

## Los mercados de Quito y su oferta de gastronomía tradicional como recurso turístico

*Markets food of Quito and its traditional gastronomy offer as tourist resource*

### **Autora**

Andrea Cristina Aulestia Vizcaíno. <https://orcid.org/0000-0002-7509-6153>  
Universidad UTE, Quito, Ecuador.  
[andreac.aulestia@ute.edu.ec](mailto:andreac.aulestia@ute.edu.ec)

Fecha de recibido: 2020-12-02  
Fecha de aceptado para publicación: 2021-08-20  
Fecha de publicación: 2021-09-30



### **Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo describir la oferta de gastronomía tradicional que se oferta en los mercados de Quito como parte del folklore de la ciudad. Para lo cual se desarrolló una investigación documental sobre los mercados, así como el inventario de las preparaciones que se ofertan en los mismos. La metodología aplicada fue de tipo descriptivo exploratorio respondiendo a un enfoque mixto. Utilizando fuentes de investigación primarias y secundarias que permitieron profundizar en aspectos teóricos. La técnica utilizada fue la observación y el posterior registro de la información obtenida en los mercados visitados. La muestra estudiada fue no probabilística, es decir que dependió de la decisión de la autora que realizó entrevistas a expertos y se trabajó con los cuatro mercados representativos de la ciudad, ubicados en el sector centro norte los cuales son concurridos para el consumo de alimentos y bebidas, destacándose del resto por su ubicación y cantidad de visitantes. Adicionalmente, la investigación se dividió en tres etapas que permitieron realizar un análisis de los platos y bebidas con mayor cantidad de oferta y que a su vez pueden ser considerados como recurso para la construcción o mejora de productos turísticos existentes.

**Palabras Clave:** Gastronomía, mercados de alimentos, oferta de alimentos y bebidas preparaciones tradicionales, recurso turístico.



## **Abstract**

The aim of this research is to publicize the offer of traditional gastronomy that is offered in the markets of Quito as part of the folklore within the classification of tourist resources. For which a documentary research on the markets was developed, as well as the inventory of the preparations that are offered in them, The methodology applied was descriptive exploratory responding to a mixed approach. Using primary and secondary research sources that allowed deepening theoretical aspects. The observation was the technique used and subsequent recording of the information obtained in the markets visited. The sample studied was non – probabilistic, that is, it depends on the authors decision and worked with the four representative markets of the city located in the north central sector of the city, which are crowded of the consumption of food and beverages, standing out of the rest due to its location and number of visitors. Additionally the investigation was divided into three stages that allowed an analysis of the dishes and beverages with the greatest quantity on offer and wich in turn can be considered a resource for the construction of improvement of existing tourism products.

**Keywords:** Food markets; Food and beverage offer, Gastronomy, Tourism resource, Traditional preparations.

## **Introducción**

En los mercados de Quito, pueden observarse prácticas alimentarias tradicionales que integran tendencias gastronómicas heredadas por quienes se involucran en la producción, distribución y preparación de alimentos como parte de un proceso (Gómez, 2014). Poniendo en valor elementos presentes en la memoria de la sociedad y que al generar espacios de comercialización de alimentos preparados en los mercados se pueda generar conciencia de la importancia cultural de esta práctica (Chacón *et al.*, 2020).

A nivel internacional muchos mercados de alimentos han dado paso a una reconversión como espacios gastronómicos como estrategia para evitar cierres por el declive que se ha dado a nivel mundial producto de la globalización. La recuperación de los mercados como punto de encuentro social, cultural y económico es ya una realidad en varias ciudades como Madrid, Barcelona, Montevideo, Buenos Aires, entre otros; que a través de apoyo público o público/privado y de manera conjunta con los comerciantes dueños de los puestos, han potenciado la atención al público mediante sus preparaciones gastronómicas en entornos ahora rediseñados y modernos incluso especializados que son parte de programas culturales y turísticos.

Los mercados de abastos son considerados como espacios de encuentro, más allá de la actividad de compra y venta, éstos entrelazan relaciones que permiten revalorar el trabajo del colectivo y

mantener la relación entre la ciudad y el campo (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2017).

En la ciudad de Quito, el crecimiento en número de mercados ha sido efecto de la urbanización imprevista y poco planificada, haciendo que diferentes agentes económicos como “productores, acopiadores, importadores, transportistas, vendedores mayoristas, minoristas, procesadores, tenderos, vendedores ambulantes, proveedores, asociaciones; necesiten infraestructuras y reglamentos legales que rijan su funcionamiento” Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO) (2007, p.1).

Los mercados de la ciudad cuentan con una organización gremial: la Federación de Mercados de Quito, que representa la estructura organizacional de cada mercado, cada uno cuenta con un administrador que funciona como nexo entre los dueños de los puestos y las autoridades municipales (Cazamajor y Moya, 1984). Cada mercado está debidamente organizado por giro, es decir “grupo o conjunto de productos y artículos afines, que presenten aspectos comunes para su comercialización dentro de la misma área” Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito (2019, p.3-6). En la ciudad de Quito, los giros son reglamentados por la Coordinación de Mercados, Ferias y Plataformas Municipales, y los mercados funcionan bajo la regulación de horarios por parte del municipio correspondiente.

Las ferias por su parte, son “lugares abiertos de comercialización, ocupados por comerciantes, sea por concesión municipal o por toma del espacio” Centro Ecuatoriano de Investigación Geográfica (1984, p.21). Las ferias están presentes en días específicos de la semana, es decir, no son permanentes, en la ciudad de Quito los días de feria son martes, jueves y sábado.

El abastecimiento de la ciudad funciona de manera interrelacionada con las zonas productivas de cada una de las provincias proveedoras de productos, Quito con sus parroquias urbanas y rurales abastece un 26% de la demanda alimentaria, el resto de cantones de la provincia de Pichincha satisfacen un 36% de los alimentos, y otras provincias productoras, abastecen la diferencia por el excedente de producción que poseen (CONQUITO, 2017). Datos de la Agencia de Coordinación Distrital de Comercio (2020) muestran que, actualmente funcionan en la ciudad 28 mercados y 27 ferias (Ver Tabla 4 y Tabla 5 en Anexos).

La existencia de un sistema jerárquico ha generado relaciones de interdependencia entre mercados mayoristas y minoristas (Shimizu y Scott, 2014). Estos mercados y Ferias en mención de acuerdo con su tipología, es decir la función base de su creación y el papel actual se incluyen dentro de la clasificación que incluye: i) mercados minoristas pudiendo ser permanentes u ocasionales y, mercados mayoristas que cumplen el rol de abastecedores.



La gastronomía tradicional y sus saberes ancestrales conforman un conocimiento valioso de la cultura de los pueblos indígenas, que se han transmitido de generación en generación incluso después de la conquista (Villalba, 2020). Es decir, la cocina ecuatoriana ha atravesado procesos “transculturadores”, mediante la recepción y adopción de formas culturales de otros grupos o comunidades, con la llegada de los españoles y la colonización se desencadenó un cambio en el modelo productivo al reemplazar productos nativos por los traídos del viejo continente, lo que significó a su vez un cambio en la alimentación y la generación de nuevas preparaciones.

La dieta de “los blancos” – españoles- incluía trigo, azúcar, carnes de animales entre otros productos, la cocina de este grupo social estaba a cargo de mujeres nativas y su elaboración llegó a incluir productos andinos. Por su parte, la cocina tradicional también fue influenciada por productos foráneos como la cebada, arvejas, habas, col, la raspadura y la manteca de cerdo. Y es este contacto entre culturas el que originó la cocina criolla: entre quehaceres nativos y aportes hispánicos (Unigarro,2010).

Quito como muchas ciudades colonizadas con la conquista tienen un antes y un después en relación al desarrollo de su gastronomía: el antes, caracterizado por una influencia directa de los incas y el después, desde el año 1534 con la llegada de los españoles se cambiaron las formas de alimentación introduciendo nuevos productos, artefactos y preparaciones (Unigarro, 2010). Siendo actualmente la cocina tradicional un patrimonio cultural vivo debido a su continua práctica, generando manifestaciones culturales supeditadas a modelos alimentarios y protocolarios basados en usos rituales, festivos y cotidianos (Pazos,2015).

La ciudad mezcló estas grandes culturas y a mediados del siglo XVI, la cultura gastronómica que poseía cada región se fusionó con lo nuevo, dando origen a platillos gastronómicos que han perdurado en el tiempo hasta la actualidad, la colonización produjo “una transformación del modelo productivo y muchos vegetales nativos fueron reemplazados por otros introducidos, quedando relegados a una producción o consumo locales como alimento de indio” Unigarro (2010). La introducción del maíz, el trigo, el arroz, la cebada, entre otros, se fue consolidando en el territorio ecuatoriano y con esto las nuevas fusiones gastronómicas.

El autor Santiago Pazos Carrillo en su artículo “Recetarios y manuscritos quiteños del siglo XX influenciados por el manual de la cocinera de Juan Pablo Sanz”, vincula a la cocina tradicional con cinco fundamentos básicos: i) antecedentes remotos; ii) generalmente concierne a una región geográfica determinada; iii) las recetas se han transmitido de generación en generación;



iv) son recetas vivas y; v) su reproducción repite códigos alimentarios, culturales y sociales (Pazos, 2015).

El ingreso de congregaciones religiosas a la ciudad trajo también una serie de productos que mejoraron la gastronomía local incluso permitiendo la reproducción hasta nuestros días de: mistelas, buñuelos, pristiños, higos en almíbar y helados de paila. Muchas de las preparaciones tradicionales al ser consumidas tienen un significado especial, ya que se preparan en relación cronológica a fechas con cargas simbólicas (Robalino *et al.*, 2020).

La cocción y preparación de productos traídos por los conquistadores para la alimentación de criollos y españoles incluían solo ciertas partes de los animales; los indígenas fueron dándole nuevo uso al resto del animal, como órganos, vísceras y tripas. Y poco a poco fueron desarrollando ciertos platos con aquellos ingredientes, que luego de muchos años se convertirían en comida tradicional (Pérez, 2016, p.33).

Las preparaciones que se comercializan en Quito “son el resultado de la evolución entre lo que se preparaba y lo que se consumía hace décadas atrás impregnada por la fusión de varias culturas y técnicas culinarias, y sobre todo el poder de decisión del consumidor” Salazar (2015, p.33). Las personas que se dedican formalmente al comercio de las diferentes preparaciones gastronómicas, no han recibido instrucción formal, sino un aprendizaje resultante de la observación de procesos repetidos continuamente por sus antecesores que les permite brindar a un costo asequible recetas únicas (Pérez *et al.*, 2020).

La investigadora Catalina Unigarro (2010), realizó una clasificación de las cocinas de Ecuador acorde a cada región, la cocina quiteña forma parte de la región sierra o interandina en la cual predomina el uso de productos como la papa, el maíz y el cerdo las preparaciones en contextos festivos incluyen: caldos de gallina criolla al igual que fritadas y hornados, así como preparaciones con carnes de res, cuy o pescado. Para Semana Santa, se consume la tradicional fanesca y, para el Corpus Christi suelen comerse empanadas de carne, cuy y mote, caramote y maquincho. En el día de los difuntos, se consume la colada morada junto con las guaguas de pan. Para la época navideña es usual encontrar pristiños (2010, p.149).

La presente investigación tiene como objetivo analizar la gastronomía tradicional ecuatoriana y su presencia en la oferta (cuantificada) de cuatro principales mercados de la ciudad, así como su correspondencia en la cocina tradicional y los aspectos que hacen de esta gastronomía un posible recurso complementario a productos turísticos existentes.



## Metodología

El presente estudio corresponde a una investigación de tipo descriptiva ya que permite especificar propiedades o características importantes de los mercados de los centros de abasto y exploratoria ya que se analizó información referente a la oferta de gastronomía tradicional en mercados de la ciudad, la investigación responde a un enfoque mixto: cuantitativo al recolectar datos de cuatro mercados de la ciudad para establecer las pautas de comportamiento en relación a la gastronomía que se oferta y cualitativo al recolectar información general sobre los mercados. Se utilizó fuentes de investigación primarias obtenidas en un trabajo de campo para contar con información oficial y fuentes secundarias que permitieron profundizar en aspectos teóricos. La técnica utilizada fue la observación y el posterior registro de la información obtenida en los puestos de alimentos y bebidas de los mercados visitados. La muestra estudiada fue no probabilística, se trianguló la información obtenida de entrevistas realizadas a expertos académicos en las que se resaltó los cuatro mercados representativos de la ciudad ubicados en el sector centro norte de la ciudad, los que son concurridos para el consumo de alimentos y bebidas, destacándose del resto por su ubicación y cantidad de visitantes.

La investigación se dividió en tres etapas, cada una vinculadas directamente con los objetivos del estudio:

*Primera etapa:* Se inició con el estudio sobre la información bibliográfica referente a los mercados de alimentos de la ciudad, su historia, ubicación y evolución. Se definieron los mercados objeto del estudio exploratorio: Mercado San Francisco, Mercado Central, Mercado Santa Clara y Mercado Ñaquito.

*Segunda etapa:* A continuación, se realizó un inventario de los puestos de alimentos y bebidas de los mercados mencionados, para lo cual se realizaron visitas de observación a cada uno y se registró la información correspondiente de los puestos que se dedican a la venta de alimentos y bebidas preparadas, así como de la oferta de cada uno. Esta información fue agrupada bajo la propuesta metodológica de clasificación y análisis de recetas y recetarios según el autor Juan José Guía Zaragoza (2017), que permitió dividir la oferta de los cuatro mercados de forma cualitativa y cuantitativa, con lo que se entendió los patrones de elaboración y consumo de las preparaciones tradicionales ofertadas en estos centros de abasto.

*Tercera etapa:* Finalmente se identificaron los platos y bebidas de mayor oferta en cada mercado, para determinar la posibilidad de que puedan vincularse a las actividades turísticas en el destino.



## Resultados

Los mercados tradicionales de alimentos en la ciudad de Quito son muy antiguos, cuentan con una historia importante dentro de la dinamización económica de la ciudad, siendo un vínculo clave entre los productores y consumidores, con el paso de los años y la urbanización imprevista y poco planificada de la ciudad, las inicialmente ferias ambulantes se han transformado en mercados que se han incrementado en número, luchando continuamente porque sea valorado el trabajo del colectivo. Por otro lado, el patrimonio tangible e intangible existente en los mercados de alimentos no ha sido puesto en valor y muchos de los mercados ubicados longitudinalmente en la ciudad, corren el riesgo de desaparecer.

Para clasificar la oferta de alimentos y bebidas disponible en estos cuatro mercados de la ciudad se utilizó la “Propuesta metodológica de clasificación y análisis de recetas y recetarios” del autor Juan Gerardo Guía Zaragoza elaborada en el año 2017, misma que establece una clasificación cualitativa y cuantitativa para el análisis y clasificación de recetas y recetarios, en este caso las que existen detrás de cada oferta gastronómica de los puestos de alimentos y bebidas objeto de estudio. Para lograrlo el autor ha tomado en consideración las clasificaciones de recetas de los libros antiguos de cocina, estableciendo cuatro clases de alimentos presentes en toda sociedad, Guía (2017, p.57). A continuación, se resumen las características de cada uno de las elaboraciones:

1. *Elaboraciones saladas*: Contempla sopas, caldos, preparaciones de hortalizas, aves, cerdo, embutidos, carne roja, pescados y mariscos. Muchos de estos productos son el principal elemento de varias ofertas.
2. *Elaboraciones farináceas*: Hace referencia al uso de cereales y tubérculos como la papa, mismos que han sido parte de la alimentación de manera histórica, en la ciudad predomina el consumo de arroz, mote y papas como acompañamiento infaltable de varios platos.
3. *Dulcería y repostería*: Incluye cualquier tipo de preparación que generalmente se le atribuye a los postres o golosinas.
4. *Bebidas*: Incluye las bebidas tras las cuales existe un proceso, una técnica, una receta para su elaboración, pudiendo ser frías, calientes, helados, mieles, bebidas fermentadas.

Para la inclusión de un plato a una categoría se ha considerado el título con el que se vende, el cual está relacionado con el ingrediente principal. Por lo que adoptando este método de clasificación se encontró que la categoría de elaboraciones saladas fue desagregada por sus componentes contando con 2 productos en sopas, 4 en caldos, 2 en preparaciones de pollo, 9 en



preparaciones de cerdo, 4 en preparaciones de carne roja, 8 en preparaciones de pescado y mariscos, 9 en preparaciones de embutidos (se incluyó vísceras y despojos, que son usados en la cocina tradicional) y 7 productos que si bien son salados no forman parte de ninguna de las categorías en mención.

Los platillos ofertados son variados y sus nombres hacen referencia al producto principal del que parte su elaboración, permitiendo comprender la mezcla y uso de insumos propios de la región, así como de los introducidos de otras regiones o del medio internacional. Esto evidencia como la gastronomía que actualmente se oferta en los mercados de alimentos es una construcción que ha considerado parte de los productos que llegaron con los españoles, como lo menciona el autor Pazos (2008) después de la colonización e introducción al continente de varios productos, los indios elaboraban preparaciones con los despojos y vísceras de animales, con el pasar del tiempo estas preparaciones han ido formando parte de la cocina tradicional en platos como:

- Caldo de patas es elaborado con la pata de la res más mote.
- Yahuarlocro sus principales ingredientes están la panza y tripas del borrego, así como su sangre.
- Bille es una sopa cuyo producto principal es el feto de la vaca.

Para elaboraciones de farináceas se encontró 12 preparaciones, dentro de la categoría dulcería y repostería se ubicó a 16 productos, mientras que dentro de la categoría bebidas se incluyó a 12 elaboraciones. Encontrando un total de 92 elaboraciones dentro de los mercados en los que se realizó la investigación, adicionalmente se ha considerado las preparaciones que cuentan con mayor cantidad de puntos de venta, considerando los que tengan 10 o más puestos que los oferten.

En relación al número de puestos que venden la misma preparación (ver Figura 1), encabezan la lista los puestos de jugos naturales, 26 en total que están presentes en los cuatro mercados y notoriamente evidencian que la población quiteña tiene la tradición de acudir a los centros de abasto por su consumo, lo cual es parte de la cultura de la gente; es importante dar a conocer que estos jugos muchas veces son elaborados con ingredientes como: sábila, alfalfa, berro, avena, huevo entre otros.

En segundo lugar, se encuentran los puestos que se dedican a la venta de almuerzos, estos forman parte de la sección sin clasificar debido a que los ingredientes principales de su elaboración varían cada día, la mayor cantidad de estos puestos están ubicados en el Mercado



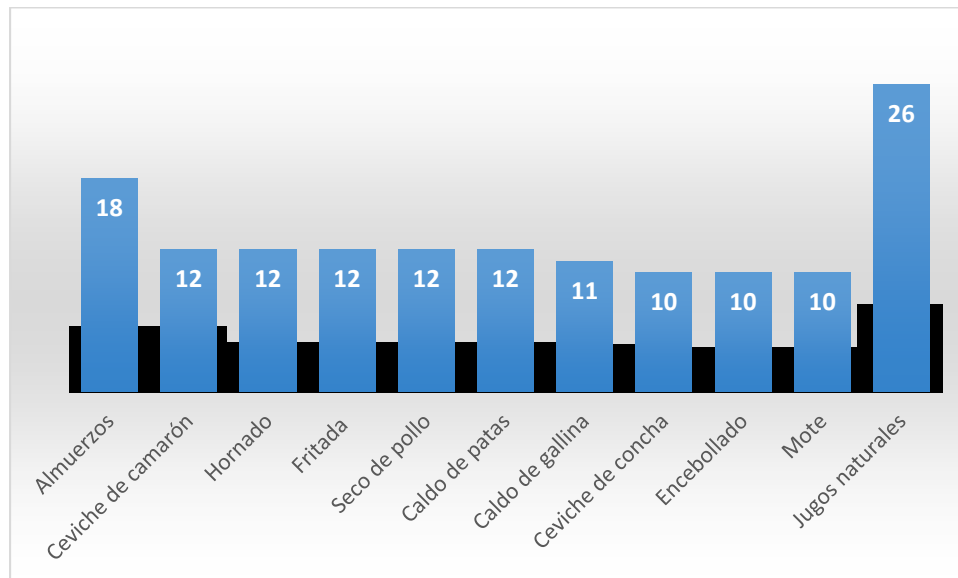


Santa Clara, posiblemente por su ubicación cerca de una universidad pública y oficinas en el sector, también muchos de los comerciantes que venden abastos acuden a estos puestos para alimentarse a la hora del almuerzo. Una característica de estos almuerzos es que siempre se componen de una sopa, un plato fuerte y una bebida sea esta jugo o agua aromáticas.

A estos productos los siguen en orden de oferta los elaborados a base de carne de cerdo con el nombre de fritada y hornado, de este último plato el Mercado Ñaquito es el que mayor cantidad de puestos de venta posee, este mercado es conocido por la venta de hornado con tortillas de papa, mote, lechuga, aguacate, agrio y ají, en presentaciones pequeño, mediano y grande, su precio oscila entre los \$ 3,00 y \$6,00 dólares. un platillo tradicional muy consumido, generalmente su cabeza no se consume, pero llama la atención que El Mercado San Francisco es el único de los mercados estudiados que cuenta con puestos de venta exclusiva de cabezas de cerdo.

### Figura 1

*Número de puestos que venden la misma preparación*



**Fuente:** Investigación propia

### **Platos y bebidas con mayor cantidad de Oferta:**

Dentro de las comidas y bebidas típicas se considera que los elementos más relevantes son los que tiene un mayor reconocimiento, producción y consumo, su elaboración ha sido transmitida de generación en generación de manera oral y práctica, por lo que las personas que atienden estos puestos generalmente conservan la sazón de sus antecesores las formas de elaboración y las costumbres de manejo de los productos (ver Tablas 1 y 2).



**Tabla 1.**

*Alimentos con mayor cantidad de oferta en los mercados de Quito*

<u>Nombre de la preparación</u>	<u>Número de puestos que la ofertan</u>
Almuerzos	18
Ceviche de camarón	12
Hornado	12
Fritada	12
Seco de pollo	12
Caldo de patas	12
Caldo de gallina	11
Ceviche de concha	10
Encebollado	10
Mote	10

Fuente: Elaboración propia, 2020

**Tabla 2.**

*Dulcería y Repostería con mayor cantidad de oferta en los mercados de Quito*

<u>Nombre de la preparación</u>	<u>Número de puestos que lo ofertan</u>
Morocho	3
Come y bebe	3

Fuente: Elaboración propia, 2020

En las Tablas 3, 4 y 5 se muestran los platos, postres y bebidas con mayor oferta dentro de los mercados estudiados por lo que podrían ser considerados como elementos identitarios gastronómicos que también son considerados como típicos es decir lo que el individuo recuerda y añora cuando está fuera de su región y no lo puede degustar Unigarro (2010).

**Tabla 3.**

*Bebidas con mayor cantidad de oferta en los mercados de Quito*



<u>Nombre de la preparación</u>	<u>Número de puestos que lo ofertan</u>
Jugos naturales	26
Aguas aromáticas	8
Batidos de fruta	8

Fuente: Elaboración propia, 2020

## Discusión

Varias investigaciones analizan la importancia de los tradicionales mercados de alimentos a través de su oferta culinaria, el mantenimiento del patrimonio inmaterial y su vínculo con el turismo. Así, Contreras y Medina (2021) mencionan que los que fueron los tradicionales mercados europeos por muchos años se han convertido en lugares renovados y privilegiados para los foráneos dentro de la práctica turística, poniendo en valor los productos y su vinculación con el territorio, así como su asociación a la cultura y el arraigo territorial. Es importante considerar que los mercados de alimentos pueden ser considerados como un atractivo turístico mediante la renovación o reinención, en los más famosos predominan las actividades de marketing experiencial que permiten un acercamiento a la cultura local de la ciudad en la que se ubiquen (García, 2017).

En Bucaramanga – Colombia, Sánchez y Otorola (2020) analizan estrategias como la deconstrucción de platos tradicionales para promover la conservación de las plazas de mercado al ser lugares que ofrecen variedad de platos nacionales como parte del patrimonio cultural. En tanto que, el mercado de Riosucio en Caldas - Colombia, cuenta con una diversidad de patrimonio cultural dentro de las tradiciones culinarias y culturales se destaca el Carnaval del Diablo, celebración bianual que ha permitido el reconocimiento histórico y turísticos, debido a la tradicional oferta gastronómica que se expende (Ocampo, 2021).

Sin embargo, en mercados de la ciudad de Lima como lo explica Espinoza Fiorella (2020), los ejemplos de mercados internacionales con exitosos modelos de gestión turística social y gastronómica están lejos de convertirse en realidad, los propietarios de los puestos no se sienten beneficiados económicamente de los turistas que llegan.

El desarrollo de los destinos turísticos debe contar con ofertas diversificadas que destaquen productos turísticos relacionados con cultura, tradiciones, gastronomía e incluso actividades económicas propias del lugar a visitar, en afán de desarrollar un turismo de calidad (Rodríguez *et al.*, 2021).



En este sentido organismos públicos y privados encargados de velar por la promoción de la gastronomía deben consensuar las intervenciones arquitectónicas, de renovación, visuales y cambios en los procesos de administración de los mercados ubicados en diferentes ciudades de países andinos para revitalizar estos lugares patrimoniales y sensibilizar sobre su rol dentro de la cadena alimenticia. Así como promover el mantenimiento del patrimonio inmaterial a través de las prácticas gastronómicas que en ellos se desarrollan y poder potenciar su visita desde el sector turístico, manteniendo el bienestar común y contribuyendo en el desarrollo económico local.

### **Conclusiones**

En el análisis de las preparaciones con mayor cantidad de puestos que las ofertan, entiéndase también como las de mayor demanda y por lo tanto los platillos y bebidas con los que las personas consumidoras se sienten identificadas en el ámbito gastronómico, se destacan preparaciones que generan un impacto económico para sus elaboradores, permitiéndoles un ingreso para el sustento de sus hogares, éstas preparaciones engloban a la par un conjunto de prácticas de preparación lo cual hace de las mismas un elemento transmisor de cultura.

Es importante que los organismos encargados del control y administración de los mercados de la ciudad evolucionen en su administración y sostenibilidad y sigan ejemplos de reconversión de mercados internacionales, permitiendo la conservación y transmisión del patrimonio y la difusión de la cultura existente a propios y foráneos.

Si bien los alimentos y bebidas y los mercados en los que se comercializan pueden ser considerados como recursos turísticos, el desarrollo de los mercados de la ciudad debe considerarse dentro de planes municipales para que constituyan un recurso turístico accesible y adaptado a las necesidades de la demanda.

### **Conflicto de intereses**

La autora afirma no presentar conflicto de intereses en la presente investigación.

### **Referencias Bibliográficas**

Agencia de Coordinación Distrital de Comercio. (22 de julio de 2020). *Listado de Mercados, Ferias y Plataformas*. Obtenido de <http://www.comercio.quito.gob.ec/direcciones/mercados-ferias-y-plataformas/listado-de-mercados-ferias-y-plataformas>



- Cazamajor, P., y Moya, L. (1984). *Los mercados y ferias de Quito*. Quito: Centro Ecuatoriano de Investigación Geográfica.
- Centro Ecuatoriano de Investigación Geográfica. (1984). *Quito aspectos geográficos de su dinamismo*. Obtenido de [https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins\\_textes/plein\\_textes\\_7/carton01/24049.pdf](https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/plein_textes_7/carton01/24049.pdf)
- Chacón, R., Pérez, C., y Toapanta, K. (2020). Análisis de la oferta gastronómica en los mercados de Tumbaco bajo la perspectiva de patrimonialización. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 5 (3), 220-228.
- Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito. (7 de Mayo de 2019). Registro Oficial. Edición Especial No. 902. Quito, Ecuador.
- CONQUITO. (2017). *Evaluación y planificación del sistema agroalimentario en Quito - Región (Ecuador)*. Quito.
- Contreras, D; Medina, F. (2021). Usos turísticos de los mercados alimentarios: patrimonio cultural y turismo gastronómico en el mercado de Sant Josep de la Boqueria, Barcelona. Montecuzma, Mercados y tianguis en el siglo XXI repensando sus problemáticas.
- Espinoza, F. (2020). El boom gastronómico peruano y los mercados de abasto. Una tarea pendiente. (Tesis de Master). Universitat de Barcelona.
- FAO. (2007). *Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición*. <http://www.fao.org/publications/card/es/c/c99cd61f-4442-59d3-bb57-3e7fada7c35d/>
- García, B. (2017). Los mercados de abastos y su comercialización como producto de turismo de experiencias. El caso de Madrid. *Cuadernos de Turismo* (39).
- Guía, J. (2017). Propuesta metodológica de clasificación y análisis de recetas y recetarios. *CULINARIA Revista virtual especializada en Gastronomía*(13), 43-86.
- Ocampo, Ayda. (2021). Memorias, saberes y sabores: una experiencia culinaria en la plaza de mercado Riosucio, Caldas, Colombia. Turismo y gastronomía. Experiencias en innovación, competitividad y gestión. Universidad Autónoma del estado de México.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (2017). *Guía para el desarrollo de mercados de productores*. México: FAO.
- Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria historia de la cocina quiteña*. (A. Crespo, Ed.) Quito, Ecuador: TRAMA.
- Pazos, S. (2015). Recetarios y manuscritos quiteños del siglo XX influenciados por el manual de la cocinera de Juan Pablo Sanz: los envueltos. *Memorias del VI Congreso de Cocinas Regionales Andinas*, (págs. 128-149). Quito.



Pérez, C., Chacón, R., y Toapanta, K. (2020). Rescate de la gastronomía típica de los mercados del Valle de Tumbaco. *Revista 593 Digital Publisher*, 23-39.

Pérez, E., Rodríguez, A., y Maiello, V. (2016). La transformación de los mercados municipales de Madrid: nuevas fronteras de la gentrificación comercial. *Alteridades*, 26(51), 43-56.

Robalino, J., Zurita, R., Moreno, A. y Peralta, L. (2020). Memorias culinarias y representaciones tradicionales caracterizadas en la cultura ecuatoriana. *Horizontes*, 613-633.

Rodríguez, S. (2014). La transformación de los mercados municipales de Madrid. Análisis legislativo, comercial y económico de los mercados de abastos madrileños. *Territorios en Formación*(7), 86-102.

Rodríguez, Y., García, D., Pons, R y Tanda Y. (2021). Diseño de una ruta turística para el destino Matanzas, que contribuya al desarrollo del turismo urbano. *Revista San Gregorio*, 46, 112-134.

Sánchez, Nancy; Otalora, Silvia. (2020). Propuesta de deconstrucción de platos tradicionales de las plazas de mercado de Bucaramanga. Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Shimizu, T., y Scott, G. (2014). Los supermercados y cambios en la cadena productiva para la papa en el Perú. *Revista Latinoamericana de la papa*, 18(1), 77-103.

Unigarro, C. (2010). *Patrimonio cultural alimentario* (Vol. 4). Quito, Ecuador: Cartografía de la memoria.

Villalba, M. I. (2020). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Revista Cumbres*, 65-82.

**Anexos:**

**Tabla 4.** *Mercados de la ciudad de Quito*

<u>Número</u>	<u>Mercado</u>	<u>Zona</u>
1	Santa Clara	Centro
2	San Roque	Centro
3	Central	Centro
4	América	Centro
5	Toctiuco	Centro
6	San Francisco	Centro
7	Arenas	Centro
8	Conocoto	Los Chillos
9	Carapungo	Norte
10	Calderón	Norte
11	Comité del Pueblo	Norte
12	Carolina	Norte



13	Kennedy	Norte
14	Rumiñahui	Norte
15	Floresta	Norte
16	Cotocollao	Norte
17	Andalucía	Norte
18	Bellavista	Norte
19	Calzado	Sur
20	Michelena	Sur
21	Solanda	Sur
22	Chimbacalle	Sur
23	Chiriyacu	Sur
24	Magdalena	Sur
25	Mena Dos	Sur
26	Caupicho	Sur
27	Las Cuadras	Sur
28	Quinche	Sur

**Tomado de:** Agencia de Coordinación Distrital de Comercio (2020).

**Tabla 5.** *Ferias de la ciudad de Quito*

<u>Número</u>	<u>Feria</u>	<u>Zona</u>
1	Vicentina	Centro
2	Puengasi	Centro
3	San Juan	Centro
4	Tingo	Los Chillos
5	Amaguaña	Los Chillos
6	Pintag	Los Chillos
7	Alangasi	Los Chillos
8	Hospitalaria	Los Chillos
9	San José de Morán	Calderón
10	La Bota	Norte
11	La Luz	Norte
12	San Antonio	Norte
13	Jaime Roldós	Norte
14	Carcelén	Norte
15	Guayllabamba	Norte
16	Lloa	Sur
17	Quito Sur	Sur
18	Gatazo	Sur
19	Ciudadela Ibarra	Sur
20	Guamani	Sur



21	Ecuatoriana	Sur
22	Cumbaya	Tumbaco
23	Tumbaco	Tumbaco
24	Yaruqui	Tumbaco
25	Arenal	Tumbaco
26	Pifo	Tumbaco
27	Puembo	Tumbaco

---

**Tomado de:** Agencia de Coordinación Distrital del Comercio (2020).