



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EL COMERCIO JUSTO Y LOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE RIOBAMBA

Trabajo de Titulación para optar al Título de Licenciado en
Administración de Empresas

Autor:

Sarango Sarango Iván Raúl

Tutor:

Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Sarango Sarango Iván Raúl**, con cédula de ciudadanía **1150494449**, autor del trabajo de investigación titulado: **EL COMERCIO JUSTO Y LOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE RIOBAMBA**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor de la obra referida será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 11 de octubre del 2023.



Sarango Sarango Iván Raúl

C.I:1150494449

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles** catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **EL COMERCIO JUSTO Y LOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE RIOBAMBA**, bajo la autoría de **Sarango Sarango Iván Raúl**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, 11 de octubre de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Angeles', is written over a horizontal line.

Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles

C.I:0602053654

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **EL COMERCIO JUSTO Y LOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE RIOBAMBA**, presentado por **Sarango Sarango Iván Raúl**, con cédula de identidad número **1150494449**, bajo la tutoría de Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 31 de octubre de 2023

Ing. Francisco Pérez PhD
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Francisco Pérez', written over a horizontal line.

Mgs. Katherine Guerrero
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Katherine Guerrero', written over a horizontal line.

Mgs. Rosalina Balanzategui
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rosalina Balanzategui', written over a horizontal line.



CERTIFICACIÓN

Que, **Sarango Sarango Iván Raúl** con CC: **115049444-9**, estudiante de la Carrera Administración de Empresa, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado” **EL COMERCIO JUSTO Y LOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE RIOBAMBA**”, cumple con el 11%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio URKUND, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 25 de octubre de 2023.



Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles
TUTOR(A)

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios, por darme la fuerza y salud para cumplir con mis sueños. A mi abuelita Rosa y a mi madre Sara, por su sacrificio, su guía y su apoyo incondicional en cada uno de mis objetivos. A mi hermano Johny y mi mejor amiga Dayana, por cada uno de sus consejos y por ser las personas que me impulsan a seguir mejorando en mi vida. Gracias por creer en mí y por todas sus palabras de aliento.

Sarango Sarango Iván Raúl

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme la vida y la sabiduría para cumplir con mis objetivos. A toda mi familia por todos los valores que inculcaron y por enseñarme la dignidad del trabajo, a la Universidad Nacional de Chimborazo y a todos mis maestros los cuales han sido una guía en mi formación como persona y profesional, de igual manera agradezco a mis amigos (W-B-J-M) por su amistad, lealtad y compañerismo desde el momento en el que llegue a esta Ciudad. Muchas gracias a todas las personas que me ayudaron a culminar este objetivo.

Sarango Sarango Iván Raúl

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTOR

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTI-PLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I21

1 INTRODUCCION.....21

1.1 Problema..... 22

1.1.1. Planteamiento del problema..... 22

1.1.2. Formulación del problema 23

1.1.3. Justificación 24

1.2 Objetivos 25

1.2.1. Objetivo General..... 25

1.2.2. Objetivos específicos 25

CAPÍTULO II26

2	MARCO TEÓRICO.....	26
2.1	Antecedentes	26
2.2	Marco teórico.....	28
2.2.1.	Comercio justo.....	28
2.2.1.1.	Concepto de comercio justo	28
2.2.1.2.	Beneficios del comercio justo	29
2.2.1.3.	Normativa en el Ecuador sobre el comercio justo.....	30
2.2.1.4.	Principios del comercio justo	31
2.2.1.4.1	Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas ..	32
2.2.1.4.2	Transparencia y responsabilidad.....	32
2.2.1.4.3	Prácticas comerciales justas.....	32
2.2.1.4.4	Pago de un precio justo.....	33
2.2.1.4.5	Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso	33
2.2.1.4.6	Compromiso con la igualdad social, equidad de género y libertad de asociación.....	34
2.2.1.4.7	Asegurar buenas condiciones de trabajo	34
2.2.1.4.8	Facilitar el desarrollo de capacidades	35
2.2.1.4.9	Promoción del Comercio Justo.....	35
2.2.1.4.10	Respeto por el medio ambiente.....	35
2.2.2.	Emprendimiento.....	36

2.2.2.1. Concepto de emprendimiento.....	36
2.2.2.2. Tipos de Emprendimientos.....	37
2.2.2.2.1 Emprendimientos pequeños.....	37
2.2.2.2.2 Emprendimientos escalables.....	37
2.2.2.2.3 Emprendimientos grandes	37
2.2.2.2.4 Emprendimientos sociales	38
2.2.2.2.5 Emprendimiento innovador	38
2.2.2.2.6 Emprendimiento oportunista	38
2.2.2.2.7 Emprendimiento incubador	39
2.2.2.2.8 Emprendimiento de imitación	39
2.2.2.2.9 Emprendimiento privado	39
2.2.2.2.10 Emprendimiento público	40
2.2.2.2.11 Emprendimiento individual	40
2.2.2.2.12 Emprendimiento en grupo	40
2.2.2.3. Emprendimiento y Sector Productivo	40
2.2.2.3.1 Sector primario:	41
2.2.2.3.2 Sector secundario:.....	41
2.2.2.3.3 Sector terciario:.....	41
2.2.2.4. Normativa Sobre Emprendimiento en el Ecuador.....	41
CAPÍTULO III.....	43

3	METODOLOGIA.....	43
3.1	Método	43
3.1.1.	Pasos del método:	43
3.1.1.1.	Observar el fenómeno a estudiar.....	43
3.1.1.2.	Identificación del problema.....	43
3.1.1.3.	Formulación de la hipótesis.....	43
3.1.1.4.	Deducir consecuencias elementales de la hipótesis	44
3.2	Tipo de Investigación.....	44
3.2.1.	Investigación bibliográfica o documental.....	44
3.2.2.	Investigación descriptiva	44
3.2.3.	Investigación de campo.....	45
3.3	Diseño de la investigación.....	45
3.3.1.	Investigación no experimental	45
3.3.2.	Hipótesis	45
3.4	Población y Muestra.....	46
3.4.1.	Población.....	46
3.4.2.	Muestra	46
3.5	Técnicas e Instrumentos.....	47
3.5.1.	Técnica.....	47
3.5.2.	Instrumento	48

3.6	Técnicas de Procesamiento De La Información.....	48
3.7	Análisis y Discusión De Resultados.....	48
CAPÍTULO IV.....		49
4	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
4.1	Análisis e interpretación de la encuesta	49
4.1.1.	Género.....	49
4.1.2.	Edad	50
4.1.3.	Nivel de educación.....	51
4.1.4.	¿Sabe usted qué es el comercio justo?	53
4.1.5.	¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?.....	54
4.1.6.	A su parecer en su emprendimiento aplica los principios de comercio justo	55
4.1.7.	¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?.....	56
4.1.8.	¿Conoce uste si existe otros emprendimientos dentro de la ciudad que se dedique a la su misma actividad?	58
4.1.9.	Qué tipo de financiamiento tiene su emprendimiento.	59
4.1.10.	¿Cómo garantiza usted su seguridad y salud dentro de su emprendimiento?.....	61
4.1.11.	Su emprendimiento cumple con la debida regularización y normativas de funcionamiento.....	62
4.1.12.	¿Cuáles son las causas a su parecer de la informalidad en los emprendimientos?.	64

4.1.13.	¿Cómo emprendedor pertenece algún proyecto u asociación de emprendimientos de la ciudad de Riobamba?	65
4.1.14.	¿Recibe capacitaciones por parte de la municipalidad o prefectura sobre temas de comercio justo?	67
4.1.15.	¿Considera que aplicar los principios de comercio justo dentro de su emprendimiento ayudaría a mejorar su nivel de ventas e ingresos mensuales?	68
4.1.16.	¿Señale el valor estimado de sus ingresos mensuales dentro de su emprendimiento? 70	
4.1.17.	¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?.....	71
4.1.18.	¿Cree que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda ser sostenible en el tiempo?	73
4.2	Comprobación de la Hipótesis	74
CAPÍTULO V.....		76
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
5.1	Conclusiones:	76
5.2	Recomendaciones:.....	77
CAPÍTULO VI.....		78
6	PROPUESTA	78
6.1	Introducción	78
6.2	Objetivos	78
6.2.1.	Objetivo general.....	78

6.2.2.	Objetivos específicos	78
6.3	Desarrollo de estrategias	79
7	BIBLIOGRAFÍA	81
8	ANEXOS	86

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1	Género	49
Tabla 2	Edad.....	50
Tabla 3	Nivel de educación	51
Tabla 4	¿Sabe usted qué es el comercio justo?.....	53
Tabla 5	¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?	54
Tabla 6	A su parecer en su emprendimiento aplica los principios de comercio justo.....	55
Tabla 7	¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?	56
Tabla 8	¿Conoce usted si existe otros emprendimientos dentro de la ciudad que se dedique a la su misma actividad?.....	58
Tabla 9	Qué tipo de financiamiento tiene su emprendimiento.....	59
Tabla 10	Como garantiza usted su seguridad y salud dentro de su emprendimiento	61
Tabla 11	Su emprendimiento cumple con la debida regularización y normativas de funcionamiento.	62
Tabla 12	¿Cuáles son las causas a su parecer de la informalidad en los emprendimientos?.....	64
Tabla 13	¿Como emprendedor pertenece algún proyecto u asociación de emprendimientos de la ciudad de Riobamba?.....	65
Tabla 14	¿Recibe capacitaciones por parte de la municipalidad o prefectura sobre temas de comercio justo?.....	67
Tabla 15	¿Considera que aplicar los principios de comercio justo dentro de su emprendimiento ayudaría a mejorar su nivel de ventas e ingresos mensuales?	68

Tabla 16	¿Señale el valor estimado de sus ingresos mensuales dentro de su emprendimiento?	70
Tabla 17	¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?.....	71
Tabla 18	Cree que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda ser sostenible en el tiempo	73
Tabla 19	Resumen de procesamiento de los casos	75
Tabla 20	Frecuencia esperada procesamiento de casos	75
Tabla 21	Prueba Chi-cuadrado	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Genero	49
Figura 2	Edad.....	50
Figura 3	Nivel de educación	52
Figura 4	¿Sabe usted qué es el comercio justo?.....	53
Figura 5	¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?	54
Figura 6	A su parecer en su emprendimiento aplica los principios de comercio justo.....	55
Figura 7	¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?	57
Figura 8	¿Conoce usted si existe otros emprendimientos dentro de la ciudad que se dedique a la su misma actividad?.....	58
Figura 9	Qué tipo de financiamiento tiene su emprendimiento.....	60
Figura 10	Como garantiza usted su seguridad y salud dentro de su emprendimiento	61
Figura 11	Su emprendimiento cumple con la debida regularización y normativas de funcionamiento.	63
Figura 12	¿Cuáles son las causas a su parecer de la informalidad en los emprendimientos?.....	64
Figura 13	¿Como emprendedor pertenece algún proyecto u asociación de emprendimientos de la ciudad de Riobamba?.....	66
Figura 14	¿Recibe capacitaciones por parte de la municipalidad o prefectura sobre temas de comercio justo?.....	67
Figura 15	¿Considera que aplicar los principios de comercio dentro de su emprendimiento ayudaría a mejorar su nivel de ventas e ingresos mensuales?	69

Figura 16 ¿Señale el valor estimado de sus ingresos mensuales dentro de su emprendimiento?

70

Figura 17 ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?.....72

Figura 18 Cree que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda sostenible en el tiempo.73

RESUMEN

Para el desarrollo de la presente investigación se tuvo como objetivo determinar cómo influye el comercio justo en los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba; ya que así los emprendedores de la ciudad podrán incorporar dentro de sus actividades estos principios.

Metodológicamente se utilizó el método hipotético – deductivo, dado que este método permite plantear hipótesis, que mediante el desarrollo de la investigación se llegó a comprobar la misma. La presente investigación es de tipo descriptiva, de campo y bibliográfica y con un diseño no experimental, la población de estudio fueron los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba por lo que se trabajó con una muestra de 180 emprendimientos, la técnica que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta con su instrumento el cuestionario, para el procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS.

En cuanto a los resultados obtenidos se pudo presentar conclusiones y recomendaciones dando respuesta a cada uno de los objetivos planteados además se ha visto factible desarrollar una propuesta de estrategias orientadas a los emprendedores con el fin de fomentar el comercio justo en sus prácticas comerciales.

Palabras clave: Comercio, Igualdad, Trabajo, Reciprocidad, Transparencia, Sostenibilidad, Desarrollo, Oportunidades

ABSTRACT

For the development of this research, the objective was to determine how fair-trade influences local businesses in the city of Riobamba; this way, the city's entrepreneurs can incorporate these principles into their activities.

Methodologically, the hypothetical-deductive method was used since this method allows us to pose hypotheses, which, through the development of the research, were verified. The present analysis is descriptive, field, and bibliographic, and with a non-experimental design; the study population was the local enterprises of the city of Riobamba, so we worked with a sample of 180 enterprises. The technique used to collect the information was the survey with its instrument, the questionnaire, and the SPSS statistical program was used to process the data.

Regarding the results obtained, conclusions and recommendations are based on responses to each objective set. Furthermore, it has been found feasible to develop a proposal of strategies aimed at entrepreneurs to promote fair trade in their commercial practices.

Keywords: Trade, Equality, Work, Reciprocity, Transparency, Sustainability, Development, Opportunities



Reviewed by:

Mgs. Sofia Freire Carrillo

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604257881

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCION

El comercio justo es un sistema comercial que está enfocado a mejorar la calidad de vida de los emprendedores y consumidores a través del dialogo, transparencia y respeto, buscando así oportunidades de desarrollo para los productores con desventaja económica, en comparación a los actores que dominan el mercado, por ende, el objetivo de esta investigación fue determinar cómo influye el comercio justo en los emprendimientos locales de Riobamba. Mediante la búsqueda de información que permitió conocer los aspectos importantes del comercio justo en los emprendimientos, además de reconocer los principales problemas que no permiten que esta práctica se desarrolle adecuadamente dentro de la localidad.

De igual manera se estudió qué de emprendimientos de Riobamba cumplen con los principios que establece la Organización Mundial del Comercio Justo como son, la creación de oportunidades para organizaciones productoras marginadas económicamente, transparencia y responsabilidad, prácticas comerciales justas, pago justo, garantizar la ausencia de trabajo infantil y de trabajo forzoso, compromiso con la no discriminación, equidad de género, el empoderamiento económico de las mujeres y la libertad de asociación, garantizar buenas condiciones de trabajo, favorecer el desarrollo de capacidades, promoción del comercio justo, acción climática y protección del ambiente. Así mismo se midió el número de capacitaciones que reciben los emprendedores sobre estos principios y cuáles han sido las ventajas de aplicar en sus emprendimientos.

Por otra parte, los emprendedores del cantón Riobamba podrían aplicar las estrategias de comercio justo frente a las desigualdades que actualmente se están desarrollando en la ciudad logrando disminuir intermediarios y generando enlaces directos entre el productor y el consumidor mejorar su sostenibilidad y desarrollo económico.

El fortalecimiento de los emprendimientos locales traerá consigo efectos positivos como la creación de nuevas fuentes de trabajo, incremento económico de las familias, desarrollo de habilidades, diversificación económica, innovación, entre otros aspectos que ayudaran a mejora la calidad de vida de los emprendedores locales.

1.1 Problema

1.1.1. Planteamiento del problema

El comercio justo es una actividad enfocada a la no explotación laboral, el justo pago por un trabajo, la igualdad de oportunidades, además se encarga de estrechar la brecha entre el productor y el consumidor, por lo que se puede notar que estas prácticas comerciales no se están aplicando dentro de los emprendimientos de Riobamba.

La falta de capacitación de los emprendedores de Riobamba genera que no desarrollen planes de negocios adecuados, provocando que su emprendimiento no pueda ser sustentable en el tiempo, esto hace que gran parte de emprendedores de la ciudad, estén enfocados en generar ingresos económicos sin considerar si el servicio o producto que están ofreciendo recibe el pago justo por parte del consumidor.

Por otro lado, el limitado acceso las ferias promovidas por el gobierno provincial y municipal, hace que el emprendedor riobambeño no cuente con un lugar en el que pueda presentar su idea de negocio y mucho menos vender sus productos, provocando que trabajen en condiciones inseguras e informales, no garantizando así su salud y seguridad, algo que no va de acuerdo con los principios del comercio justo, que son garantizar buenas condiciones de trabajo fomentando el bienestar de los productores, todos estos aspectos de dan a pesar de que existen puestos vacantes en los mercados de la ciudad, que no están utilizados adecuadamente.

De igual manera el comercio informal forma parte del problema para que no se desarrolle un comercio justo dentro de la ciudad, afectando directamente a los emprendimientos que están debidamente registrados, causando pérdidas y desequilibrios entre los precios debido a la competencia desleal que genera.

Por otra parte, el ingreso de productos de otras ciudades o provincias sin un adecuado control de precios ocasiona que los emprendimientos se vean afectados ya que estos llegan a menor precio y no declaran impuestos.

La poca información oficial, además del desinterés del mismo emprendedor en regularizar sus emprendimientos provoca un descontrol en el que no se puede crear indicadores que ayuden a generar proyectos óptimos que estén encaminados hacia desarrollo de emprendimientos que mantengan un comercio justo.

Teniendo presente lo mencionado es importante fortalecer en los emprendedores los principios del comercio justo, para que así su producto o servicio obtenga el valor y reconocimiento merecido por parte de los consumidores, logrando así un bienestar social y económico.

Actualmente existen veinticinco emprendimientos en el programa denominado Plaza Vida el cual está enfocado al comercio justo, mismo que está dirigido por el GADM-Riobamba cuyo objetivo es ayudar a los productores agrícolas más desfavorecidos garantizándoles un espacio en el que puedan desarrollar sus actividades en base a los principios del comercio justo, algo que fortalecerá al desarrollo productivo de la ciudad de Riobamba.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo el comercio justo influye en los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba?

1.1.3. Justificación

Riobamba es la primera ciudad del Ecuador en ser reconocida por su comercio justo, fue declarada así en el año 2016 por la Organización de Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo, además está entre las diez poblaciones latinoamericanas que impulsan este movimiento de desarrollo sostenible, cuyo objetivo principal es estrechar las brechas entre el productor y el consumidor.

El comercio justo es un movimiento fundamental para el desarrollo de los productores y emprendedores más desfavorecidos, por ende, esta investigación es de gran importancia, pues permitirá determinar cómo incide el comercio justo en los emprendimientos de la ciudad de Riobamba.

La ejecución de la presente investigación es relevante debido a que permitió conocer como los emprendedores de la ciudad de Riobamba están aplicando los principios del comercio justo, así aportar mediante este estudio estrategias que posibiliten a los emprendedores mejorar en los procesos de comercialización, donde exista una relación directa entre el ofertante y el demandante. Esta investigación es factible debido a que se cuenta con material bibliográfico necesario e información de los emprendimientos que están registrados en el GAD Riobamba y el GAD Provincial de Chimborazo, información que fue de gran utilidad para determinar, identificar y establecer estrategias de comercio justo.

Los beneficiarios de esta investigación son los emprendedores de la Ciudad de Riobamba, debido a que los resultados este proyecto influirán directamente en sus actividades comerciales, incorporando los principios y estrategias de comercio justo en cada uno de emprendimientos, para que así los emprendedores puedan mejorar su productividad, competitividad y valoración por parte del consumidor.

1.2 Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Determinar cómo influye el comercio justo en los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba

1.2.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el comercio justo en los emprendimientos de Riobamba.
- Identificar la influencia de los procesos y principios de comercio justo en el desarrollo de los emprendimientos locales.
- Formular estrategias basadas en el comercio justo para los emprendimientos locales de Riobamba.

CAPÍTULO II.

2 MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes

Existen varios estudios sobre el tema en desarrollo, realizados en diferentes campos tanto a nivel local, nacional e internacional, debido a que el comercio justo actualmente está enfocado en el desarrollo de prácticas comerciales equilibradas donde el emprendedor mantenga un estrecho vínculo con el consumidor.

(Comet 2020) en su investigación El Comercio Justo como herramienta para impulsar el Consumo Sostenible y la Compra Pública Ética, plantea el objetivo de impulsar un modelo de producción que contribuye al Desarrollo Sostenible e inclusivo en el marco de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, llegando a la conclusión de que el Comercio Justo y sus 10 principios se prestan a ser un aliado estratégico para alcanzar los ODS y favorecer un modelo de desarrollo más inclusivo, justo y sostenible. Concluyendo que la contribución directa incide en un 15% de las metas establecidas en los ODS, destacando por la transversalidad de su impacto en varios de los ODS, en especial, aquellos que pretenden erradicar la pobreza extrema, favorecer la equidad de género y consolidar redes mundiales para el Desarrollo Sostenible (p.7)

Según Aguilar, et al. (2021) en su trabajo de investigación sobre Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola, con el objetivo de conocer cómo la aplicación de los principios del comercio justo permite mejorar el sistema de comercialización del tomate riñón en beneficio de los agricultores de la parroquia Licto, concluye que el comercio justo se constituye en un sistema comercial social, solidario y lo más importante alternativo para los productores menos favorecidos en la dinámica comercial, por ello existe un movimiento global

de productores, cuya producción puede ser adquirida en diferentes lugares convencionales a precios accesibles.

Según (Rosales, 2019) en su investigación: emprendimiento y desarrollo humano: Un análisis internacional desde el enfoque de capacitaciones humanas, planteándose el objetivo de analizar el emprendimiento y el desarrollo humano desde el enfoque de las capacitaciones., llegando a la conclusión de que existen un consenso en afirmar que el concepto de desarrollo está en constante construcción, que busca el progreso y el bienestar social y este, va cambiando en la medida que lo hacen las relaciones sociales de producción, distribución y consumo de los bienes y servicio.

(Mullo, 2022) en su investigación Los Emprendimientos como alternativa de Desarrollo Local en el cantón Guamote, provincia de Chimborazo, con el objetivo de analizar el impacto de los emprendimientos en el desarrollo local, concluyendo que el emprendimiento fortalece al desarrollo local en la generación de empleo, mejorando el nivel de vida de la población basado en equidad, participación comunitaria y economía solidaria.

Según los estudios planteados se puede decir que todos estos autores concuerdan que el comercio justo ayuda a que las personas que pertenecen a los sectores económicos más vulnerables puedan alcanzar un crecimiento apropiado buscando siempre el bienestar socioeconómico de la localidad en la que desarrollan sus actividades, mediante la correcta aplicación de relaciones comerciales equitativas.

Los estudios expuestos sobre el emprendimiento manifiestan que desempeña un papel crucial para el desarrollo social y económico de las personas, siempre y cuando estas cuenten con el apoyo necesario y el desarrollo constante de habilidades. Logrando así el desarrollo local y bienestar social.

2.2 Marco teórico.

Se fundamentará a través de diferentes conceptos que permitirán entender como el comercio justo incide en los emprendimientos locales de Riobamba.

2.2.1. Comercio justo

2.2.1.1. Concepto de comercio justo

Según la (WFTO, 2022) lo define como un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y respeto, que persigue una la equidad en el comercio internacional, tomando en cuenta aspectos sociales y ambientales. Este sistema contribuye al desarrollo sostenible mejorando las condiciones comerciales y garantizando los derechos de los productores y trabajadores con menos oportunidades en el mercado, especialmente en los países en vías de desarrollo.

Según la (CECJ, 2021) Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo define al comercio justo como “una práctica responsable de comercio en la que interactúan productores y consumidores para ser partícipes de una forma de alternativa de vida con justicia económica y social”

Por otro lado, (Marco & Nanno, 2017) definen que comercio justo es un movimiento socioeconómico global, que propone una forma diferente de entender las relaciones económicas y comerciales, que nació como una solución aquellas relaciones comerciales que no contribuyen al desarrollo sostenible, en términos de reducción de la pobreza y las desigualdades, respeto de los derechos humanos y por la naturaleza, entre otros. En muchas relaciones comerciales convencionales existen escasas oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores, campesinos o artesanos. Ellos se encuentran en desventaja económica y social respecto a los actores que dominan el mercado (p.19).

Según (Andrade, 2017) expresa que el comercio justo o la economía popular y solidaria es el buen vivir del ser humano, manteniendo un respeto y armonía con la naturaleza, mediante un proceso en donde las personas pasan de condiciones degradantes a condiciones más dignas, en términos de calidad de vida. Enfocando el desarrollo integral de las personas, tomando en cuenta aspectos económicos, cognitivos, espirituales, culturales, ecológicos en que se desempeñan.

Según Maestre et al. (2022) el comercio justo es un movimiento con la posibilidad de crear relaciones y estrategias comerciales entre los consumidores y productores y a su vez brindar mejores beneficios económicos y financieros a los pequeños productores por ofertar sus productos con etiquetas que garanticen su trabajo. Generando un futuro favorable para las personas que participan en esta cadena productiva.

2.2.1.2. Beneficios del comercio justo

El comercio justo permite a los pequeños productores fortalecer sus capacidades organizacionales, productivas, comerciales y financieras mediante un mercado y precio seguro, sin depender de las fluctuaciones económicas y principalmente de los intermediarios. El principal beneficio para los consumidores es que adquieran un producto de alta calidad, ingredientes saludables, con certificación orgánica. Y para los productores obtener mayores ingresos al comercializar sus productos de forma directa (Palagi, 2017).

Según (Andrade, 2017) menciona que el comercio justo garantiza un salario digno para los productores de zonas empobrecidas, mejorando sus condiciones laborales, además de sus condiciones de vida, mediante la obtención de productos de calidad que garanticen el respeto de los derechos de los trabajadores y del medio ambiente.

El comercio justo al establecer una nitidez comercial y genera confianza abre nuevas ventanas en las cadenas de producción y suministros, ampliando la participación en la toma de decisiones y mejorando la ética laboral. Además facilita el desarrollo de capacidades y habilidades para brindar oportunidades y promover el talento humano mediante el respeto y la observancia de políticas humanas, ambientales y de consumo.

Por otro lado desecha la competencia desleal y protege producciones con sello de individualidad promoviendo la calidad no solo del producto sino personal, conceptual, de elaboración y productiva. Dignificando a la persona, etiquetando un sello humano al producto. De igual manera facilita la creación de asociaciones, generando mayor solidaridad productiva y una materia prima garantizada que ha creado más conciencia en el consumidor. (MAKI FAIR TRADE, 2017)

2.2.1.3. Normativa en el Ecuador sobre el comercio justo

En la actualidad, la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) está presente en 12 países de Latinoamérica, donde Ecuador forma parte de esta organización con miembros certificados que tienen como misión los principios de comercio justo, por lo que existe normativas para promover el comercio justo o la economía popular y solidaria.

La (Constitución de la República del Ecuador, 2008) declara dentro los objetivos de Régimen de Desarrollo (Art 276), Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución gualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

De igual manera dentro de la política comercial manifiesta que el Ecuador tiene como objetivo (Art.304,5) “impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.”

Por otro lado (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Art .336) manifiesta que el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. Además asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

De igual forma la (Ley Organica de la Economía Popular y Solidaria, 2023, Art. 1) indica que la economía popular y solidaria como forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y a acumulación de capital.

En base a los artículos expuestos se puede determinar que en el Ecuador existen leyes que garantizan una economía justa y equitativa, mismas que están enfocadas a que el emprendedor o productor, pueda desarrollar sus actividades en igualdad de condiciones y oportunidades, tratando de evitar la intermediación, donde la distribución de los beneficios sea igualitaria entre el productor y el comprador, fortaleciendo así la solidaridad y garantizando la sustentabilidad de los recursos.

2.2.1.4. Principios del comercio justo

La Organización Mundial del Comercio Justo establece 10 principios para garantizar el desarrollo de que productores y trabajadores desfavorecidos.

2.2.1.4.1 Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas

Uno de los objetivos principales de la organización es reducir la pobreza mediante el comercio, brindar apoyo a los productores desfavorecidos y marginados, para que pasen de la pobreza a mantener una autosuficiencia económica, disminuyendo la inseguridad de sus ingresos. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.2 Transparencia y responsabilidad

Busca garantizar la transparencia en cada una de sus etapas de la cadena de suministros además de garantizar la confidencialidad de la información comercial que le es proporcionada, la organización se encarga de encontrar medios apropiados y participativos para que los empleados, miembros y productores se involucren en la toma de decisiones. Los canales de comunicación son eficientes y confiables para que la información sea proporcionada a todos los niveles de la cadena de suministros y a todos los socios comerciales. Se fomenta la rendición de cuentas y la trazabilidad de los productos para asegurar que estos cumplan con los estándares del comercio justo. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.3 Prácticas comerciales justas

Preocuparse por el bienestar social económico y ambiental al momento de comercializar los productos de los productores sin buscar beneficios a expensa de ellos, es uno de los principales propósitos de la organización.

La solidaridad, confianza, responsabilidad y respeto contribuyen a que la organización mantenga relaciones a largo plazo, lo que a su vez asegura el crecimiento del comercio justo y la apertura a nuevos compromisos comerciales.

Los compradores de comercio justo reconocen las desventajas financieras que enfrentan los productores por lo que garantizan el pago y la prefinanciación sin interés con un prepagó del 50%,

cuando los proveedores reciben el prepago de las entidades compradoras se aseguran de que este pago se transfiera a quienes fabrican o cultivan los productos.

Los compradores antes de cancelar o rechazar los pedidos consultan a los proveedores o productores y acuerdan una compensación por el trabajo ya realizado. Por otro lado, si las cualidades y cantidades entregadas por el proveedor o productor no coinciden con lo solicitado estos aseguran una compensación.

Promover y proteger la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores reflejados en sus diseños artesanales, productos y otros servicios relacionados es fundamental para que la organización pueda garantizar la inclusión y la libertad de asociación. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.4 Pago de un precio justo

El dialogo y la participación continua entre el productor y el comprador, para acordar un precio justo que pueda ser sostenido por el mercado, es uno de los principales objetivos de la organización, debido a que un pago justo significa un salario y un beneficio justos para los productores asegurando así una producción sostenible, que les proporcione un ingreso digno que mejore su calidad de vida. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.5 Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso

Los derechos de los niños son primordiales dentro de la organización, por ende, se adhiere a la convención de la ONU, legislaciones nacionales y locales para certificar que los productos que se ofrecen los productores garanticen la ausencia de trabajo infantil y forzoso en su mano de obra.

Las organizaciones que compran se aseguran de que éstas cumplen con la convención de la Organización de las Naciones Unidas. Y cualquier participación de menores en la producción de

comercio justo ya sea por aprendizaje de una arte o artesanía tradicional siempre es comunicada y monitoreada, no afectando de forma negativa al bienestar, seguridad, educación y necesidad de jugar de los niños. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.6 Compromiso con la igualdad social, equidad de género y libertad de asociación.

Promover la igualdad de género y la no discriminación en todas las etapas de la cadena de suministros. La organización busca garantizar que exista igualdad al momento de la contratación, remuneración, acceso a la capacitación y la no exclusión por motivos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, genero, orientación sexual, pertenecía a un sindicato, afiliación política, HIV/SIDA, estatus o edad, entre otros.

La igualdad de oportunidades para las mujeres y los hombres a desarrollar sus habilidades que garantice la capacidad de ascender a los cargos de liderazgo en la organización.

La organización respeta el derecho de todos los empleados de formar asociaciones y afiliarse o formar sindicatos y negociar colectivamente, garantizando que las personas que forman la organización no sean objeto de discriminación en el lugar de trabajo. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.7 Asegurar buenas condiciones de trabajo

Proporcionar un entorno de trabajo seguro y saludable para las personas trabajadoras y productoras cumpliendo con las leyes nacionales y locales y los convenios de la OIT sobre seguridad y salud. De igual forma la organización cumple los horarios y condiciones de trabajo de los empleados y productores/as

Las organizaciones del comercio justo son conscientes de las condiciones de salud y seguridad de los productores y proveedores a los que compran, por lo que de manera continua trabajan en la concientización de la salud y seguridad para mejorar en nivel de vida. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.8 Facilitar el desarrollo de capacidades

Fortalecer y mejorar el desarrollo de las habilidades y capacidades las personas productoras y trabajadoras, desarrollando actividades específicas para ayudarlos a mejorar sus habilidades de gestión, su capacidad de producción y de acceso a los mercados locales, regionales e internacionales de comercio justo y/o convencionales.

Las organizaciones compradoras brindan asistencia a las organizaciones de comercio justo para desarrollar su capacidad y apoyar a los productores marginados con quienes trabajan. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.9 Promoción del Comercio Justo

Crear conciencia sobre el comercio justo y de la necesidad de justicia en el comercio, proporcionando información sobre sí misma, los productos que comercializa los grupos de productores y las personas que cultivan los productos utilizando las técnicas y marketing honestas. además, promueve el emprendimiento y brinda la oportunidad de participar activamente en la toma decisiones que afectan sus vidas y comunidades, desarrollando sus habilidades, capacidades y educación para fortalecer su autonomía. (WFTO, 2023)

2.2.1.4.10 Respeto por el medio ambiente

Minimizar los impactos ambientales mediante el uso de plaguicidas orgánicos o de bajo uso de pesticidas en los métodos de producción, además de utilizar tecnologías con energías renovables que reduzcan las emisiones de gases de efecto invernadero minimizando así el impacto de residuos sobre el medio ambiente.

Los compradores e importadores de los productos de comercio justo dan prioridad a la compra de productos elaborados con materias primas que cuiden el medio ambiente, ya sean estos embaces diseñados para facilitar su reciclado, reutilización o descomposición de manera orgánica cuidando así el ambiente y reduciendo la contaminación. (WFTO, 2023)

2.2.2. Emprendimiento.

2.2.2.1. Concepto de emprendimiento

Emprendimiento, definen al emprendimiento como el estudio de una necesidad de un producto, servicio, un bien de uso colectivo. Del cual las personas que estudian la posibilidad proceden a fabricarlos y negociarlos organizándose e invirtiendo recursos, asumiendo riesgos con el propósito de crear un beneficio en la comunidad y solucionando la necesidad que se estudió previamente. (Pérez et al., 2019)

Según (Chávez et al., 2017) definen al emprendimiento como el proceso basado en una iniciativa de una persona o grupo de personas cuyo propósito es generar ingresos mediante el desarrollo de un proyecto de negocio que este asociado al crecimiento económico.

El emprendimiento es importante para el desarrollo de un país , evidenciándose en los beneficios que recibe la sociedad de los emprendedores, no solo es hacer referencia a la resolución de problemas del consumidor, la satisfacción necesidades y aprovechamiento de oportunidades del mercado, sino también, es reconocer su aporte en la generación de empleos, el desarrollo de políticas públicas para fomentar el emprendimiento, fomento de habilidades, la promoción de una sociedad inclusiva cuya participación se dé de forma equitativa, la innovación de procesos y productos, además del crecimiento económico del país. (Avila, 2021)

Por otro lado (Alvarez et al., 2021) definen al emprendimiento como el desarrollo de un proyecto que busca un determinado fin económico, político, social, que posee características únicas y principalmente mantiene una cuota de innovación e incertidumbre. Ya sea ofreciendo un producto o servicio o partiendo de una idea innovadora en busca de beneficios propios.

2.2.2.2. Tipos de Emprendimientos

2.2.2.2.1 Emprendimientos pequeños

Son todos aquellos emprendimientos de menor escala en términos de tamaño, alcance y recursos, generalmente estos emprendimientos son gestionados por una o pocas personas, usualmente familiares con el objetivo de generar ingresos y satisfacer las necesidades del mercado. Son negocios como tiendas de abarrotes, peluquerías carpinterías, tiendas en línea, artesanía entre otros.

2.2.2.2.2 Emprendimientos escalables

El emprendimiento escalable son pequeños negocios en su inicio, pero se basan en un modelo de negocio o proyecto que puede replicarse y expandirse de manera significativa y sostenible en un periodo relativamente corto. A medida que este emprendimiento crece no aumenta proporcionalmente a sus ingresos, lo que genera mayor rentabilidad a corto plazo.

2.2.2.2.3 Emprendimientos grandes

Los emprendimientos grandes se refieren a grandes proyectos de gran envergadura con ciclos de vida finito, que generalmente implica un alto capital inicial, recursos y alcance. Estos emprendimientos suelen tener un impacto significativo en la economía debido a su diversidad de operaciones en industrias y sectores, por lo que deben mantenerse informados de los cambios del mercado para realizar innovación de los productos y servicios para crecer en el tiempo.

2.2.2.2.4 Emprendimientos sociales

El propósito de este emprendimiento es generar un impacto positivo en la sociedad o el medio ambiente, de igual forma de mantener una sostenibilidad financiera que le permita contribuir a su misión social. Suelen ser emprendimiento sin fines de lucro que tienen como objetivo la innovación en el campo de la educación, derechos humanos, salud, pobreza, igualdad de género y protección del medio ambiente.

2.2.2.2.5 Emprendimiento innovador

Son emprendimientos que se caracterizan por introducir nuevas ideas, productos, servicios, procesos o modelos para generar a una ventaja competitiva al momento de entrar en el mercado. Estos emprendimientos utilizan la creatividad, diferenciación y tecnología para crear modelos de negocios innovadores, resolviendo problemas con soluciones que generan impacto significativo en la sociedad y que pueden transformar la industria.

2.2.2.2.6 Emprendimiento oportunista

Se refiere a aquellos emprendimientos que inician su actividad empresarial aprovechando una brecha inesperada en el mercado, en otras palabras un emprendimiento oportunista se origina al identificarse una necesidad urgente y tomar ventaja de la situación, aprovechando la oportunidad clara de negocio. Por lo que este tipo de emprendimiento requiere de una alta sensibilidad para detectar, explotar y ejecutar las oportunidades por lo que puede ser arriesgado debido a que implica tomar decisiones rápidas sin una planificación exhaustiva, sin embargo, cuando se realiza con éxito puede generar grandes beneficios.

2.2.2.2.7 Emprendimiento incubador

Se refiere a aquellos emprendimientos cuyo objetivo es superar los desafíos iniciales e incrementar sus posibilidades de éxito a largo plazo todo esto bajo un proceso de incubación previa. Por lo tanto, se enfoca en satisfacer necesidades del mercado que son permanentes mientras destinan una parte de su presupuesto a incubar en nuevos productos o startups en etapas iniciales para que ofrecerlos en un tiempo determinado. Es importante destacar que el emprendimiento incubador puede variar su enfoque y sus objetivos centrándolos en industrias específicas, como tecnología, biotecnología, entidades gubernamentales, universidades entre otros.

2.2.2.2.8 Emprendimiento de imitación

Este tipo de emprendimiento consiste en crear un negocio o empresa que se basa en replicar un producto o servicio que ya tiene éxito dentro del mercado, en otras palabras, reproducir un modelo de negocio ya existente reduciendo considerablemente el riesgo de fracaso, ya que se basa en el éxito comprobado de otros. Sin embargo, su éxito es variable debido a que muchos logran igualar e incluso superar a los emprendimientos antes imitados, por esta razón, se debe incluir aspectos novedosos el producto o servicio que se está imitando, para que estos permitan la diferenciación en un mercado saturado.

2.2.2.2.9 Emprendimiento privado

Se refiere aquel emprendimiento que se lleva a cabo por individuo o grupo de individuos en el sector privado de la economía, en otras palabras, proyectos o negocios que se desarrollan a través de capital privado. Dentro de este tipo de emprendimiento los emprendedores invierten su capital en busca de generar ganancias y crear valor en el mercado.

2.2.2.2.10 Emprendimiento público

Este tipo de emprendimiento se refiere a la creación y gestión de iniciativas desarrolladas por el sector público o gobierno a través de agencias con el objetivo de satisfacer las necesidades sociales, desarrollar la economía cubriendo las deficiencias de los empresarios privados. Este tipo de emprendimientos puede desempeñar un papel importante en el desarrollo social y económico de un país mediante la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos.

2.2.2.2.11 Emprendimiento individual

El emprendimiento individual es aquel que desarrolla una sola persona, misma que se encarga de crear, desarrollar, gestionar todos los recursos, es decir un solo individuo es responsable de todas las facetas del emprendimiento, desde la planificación, financiamiento, ejecución, desafíos y la toma de decisiones. Este tipo de emprendimiento puede ser desafiante debido a que requiere dedicación, perseverancia y habilidades, sin embargo, es una opción viable para aquellas personas que quieren tener control total sobre el destino empresarial.

2.2.2.2.12 Emprendimiento en grupo

En este tipo de emprendimiento existe la colaboración y participación de un gran número de personas, es decir son proyectos colectivos. Este emprendimiento se ha tomado fuerza con la llegada de plataformas en línea y redes sociales las cuales permiten que las personas se unan y contribuyan en proyectos de gran escala.

2.2.2.3. Emprendimiento y Sector Productivo

El emprendimiento es una actividad que puede estar presente en prácticamente cualquier sector económico. Se refiere a la creación y gestión de nuevos proyectos o iniciativas con el objetivo de generar un valor económico y social. Los emprendedores pueden operar en una amplia variedad

de sectores dependiendo de su interés, conocimientos y oportunidades que puedan aprovechar del mercado.

2.2.2.3.1 Sector primario:

Los emprendimientos pueden estar presentes en este sector debido a que se enfoca en la extracción directa y producción de los recursos naturales y materias primas. Dentro de las principales actividades que se encuentran dentro de este sector es la agricultura, la pesca, la ganadería, minería, silvicultura, avicultura y la explotación forestal.

El sector agrario está formado por actividades relacionadas a la transformación de aquellos recursos naturales en productos primarios es decir materias primas.

2.2.2.3.2 Sector secundario:

Este sector se centra en la transformación de materias primas en productos manufacturados. Dentro de las principales actividades económicas de este sector se encuentra la construcción, textilera, bienes de producción como materias primas artificiales, herramientas, maquinarias de igual forma la industria de bienes de consumo.

2.2.2.3.3 Sector terciario:

Se refiere a las actividades enfocadas a la ofrecer servicios a la sociedad es decir no producen mercancías o bienes tangibles sin embargo es necesaria para el funcionamiento de la economía. Dentro de este sector económico incluye una amplia gama de industrias como la banca, educación, comercio, transporte, salud, turismo, entretenimiento y otros servicios profesionales.

2.2.2.4. Normativa Sobre Emprendimiento en el Ecuador.

En el Ecuador existe normativas que protegen el emprendimiento cuyos objetivos es fomentar, innovar y respaldar a los emprendedores y a sus emprendimientos brindando los incentivos necesarios y ventajas a las empresas emergentes y aquellas que se dedican a la investigación, desarrollo social.

La (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, Art.3) define como emprendedores a las personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente, pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos para aprovecharlo.

Por otro lado, la misma ley define al emprendimiento como todo aquel proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo (Art.3)

Por otro lado, la (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2023, Art.3) respalda a los emprendedores con el objetivo de potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay.

Según la (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2023, Art.75) expresa que: los emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos, son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

CAPÍTULO III.

3 METODOLOGIA.

3.1 Método

En la presente investigación se aplicó el método hipotético deductivo ya que se partirá de una hipótesis y una vez realizada la investigación se comprobará si la hipótesis planteada es válida o nula.

De acuerdo con (Neill & Cortez, 2018, pág 24) definen el método hipotético deductivo como un procedimiento que observa un problema y que permite la formulación de una hipótesis que explique el problema de forma provisional. Mismas que mediante la deducción establece las consecuencias de la hipótesis formulada, para que de forma proceder a verificarla aceptando o negando el pronunciamiento hipotético inicial.

3.1.1. Pasos del método:

3.1.1.1. Observar el fenómeno a estudiar

El comercio justo y los emprendimientos locales de Riobamba según los objetivos planteados en la investigación.

3.1.1.2. Identificación del problema

Esta investigación se realizó mediante la recolección de información de estudios anteriores e información proporcionada por GADM-Riobamba y GADP Chimborazo con información de los emprendimientos y programas de comercio justo.

3.1.1.3. Formulación de la hipótesis

Para la formulación de las hipótesis se consideró las variables de estudio de la investigación que están enfocadas en el comercio justo y su influencia en los emprendimientos locales de Riobamba.

3.1.1.4. Deducir consecuencias elementales de la hipótesis

Se estableció las consecuencias elementales de la hipótesis planteada sobre el comercio justo y los emprendimientos locales de Riobamba

3.2 Tipo de Investigación

Dentro de la investigación se aplicará tres tipos:

- Investigación bibliográfica o documental
- Investigación descriptiva
- Investigación de campo

3.2.1. Investigación bibliográfica o documental

La investigación documental se sustenta a partir de fuentes de índole documental, es decir, recopila y analiza documentos, considerando como una subclasificación a la investigación bibliográfica misma que consiste en la exploración, recopilación y análisis de textos escritos por la comunidad científica ya sea de forma digital o impresa. (Neill & Cortez, 2018)

Haciendo uso de la investigación documental se obtuvo información usando métodos y técnicas de búsqueda detallada de los temas relacionados a comercio justo y los emprendimientos, de manera que se realizó una exploración en diferentes fuentes de información tales como artículos científicos, libros, revistas, marco legal del Ecuador, estudios, planes de desarrollo, entre otros, mismos que proporcionaron una base información confiable que permitió fundamentar la investigación.

3.2.2. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se enfoca en describir la realidad de sucesos, objetos, individuos, grupos y comunidades a los cuales se quiere estudiar. Este tipo de investigación define de forma detallada las características de las variables de estudio, profundizando un hecho o situación

mediante una planificación de actividades encaminadas a examinar el problema, con el objetivo de obtener un panorama más preciso y plantear los lineamientos para la prueba de las hipótesis.

(Neill & Cortez, 2018)

Utilizando este tipo de investigación se describió las variables de estudio, detallando características, atributos y componentes relevantes del comercio justo y emprendimientos locales de Riobamba con la finalidad de profundizar en la investigación.

3.2.3. Investigación de campo

La investigación de campo se define como el proceso de comprender, analizar e interactuar cualitativamente con los individuos directamente en el entorno donde se desenvuelven. Al decir investigación de campo los científicos se refieren al lugar donde sucede el fenómeno de estudio comprendiendo las interacciones del objeto en un contexto real y natural (ARTEAGA, 2022)

Este tipo de investigación permitió conocer la situación actual del comercio justo en los emprendimientos de la ciudad de Riobamba, visitando y recopilando datos directamente de los emprendedores obteniendo así la información necesaria para comprender y resolver el problema propuesto de la investigación.

3.3 Diseño de la investigación

3.3.1. Investigación no experimental

La investigación permitió observar y describir la situación de los emprendimientos de Riobamba y su relación con el comercio justo para su análisis posterior. Dado que la investigación no manipuló las variables de estudio corresponde a la investigación no experimental.

3.3.2. Hipótesis

La hipótesis es una suposición tentativa como una posible explicación, en este sentido la hipótesis es una alternativa del cual se parte para investigar el porqué de una cosa. Ya sea un fenómeno,

problema, un hecho o un proceso. Una hipótesis es una declaración que se someterá a pruebas para determinar si es verdadera o falsa, permitiendo iniciar procesos mediante los cuales se accederá a determinados conocimientos (Coelho, 2021)

H_i: El comercio justo influye en los emprendimientos locales de Riobamba

H₀: El comercio justo no influye en los emprendimientos locales de Riobamba

3.4 Población y Muestra

3.4.1. Población

La población de estudio se refiere al conjunto completo de individuos, objetos, casos, eventos o elementos definidos, limitados, y accesibles de acuerdo con el enfoque de la investigación, mismos que formaran el referente para la elección de la muestra. Esta población puede variar en tamaño y características dependiendo de los criterios predeterminados de la investigación. Es necesario aclarar que la población de estudio no solo se refiere exclusivamente a las personas, por lo que puede corresponder a animales, muestras biológicas, objetos, organizaciones, entre otras (Arias-Gómez, Villasís-Keever, & Miranda Novales, 2016).

La población con la que se trabajó en la investigación fueron los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba lo cual según datos del GADM-Riobamba y el GAD Provincial de Chimborazo existe un estimado 554 emprendimientos registrados.

3.4.2. Muestra

Una muestra estadística es una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso (López & Fachelli, 2017)

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente formula:

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

Donde:

N: Total de la población, 554 Emprendedores de la Ciudad de Riobamba

Z: Nivel de confianza: 95% =1.96

p: Probabilidad de ocurrencia del evento: 0.5

q: Probabilidad de no ocurrencia del evento 0.5

e: Error de estimación máximo aceptado. 5%

n: Tamaño de la muestra: 180 emprendimientos

$$n = \frac{554 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.06^2 * (554 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 180.29$$

Según el cálculo de la muestra se puede decir que se encuestará a 180 emprendimientos locales de Riobamba.

3.5 Técnicas e Instrumentos

3.5.1. Técnica

La técnica que se utilizó en la investigación es la encuesta, la cual se aplicó a los emprendedores de la ciudad de Riobamba para la recolección de datos, mismos que ayudaran medir como influye comercio justo en los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba.

3.5.2. Instrumento

Para recopilar la información de los emprendimientos se realizó un cuestionario con 18 preguntas dirigidas a los emprendedores y mediante este se obtuvieron las respuestas pertinentes en relación con los objetivos de la investigación.

3.6 Técnicas de Procesamiento De La Información

Para el procesamiento y análisis de datos, se utilizaron métodos estadísticos como tablas de frecuencia y representación gráfica de los resultados, mediante la utilización de la herramienta SPSS el cual es un software que permite un análisis completo de los datos.

3.7 Análisis y Discusión De Resultados

Una vez aplicada la encuesta a los emprendedores de la ciudad de Riobamba se procedió a realizar el análisis y la discusión de los resultados a través de la información procesada, alcanzando a establecer las comparaciones e interpretaciones donde se explique los objetivos planteados de la investigación.

CAPÍTULO IV.

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis e interpretación de la encuesta

Análisis de resultados Encuesta aplicada a los emprendedores de la Ciudad de Riobamba

4.1.1. Género

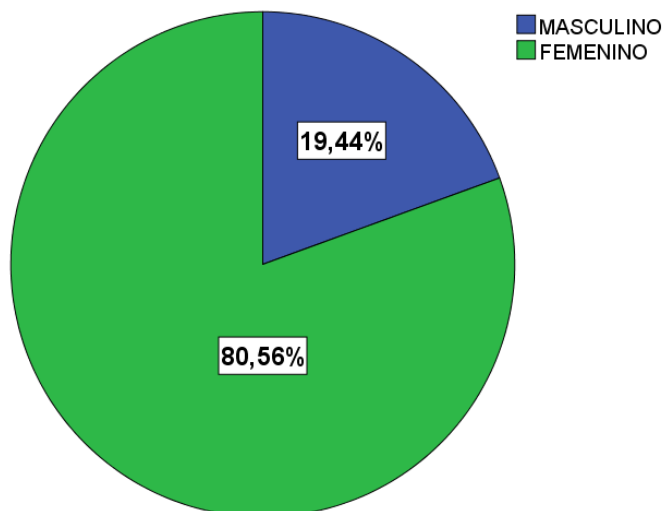
Tabla 1 Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	35	19,4	19,4	19,4
	FEMENINO	145	80,6	80,6	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 1 Genero



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Por medio de la aplicación de la encuesta se pudo observar que el 85.6% de los emprendimientos son creados por mujeres y el 19.4% de los emprendimientos pertenece a los hombres.

Interpretación

De acuerdo con la información proporcionada se puede determinar que en la Ciudad de Riobamba las mujeres predominan en la creación de emprendimientos.

4.1.2. Edad

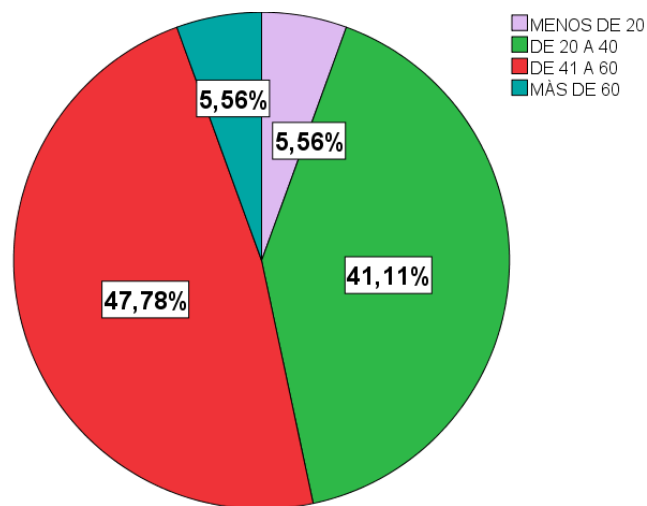
Tabla 2 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE 20	10	5,6	5,6	5,6
	DE 20 A 40	74	41,1	41,1	46,7
	DE 41 A 60	86	47,8	47,8	94,4
	MÁS DE 60	10	5,6	5,6	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 2 Edad



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Por medio de la aplicación de la encuesta se pudo conocer que el 5.6% son emprendedores menores de 20 años, El 41.1% son emprendedores de entre 20 y 40 años, el 47,8% son emprendedores de entre 41 y 60 años y el 5.6% son emprendedores de más de 60 años.

Interpretación

El mayor porcentaje de emprendimientos de la ciudad de Riobamba son de personas que han alcanzado una edad que comprende entre los 41 y 60 años mismas que han continuado con un emprendimiento familiar o se vieron en la necesidad de emprender por la falta de empleo, cabe resaltar que actualmente en la ciudad de Riobamba, existen emprendedores jóvenes menores de 20 años que han visto como un medio al emprendimiento para iniciar su independencia económica. Por lo que beneficia a la sociedad debido a que muchos de ellos presentan ideas innovadoras.

4.1.3. Nivel de educación

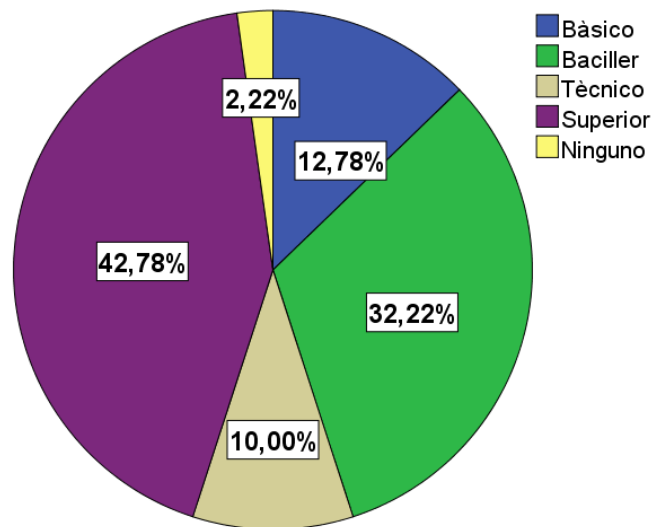
Tabla 3 Nivel de educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Básico	23	12,8	12,8	12,8
	Bachiller	58	32,2	32,2	45,0
	Técnico	18	10,0	10,0	55,0
	Superior	77	42,8	42,8	97,8
	Ninguno	4	2,2	2,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 3 Nivel de educación



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Mediante la aplicación de la encuesta se pudo notar que el 12.8% de los dueños de los emprendimientos tienen un nivel de educación Básico, 32.2% tienen un nivel de educación bachiller, 10% tienen un nivel de educación técnico, 42.8% tienen un nivel superior universitario y el 2,2% no tiene ningún tipo de nivel de educación.

Interpretación.

Gran parte de los emprendedores de la ciudad están entre el nivel técnico y superior universitario, mismos que manifestaron que su emprendimiento nació debido a que vieron una oportunidad en el mercado, algunos de ellos mantienen el emprendimiento familiar, mientras que otros adoptaron la idea de otros emprendimientos, tofo estos debido a la necesidad de generar ingresos y la falta de empleo que existe actualmente.

4.1.4. ¿Sabe usted qué es el comercio justo?

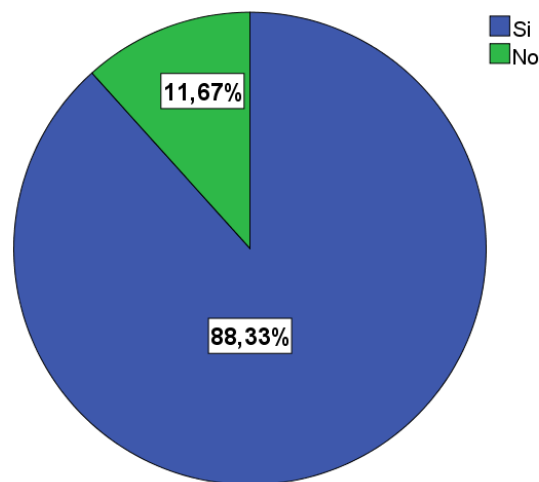
Tabla 4 ¿Sabe usted qué es el comercio justo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	159	88,3	88,3	88,3
	No	21	11,7	11,7	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 4 ¿Sabe usted qué es el comercio justo?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Una vez realizada la encuesta sobre el nivel de conocimiento que tienen los emprendedores sobre el comercio justo el 88.33% de los emprendedores dicen conocer sobre el comercio justo, mientras que el 11.67% de los emprendedores desconoce sobre que es el comercio justo.

Interpretación

El mayor número de emprendedores de Riobamba tienen conocimiento sobre el movimiento que busca la justicia económica, social y ambiental, misma que actualmente se conoce como comercio justo o economía sostenible

4.1.5. ¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?

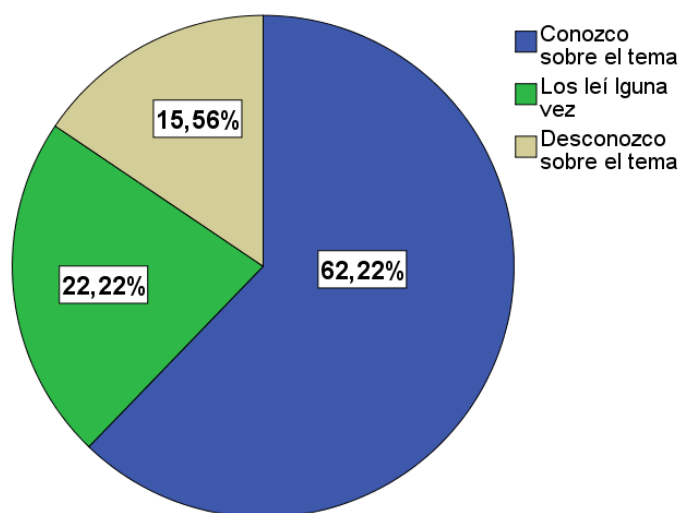
Tabla 5 ¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Conozco sobre el tema	112	62,2	62,2	62,2
	Los leí alguna vez	40	22,2	22,2	84,4
	Desconozco sobre el tema	28	15,6	15,6	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 5 ¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Del 100% de los emprendedores encuestados, el 62,22% de los emprendedores menciona conocer sobre los 10 principios del comercio justo, el 22,22% dicen tener algo conocimiento de los principios del comercio justo y el 15,56% restante desconoce los principios del comercio justo.

Interpretación.

El conocimiento de los principios del comercio justo es fundamental para el buen desarrollo y funcionamiento de los emprendimientos debido a que sin estos no se puede aplicar un comercio sostenible, por lo que se puede notar que gran parte de los emprendedores riobambeños conocen o han leído alguna vez sobre estos principios.

4.1.6. A su parecer en su emprendimiento aplica los principios de comercio justo

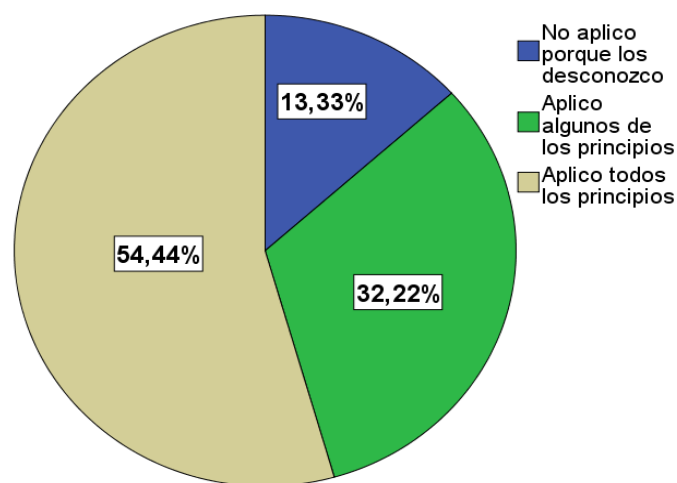
Tabla 6 A su parecer en su emprendimiento aplica los principios de comercio justo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No aplico porque los desconozco	24	13,3	13,3	13,3
	Aplico algunos de los principios	58	32,2	32,2	45,6
	Aplico todos los principios	98	54,4	54,4	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 6 A su parecer en su emprendimiento aplica los principios de comercio justo



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Del total de los emprendedores encuestados el 54.44% de los emprendedores aplica los principios del comercio justo dentro de su emprendimiento, el 32.22% aplica algunos de los diez principios del comercio justo y el 13.33% de los emprendedores respondieron que no aplican los principios del comercio justo dentro de su emprendimos debido a que los desconocen,

Interpretación

La aplicación de los principios del comercio justo dentro de las actividades que realiza el emprendedor genera que esta forma de comercialización pueda ser sostenible a largo plazo, Notando así que los emprendedores de la ciudad de Riobamba están comprometidos con este movimiento, mismo que en su mayoría practican estos principios con la finalidad de mantener una equidad entre su emprendimiento y la sociedad

4.1.7. ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?

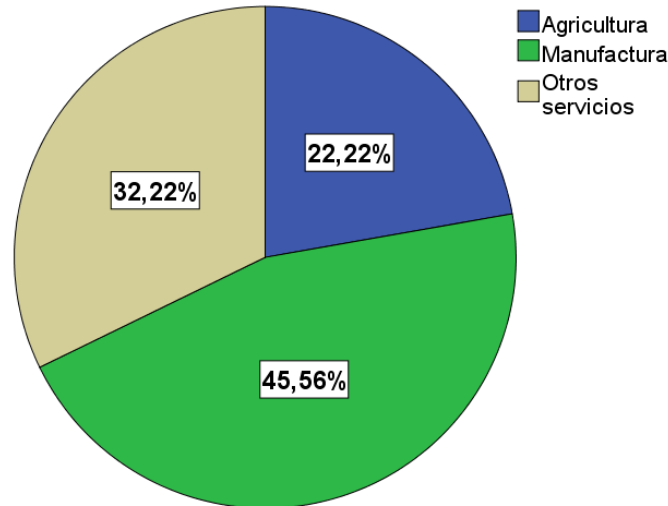
Tabla 7 ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agricultura	40	22,2	22,2	22,2
	Manufactura	82	45,6	45,6	67,8
	Otros servicios	58	32,2	32,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 7 ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Una vez realizada la encuesta se pudo conocer que el 22.22% de los emprendimientos están enfocados en la agricultura, el 45.56% de los emprendedores realizan actividades de manufactura y el 32.22% de los emprendimientos se dedican a prestar otros servicios.

Interpretación

Los emprendimientos fomentan desarrollo económico y social debido a que están presentes en los diferentes sectores productivos. La mayoría de los emprendimientos de la Ciudad de Riobamba están dentro del sector secundario mismos que se dedican a la elaboración de artesanías, textilería, fabricación de artículos de decoración entre otras actividades de manufactura y transformación de materias primas. De igual forma existen algunos emprendimientos que se dedican a actividades relacionadas al sector primario (agricultura, pesca, apicultura) y terciario (prestación de servicios) mismos, aunque en menor porcentaje contribuyen al desarrollo de la ciudad de Riobamba.

4.1.8. ¿Conoce usted si existen otros emprendimientos dentro de la ciudad que se dedique a la su misma actividad?

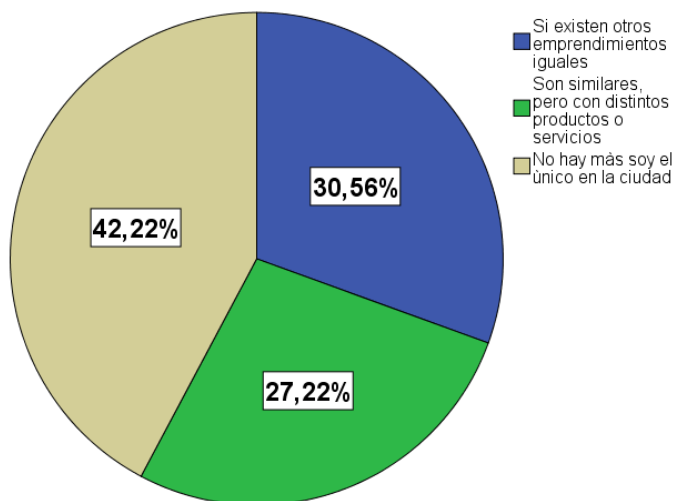
Tabla 8 ¿Conoce usted si existe otros emprendimientos dentro de la ciudad que se dedique a la su misma actividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si existen otros emprendimientos iguales	55	30,6	30,6	30,6
	Son similares, pero con distintos productos o servicios	49	27,2	27,2	57,8
	No hay más soy el único en la ciudad	76	42,2	42,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 8 ¿Conoce usted si existe otros emprendimientos dentro de la ciudad que se dedique a la su misma actividad?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Una vez aplicada la encuesta se puede notar que el 30.56% de los emprendimientos se dedican a ofertar servicios y productos similares, el 27.22% de los emprendimientos se dedican a realizar actividades y servicios que mantienen un pequeño margen de diferencia a los demás, mientras que el 42.22% de los emprendimientos no tiene competencia ya que son los únicos que realizan ese tipo de actividad dentro de en la ciudad.

Interpretación

La innovación es una de las principales características del emprendimiento, destacando así que en la ciudad de Riobamba el mayor número de emprendimientos existentes son únicos e innovadores, esto debido a que los emprendedores buscan cubrir las necesidades o aprovechar una oportunidad del mercado, añadiéndole valor distintivo y creando productos y servicios que el consumidor no ha visto en el mercado.

4.1.9. Qué tipo de financiamiento tiene su emprendimiento.

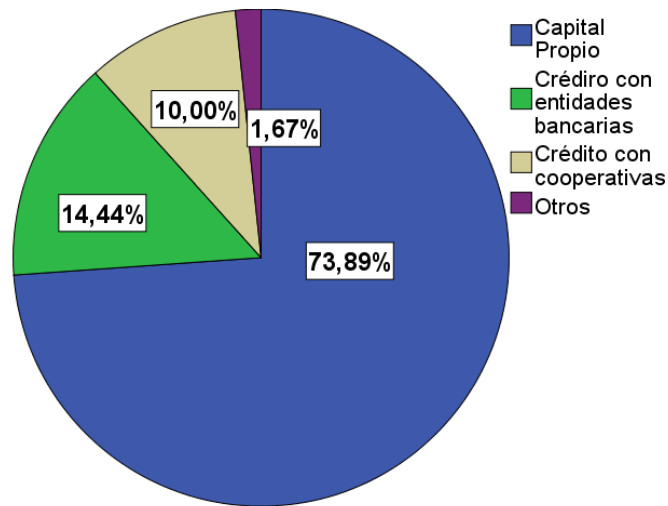
Tabla 9 Qué tipo de financiamiento tiene su emprendimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Capital Propio	133	73,9	73,9	73,9
	Crédito con entidades bancarias	26	14,4	14,4	88,3
	Crédito con cooperativas	18	10,0	10,0	98,3
	Otros	3	1,7	1,7	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 9 Qué tipo de financiamiento tiene su emprendimiento.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Del 100% de los emprendedores encuestados el 73,89% de los emprendimientos son creados con capital propio, el 14,44% manifestó tener préstamo con entidades bancarias, el 10% a través de créditos con cooperativas y el 1,67% restante utiliza otros medios para financiar su emprendimiento.

Interpretación.

Elegir el tipo de financiamiento adecuado según los objetivos que se quiera alcanzar dentro de cada emprendimiento es importante para el correcto funcionamiento de este, por ende, base a los resultados obtenidos se pudo determinar que la mayoría de los emprendedores inició su emprendimiento con capital propio mismo que inversión inicial es aportado por el dueño y las ganancias retenidas del emprendimiento con el propósito de seguir escalando en el mercado.

4.1.10. ¿Cómo garantiza usted su seguridad y salud dentro de su emprendimiento?

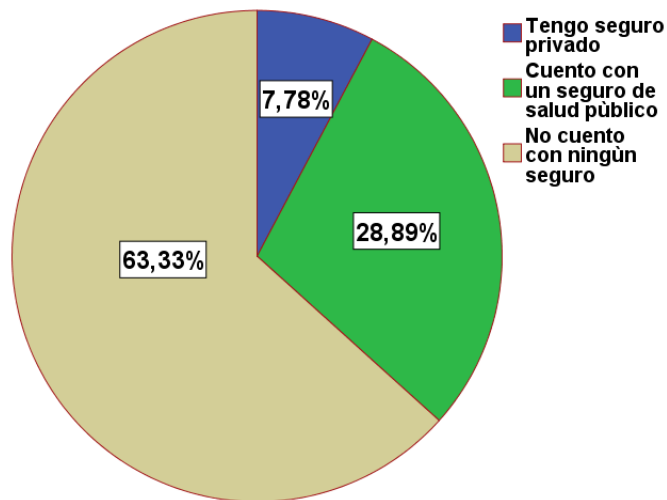
Tabla 10 ¿Cómo garantiza usted su seguridad y salud dentro de su emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Tengo seguro privado	14	7,8	7,8	7,8
	Cuento con un seguro de salud público	52	28,9	28,9	36,7
	No cuento con ningún seguro	114	63,3	63,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 10 ¿Cómo garantiza usted su seguridad y salud dentro de su emprendimiento?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Dentro de los resultados de la encuesta se puede notar que el 7.8% de los emprendimientos de la ciudad cuentan con un seguro privado que garantiza su seguridad y salud, el 28.89% tiene un seguro de salud público, el 63.33% de los emprendimientos no cuenta con ningún seguro de seguridad y salud.

Interpretación

La mayoría de los emprendedores de la ciudad de Riobamba no cuentan con un seguro que garantice su salud y bienestar en su emprendimiento, medida que es fundamental para que puedan cuidar su salud y la de sus colaboradores (familiares) en las diferentes actividades que realizan a diario.

4.1.11. Su emprendimiento cumple con la debida regularización y normativas de funcionamiento.

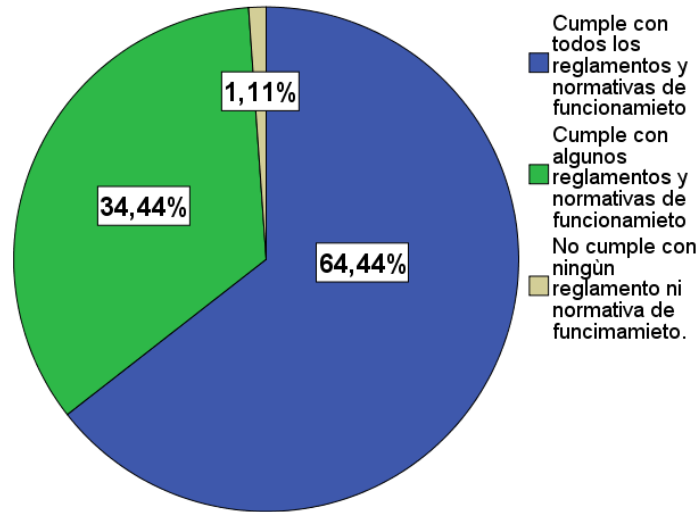
Tabla 11 Su emprendimiento cumple con la debida regularización y normativas de funcionamiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cumple con todos los reglamentos y normativas de funcionamiento	116	64,4	64,4	64,4
	Cumple con algunos reglamentos y normativas de funcionamiento	62	34,4	34,4	98,9
	No cumple con ningún reglamento ni normativa de funcionamiento.	2	1,1	1,1	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 11 Su emprendimiento cumple con la debida regularización y normativas de funcionamiento.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

El 64.44% de los emprendimientos cumplen las regularizaciones y normativas para que su emprendimiento pueda desarrollar sus actividades contando con los permisos necesarios, el 34.44% manifestó que su emprendimiento cumple con algunas con algunos permisos de funcionamiento y el 1.11% no cumple con ningún reglamento ni normativa de funcionamiento

Interpretación

Según los resultados obtenidos se puede deducir que gran parte de los emprendimientos cumplen con las normativas y regularizaciones que el GAD Riobamba y el GAD Provincial de Chimborazo solicitan para que puedan ejercer sus actividades con normalidad. Mientras que el resto de los emprendimientos manifestaron cumplir con algunas regularizaciones dado que sus trámites están aún en proceso.

4.1.12. ¿Cuáles son las causas a su parecer de la informalidad en los emprendimientos?

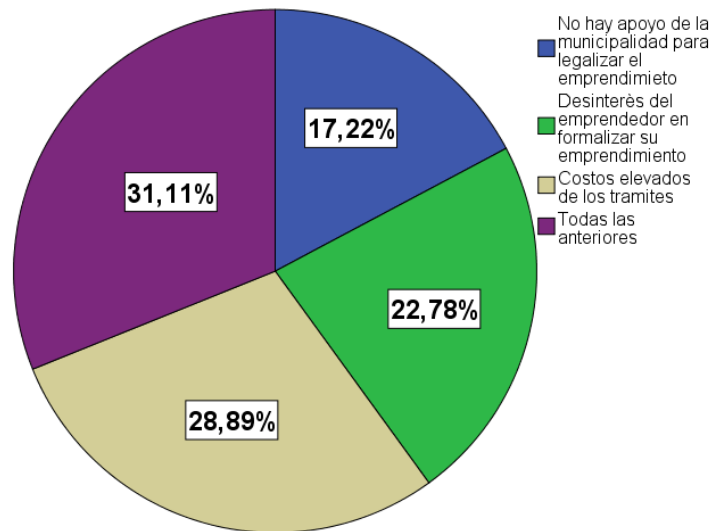
Tabla 12 ¿Cuáles son las causas a su parecer de la informalidad en los emprendimientos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No hay apoyo de la municipalidad para legalizar el emprendimiento	31	17,2	17,2	17,2
	Desinterés del emprendedor en formalizar su emprendimiento	41	22,8	22,8	40,0
	Costos elevados de los tramites	52	28,9	28,9	68,9
	Todas las anteriores	56	31,1	31,1	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 12 ¿Cuáles son las causas a su parecer de la informalidad en los emprendimientos?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Según el criterio de los emprendedores encuestados el 17.22% de los emprendedores menciona que la informalidad se dan debido a que existe poco apoyo de las autoridades para legalizar los emprendimientos, el 22.8% de los emprendedores coinciden que la informalidad se da por el desinterés del emprendedor en formalizar el emprendimiento además del desconocimiento de los procesos de legalizar el emprendimientos, por otro lado el 28.89% menciona que los costos y el tiempo de los tramites son extensos por lo que el emprendedor prefiere mantenerse en la informalidad, el 31.11% restante manifiestan que la falta de apoyo por parte de las autoridades, el desinterés y desconocimiento del emprendedor, los costos y tiempo excesivo de los tramites.

Interpretación

Mediante la investigación realizada se determinó que el costo y el tiempo que se demora en realizar los trámites es una de las principales causas que el emprendedor no formalice su emprendimiento y se mantenga en la informalidad, aunque la mayoría de las personas encuestadas manifiesta que la falta de apoyo de las autoridades además el desinterés y desconocimiento de los procesos por parte del emprendedor también son las causas que generan la informalidad en la ciudad de Riobamba.

4.1.13. ¿Cómo emprendedor pertenece algún proyecto u asociación de emprendimientos de la ciudad de Riobamba?

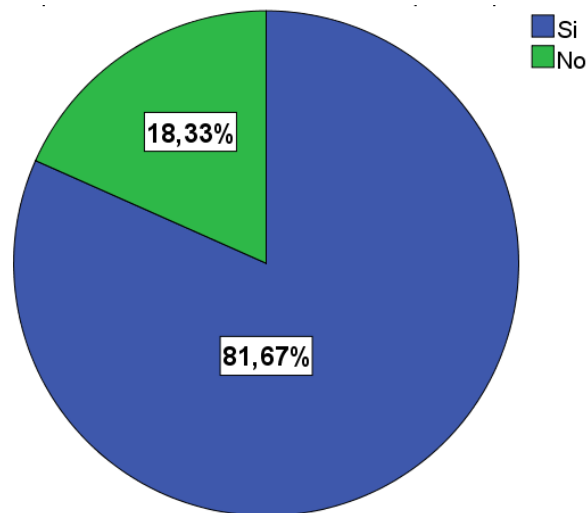
Tabla 13 ¿Cómo emprendedor pertenece algún proyecto u asociación de emprendimientos de la ciudad de Riobamba?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	147	81,7	81,7	81,7
	No	33	18,3	18,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 13 ¿Cómo emprendedor pertenece algún proyecto u asociación de emprendimientos de la ciudad de Riobamba?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

El 81.67% de los emprendimientos está participando en un proyecto de comercio justo o pertenece en una asociación de emprendedores de la ciudad de Riobamba, mientras que el 18.33% de emprendedores manifestaron no pertenecer a ningún de estos sin embargo asisten a ferias como invitados.

Interpretación

Gran parte de los emprendedores en la ciudad de Riobamba pertenece a proyectos o asociaciones como Emprende Riobamba, Plaza Vida, Fundación Líderes del Ecuador, entre otros cuyo objetivo es apoyar al emprendedor mediante la apertura de ferias donde pueden exponer sus productos e incrementar su mercado.

4.1.14. ¿Recibe capacitaciones por parte de la municipalidad o prefectura sobre temas de comercio justo?

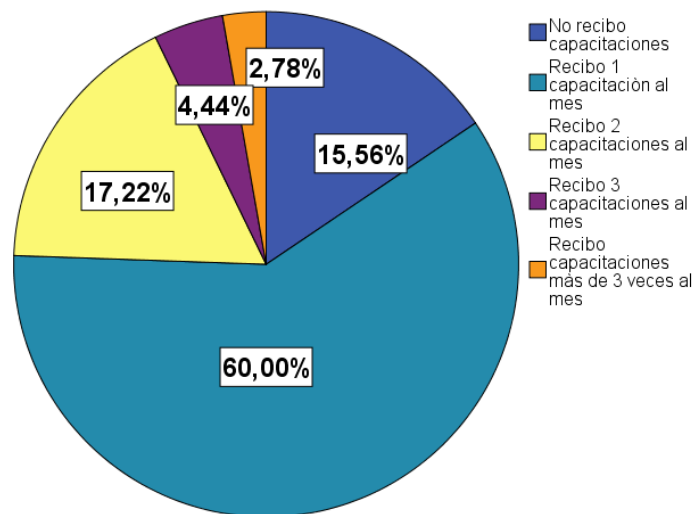
Tabla 14 ¿Recibe capacitaciones por parte de la municipalidad o prefectura sobre temas de comercio justo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No recibo capacitaciones	28	15,6	15,6	15,6
	Recibo 1 capacitación al mes	108	60,0	60,0	75,6
	Recibo 2 capacitaciones al mes	31	17,2	17,2	92,8
	Recibo 3 capacitaciones al mes	8	4,4	4,4	97,2
	Recibo capacitaciones más de 3 veces al mes	5	2,8	2,8	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 14 ¿Recibe capacitaciones por parte de la municipalidad o prefectura sobre temas de comercio justo?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Del 100% de los emprendedores encuestados el 15.56% no recibe ninguno tipo de capacitación, el 60.00% recibe 1 capacitaciones al mes, el 17.22% recibe capacitaciones 2 veces al mes el 4.44% recibe 3 capacitaciones al mes y el 2.78% recibe capacitaciones más de 3 veces en el mes.

Interpretación

La mayor parte de los emprendedores de la ciudad de Riobamba menciona recibir más de una capacitación al mes sobre temas de comercio justo por parte del GAD Municipalidad Riobamba y el GAD Provincial de Chimborazo, destacando así que estas entidades públicas promueven el comercio justo dentro de la localidad, lo cual es fundamental para que los emprendedores puedan seguir conservando este tipo de comercialización sostenible.

4.1.15. ¿Considera que aplicar los principios de comercio justo dentro de su emprendimiento ayudaría a mejorar su nivel de ventas e ingresos mensuales?

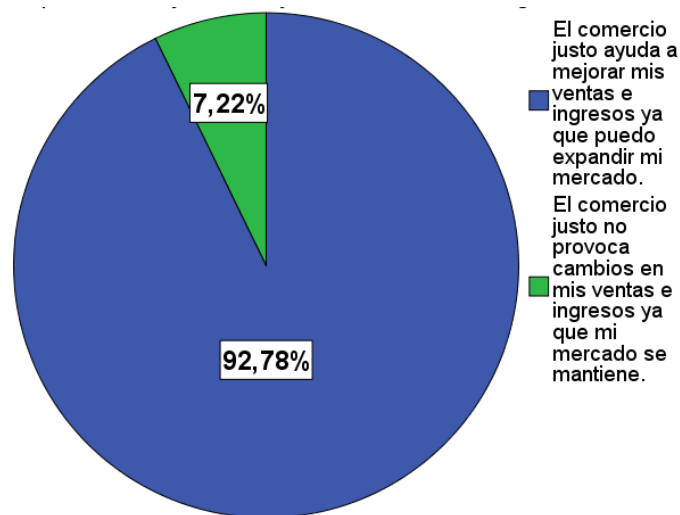
Tabla 15 ¿Considera que aplicar los principios de comercio justo dentro de su emprendimiento ayudaría a mejorar su nivel de ventas e ingresos mensuales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El comercio justo ayuda a mejorar mis ventas e ingresos ya que puedo expandir mi mercado.	167	92,8	92,8	92,8
	El comercio justo no provoca cambios en mis ventas e ingresos ya que mi mercado se mantiene.	13	7,2	7,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 15 ¿Considera que aplicar los principios de comercio dentro de su emprendimiento ayudaría a mejorar su nivel de ventas e ingresos mensuales?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis.

Del 100% de los emprendedores encuestados el 92.78% respondió que aplicar los principios del comercio justo ayuda a mejorar sus ingresos dentro de su emprendimiento, el 7.22% considera que el comercio justo no genera cambios en sus ventas e ingresos debido a que su mercado se ha mantenido,

Interpretación

Gran parte de los emprendedores que aplican el comercio justo manifestaron que la aplicación de los principios ayuda a incrementar sus ingresos debido a que expande su mercado, garantizando al consumidor la calidad de sus productos de origen natural y el nulo contenido de conservantes y productos químicos que dañan la salud, por lo que generan mayor rentabilidad para el emprendedor y confianza para el consumidor.

4.1.16. ¿Señale el valor estimado de sus ingresos mensuales dentro de su emprendimiento?

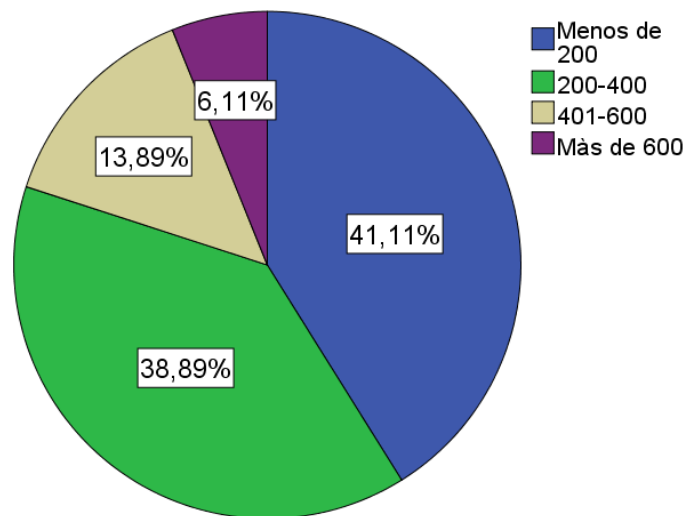
Tabla 16 ¿Señale el valor estimado de sus ingresos mensuales dentro de su emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 200	74	41,1	41,1	41,1
	200-400	70	38,9	38,9	80,0
	401-600	25	13,9	13,9	93,9
	Más de 600	11	6,1	6,1	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 16 ¿Señale el valor estimado de sus ingresos mensuales dentro de su emprendimiento?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Una vez aplicada la encuesta a los emprendedores de la ciudad de Riobamba se pudo determinar que el 41.11% de los emprendedores menciona que su ingreso mensual es menor a 200 dólares, 38.89% de los emprendedores menciona que su ingreso mensual se mantiene en un rango de 200 a 400 dólares, el 13.89% de los emprendimientos tienen ingresos entre 401 y 600 dólares mensuales y el 6,11% genera ingresos superiores a 600 dólares mensuales

Interpretación

Gran parte de los emprendedores de la ciudad de Riobamba tiene ingresos entre los 200 a 400 dólares lo que es proporcional a la canasta básica en Ecuador, estos ingresos se deben a que el productor acude a las diferentes ferias que organizan las entidades públicas con la finalidad de que su venta este directamente relacionada con el consumidor

4.1.17. ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?

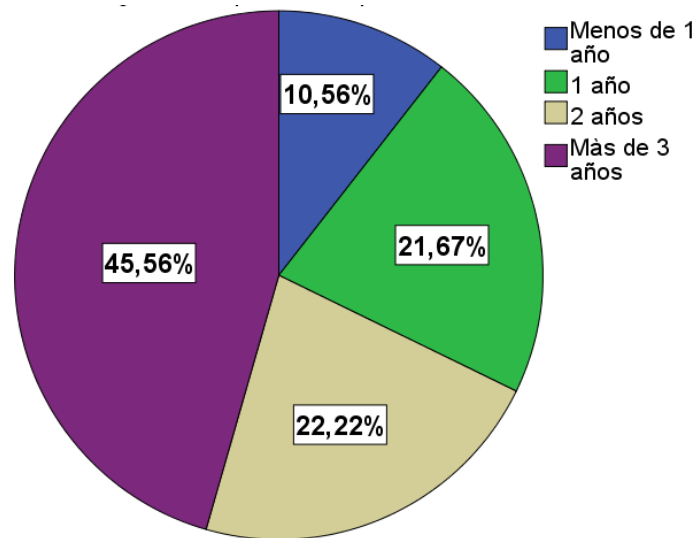
Tabla 17 ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 1 año	19	10,6	10,6	10,6
	1 año	39	21,7	21,7	32,2
	2 años	40	22,2	22,2	54,4
	Más de 3 años	82	45,6	45,6	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 17 ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

El 10,56% de los emprendimientos llevan menos de un año en el mercado, el 21,67% llevan 1 año en el mercado, el 22,22% de los emprendimientos llevan más de 2 años, el 45,56% de los emprendimientos llevan más de 3 años en el mercado.

Interpretación

Gran parte de los emprendimientos de la ciudad de han permanecido en el tiempo por lo que se puede notar una sostenibilidad y sustentabilidad en los emprendimientos de Riobamba, resaltando que muchos de estos llevan vigentes más de 3 años en el mercado, Por otro lado, cabe destacar que en los últimos 3 años han ido surgiendo nuevos emprendimientos los cuales siguen desarrollando sus actividades e incorporando el comercio equitativo en cada uno de sus procesos.

4.1.18. ¿Cree que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda ser sostenible en el tiempo?

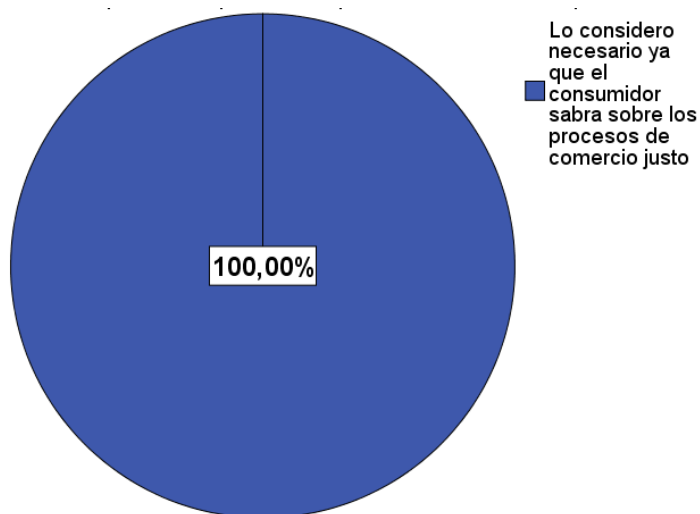
Tabla 18 Cree que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda ser sostenible en el tiempo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Lo considero necesario ya que el consumidor sabrá sobre los procesos de comercio justo	180	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Figura 18 Cree que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda sostenible en el tiempo.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Análisis

Según el criterio de los emprendedores encuestados el 100% de los emprendedores de la ciudad de Riobamba considera necesario que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda estabilizarse en el tiempo.

Interpretación

El conocimiento de los principios del comercio justo por parte de la sociedad es fundamental para mantener una economía sostenible dentro de los emprendimientos, por lo que los emprendedores encuestados mencionan que las capacitaciones sobre el comercio justos también deben ser dirigidas a la sociedad (demanda), ya que así el consumidor creara conciencia sobre los difíciles procesos que pasa el emprendedor para ofertar su producto de comercio justo.

4.2 Comprobación de la Hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se toma en la variable independiente: El comercio justo y la variable dependiente: los emprendimientos de la ciudad de Riobamba.

Se considero pertinente para la comprobación de la hipótesis la pregunta número 5 de la encuesta, la cual representa a la variable independiente misma que permite conocer el nivel de conocimiento que tienen los emprendedores sobre el comercio justo. Mientras que la pregunta 17 representa a la variable dependiente la cual permite identificar el nivel de incide en los emprendimientos

Por ende, se consideró aplicar el cálculo de Chi-Cuadrado mediante la utilización del sistema SPSS y considerado un margen de error de 0.05 obteniendo así los siguientes resultados:

Tabla 19 Resumen de procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo? * ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?	180	100,0%	0	0,0%	180	100,0%

Fuente: Encuestas**Elaborado por:** Iván Raúl Sarango Sarango**Tabla 20** Frecuencia esperada procesamiento de casos

Recuento		¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?				Total
		Menos de 1 año	1 año	2 años	Más de 3 años	
¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?	Conozco sobre el tema	8	22	26	56	112
	Los leí alguna vez	6	15	9	10	40
	Desconozco sobre el tema	5	2	5	16	28
Total		19	39	40	82	180

Fuente: Encuestas**Elaborado por:** Iván Raúl Sarango Sarango**Tabla 21** Prueba Chi-cuadrado**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,276 ^a	6	,012
Razón de verosimilitudes	16,914	6	,010
Asociación lineal por lineal	1,228	1	,268
N de casos válidos	180		

a. 2 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,96.

Una vez realizada la prueba de las variables mediante la aplicación de Chi-Cuadrado de Pearson se pudo determinar que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, debido a que el cálculo es menor que 0.05. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación la cual es que el comercio justo influye en los emprendimientos de la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO V.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones:

Una vez desarrollada la investigación de acuerdo con lo planteado en los objetivos se puede concluir lo siguiente

- Cumpliendo con el primer objetivo específico se logró diagnosticar que los emprendimientos de la ciudad de Riobamba conocen sobre el comercio justo debido a que muchos de los emprendimientos trabajan en proyectos y asociaciones dirigidos y apadrinados por gobiernos descentralizados como: GADM Riobamba y GAD Provincial de Chimborazo cuyo objetivo es impulsar y velar por la cooperación entre productores y consumidores fomentando la igualdad de condiciones y oportunidades.
- Por otra parte, se pudo identificar que existe una deficiente capacitación, promoción y aplicación de los procesos y principios del comercio justo por parte de los emprendedores, esto debido al descontrol de los comerciantes informales y a la competencia desleal, lo que provoca que el emprendedor no pueda generar utilidades, ya que se ve obligado a disminuir sus precios y no obtener el pago justo por sus productos o servicios que se están ofertando. Estos escenarios hacen que el emprendedor tenga que adaptarse a las condiciones del mercado, y no aplique los principios del comercio justo dentro de sus actividades diarias.
- Finalmente, al concluir la investigación se ha visto factible desarrollar una propuesta de estrategias enfocadas en actividades que permitan su aplicabilidad dentro de los procesos realizados por los emprendedores de la Ciudad de Riobamba.

5.2 Recomendaciones:

Una vez realizada la investigación y haber concluido el propósito de cada uno de los objetivos se procede a realizar las siguientes recomendaciones

- Se recomienda a los emprendedores de la ciudad de Riobamba permanecer y participar activamente en los proyectos y asociaciones dirigidos por la municipalidad y la prefectura los cuales están enfocados en promover la economía popular y solidaria de las personas que se encuentran en desventaja, de igual manera asistir a ferias en las que puedan presentar sus productos, extendiendo así su mercado e incentivando al consumidor a comprar productos desarrollados bajo los principios comercio justo.
- Por otra parte, se recomienda a los directores de la municipalidad y prefectura encargados de los planes y proyectos de comercio justo, realicen capacitaciones eficientes con la presencia de los emprendedores mediante talleres y campañas de comercio equitativo, además de brindar apoyo técnico para que los emprendedores puedan desarrollar planes de negocios adecuados para que así puedan competir con las desigualdades del mercado, de igual manera estas instituciones que en la actualidad acompañan estos procesos, deberán plantear estrategias relacionadas con encadenamientos productivos, redes de comercialización, mejoramiento de la calidad de los productos, búsqueda de mercados, entre otros.
- Por último, se recomienda aplicar las estrategias de comercio justo que están planteadas en esta investigación con el propósito de que los emprendedores puedan emplear mediante actividades que garantizaran el cumplimiento de los principios del comercio justo en los emprendimientos de la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO VI.

6 PROPUESTA

6.1 Introducción

Considerando que el comercio justo permite el desarrollo del emprendimiento, al proporcionar oportunidades de mercado justas, estabilidad financiera, capacitación, apoyo técnico y aplicación de los principios, los emprendedores pueden contribuir a su propio éxito como al bienestar de la sociedad, por ende se presenta una propuesta de estrategias orientadas a mejorar las capacitación, promoción de ferias de comercio justo, generación de certificaciones y promoción de los principios de comercio justo, mismas que se realizaron partiendo de la información obtenida por parte de los emprendedores.

6.2 Objetivos

6.2.1. Objetivo general

Diseñar estrategias de comercio justo que estén enfocadas hacia los emprendedores basándonos en los principios de comercio justo

6.2.2. Objetivos específicos

- Crear estrategias factibles de comercio justo que puedan aplicar los emprendedores de la ciudad de Riobamba.
- Definir actividades y técnicas a realizar que contribuyan al cumplimiento de las estrategias
- Motivar a los emprendedores de la ciudad de Riobamba a cumplir con los planes y estrategias del comercio justos incentivando así su compromiso con este modelo de negocio.

6.3 Desarrollo de estrategias

Estrategias	Actividades o Técnicas por ejecutar	Responsable/s	Tiempo en el que se debe ejecutar
Capacitar a los emprendedores de la ciudad sobre los principios del comercio justo.	Planificar talleres relacionados con: Ventas, Mejoramiento de calidad de productos (innovación), Relaciones públicas, Legislación, ley de comercio justo, ley de emprendimiento e innovación, Manejo financiero, cajas solidarias, bancos comunitarios.	Directores de proyectos del GAD Municipal y GAD provincial de Chimborazo y líderes de las asociaciones de emprendedores.	Permanentemente
	Brindar el apoyo técnico y acompañamiento en la elaboración de planes de negocio y búsqueda de financiamiento.		
Promover ferias, encadenamientos productivos, formación de redes de emprendedores, orientadas a la promoción, concientización sobre el comercio justo.	Promocionar las a ferias organizadas por el GAD municipal y GAD provincial de Chimborazo.	Directores del GAD municipal y GAD provincial de Chimborazo.	Permanentemente
	Iniciar conversaciones con redes nacionales o internacionales de emprendedores. Elaborar catálogos electrónicos de los productos desarrollados por los emprendedores. Participar en encuentros de comercio justo a nivel nacional e internacional.	Emprendedores de la ciudad.	
Generar certificaciones y etiquetas reconociendo el comercio justo en los productos.	Verificar y garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad	Directores de proyectos del GAD Municipal y GAD provincial de Chimborazo y líderes de las asociaciones de emprendedores.	Permanentemente
	Crear etiquetas que ayuden a identificar a los emprendimientos que ofrezcan productos de comercio justo.		

Mantener un precio justo en los productos	Establecer precios adecuados de los productos teniendo en cuenta los costos y una rentabilidad justa.	Emprendedores de la ciudad	Permanentemente
	Desarrollar planes de negocios con enfoque de comercio justo.		
Promover los principios del comercio justo orientados a los consumidores.	Organizar talleres y campañas de sensibilización donde los consumidores puedan incrementar su conciencia sobre la importancia de elegir productos de comercio justo.	Directores de proyectos del GAD Municipal y GAD provincial de Chimborazo.	Permanentemente
	Realizar campañas de divulgación mediante redes sociales y medios de comunicación	Emprendedores de la ciudad	

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

7 BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, J., Avalos, V., Moncayo, Y., & Carrion, M. (Junio de 2021). *Sielo*. Obtenido de Sielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000100049&script=sci_arttext
- Aguilar, M. d. (2016). Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos. *SaberMetodología* .
- Alvarez, J., Barreto, G., & Granoble, P. (2021). Emprendimientos por necesidad. Un análisis a su competitividad en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926862>
- Andrade, F. (2017). Comercio Justo o Economía Solidaria. *Afese*, 6-16. Obtenido de <https://base.socioeco.org/docs/562-1101-1-sm.pdf>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). *la población de estudio*. México, México: Revista Alergia México.
- ARTEAGA, G. (2022). *Qué es la investigación de campo: Definición, métodos, ejemplos y ventajas*. Testsiteforme. Obtenido de <https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/>
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *SCIELO*.
- Calviño, F. (2022). *Blogs de Shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/que-es-el-emprendimiento>
- Chávez, K., Traverso, P., Merizalde, D., Espinoza, D., Solis, J., Reyes, N., & Giler, L. (2017). *EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR VISIÓN Y PERSPECTIVAS*. Obtenido de <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>
- Coelho, F. (2021). Hipótesis. *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/hipotesis/>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Registro Oficial 449 de 20-oct-2008 - Última modificación: 13-jul-2011* -. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cristina, R. (20 de Abril de 2021). *Nebrija*. Obtenido de Nebrija: <https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2021/04/20/emprendiendo-en-emprendimiento-evolucion-tendencias-y-consejos/>

Formichella, M. M. (2004). *EL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL*. Buenos Aires, Argentina: Copyright

GIANELLA, A. E. (1995). *Introducción a la Epistemología y a la Metodología de la Ciencia* . Universidad Nacional de La Plata.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* . MÉXICO: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A.

Hernández, S., & Danae, A. (2020). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA.

Jaime, C. (2017). *El emprendimiento en Ecuador: Visión y Perspectivas*. Samborondón: <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>.

Justo, C. E. (2021). *CECJ*. Obtenido de <https://cecjecuador.org.ec/comercio-justo/>

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). *Suplemento del Registro Oficial No. 151* , 28 de Febrero 2020. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf

Ley Organica de la Economía Popular y Solidaria. (2023). *Última Reforma: Suplemento del Registro Oficial 311, 16-V-2023*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/LOEPS.pdf>

- López, P. L. (s.f.). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO . *CERO*.
- López, P., & Fachelli, S. (Agosto de 2017). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. *Universitat Autònoma de Barcelona*, 6. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
- Maestre, M., Lombana, J., Barrios, J., & Rodríguez, A. (2022). Comercio justo en cooperativas bananeras del Magdalena (Colombia): una estrategia para disminuir la pobreza en pequeños productores. *Revista Perspectiva Empresarial*, 8. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6722/672274958006/>
- MAKI FAIR TRADE. (2017). *El comercio justo: Importancia, oportunidades y retos*. Obtenido de MAKI FAIR TRADE: <https://www.fairtrade.ec/single-post/2017/12/11/el-comercio-justo-importancia-oportunidades-y-retos>
- Marco, C., & Nanno, M. (2017). *El aporte del comercio justo y el desarrollo sostenible*. Santiago de Chile y El Salvador: CEPAL y CLAC.
- Muguira, A. (s.f.). Diseño de investigación. Elementos y características.
- Mullo, Á. O. (2022). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8862/1/7.-%C3%81ngel%20Oswaldo%20Mullo%20Parco%20%282022%29%20Los%20emprendimientos%20como%20alternativa%20de%20desarrollo%20local%20en%20el%20cant%C3%B3n%20Guamote%2C%20provincia%20de%20Chimborazo%20%28Tesis%20d>
- Muñoz, T. G. (2003). EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE. 1-28.
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *PROCESOS Y FUNDAMENTOS LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. MACHALA-ECUADOR: UTMACH, 2018. Obtenido de

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>

Pérez, L., Parada, D., & Pérez, J. (2019). EMPRENDIMIENTO Y RESILIENCIA: MITOS Y REALIDADES REFERENTE: ENTIDAD NO GUBERNAMENTAL EN EL ÁREA DEL EMPRENDIMIENTO. *Enfoques*, 9. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6219/621964639004/>

Pérez, L., Parada, D., & Pérez, J. (2019). EMPRENDIMIENTO Y RESILIENCIA: MITOS Y REALIDADES REFERENTE: ENTIDAD NO GUBERNAMENTAL EN EL ÁREA DEL EMPRENDIMIENTO. *Enfoques*, 9. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6219/621964639004/>

Rosales, B. d. (2019). *Universidad de Granada*. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/57741>

Sampieri, H. (2003). *Diseño de la Estratégica Metodológica*. Obtenido de <https://sites.google.com/a/udo.edu.ve/adsi/disenode-la-estrategica-metodologica?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

Solange, C. (11 de Octubre de 2017). *Espacios*. Obtenido de [Espacios: https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf](https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf)

Tamayo. (2008). *EUMED:NED*. Obtenido de EUMED:NED: <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>

Tancara, C. (1993). LA INVESTIGACION DOCUMENTAL. *SCIELO*.

Víctor Hugo MERIÑO Cordoba, C. Y. (4 de Noviembre de 2017). *Espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/18390703.html>

WFTO. (2022). *Organización Mundial del Comercio Justo*. Obtenido de <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

WFTO. (2023). *WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION*. Obtenido de COMERCIO JUSTO: <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

8 ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Formulación del problema	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo el comercio justo influye en los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba?	Determinar cómo influye el comercio justo en los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba	El comercio justo influye en los emprendimientos locales de la ciudad de Riobamba
Problemas derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas
1. ¿Cuáles son los sectores económicos en los que se desarrollan los emprendimientos de Riobamba? 2. ¿Cuáles son los emprendimientos locales están enfocados hacia el comercio justo? 3. ¿Existen estrategias basadas en el comercio justo en los emprendimientos locales de Riobamba?	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar sectores económicos en los que se desarrollan los emprendimientos de Riobamba. • Diagnosticar que emprendimientos locales están enfocados hacia el comercio justo. • Formular estrategias basadas en el comercio justo en los emprendimientos locales de Riobamba. 	

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: COMERCIO JUSTO

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS/
<p>Comercio justo es un movimiento socioeconómico global que propone una manera distinta de entender las relaciones económicas y comerciales. Nació como respuesta a aquellas relaciones comerciales que contribuyen poco o nada al desarrollo sostenible, en términos de reducción de la pobreza y las desigualdades, respeto de los derechos humanos y por el medio ambiente, entre otros. En muchas relaciones comerciales convencionales existen escasas oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores, campesinos o artesanos. Ellos se encuentran en desventaja económica y social respecto a los actores dominantes en los mercados (Cociene. M. 2017)</p>	Desarrollo sostenible	Número de emprendimientos a nivel local	Encuesta/ Cuestionario
		Porcentaje de crecimiento	Encuesta/ Cuestionario
		Porcentaje de cumplimiento de prácticas comerciales justas	Encuesta / Cuestionario
	Reducción de la pobreza	Generación de empleo	Encuesta / Cuestionario
		Nivel de educación	Encuesta / Cuestionario
		Nivel de salud	Encuesta / Cuestionario
	Desventaja económica	Duplicidad de los emprendimientos	Encuesta/ Cuestionario
		Tipo de comercio (formal e informal)	Encuesta/ Cuestionario
		Número de productores desfavorecidos	Encuesta/ Cuestionario

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

Variable de pendiente: LOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES DE RIOBAMBA

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS/
Moncayo, (2009, p.41) el emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza . Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades , planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.	Creación de riqueza	Nivel de intervención de la municipalidad para con los productores locales	Encuesta/ Cuestionario
		Tipo de financiamiento	Encuesta/ Cuestionario
		Porcentaje de rentabilidad en los emprendimientos	Encuesta / Cuestionario
	Oportunidades	Tipo de emprendimiento.	Encuesta / Cuestionario
		Número de asociaciones de emprendedores.	Encuesta / Cuestionario
		Número de capacitaciones recibidas al mes	Encuesta / Cuestionario
	Creación de valor	Nivel de subsistencia.	Encuesta/ Cuestionario
		Nivel de innovación en los emprendimientos	Encuesta/ Cuestionario
		Nivel de participación en el mercado local	Encuesta/ Cuestionario

Elaborado por: Iván Raúl Sarango Sarango

ENCUESTA

La presente encuesta es dirigida hacia los emprendedores de la ciudad de Riobamba con el objetivo de indagar sobre como el comercio justo influye en los emprendimientos de la ciudad.

1. Genero

- A. Masculino
- B. Femenino
- C. Otro

2. Edad

- A. Menos de 20
- B. 20-40
- C. 41-60
- D. Mas de 60

3. Nivel de educación

- A. Básica
- B. Bachiller
- C. Técnico
- D. Superior

4. ¿Sabe usted qué es el comercio justo?

- A. Si
- B. No

5. ¿Conoce usted cuales son los principios de comercio justo?

- A. Conozco sobre el tema
- B. Los leí alguna vez
- C. Desconozco sobre el tema

6. A su parecer en su emprendimiento aplica los principios de comercio justo

- A. No aplico porque los desconozco
- B. Aplico algunos de los principios
- C. Aplico todos los principios.

7. ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?

- A. Agricultura
- B. Manufactura
- C. Transporte
- D. Construcción
- E. Otros servicios

8. ¿Conoce usted si existe otros emprendimientos dentro de la ciudad que se dedique a la su misma actividad?

- A. Si existe otros emprendimientos iguales
- B. Son similares, pero con distintos productos o servicios
- C. No hay más soy el único en la ciudad

9. ¿Qué tipo de financiamiento tiene su emprendimiento?

- A. Capital propio
- B. Crédito con entidades Bancarias.
- C. Crédito con cooperativas.
- D. Otros

10. ¿Cómo garantiza usted su seguridad y salud dentro de su emprendimiento?

- A. Tengo un seguro privado.
- B. Cuento con un seguro de salud publico
- C. No cuento con ningún seguro.

11. Su emprendimiento cumple con la debida regularización y normativas de funcionamiento.

- A. Cumple con todos los reglamentos y normativas de funcionamiento
- B. Cumple con algunos reglamentos y normativas de funcionamiento
- C. No cumple con ningún reglamento ni normativa de funcionamiento.

12. ¿Cuáles son las causas a su parecer de la informalidad en los emprendimientos?

- A. No hay apoyo de la municipalidad para legalizar el emprendimiento
- B. Desinterés del emprendedor en formalizar su emprendimiento
- C. Costos elevados de los tramites
- D. Todas las anteriores.

13. ¿Cómo emprendedor pertenece algún proyecto u asociación de emprendimientos de la ciudad de Riobamba? (Si su respuesta es sí diga Cuál)

- A. Sí
- B. No.

14. ¿Recibe capacitaciones por parte de la municipalidad o prefectura sobre temas de comercio justo?

- A. No recibo capacitaciones
- B. Recibo 1 capacitación al mes
- C. Recibo 2 capacitaciones al mes
- D. Recibo 3 capacitaciones al mes
- E. Recibo capacitación más de 3 veces al mes

15. ¿Considera que aplicar los principios de comercio dentro de su emprendimiento ayudaría a mejorar su nivel de ventas e ingresos mensuales?

- A. El comercio justo ayuda a mejorar mis ventas e ingresos ya que puedo expandir mi mercado.
- B. El comercio justo no provoca cambios en mis ventas e ingresos ya que mi mercado se mantiene
- C. No debido a que el comercio justo reduce mi mercado y tendría menos ventas e ingresos

16. ¿Señale el valor estimado de sus ingresos mensuales dentro de su emprendimiento?

- A. Menos de 200
- B. 200-400
- C. 401-600
- D. Más de 600

17. ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el Mercado?

- A. Menos de 1 año
- B. 1 año
- C. 2 años
- D. Más de 3 años

18. Cree que la sociedad debe saber sobre los principios del comercio justo para que así su emprendimiento pueda sostenible en el tiempo.

- A. Lo considero necesario ya que el consumidor sabrá sobre los procesos de comercio justo que existen en los emprendimientos.
- B. Lo considero poco necesario debido a que el consumidor no aplica los principios de comercio justo
- C. No debido a que el comercio justo solo está enfocado al productor.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN









