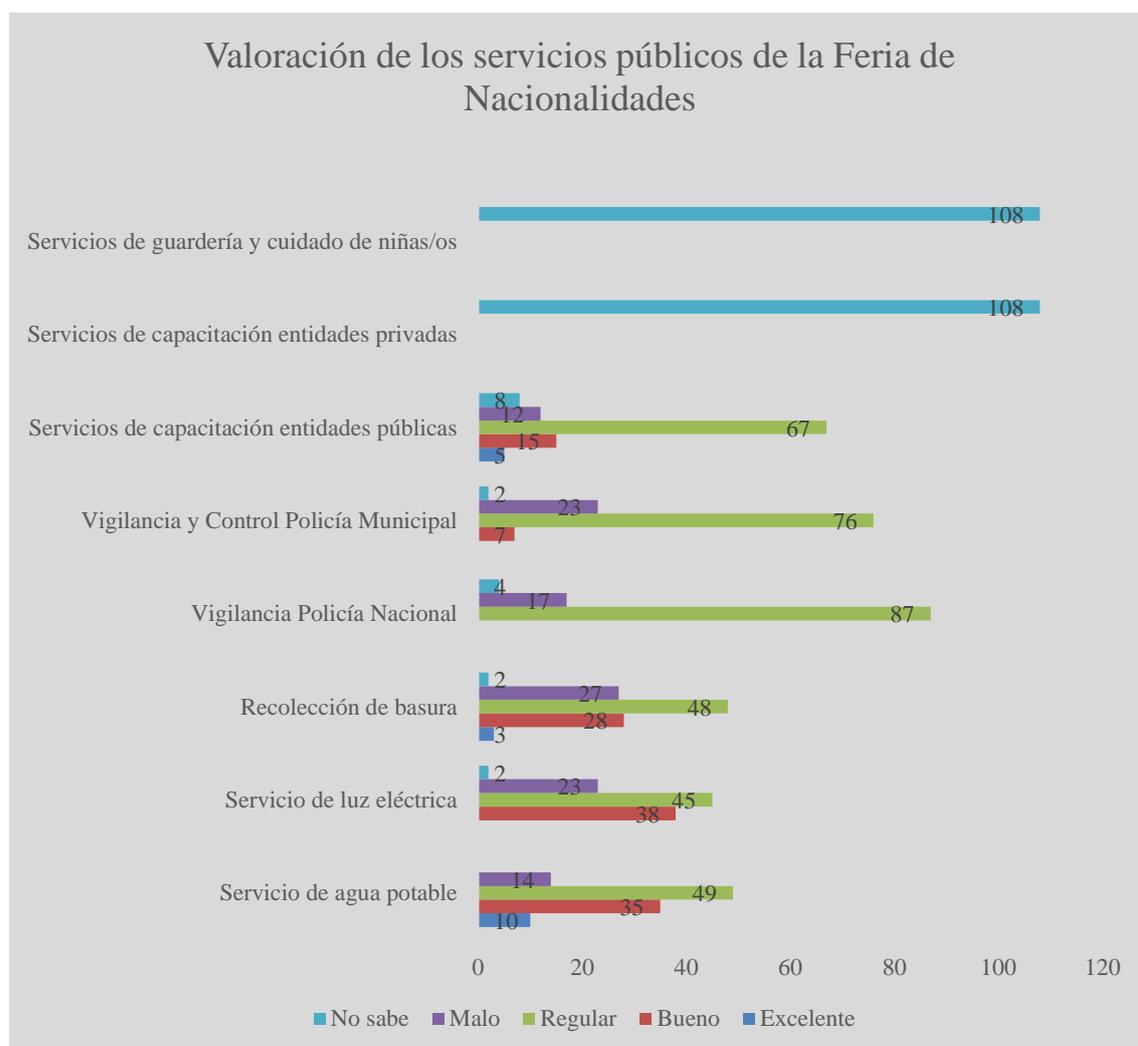
## 26. Valoración de los servicios públicos en la Feria de Nacionalidades de parte de los encuestados

**Tabla 3-26:** Valoración servicios públicos de la Feria de Nacionalidades de los encuestados

Descripción	Excelente	Buena	Regular	Mala	No sabe
Servicio de agua potable	10	35	49	14	
Servicio de luz eléctrica		38	45	23	2
Recolección de basura	3	28	48	27	2
Vigilancia Policía Nacional			87	17	4
Vigilancia y Control Policía Municipal		7	76	23	2
Servicios de capacitación entidades públicas	5	15	67	12	8
Servicios de capacitación entidades privadas					108
Servicios de guardería y cuidado de niñas/os					108

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C, 2023.



**Gráfico 3-2:** Valoración servicios públicos de la Feria de los encuestados

Realizado por: Cerda, C, 2023.

## **Análisis e Interpretación**

En esta misma perspectiva se valoran los servicios públicos, efectuada por los encuestados. La evaluación concluyente sobre los servicios es que consiguen una calificación de regular, de manera mayoritaria en casi todos los nominados; a excepción de dos servicios, que son: de guardería y cuidado y capacitación de entidades privadas, donde exponen no saber o deciden no nombrarlos. El servicio público con mayor tasación de regular es la vigilancia de la Policía Nacional y el servicio con menor calificación de regular es la luz eléctrica. En prioridad valoran de bueno a los servicios, en los que sobresalen los siguientes: luz eléctrica, agua potable y recolección de basura. Como tercera valoración es malo, donde con valoración menor al 25%, van a despuntar, el servicio de recolección de basura o residuos sólidos, luz eléctrica y vigilancia de la Policía.

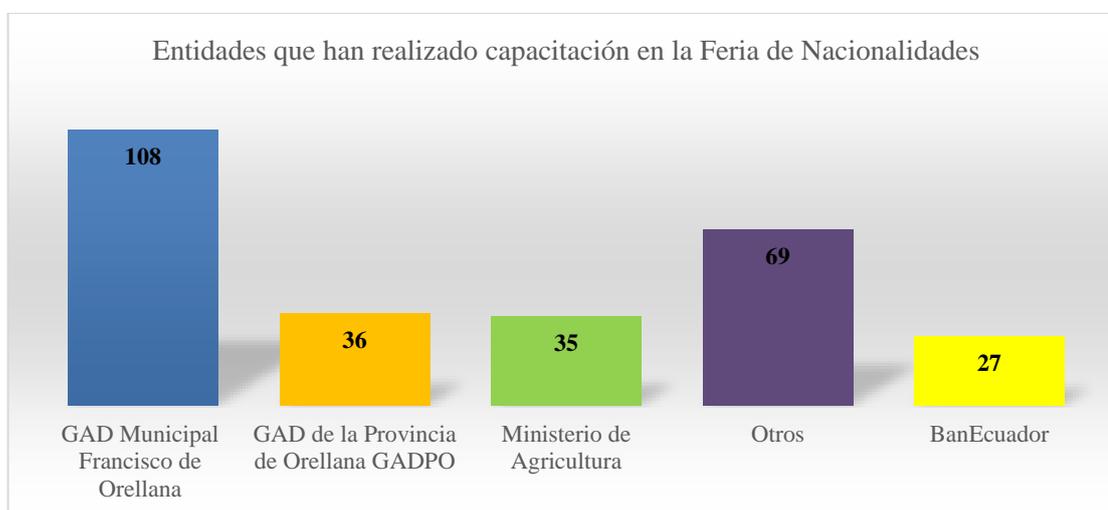
## 27. Entidades que realizan capacitación en la Feria de Nacionalidades según los encuestados

**Tabla 3-27:** Entidades que realizan capacitación a los encuestados

Organizaciones	Cantidad	Última vez que realizó la capacitación	Porcentaje
GAD Municipal Francisco de Orellana	108	2021	100%
GAD de la Provincia de Orellana GADPO	36	2019	33%
Ministerio de Agricultura	35	2022	32%
Otros	69	2021	64%
BanEcuador	27	2022	25%
Ministerio de Turismo	0		0%
Ministerio de Cultura	0		0%

Fuente: Encuestas, 2023.

Realizado por: Cerda, C. 2023.



**Gráfico 3-3:** Entidades que realizan capacitación a los encuestados

Realizado por: Cerda, Cecilia, 2023

### Análisis e Interpretación

Sobre los servicios de capacitación de las entidades públicas, el resultado se informa a continuación. Todos los encuestados, de otra manera, el 100% manifiesta que fue capacitado por el GAD Municipal Francisco de Orellana, pero la última vez fue en el año 2021. Otros, que hace referencia al Servicio de Rentas Internas SRI, son 69 personas que acusan recibir capacitación, lo que va a formar el 64% de la población encuestada. El GAD Provincial de Orellana ha formado a 36 personas y esto representa el 33% de los encuestados. Le sigue el Ministerio de Agricultura con 35 personas capacitadas y equivale al 32% de la población. Y, al final, 27 personas instruidas por el BanEcuador, cuyo resultado es el 25% de la población encuestada.

### **3.2. Discusión de los Resultados**

Los resultados de la investigación muestran que la Feria de Nacionalidades, que es manejada por la Asociación Huaysa Pamba, se caracteriza casi en su totalidad por estar compuesta por mujeres indígenas, de las comunidades rurales de las parroquias cercanas a El Coca, dos de cada tres personas están en la edad de 19 a 64 años, el estado civil mayoritario es casado y en unión libre, con estudios primarios y de hogares numerosos, especialmente, compuesto por más de 6 personas; aunque no es un dato sobresaliente, hay un grupo importante que ejerce como jefe de hogar, en este punto los ingresos obtenidos en unos casos son complementarios al hogar, en otros son ingresos vitales para el mantenimiento y gestión del mismo.

En síntesis, de acuerdo a los datos personales, las personas que son parte de la Feria de Nacionalidades es una población vulnerable (Lucero, 2020) y afectada por la pobreza; así mismo, que está compuesto por una importante población de mujeres indígenas que, en la feria han encontrado una oportunidad y acceso inclusivo para poder realizar el trabajo o la venta de productos locales. Tomando en cuenta, que por lo general las mujeres indígenas tienen menos acceso que los hombres indígenas al mercado (Buitrón Cañadas & López Sandoval, 2019).

En los aspectos organizativos las personas que son parte de la Feria Indígena, sin excepción están afiliadas a la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”; la misma que controla, maneja y gestiona el mercado Waysa Pamba, desde hace más de 20 años conocido como Feria Indígena. Además, participan activamente en otras organizaciones, especialmente de las comunidades indígenas, como socias y de manera activa, pues es su principal potencial interno en las comunas indígenas y para enfrentar la discriminación y dominación social (Fiallo Monedero, 2022). Vale indicar que en las comunas tiene doble asociatividad, una vinculada al territorio y organización comunal y, otra, a las organizaciones propias de mujeres indígenas.

El rol interno en la Asociación Huaysa Pamba, como se ha indicado, es como socia; organización donde se reúnen de manera trimestral, principalmente, y bimestral en asambleas. La asociación solicita aportes para el funcionamiento de la Feria Indígenas, entre los \$5 y \$ 15, antes de la pandemia del COVID las aportaciones cubrían el doble de este valor, las socias que aportan \$ 5 son las que venden productos agrícolas, medicinales, etc., y las que aportan con \$ 15 son las que venden comida, especialmente gastronomía amazónica o comida nativa del lugar. Los aportes sirven para cubrir costos de operación y manejo del mercado. Pues, el GAD Municipal de Francisco de Orellana tiene un convenio firmado a 50 años, donde entrego el mercado o feria indígena durante 100 años al manejo de la Asociación.

La asociación, como tal, tiene la vida jurídica y el directorio actualizado ante el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y el SRI, en régimen RIMPE, la actual Presidenta es la señora Maura Shiguango; cuenta con dos fuentes de financiamiento, la principal los aportes mensuales de las socias y el presupuesto participativo que recibe del GAD Provincial de Orellana, que la consideran la institución más cercana o que les apoya. El GAD Municipal apoya con vigilancia y capacitación. Los socios asisten y participan activamente en reuniones y asambleas, tareas, mingas, recolección de aporte y en la solución de conflictos. Califican de excelente y bueno el trabajo del directorio, especialmente en el fomento de identidad indígena kichwa amazónica, en la defensa, unidad, participación y capacitación de los asociados. Aunque la asociación tiene dificultades para planificar y realizar planes de trabajo.

Este trabajo participativo ha impulsado para que la Asociación Huaysa Pamba, se la principal organización indígena kichwa amazónica en la zona urbana del cantón Francisco de Orellana y de la provincia de Orellana. Adicionalmente, después de la Federación de Comunas Unión de Nativos de la Amazonía Ecuatoriana FCUNAE, que es la federación kichwa amazónica de la provincia de Orellana y del bajo Napo ecuatoriano más importante que existe, es la asociación Huaysa Pamba la más representativa. Sin embargo, en el caso de las mujeres kichwas amazónicas es la organización de mayor envergadura existente en el cantón y provincia de Orellana.

En el contexto productivo casi toda la producción que vende, es producida en su propia chakra o terreno propio, solamente las personas que venden alimentos preparados y productos medicinales no producen los productos que expenden, 9 de cada 10 personas producen los productos para la venta. Sin embargo, el impacto de la feria indígena no solo es familiar, sino también, para los sitios donde viven; ya que permanentemente adquieren productos a los familiares y en el lugar donde viven. De otra manera, hay un alto beneficio social y facilita que mucha de la producción se venda en el mercado.

En contrapartida, la venta directa desde la producción de la chakra o finca propia es para las familias que habitan en la ciudad de El Coca, después favorece a dueños de restaurantes y pequeños comercios. Es poca la producción que entregan para mayoristas locales o de otros lugares. Las limitaciones están en los horarios de venta, debido a que la pandemia del COVID 19 causó una grave crisis económica y social, no solo en el país sino en la ciudad también, pero sobretodo afectó al sector de preparación de comidas y al comercio (Consejo Nacional para la Igualdad de Género, 2022). Afectación que fue muy fuerte y a largo plazo en los pueblos indígenas (CEPAL y otros, 2020), especialmente sobre el área del comercio. Antes de la pandemia atendían durante 3 o 4 días a la semana, después de la decaída económica, que se expresó en bajas ventas y en el desplome de los ingresos pasaron atender dos días a la semana, vale decir que los

días de mayor venta son viernes, sábado y domingo. Aunque el deseo de los que participan de la feria indígena es poder atender todos los días.

Sin embargo, es importante mencionar que en lugares de la amazonía colombiana, como la ciudad de Leticia, las ferias de los grupos indígenas se realizan los días sábados, aunque asisten en vender en días de entre semana, sobre todo cuando existen grandes excedentes de frutas. Sin embargo, lo interesante es que los días sábados presentan productos propios de la Amazonía, que resulta ser una oferta alimentaria exótica, tanto para turistas como los habitantes de Leticia. Y la ubicación aunque es variada, de preferencia es junto al puerto o a los muelles que existen en la ciudad (Yagüe, 2014). Vale decir que, en la ciudad de El Coca, la realidad es similar; con la diferencia de que ya hay una infraestructura construida y un lugar permanente y que los miembros de la asociación atienden todos los días. Y la oferta alimentaria y medicinal es permanente, lo que representan que las mujeres tienen una excelente organización que ha logrado insertarse como una oferta permanente, reconocida y que abastece el sector urbano, pero que la preferencia por asistir los días de fin de semana no cambia.

Los alimentos que más demandan las familias de El Coca, o que son de mayor consumo, en la feria de nacionalidades, están nombrados en la tabla 3-21, estos productos están relacionados con la producción agrícola y cultura de los pueblos kichwas amazónicos. La ganancia que obtienen de la venta no son representativas, el 90% tiene ganancias diarias menores a \$ 30 dólares, pues, la ganancia se reduce por los altos costos de transporte, hay mucha competencia de venta de productos entre las socias de la feria, casi venden los mismos productos y las personas que concurren a la feria no quieren pagar más.

Sobre la infraestructura productiva, que fue construida por el GAD Municipal Francisco de Orellana e inaugurada en diciembre del año 2018, las personas que asisten a la feria la califican como: espacioso y cómodo. Pero, en cambio, aducen que le falta cubiertas y parasoles, así como, puertas de entrada y salida; con esto indican que la incomodidad es estar exhibiendo los productos al aire libre, es decir, no ha cambiado mucho la situación con el inicio de la feria, la diferencia es que actualmente cuentan con un lugar propio o mercado. Valora a la infraestructura de buenas instalaciones, pero los servicios que se ofrecen en la feria son calificados de regulares. Y, finalmente, han reconocido que el GAD Municipal es la institución que más lo ha capacitado, conjuntamente con el Servicio de Rentas Internas SRI, y después estarían el GADPO y el Ministerio de Agricultura.

En general, la feria de nacionalidades ha sido afectada por la crisis económica y social generada por la pandemia del COVID 19, lo que indujera a que cambiaran de horarios y redujeran los días

de atención para que todos los que expenden puedan lograr ingresos. Los productos más consumidos son de la zona y originarios de la propia chacra o propiedad familiar, pero también se compra productos a las familiares y personas de las comunas donde viven, aunque obtienen ganancias bajas, pero les sirve para poder subsistir y llevar ingresos al hogar, ante todo es un lugar que permite generar ingresos a las mujeres indígenas kichwa amazónicas.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana GADPO (2020), dentro de los emprendimientos comunitarios reconoce al Centro Comercial Waysa Pamba, como el único proveedor de comida típica amazónica. Pero, como señala la encuesta las fortalezas de los socios que comercian en esta asociación son amplias. No solo está destinado a producir y expender productos en bruto, sino que también, incorpora valor agregado que les da un reconocimiento provincial y regional. Es decir, se constituye en lugar de comercialización muy representativo de la cultura kichwa amazónica, por la variedad de oferta y el lugar que ocupa dentro de la ciudad de El Coca. Sin embargo, hay un efecto ineludible que la producción de las chakras indígenas se orientan cada vez más a la producción del mercado urbano, para lograr acceder a ingresos monetarios, y paulatinamente podría afectar a la diversidad productiva indígena en su propio terreno.

### **3.3. Plan de Fortalecimiento de la Feria de Nacionalidades Indígenas.**

Para el diseño del Plan de Fortalecimiento de la Feria de Nacionalidades Indígenas se establece los siguientes pasos o partes del plan. Lo que se va a realizar sirve para fortalecer el accionar de la feria, pero principalmente de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, proceso que ha sido consensuado con el directorio y que se basa en las encuestas y el conocimiento de las personas que participan en la asociación.

#### **3.3.1. *Antecedentes y reseña histórica Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”***

En el día 14 de septiembre de 2018 en reunión de la Asamblea General de Socios se constituye la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”. Igualmente, se elige el primer directorio de la asociación y se determina la aceptación de todos los socios que constan en la misma (Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa Huaysa Pamba, 2018). El día 04 de diciembre se ratifica el trámite para aprobar el estatuto de la asociación, el mismo que es aprobado el día 07 de diciembre del 2018, mediante acuerdo ministerial Acuerdo Nro. AE-033-2018 del Ministerio de Industrias y Productividad.

A partir de ahí empieza el funcionamiento del Centro Comercial Waysa Pamba, más conocido como Feria Indígena de las Nacionalidades, en el barrio Central de la ciudad de El Coca. Para lograr que el funcionamiento de este mercado, se ha establecido un convenio de 100 años entre el GAD Municipal Francisco de Orellana y la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”. El cual fue inaugurado el día 28 de noviembre del 2018. La construcción del mercado fue mediante fondos del GAD Municipal, pero fueron producto de una indemnización pagada al gobierno local por un derrame de petróleo en el río Coca, que provocó la contaminación del agua y la suspensión del servicio de agua potable (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, 2018).

Originalmente, las socias y socios no estaban asociados en una sola asociación, había organizaciones de hecho según la afinidad o producción, es decir, los que vendían medicina natural tenían su propio grupo, los que expendían productos agropecuarios tenían su organización de hecho, los que tenían alimentos preparados estaban asociados entre sí. Incluso el espacio de la feria se compartía con comerciantes de pescados amazónicos, producidos en piscinas y productos del mar. Inicialmente, eran 20 o 30 personas, después se estabilizaron en un grupo de 50 a 60 productores, que sobre todo vendían los fines de semana. Pero el grupo ha crecido y se ha consolidado en una sola organización, que especialmente fundamenta la identidad indígena kichwa amazónica.

Las socias y socios de la asociación provienen de comunas, que principalmente, se ubican en la ribera de los ríos: Napo, Coca y Payamino; es decir, de las parroquias García Moreno, Taracoa, San Luis de Armenia, San José de Guayusa, Nuevo Paraíso, La Belleza, zona rural parroquia urbana del Coca y cantones cercanos de la provincia. El funcionamiento de la feria indígena como tal, es cercada a 20 años en el lugar donde actualmente se encuentra, pero los antecedentes históricos indican que ya funcionaba en el malecón del río Napo, principalmente los días sábado y domingo.

El proceso de organización de la feria, fue parte del proceso de desarrollo de mercados internos en la zona urbana, así como la expansión del proceso productivo indígena cantonal, pero más un proceso de subsistencia de las mujeres indígenas para llevar ingresos a las familias. Originalmente, lo que más sobresalía en la feria era la venta de productos gastronómicos amazónicos, aunque en un inicio solo era venta de productos agropecuarios y medicinales, ahora existe un mayor equilibrio en los procesos de venta y de mercadeo local. Mediante un proceso de lucha popular orientado por las mujeres que fue acogido por el GAD Municipal Francisco de Orellana, durante la Alcaldía de la señora Anita Rivas, se ha logrado establecer una infraestructura

comercial para poder acceder a vender en condiciones dignas y que más personas puedan comercializar sus productos.

El cual se plasmó mediante un proyecto de construcción de la Feria Indígena de Nacionalidades, aunque principalmente esta es manejada por la nacionalidad kichwa amazónica. En el año 2013 el gobierno local ha ejecutado un estudio sobre la construcción de la feria, para buscar financiamiento con el Banco de Desarrollo del Ecuador BEDE, pero que finalmente fue financiado con el pago de la indemnización por el derrame petrolero que afecto a la ciudad del Coca y los habitantes indígenas y colonos de los ríos Coca y Napo. En el nuevo proceso se hizo un nuevo replanteamiento del estudio para la construcción de la feria indígena (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, 2017).

En el sitio donde anteriormente se encontraba, era un espacio de unos 240 a 300 metros cuadrados, en una calle junto al cuartel de la Armada del Ecuador. Ya con la construcción se amplió a la parte de la Avenida Alejandro Labaka, así como se ha pagado una compensación a familias que tenían construcciones de quioscos o pequeños locales en la calle Camilo de Torrano. Ahora el área supera los 1.500 metros cuadrados, es amplia y espaciosa, además cuenta con servicios básicos y baños públicos.

La asociación ha continuado trabajando normalmente, durante 4 años, no ha tenido mayores inconvenientes y se ha elegido el directorio tres veces. Una vez fue reelegido el directorio, la última se ha dado paso a que dirija una persona del anterior directorio. Pues, se confía en el trabajo efectuado por las personas que han estado en la dirigencia. Además, cada año en el mes de diciembre se celebra la fundación y reconocimiento jurídico de la asociación.

### **3.3.2. *Objetivos de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”***

Según el estatuto de la asociación Huaysa Pamba, los objetivos de la organización son:

- a) Ejecutar proyectos de desarrollo socioeconómico que estén orientados a elevar el nivel de vida de las socias y socios
- b) Realizar todas las gestiones que sean necesarias para la instalación de una empresa comunitaria de todas las socias y socios
- c) Gestionar la implementación de sistemas de capacitación para el mejoramiento de la educación y tecnificación de las socias y socios, sus familias y la comunidad, en directa relación con los fines de la asociación

- d) Mantener relaciones de confraternidad con organizaciones similares, promoviendo el respeto, la solidaridad, cooperación, inclusión, integración y la plena participación de las personas y sus familias
- e) Realizar gestiones en las instituciones públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales, para obtener el financiamiento de los diferentes proyectos y programas que se implementaren en beneficio de las socias y socios
- f) Realizar gestiones que permitan buscar créditos en condiciones favorables para mejorar el desarrollo de la producción, la capacitación y la educación de las socias y socios
- g) Promover el ahorro en beneficio de sus socias y socios mediante la organización legal permitida por la Ley.

### ***3.3.3. Objetivo del plan de Fortalecimiento de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”.***

El objetivo clave para la ejecución del plan de fortalecimiento es:

Realizar la estructuración de un Plan de Fortalecimiento para mejorar la gestión de los socios de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, en el cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana

### ***3.3.4. Datos generales (ubicación geográfica, membresía, recursos, actividad económica y/o social, situación legal, etc.)***

Los datos generales se toman de la información brindada por la asociación Huaysa Pamba y el Servicio de Rentas Internas SRI:

RUC: 290340562001

Nombre asociación: Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba

Dirección: Calle Camino de Torrano y Avenida Alejandro Labaka, junto al cuartel de la Armada del Ecuador (Marina).

Estado contribuyente SRI: Activo

Representante Legal: Maura Natali Shiguango Alvarado

Identificación representante: 1500912462

Tipo de contribuyente: Sociedad

Régimen: RIMPE; no está obligado a llevar contabilidad, no es agente de retención y no es contribuyente especial.

Categoría: Emprendedor

Inicio de actividades y fundación: 07 de diciembre de 2018

Actividad económica principal SRI: Actividades de asociaciones que promueven actividades culturales o recreativas o reúnen a personas que comparten una afición (diferente de un deporte o juego), clubes sociales, clubes de carnaval, etc.

Sector económico: Comercio al por menor de productos agropecuarios y preparación de comidas  
Tipo de productos agropecuarios que comercializan:

- Productos agrícolas en bruto, jugos y precocidos, que se producen en la Amazonía.
- Productos medicinales en bruto y preparados medicinales, que se producen en la Amazonía.

Tipo de productos de preparación de comidas:

- Productos gastronomía amazónica local

### **3.3.5. Descripción de metodología utilizada**

Para el desarrollo del plan de fortalecimiento se empleará como base la metodología de la planificación estratégica, es decir, se definirá la realización de un diagnóstico estratégico a partir de la realización de un FODA, con el cual se establecerá una estrategia de intervención. Propuestas con la cual se va a obtener el fortalecimiento organizativo deseado y que va a permitir desarrollar la organización.

El diagnóstico estratégico o FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) está destinado a medir como está el entorno interno y externo de la asociación Huaysa Pamba. Y sobre el cual se va a definir el plan de acción a adoptar y el plan de capacitación que coadyuve a que la organización se fortalezca y desarrolle frente a los nuevos retos y a la crisis económica que enfrenta el país y el cantón.

### **3.3.6. Diagnóstico Estratégico o FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)**

Para determinar el FODA se usa los datos derivados de la encuesta y las percepciones del directorio de la asociación. El FODA es parte del diagnóstico estratégico, que es parte integral del diseño del plan de fortalecimiento de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”. Vale indicar que las fortalezas y debilidades son parte del entorno interno de la asociación y las oportunidades y amenazas son parte del entorno externo.

Lo importante es el consenso que se ha logrado en el levantamiento del FODA y como este resulta útil para establecer una estrategia de intervención para lograr un plan de fortalecimiento que enrumbe el proceso de desarrollo y consolidación de la feria de nacionalidades en la ciudad de El Coca.



**Ilustración 3-25:** FODA Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”

Realizado por: Cerda, C. 2023.

**3.3.7. Estrategia de intervención para fortalecer la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”**

**Tabla 3-28:** Estrategias

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Metas</b>
Fomentar la cultura indígena de la nacionalidad kichwa amazónica en el ámbito local	Fortalecer los rasgos y producción cultural kichwa amazónica como fuente de identidad y trabajo comunitario	Incorporar la vestimenta kichwa amazónica en todos los procesos comerciales Generar grupos musicales y danza autóctona con los hijos e hijas de los socios Recuperación de saberes culturales mediante la enseñanza de historia y cuentos indígenas kichwas amazónicos	Directorio Asociación GAD Municipal Francisco de Orellana	Recuperar saberes ancestrales mediante rescate de la vestimenta indígenas, práctica de la danza, bailes, historia y cuentos indígenas kichwas, que son transmitidos entre generaciones
Capitalizar la asociación para mantener en funcionamiento espacio comercial	Generar nuevas fuentes de capitalización de la asociación mediante la diversificación de ingresos económicos	Organizar actividades comunitarias que permitan recolectar fondos de manera alternativa como: rifas, sorteos, eventos artísticos Presentar proyectos a instituciones que financian actividades comerciales y productivas	Comisión Financiera de la asociación GAD de la Provincia de Orellana	Incrementar anualmente en 5% los ingresos obtenidos en la feria indígena mediante la aplicación de nuevas actividades económicas alternativas y buscando financiamiento para

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Metas</b>
		Generar campañas para atraer nuevas socias y socios con productos nuevos y propios de la amazonía.		diversificar los productos amazónicos
Establecer un Plan Estratégico para la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”	Formular y ejecutar un Plan Estratégico para la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” para posicionar la producción amazónica en el cantón Francisco de Orellana	Determinar la misión, visión, valores y principios de la asociación. Definir los objetivos estratégicos, programas, proyectos, metas e indicadores de la planificación estratégica	Directorio Comisión de Planificación Estratégica GAD Municipal Francisco	Ejecutar un Plan Estratégico para la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” que posicione y consolide la producción y venta de productos amazónicos en el cantón
Mejorar la atención al público que asiste a la Feria Indígena de Nacionalidades	Atraer y fidelizar la mayor cantidad de clientes urbanos y de la ciudad de Francisco de Orellana, para ser un mercado líder en la provincia de Orellana	Mejorar la exhibición y calidad de los productos amazónicos Realizar encuestas sobre la calidad y tipos de productos que requiere el consumidor local. Mejorar la limpieza y trato de calidad y calidez con los consumidores del mercado	Directorio de la asociación Dirección de Turismo del GADMFO Dirección de Nacionalidades del GADPO	Incrementar el número de clientes y aumentar la demanda de productos amazónicos que se expenden en el mercado, tanto en bruto como los procesados, además, de generar nuevos valores agregados en los productos vendidos

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Metas</b>
Estructurar un Plan de Capacitación que fortalezca los conocimientos en mejorar la organización, las ventas y la participación de los socios y socias	Formular y ejecutar un Plan de Capacitación para la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” para mejorar las capacidades y talentos humanos de los socios y socias	Organizar talleres y cursos de marketing y merchandising Ejecutar talleres de emprendimiento y formulación y ejecución de proyectos microempresariales Organizar cursos de contabilidad y manejo tributario	Directorio de la asociación Dirección de Turismo del GADMFO Dirección de Nacionalidades del GADPO Servicio de Rentas Internas SRI	Ejecutar un Plan de capacitación para la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” que introduzca nuevas habilidades y destrezas comerciales y técnicas para fortalecer el talento humano de la asociación
Consolidar el trabajo en equipo de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” para enfrentar los efectos de las crisis económicas y de la pandemia	Mantener en funcionamiento el trabajo del directorio y comisiones de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, así como mejorar sus capacidades socio organizativas	Organizar talleres sobre fortalecimiento, liderazgo y gestión organizativa Organizar talleres de autoestima y empoderamiento personal y organizativo Mantener al día la vida jurídica de la asociación Establecer alianzas y convenios con instituciones y gobiernos locales	Directorio y comisiones de la asociación GADPO GADMFO BanEcuador SRI Ministerio de Agricultura Ministerio de Cultura ESPOCH	Lograr el funcionamiento y tener el directorio actualizado de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, de la misma manera, generar nuevas alianzas y convenios institucionales para lograr nuevos financiamientos y fortalecer la gestión organizacional

Realizado por: Cerda, C. 2023.

## CONCLUSIONES

- La Feria Indígena de las Nacionalidades Kichwas de Orellana, es una estructura jurídica y en funcionamiento que se ha cristalizado en la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, que es modelo de comercialización local, provincial y regional que favorece los sistemas de comercialización indígenas, apoya y genera autoempleo e ingresos en las mujeres indígenas y logra el expendio directo de productos, desde la chakra indígena hasta los consumidores finales, en la ciudad de El Coca.
- La Feria Indígena de Nacionalidades ha promovido y fomentado la cultura indígena kichwa amazónica, el consumo de productos amazónicos y el desarrollo organizativo de las mujeres indígenas, sin embargo, a pesar de generar ingresos que complementan los ingresos familiares, todavía no ha permitido que las familias, especialmente, las mujeres indígenas salgan de la pobreza o vulnerabilidad económica y sean fácilmente vulnerables en los casos de crisis económicas o pandemias que produzcan las mismas, pues, todavía la participación de los socios y socias, está limitado a los horarios y tiempos establecidos de trabajo por la asociación.
- La Feria Indígena de Nacionalidades es un espacio y estructura permanente de comercialización de productos amazónicos, en bruto y procesados, aunque tiene una importante demanda en el sector urbano, está produciendo cambios profundos en las comunidades rurales, no solo por las compras y demanda de producción que tiene un impacto en las familias y comunas indígenas que participan, sino también, porque el impulso que da los nuevos ingresos creados, hacen que cada vez más las chakras y producción indígena rural se adapte cada vez más a la demanda urbana.
- La Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, que controla la Feria Indígena de Nacionalidades ha logrado manejar y gestionar este mercado local, sin embargo, la pandemia ha afectado no solo los ingresos de los socios, sino también la capitalización de la asociación, lo que pone en peligro el mantenimiento del convenio con el gobierno local y la gestión organizativa de la asociación, por tanto, es urgente aplicar un plan de fortalecimiento que permita el desarrollo y crecimiento organizativo y mejore las condiciones económicas y sociales de los socios

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda aplicar un plan de fortalecimiento organizativo que permita la ejecución de un plan estratégico y plan de capacitación para fortalecer las capacidades organizativas y personales de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba” y de los socios para que pueda perdurar en el tiempo y cumplir con el convenio firmado con el gobierno local, sobre el manejo de la Feria Indígena de Nacionalidades.
- Se recomienda generar alianzas y convenios institucionales que permitan la capitalización de los socios y de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, pues la crisis económica afectado la economía de los socios y de la organización. Pues, la inversión, recolección de aportes de los socios y la generación de nuevos proyectos no solo mejoran el ingreso familiar de los socios, sino que permiten que la asociación continúe en funcionamiento y pueda gestionar el mercado local.
- Se recomienda mantener y fomentar el trabajo en equipo y organizativo de la Asociación Agroproductiva y Artesanal Kichwa “Huaysa Pamba”, a pesar de las dificultades ha mantenido a flote el trabajo de la asociación, así como la integración de los socios a la feria.
- Se recomienda que instituciones que trabajen en el desarrollo local y rural difundan esta experiencia de comercialización local que ha permitido nuevos y la consolidación de ingresos familiares de la población indígena kichwa amazónica, para que otros cantones y provincias puedan generar experiencias de comercialización indígena y se fortalezcan los sistemas productivos indígenas locales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Acevedo, E., y Contreras Roa, C. (2021). *Diseño de un plan de fortalecimiento organizacional para la empresa “Cachama los Vados”, Municipio de los Patios-Norte de Santander*. (Tesis Licenciatura, Corporación Universitaria Minuto de Dios). Recuperado de: [https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/13682/1/UVDT.A\\_ContrerasCarmen-AcevedoElisbeth\\_2021.pdf](https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/13682/1/UVDT.A_ContrerasCarmen-AcevedoElisbeth_2021.pdf)
- Agrinatura y FAO. (2020). *Fortalecimiento organizacional - Una guía para el proceso de acompañamiento*. Recuperado de: <https://www.fao.org/3/ca4858es/CA4858ES.pdf>
- Arroyo Morales, A. (2020). *Metodología de la Investigación en las Ciencias Empresariales*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco). Recuperado de <https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5402/L-2020-001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Asamblea Nacional. (2020). *Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización*. Recuperado de: <https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- Asamblea Nacional. (2022). *Ley orgánica de la economía popular y solidario*. Registro Oficial No. 444, 10 de mayo 2011 y Segundo Suplemento del Registro Oficial 29, 25 de marzo, 2022. Quito, Ecuador.
- Bastidas Loor, H., y Ibarra Tulcanaza, I. (2022). *Documento de sistematización del componente de fortalecimiento organizativo del proyecto cadenas de valor*: Recuperado de: <https://cefaecuador.org/wp-content/uploads/2022/05/Sistematizacion-de-componente-FO-reduced.pdf>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson.
- Buitrón, V., & López, M.. (2019). El trabajo femenino indígena en la economía agrícola familiar en la Amazonía del Ecuador. *Espacio y Desarrollo*, (33), 67-89. Recuperado de: <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201901.004>
- CEPAL. (2020). *El impacto del COVID-19 en los pueblos indígenas de América Latina-Abya Yala: entre la invisibilización y la resistencia colectiva*. Recuperado de [https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46543/S2000817\\_es.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46543/S2000817_es.pdf)
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones*. (3ª ed). México D.F.: McGraw-Hill.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Género. (2022). *Agenda Nacional para la Igualdad de Género 2021-2025*. Recuperado de: <https://ecuador.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/anig-2021-2025-prov.pdf>

- Del Cid, A., Méndez, R., y Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología*. (2ª ed). México. Pearson.
- Fiallo, L. (2022). *Violencia de género contra mujeres indígenas en Ecuador. Un análisis desde la garantía del derecho humano a una vida libre de violencia*. (Tesis Doctoral, Universidad Andina Simón Bolívar). Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8729/1/TD177-DDE-Fiallo-Violencia.pdf>
- Fred, D. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. (11ª ed). México: Pearson.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Orellana 2019 - 2023*. Recuperado de: [https://www.gporellana.gob.ec/resources/uploads/desarrollo/2020/ORDENANZA-Y-ACTUALIZACION-PDOT-INCLUYE-POST-PANDEMIA-FUSIONADO\\_compressed.pdf](https://www.gporellana.gob.ec/resources/uploads/desarrollo/2020/ORDENANZA-Y-ACTUALIZACION-PDOT-INCLUYE-POST-PANDEMIA-FUSIONADO_compressed.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana . (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Francisco de Orellana 2023*. GADMFO: Recuperado de: <https://www.orellana.gob.ec/docs/PDYOT%20/PDYOT%20DOC.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana. (2018). *Proyectos financiados con la indemnización de la OCP avanzan*. Recuperado de: <https://www.orellana.gob.ec/es/sala-de-prensa/noticias/item/151-proyectos-financiados-con-la-indemnizacion-de-la-ocp-avanzan.html>
- Hernández, J., Carazo, E., & García, T. (2015). *Fortalecimiento organizativo de organizaciones campesinas* Recuperado de: [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Costa\\_Rica/cicde-uned/20170628051756/pdf\\_708.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Costa_Rica/cicde-uned/20170628051756/pdf_708.pdf)
- Hérrnandez-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. México: McGraw-Hill.
- IICA. (2005). *Organización y fortalecimiento organizacional de productores rurales del proyecto MAG/PRODERT*. IICA. Recuperado de: <http://repiica.iica.int/docs/B0370E/B0370E.PDF>
- Indetec. (2005). *Glosario de Términos para el Proceso de Planeación, Programación, Presupuesto y Evaluación en la Administración Pública*. Recuperado de: [https://infocdmx.org.mx/escuela/curso\\_capacitadores/administracion/Glosario%20de%20Terminos%20administrativos.pdf](https://infocdmx.org.mx/escuela/curso_capacitadores/administracion/Glosario%20de%20Terminos%20administrativos.pdf)
- Jácome, V. (2021). *Investigar la economía popular y solidaria: metodologías, métodos, técnicas y su aplicación en casos ecuatorianos*. Quito: Editorial IAEN.
- Jiménez, J. (2021). *La construcción de Circuitos Económicos Solidarios en la Sierra Norte de Ecuador. Aportaciones de la experiencia de la Asociación de Productoras*

- Agroecológicas BioVida de Cayambe*. (Tesis Doctorado, Universidad Universidad del País Vasco).: Recuperado de: [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/55304/TESIS\\_JIMENEZ\\_JIMENEZ\\_JHON\\_NY.pdf?sequence=1](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/55304/TESIS_JIMENEZ_JIMENEZ_JHON_NY.pdf?sequence=1)
- Louflat, E. (2015). *Administración: fundamentos del proceso administrativo*.(4ª ed). Buenos Aires: Cengage Learning.
- Lucero, K. (2020). *La mujer indígena, la más vulnerable entre los vulnerables*. Recuperado de: <https://www.revistagestion.ec/index.php/sociedad-analisis/la-mujer-indigena-la-mas-vulnerable-entre-los-vulnerables>
- Macedo, M., & Velásquez, M. (2016). *Plan de Vida. Guía para la Planificación Colectiva*. Lima: Ministerio de Cultura.
- Méndez, C. (2006). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. (4ª ed.) . México D.F.: Editorial Limusa S.A.
- Ministerio de Desarrollo Social Argentina. (2020). *Planificación Estratégica para Organizaciones Comunitarias. Herramientas para el Fortalecimiento de Organizaciones Comunitarias*. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/planificacion\\_estrategica\\_para\\_organizaciones\\_comunitarias.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/planificacion_estrategica_para_organizaciones_comunitarias.pdf)
- Pilla, F. (2015). *El fortalecimiento organizativo y su importancia en la comercialización artesanal de la comunidad de Kishuar - Ramosloma (Salasaka) Cantón Pelileo provincia de Tungurahua*. (Tesis Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato). Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/14018/1/EL%20FORTALECIMIENTO%20ORGANIZATIVO%20Y%20SU%20IMPORTANCIA%20EN%20LA%20COMERCIALIZACION%20DE%20LA%20COMUNIDAD.pdf>
- Samaniego, R. (2022). *Planificación estratégica*. Guayaquil: Editorial Grupo Compás.
- Sandoval, I. (2018). *Procesos participativos para el fortalecimiento organizacional de la asociación agro-artesanal 'La Achirita' de la parroquia rural Quinara*. (Tesis Licenciatura, Universidad Nacional de Loja). Recuperado de: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20392/1/Ivannova%20Jhuliana%20Sandoval%20Mora..pdf>
- Yagüe, B. (2014). *Hacer "comestible" la ciudad. Las redes como estrategias alimentarias de los indígenas urbanos de Leticia, Amazonia colombiana*. Recuperado de <https://revistas.icanh.gov.co/index.php/rca/article/view/252>



## ANEXOS

### ANEXO A: FOTOS FERIA DE LAS NACIONALIDADES KICHWA.

**Foto 1:** Feria de la Nacionalidades Kichwa en el Malecón.



**Foto 2:** Feria de la Nacionalidades en la Calle Espejo y Av. Alejandro Labaka



**Foto 3:** Feria de la Nacionalidades en la Av. Alejandro Labaka y Callejón



**Foto 3:** Feria de la Nacionalidades Kichwas. Calle Chimborazo



**Foto 4:** Feria de la Nacionalidades Kichwas. en la Av. Alejandro Labaka y Callejón



**Foto 5:** Año 2019, Feria de la Nacionalidades construida, vista del comedor, zona gastronomía



**Foto 6:** Año 2019, Feria de la Nacionalidades construida, vista de la zona de gastronomía



**Foto 7:** Año 2022, Feria de la Nacionalidades construida, vista zona de venta de productos no maderables (frutas, plantas medicinales, raíces, productos alimenticios de la Amazonía ecuatoriana).



**Foto 8:** Año 2022, Feria de la Nacionalidades construida, vista zona de venta de productos

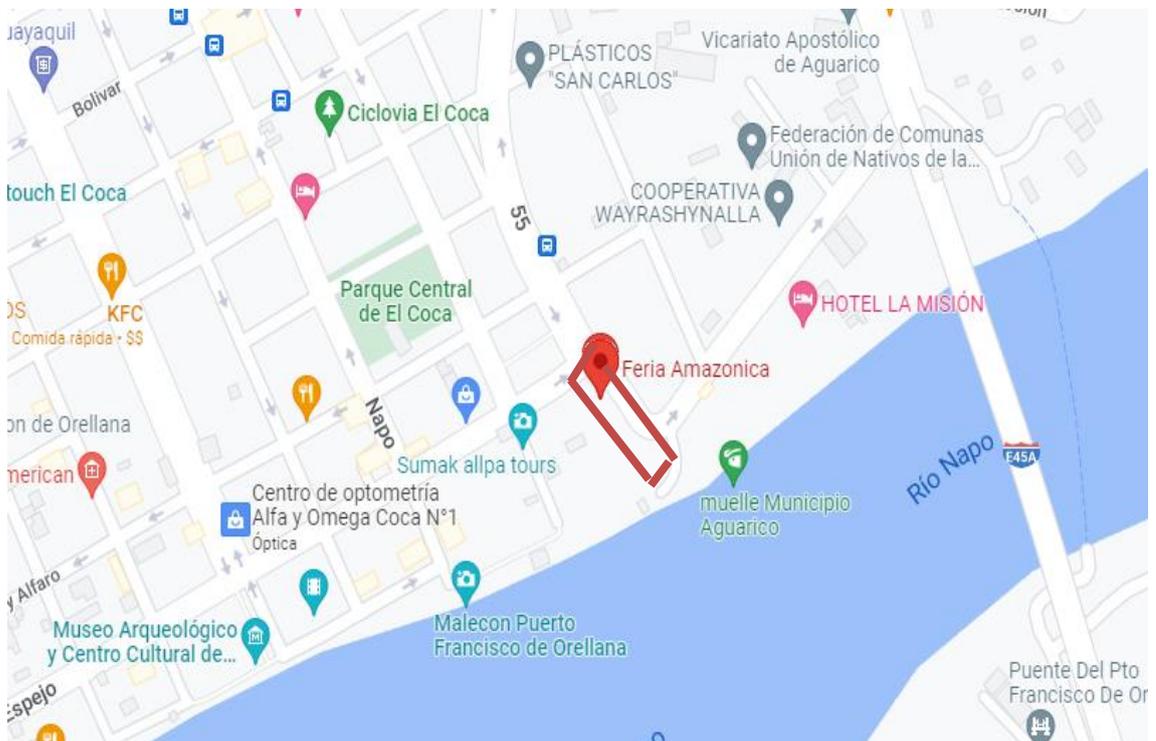


## ANEXO B: UBICACIÓN FERIA DE NACIONALIDADES

### Plano 1. Ubicación Proyecto Regeneración Feria Indígena



### Plano 2. Ubicación Google Maps, Feria Nacionalidades (Feria Amazónica), en la ciudad de El Coca.



## ANEXO C: ENCUESTA ASOCIADOS DE LA FERIA INDÍGENA



### Encuesta de Asociados de la Feria de Nacionalidades

**Fecha:** \_\_\_\_\_

**Género:**

Masculino		Femenino		Otros	
-----------	--	----------	--	-------	--

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Estado civil:**

Casada/o		Unida/o		Separada/o	
Divorciada/o		Viuda/o		Soltera/o	

**Nivel de instrucción:**

Ninguno		Centro de alfabetización /EBA		Preescolar	
Primario		Secundario		Educación básica	
Bachillerato- educación media		Ciclo posbachillerato		Superior	
Posgrado					

**Indique el último año de estudio:** \_\_\_\_\_

**Autoidentificación indígena:**

Indígena		Mestizo		Afroecuatoriano	
Blanco		Otros			

**Si es indígena, a que pueblo o nacionalidad pertenece:** \_\_\_\_\_

**Reside:**

Urbana		Rural		Fuera del cantón	
--------	--	-------	--	------------------	--

**Comunidad que proviene:** \_\_\_\_\_

**Número de miembros de la familia**

Hombres		Mujeres		Otros	
---------	--	---------	--	-------	--

**Es jefe de hogar:**

Si ( )      No ( )

**Datos organizativos:****¿En cuáles organizaciones participa?**

Actividad	Marque con X
Feria	
Comunal	
Mujeres	
Deportiva	
Otras	

**¿Qué función tiene en las organizaciones, en las que participa?**

Socia/o	
Dirigente	
Oyente/colaborador	
Familiar socia/o	
Otros	

**Las reuniones son:**

Mensuales ( )      Bimensuales ( )      Trimestrales ( )      Semestrales ( )

**La asociación le solicita contribuciones, y ¿cuál es el monto?**

Descripción	Si	No	Monto	Aporte en productos
Acceso Feria				
Pago de servicios básicos				
Aportes para la organización o asociación				
Mingas				
Capacitación				
Pago de trámites				
Actividades del directorio				

**La asociación que preside la Feria cuenta con:**

Descripción	Si	No
Vida Jurídica		
Estatuto		
Planificación Estratégica		
Directorio actualizado o vigente		
Objetivos		
Fuentes de financiamiento		
Planes de acción		
Principios y valores		

**Cómo es mi participación en la asociación u organización, que preside la Feria de Nacionalidades**

Descripción	Si	No	Parcial
Asiste frecuentemente a las asambleas o reuniones			
Participa activamente en las asambleas o reuniones			
Es miembro de comisiones de la organización			
Participa activamente de tareas y mingas			
Ha participado del directorio de la organización			
Propone soluciones a los conflictos y problemas de la organización			
Apoya a la organización, en caso recolectas de apoyo para socias y socios, de conflictos con otras organizaciones e instituciones			

**Cuál es la organización privada o pública más cercana a la Feria, señale 1, si es más cercana, y 6 la más lejana**

Descripción organizaciones Públicas	Cualificación
GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO	
GAD de la Provincia de Orellana GADPO	
Ministerio de Agricultura	
Ministerio de Turismo	
Ministerio de Cultura	
BanEcuador	
Otros	

**Cómo valora el trabajo del directorio de la asociación, que preside la Feria:**

Descripción	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Defensa de las/os asociadas/os				
Promueve la unidad organizativa				
Fomenta la identidad indígena				
Toma las decisiones en asamblea y de manera democrática				
Promueve la participación asociadas/os				
Coordina con otras instituciones				
Promueve la capacitación y desarrollo de capacidades en las/os asociadas/os				
Resuelve los conflictos e inconvenientes que enfrenta la organización y asociadas/os				
Realiza y gestiona proyectos para mejorar la situación de las/os asociadas/os				
Promueve la convivencia entre las/os asociadas/os				
Maneja los fondos de la organización				
Desarrolla planes de trabajo				

**Datos productivos y comerciales:**

**La producción se desarrolla en:**

Finca, chakra o propiedad familiar		Terreno		Arrienda propiedad	
No produce		Otros			

**Lugar de origen de donde proviene la producción que vende:**

Descripción	Señale con x
Propia	
Comprada a familia	
Comprada a vecinos	
Comprada en el sitio donde vivo	
Otros	

**La producción es vendida a:**

Descripción	Señale con x
Vendedores o asociados de la feria	
Familias	
Dueños de restaurantes, tiendas, supermercados y pequeños comerciantes	
Intermediarios y mayoristas del Coca	
Intermediarios y mayoristas de fuera del cantón	
Otros	

**Indique a quien más le vende:** \_\_\_\_\_

**Días que atienda, días que le gustaría atender y horario**

Días de atención	
Días	Señale con x
Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	
Domingo	

Días que le gustaría atender	
Días	Señale con x
Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	
Domingo	

**Horario de atención:** \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_

**Productos que vende en la Feria de Nacionalidades:**

Tipo de productos	Marque con x	Producto o productos que más vende
Alimenticios (verde, yuca, chonta, choclos, palmito)		
Frutas (papaya, guabas, uva de monte, achotillos, naranjas)		
Medicinales (sangre de drago, hungurahua, leche sande, etc.)		
Comida para animales (maíz, yuca, guineo, etc.)		
Alimentos precocidos (yuca, chonta para hacer chicha)		
Jugos de frutas amazónicas (hungurahua, chicha yuca, chicha chonta)		
Alimentos preparados o gastronomías		
Peces (bocachico, sábalo, bagre, palometa)		
Aves en pie (gallinas o gallos, pavos, patos)		
Carne de animales del monte (guanta, guatusa, guangana)		

**Ganancia promedio diario:**

Monto	Señale con x
0-10	
10-20	
20-30	
40 - 50	
50 o más	

**Cómo identifica o califica al lugar donde expende (vende) en la feria**

Detalle	Señale con x
Espacioso	
Cómodo	
Espacio correcto	
Pequeño	
Muy pequeño	

**Qué les falta a los locales de la feria:**

Descripción	Señale con x
Cubiertas amplias, parasoles o carpas	
Locales limpios	
Exhibición de productos	
Puertas de entrada y salida	
Otros	

**Cómo valora la infraestructura de la Feria de Nacionalidades**

Descripción	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Piso de la Feria				
Cubierta de la Feria				
Iluminación de la Feria				
Infraestructura de exhibición o expendio de productos (mesas, sillas, etc.)				
Baños públicos				
Agua potable				
Tanques o lugares donde se coloca la basura				
Luz eléctrica				

**Cómo valora los siguientes servicios públicos en la Feria de Nacionalidades**

Descripción	Excelente	Bueno	Regular	Malo	No sabe
Servicio de agua potable					
Servicio de luz eléctrica					
Recolección de basura					
Vigilancia Policía Nacional					
Vigilancia y Control Policía Municipal					

Servicios de capacitación entidades públicas					
Servicios de capacitación entidades privadas					
Servicios de guardería y cuidado de niñas/os					

**Qué entidades realizan capacitación en la Feria de Nacionalidades**

Organizaciones	Marque con x	Última vez que realizó la capacitación
GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO		
GAD de la Provincia de Orellana GADPO		
Ministerio de Agricultura		
Ministerio de Turismo		
Ministerio de Cultura		
BanEcuador		
Otros		



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 25 / 09 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> CECILIA CERDA TANGUILA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES
<b>Título a optar:</b> INGENIERA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



1760-DBRA-UPT-2023