



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

**Título EL COMERCIO JUSTO Y LA INCLUSIÓN ECONÓMICA DE LOS
COMERCIANTES INFORMALES DE LOS MERCADOS DE RIOBAMBA**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en
Administración de Empresas**

Autor:

Freddy Alexander Tigse Olovacha
Juliana Cecibel Zapata Garcia

Tutor:

Ing. René Abdón Basantes Aviles PhD

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Nosotros **Freddy Alexander Tigse Olovacha**, con cédula de ciudadanía **1804453064** y **Juliana Cecibel Zapata Garcia**, con cédula de ciudadanía **1106031469**, autores del trabajo de investigación titulado: **EL COMERCIO JUSTO Y LA INCLUSIÓN ECONÓMICA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LOS MERCADOS 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 (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 31 de octubre de 2023



Freddy Alexander Tigse Olovacha

C.I: 1804453064



Juliana Cecibel Zapata Garcia

C.I: 1804453064



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento
SGC
SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
UNACH-RGF-01-04-08.11
VERSIÓN 01: 06-09-2021

ACTA FAVORABLE - INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la Ciudad de Riobamba, a los 10 días del mes de septiembre de 2023, luego de haber revisado el Informe Final del Trabajo de Investigación presentado por el estudiante **FREDDY ALEXANDER TIGSE OLOVACHA** con CC: **1804453064** y **JULIANA CECIBEL ZAPATA GARCIA** con CC: **1106031469**, de la carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** y dando cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos, se emite el **ACTA FAVORABLE DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** titulado **"EL COMERCIO JUSTO Y LA INCLUSIÓN ECONÓMICA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LOS MERCADOS DE RIOBAMBA"**, por lo tanto se autoriza la presentación del mismo para los trámites pertinentes.

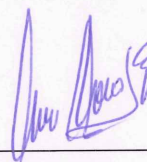
Ing. René Basantes A. PhD
TUTOR(A)

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

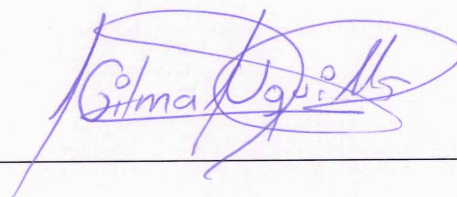
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **EL COMERCIO JUSTO Y LA INCLUSIÓN ECONÓMICA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LOS MERCADOS DE RIOBAMBA**, presentado por **Freddy Alexander Tigse Olovacha**, con cédula de identidad número **1804453064** y **Juliana Cecibel Zapata Garcia** con cédula de identidad número **1106031469**, bajo la tutoría del **Ing René Abdón Basantes Aviles**; 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**

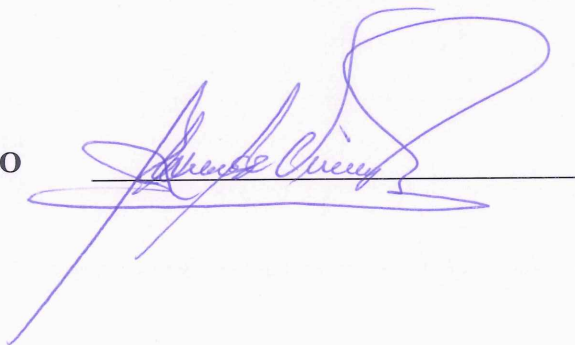
Ing. Martha Romero Flores PhD
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Gilma Gabriela Uquillas Mgs
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Alexander Vinueza PhD
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



CERTIFICACIÓN

Que, **FREDDY ALEXANDER TIGSE OLOVACHA** con CC: **1804453064** y **JULIANA CECIBEL ZAPATA GARCIA** con CC: **110603146**, estudiantes de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado " **EL COMERCIO JUSTO Y LA INCLUSIÓN ECONÓMICA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LOS MERCADOS DE RIOBAMBA**", cumple con el 4 %, 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, 12 de octubre de 2023.



Ing. René Basantes Avalos. PhD.
TUTOR

DEDICATORIA

De manera muy especial dedico este proyecto de investigación a Dios por guiar mi camino para alcanzar una meta más en mi vida.

A mis padres, Fernando Tigse y María Olovacha quienes siempre me han guiado y han inculcado en mis buenos hábitos y valores, lo cual me ha permitido salir adelante en tiempos difíciles, y a mi familia en general por todo el apoyo incondicional que me han brindado.

Freddy Tigse

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación quiero dedicar a mis padres Teddy Leonardo Zapata Zapata y Yojana Cecibel García Álvarez, les debo mi gratitud eterna por su apoyo inquebrantable. A mi hermano, Christopher Zapata cuyo constante aliento y complicidad en nuestras travesías de aprendizaje han sido un faro de alegría en mi vida.

A Franco García y Regina Álvarez, mis segundos padres, les agradezco por su amor y sabiduría que han enriquecido mi vida. Y, por supuesto, a toda mi familia, tíos, primos, y demás quienes han sido mi pilar y mi fuente de inspiración en cada paso de esta tesis.

Juliana Zapata

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme las puertas para iniciar mis estudios Universitarios en especial a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por brindarme la oportunidad de convertirme en un profesional, Agradezco a mis docentes por haberme compartido sus conocimientos, sus experiencias en todo mi trayecto universitario, agradezco a cada una de las personas que hicieron posible este trabajo, a mi tutor Ing. Rene Basantes por guiarme e orientarme en el desarrollo de la investigación.

Freddy Tigse

AGRADECIMIENTO

En este momento culminante de mi trayecto académico, deseo expresar mi sincero agradecimiento a quienes han sido fundamentales en este viaje. A la Universidad Nacional de Chimborazo, por brindarme la oportunidad de crecer y aprender en un entorno de excelencia académica. A la carrera de Administración de Empresas, que me ha proporcionado conocimientos valiosos y ha forjado mi pasión por la gestión empresarial. A mis estimados docentes, quienes, con su dedicación y sabiduría, han compartido conmigo la invaluable riqueza del conocimiento y han guiado mi formación. Y a mi tutor de tesis, el Ing. Rene Basantes A, por su orientación experta, paciencia y compromiso inquebrantable a lo largo de este proceso de investigación.

Este logro no hubiera sido posible sin el apoyo de todos ustedes. Estoy profundamente agradecido y emocionado por el conocimiento y las experiencias que he adquirido en este camino

Juliana Zapata

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
ACTA FAVORABLE - INFORME FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
INDICE GENERAL	
INDICE DE TABLAS	
INDICE DE FIGURAS	
RESÚMEN	
ABSTRACT	
<i>CAPÍTULO I</i>	15
1.1 INTRODUCCION.	15
1.2 Problema.....	15
1.2.1 Planteamiento del problema	15
1.2.2 Formulación del problema.....	16
1.3 Justificación.....	16
1.4 Objetivos	17
1.4.1 Objetivo General.....	17
1.4.2 Objetivos específicos	17
<i>CAPÍTULO II</i>	18
2. <i>MARCO TEÓRICO</i>	18
2.1 Antecedentes (Estado del arte).....	18
2.1 Marco teórico	20
2.1.1 Comercio Justo	20
2.1.2 Inclusión Económica	26
<i>CAPÍTULO III</i>	30
3. <i>METODOLOGIA</i>	30

3.1	Tipo de Investigación.....	30
3.1.1	Observación.....	30
3.1.2	Identificar el problema.....	30
3.1.3	Formulación de Hipótesis.....	30
3.1.4	Deducir las consecuencias elementales de la hipótesis.....	30
3.2	Diseño de Investigación.....	31
3.3	Técnicas de recolección de Datos,.....	31
3.3.1	Técnica.....	31
3.3.2	Instrumento.....	31
3.4	Población de estudio y tamaño de muestra,.....	32
3.5	Hipótesis de ser el caso.....	33
3.6	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	33
3.7	Unidad de análisis.....	33
<i>CAPÍTULO IV.....</i>		<i>34</i>
4.	<i>RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</i>	<i>35</i>
4.1	Análisis de resultados.....	35
4.2	Discusión de resultados.....	44
4.2.1	Verificación del supuesto de normalidad de datos.....	44
4.3	Comprobación de hipótesis.....	45
4.3.1	Hipótesis.....	45
4.4	Nivel de significación.....	45
4.5	Cálculo del Chi Cuadrado.....	45
4.6	Análisis.....	46
<i>CAPÍTULO V.....</i>		<i>46</i>
5.	<i>CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....</i>	<i>46</i>
5.1	CONCLUSIONES.....	46
5.2	RECOMENDACIONES.....	47

<i>CAPÍTULO VI</i>	49
6. <i>PROPUESTA</i>	49
6.1 Tema:.....	49
6.2 Antecedentes	49
6.3 Objetivo de la propuesta.....	49
6.4 Aporte teórico de la investigación.....	49
7. <i>BIBLIOGRAFÍA</i>	53
8. <i>ANEXOS</i>	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach.....	34
Tabla 2: Alfa de Cronbach.....	34
Tabla 3: Pregunta 1.....	35
Tabla 4: Pregunta 2.....	36
Tabla 5: Pregunta 3.....	37
Tabla 6: Pregunta 4.....	38
Tabla 7: Pregunta 5.....	39
Tabla 8: Pregunta 6.....	40
Tabla 9: Pregunta 7.....	41
Tabla 10: Pregunta 8.....	42
Tabla 11: Pregunta 9.....	43
Tabla 12: Pruebas de chi-cuadrado.....	45
Tabla 13: Propuesta	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico pregunta 1	35
Figura 2: Gráfico pregunta 2	36
Figura 3: Gráfico pregunta 3	37
Figura 4: Gráfico pregunta 4	38
Figura 5: Gráfico pregunta 5	39
Figura 6: Gráfico pregunta 6	40
Figura 7: Gráfico pregunta 7	41
Figura 8: Gráfico pregunta 8	42
Figura 9: Gráfico pregunta 9	43

RESUMEN

La presente investigación titulada el comercio justo y la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba tiene como fin determinar cómo el comercio justo influye la inclusión económica de los comerciante informales de los mercados de Riobamba. Para la realización de la presente investigación se utilizaron las siguientes metodologías: campo, descriptiva y explicativa cuál eran aptas para su elaboración.

Además, se realizaron encuestas a 348 comerciantes informales de los mercados de Riobamba con preguntas abiertas y cerradas permitiendo así una facilidad al momento de responderlas. Utilizamos una metodología no experimental la cual se lleva a cabo sin cambiar sus variables para realizar la investigación.

Al finalizar nuestra investigación se revela que, tanto en el comercio justo como en el comercio informal, se enfrentan desafíos importantes en términos de conciencia ética, transparencia, equidad y sostenibilidad. Los comerciantes informales en los mercados experimentan dificultades socioeconómicas, como condiciones laborales precarias y falta de acceso a beneficios laborales básicos. Estas conclusiones destacan una marcada falta de equidad y justicia en ambas formas de comercio, ya que el comercio justo busca promover condiciones justas para los productores, mientras que los comerciantes informales luchan por su inclusión en el sistema económico formal.

Palabras claves: comercio justo, inclusión económica, comerciantes, pobreza, calidad de vida.

ABSTRACT

The present research entitled "Fair Trade and the Economic Inclusion of Informal Traders in the Markets of Riobamba" aims to determine how fair trade influences the economic inclusion of informal workers in Riobamba's markets. To carry out this research were used field, descriptive and explanatory's methodologies, which were suitable for its elaboration. In addition, surveys were conducted to 348 informal traders in Riobambas' the markets, with open and closed questions allowing for ease response. We used a non-experimental methodology, which was done without changing its variables to conduct the research. At the end of this research, it revealed that both fair and informal trade face considerable challenges related to ethical awareness, transparency, equity and sustainability. In the markets located in Riobamba, Informal workers face socioeconomic hardships, such as precarious working conditions and lack of access to essential labor benefits. These findings highlight a marked lack of equity and fairness in both forms of trade, as fair trade seeks to promote fair conditions for producers, while informal traders struggle for inclusion in the formal economic system.

Key words: fair trade, economic inclusion, traders, poverty, quality of life.



Reviewed by:

Lic. Daysi Tigse

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 1805304092

CAPÍTULO I.

1.1 INTRODUCCIÓN.

1.2 Problema

1.2.1 Planteamiento del problema

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). En la actualidad debido al aumento de los índices de pobreza, el desempleo ha ido en crecimiento hasta alcanzar un 3.9% al igual que el porcentaje de analfabetismo ha alcanzado el 11.9%, por tal motivo ha impulsado a una gran cantidad de ciudadanos Chimboracenses a emprender, ofreciendo sus productos en los diferentes mercados existentes en la ciudad de Riobamba mismos que se llevan a cabo en diferentes días de la semana.

Si bien es cierto, los comerciantes informales han estado presentes en los mercados Riobambeños desde hace muchos años atrás, por tal motivo se ha evidenciado un incremento considerable de trabajo infantil como consecuencia de ayuda a sus padres para la venta de sus productos. Cabrera López, O. G., & Bailón Díaz, C. R. (2014) “los niños se conviertan en un soporte económico de su hogar, olvidando la importancia del estudio como el sustento principal, para desarrollarse en el futuro como personas útiles para la sociedad.” (P.3)

Por otra parte, la participación del GAD Municipal de Riobamba se ha visto limitada ante el incremento de comerciantes informales que rodean los mercados locales, mismo que no aporta beneficios y soluciones correctivas con temas relacionados al comercio justo donde los comerciantes puedan llevar a una buena calidad de vida y a la vez poder mejorar sus oportunidades laborales.

Existen otros factores que afectan a los comerciantes informales, como lo es la desinformación sobre el comercio justo y los beneficios que se podría obtener de ello, en especial el precio justo que se debe pagar por sus productos y darle el valor que se merece,

reconociendo así su trabajo y dedicación de meses para sacar adelante la producción de sus productos.

Otra problemática identificada está en la disminución de la demanda debido a la gran oferta presentada por parte de los comerciantes, se podría decir que existe alrededor de 3600 hasta el 2022, provocando una deficiente aplicación del comercio justo en comerciantes informales de la ciudad de Riobamba, esto nos lleva a una desigualdad de beneficios económicos, puesto que al hablar de desigualdad se puede definir como la exclusión en la toma de decisiones y participaciones políticas, económicas y sociales.

De igual manera existe un déficit de información que se posee sobre el comercio justo en la ciudad, se ha visto envuelto las diferentes necesidades insatisfechas hacia la población vulnerable como que el trabajo de los productores no es reconocido con el valor que se merece y no se paga por ello un precio justo, dónde no se reconoce su trabajo y dedicación de meses para sacar adelante la producción de sus productos. Pocas personas que han sido beneficiadas para la partición económica, política y toma de decisiones al no tener conocimientos apropiados sobre el comercio justo.

1.2.2 Formulación del problema

¿Cómo el comercio justo influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba?

1.3 Justificación

El presente trabajo de investigación se justifica en el querer disminuir los niveles de desinformación sobre el comercio justo y por ende que los niveles de comerciantes informales también disminuyan, por lo mismo pretende aplicar el conocimiento del comercio justo, mejoramiento del nivel de vida de la población.

En este proyecto se ha utilizado un banco de preguntas las cuales han sido aplicadas y llenadas por distintos comerciantes de los mercados de Riobamba, los cuales nos han

arrojado valores que ayudan a verificar nuestra hipótesis de estudio, se utilizará una base de datos en el programa SPSS V27.0 para la realización de los cálculos del chi cuadrado y los niveles de significación de la hipótesis a estudiar.

Así mismo, es importante analizar y definir qué tipo de plan de ayuda tiene el GAD Municipal de Riobamba, para conjuntamente con ellos buscar algún tipo de solución óptima para el desarrollo de estos comerciantes. Entes que participan activamente del comercio justo a través de los niveles de gobierno se vayan planteando soluciones para mejorar el comercio

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Determinar como el comercio justo influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

1.4.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del comercio justo y la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.
- Contrastar el comercio justo y la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.
- Proponer estrategias de comercio justo para mejorar la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

En capítulo I de la presente investigación está incluido el planteamiento del problema donde analiza la problemática identificada en las variables de estudio, de igual manera está la formulación del problema, la justificación donde se detallan las razones por las que se realiza la investigación con la problemática correspondiente, y finalmente están los objetivos generales y específicos en relación con las variables de estudio.

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes (Estado del arte)

Jaime, L. P. M., Ramírez, M. L. V., Ponce, G. I. A., & Huanca, O. A. C. (2019). En su artículo de investigación titulado el comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores, realizado en la Universidad Estatal de Manabí, presenta como objetivo principal analizar el Comercio Justo como alternativa para desarrollar las estrategias en beneficio de los pequeños productores de los países para poner su esfuerzo laboral en el mercado internacional. Y concluye que sus productores han logrado deshacerse de marginalización y pobreza, han mejorado su calidad de vida gracias al incremento de sus ventas que ayudan a proporcionar salarios justos para sus trabajadores.

Alcocer, Ayaviri & Romero (2020) en su artículo de investigación titulado sistemas productivos locales en el comercio justo. Un estudio en el área rural del Ecuador, realizado en la Universidad Nacional de Chimborazo, presenta como objetivo analizar la relación existente entre los sistemas productivos y el comercio justo en la Asociación de productores agrícolas PROAGROCIU de la parroquia San Luis, Ecuador. Se estudian los sistemas productivos como un mecanismo de producción local cuya práctica de la población es importante, dada las características tradicionales de la zona. (P.1). Y concluye diciendo que el sistema de producción local relacionado con el Comercio Justo desarrollado por la asociación es un modelo que puede ser adoptado por otras asociaciones o comunidades rurales, ya que es uno que se pueden mantener vigentes a largo plazo. Sin embargo, queda abierto el análisis y la investigación continua entre aquellas asociaciones que integran tecnología a los procesos productivos, si estas asociaciones mantienen la originalidad en la elaboración de los productos, y, además, si existe un comercio justo. (P.10)

Villa, V. V., Nina, D. A., Flores, R. E. V., Fernández, G. M. Q., & Parra, J. C. (2020). Desarrollaron una investigación para identificar las características económicas, laborales, administrativas y tributarias del comerciante informal en la ciudad de Riobamba, Ecuador, el cual tiene como resultado que: “El comercio informal es una fuente de ingresos para sobrevivir, sobre todo una forma de generar empleo. Por otra parte, el grado de satisfacción, reconocimiento sobre la importancia del pago de impuestos influyen significativamente para convertirse en comerciante informal” (P. 328)

Mendoza Cevallos, M. V. (2022) Mediante su investigación en la Universidad Andina Simón Bolívar de la ciudad de Quito con el tema, Inclusión financiera del grupo de mujeres comerciantes de los mercados y las plazas de la ciudad de Portoviejo, tiene como objetivo la “Inclusión financiera del grupo de mujeres comerciantes de los mercados y las plazas de la ciudad de Portoviejo.” (P. 6). El mismo que concluye diciendo que la oferta de productos y servicios para las mujeres manabitas por parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito es de vital importancia para reducir las brechas existentes de género que tanto mal hacen al desarrollo de un país, en especial a la economía de una sociedad o de un país. (P. 36)

Los autores mencionados anteriormente ayudan a conocer que las variables planteadas en el presente tema de investigación son acciones de suma importancia dentro de la sociedad ya que en la comunidad moderna tras el incremento de la tasa de desempleo muchas personas optan por salir a realizar sus actividades comerciales fuera de los mercados. Por la misma razón, la aplicación del comercio justo y la inclusión económica ayudara a promover vínculos comerciales pactando precios justos para estas personas, generando oportunidades de trabajo más dignos dentro de los mercados de Riobamba con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los comerciantes informales.

2.1 Marco teórico

2.1.1 Comercio Justo

2.1.1.1 Antecedentes

Espinosa, B. (2017) “el movimiento de comercio justo se desarrolló progresivamente desde los años sesenta y se institucionalizó a partir de fines de los años ochenta. En esta parte explicaré los problemas que han surgido, las soluciones que se han propuesto y las controversias que se han desarrollado en los últimos 15 años a propósito de los objetivos de comercio justo, de los medios de acción que se ponen en juego para alcanzarlos y de la noción misma de precio justo, a la luz del conjunto de referentes teóricos que constituyen el marco conceptual. (P.22)

Espinosa, B. (2017) “la idea que subyace en los principios elaborados por FINE es que los precios practicados en los mercados convencionales no reflejan la integralidad de costos incurridos directa o indirectamente en la producción y comercialización de bienes y servicios que son objeto de transacciones. Se entiende por mercado convencional una estructura económica en la que el nivel del precio depende del ajuste contractual (es decir, no obligado) de la oferta y de la demanda de un bien o servicio dado. Todo depende, entonces, de las estructuras de mercado que el sistema político considere compatibles con el interés general”. (P.27)

2.1.1.2 Definiciones

Según la CEPAL. (2017) argumenta que el Comercio Justo es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Asimismo, contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están activamente comprometidas en

apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

Así mismo Socías Salvá, A., & Doblás, N. (2005) comenta que el comercio justo, también llamado “comercio alternativo” en los países anglosajones, es una expresión que representa una particular forma de comercio con productores marginados en países no desarrollados. Como hemos indicado anteriormente, la mayoría de estos países se encuentran en el hemisferio sur, de aquí que la expresión “el Sur”, es habitualmente utilizada por las ONG de desarrollo (ONGD), así como por los establecimientos donde se comercializan productos de comercio justo. Este término es el utilizado en las actividades de sensibilización por parte de las tiendas de comercio justo. (P.6)

2.1.1.3 Fuentes Principales

Según Espinosa, B. (2017) en América Latina se pueden identificar dos fuentes principales de este pensamiento crítico: por una parte, los análisis económicos del intercambio desigual y las críticas a la dependencia, y por otra, las posiciones progresistas de la Iglesia católica y la teología de la liberación. Se trata de posicionamientos políticos que denunciaban la situación de los países del Sur en el comercio internacional y las injusticias internas a niveles nacionales. Esto dio un impulso político a la génesis de la economía solidaria y el comercio justo, de manera paralela a los mecanismos caritativos que contienen. (P.23)

2.1.1.4 Principios del comercio justo

La CEPAL (2017) da una lista de los principios más importantes del comercio justo:

2.1.1.4.1 Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas

La reducción de la pobreza a través del comercio es una parte fundamental de sus objetivos. La organización apoya a los pequeños productores, sean negocios familiares,

independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. La organización tiene un plan de acción para que esto se lleve a cabo.

2.1.1.4.2 Transparencia y responsabilidad

Las organizaciones que trabajan bajo este sello deben proveer información clara y precisa sobre cómo operan e involucrar a los empleados y clientes. La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales.

2.1.1.4.3 Prácticas comerciales justas.

En sus prácticas comerciales, prevalece el bienestar social y ambiental de los pequeños productores, sin intenciones de maximizar las ganancias a costas de estos, de esa manera es que se pacta con los productores el cumplimiento de los compromisos, la entrega el producto a tiempo con la calidad y especificaciones deseadas. Los proveedores respetan sus contratos y entregan puntualmente los productos con la calidad y especificación acordada.

2.1.1.4.4 Pago de un precio justo.

Un precio justo es aquel que ha sido establecido de mutuo acuerdo por todos a través del diálogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado. Pago justo significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores como justos, y que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre mujeres y hombres.

2.1.1.4.5 Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso

Se asegura que no existe el trabajo infantil y/o forzoso para el cumplimiento de los compromisos pactados, cumpliendo con el Convenio de las Naciones Unidas en materia de los Derechos del Niño, y las leyes nacionales/regionales sobre el empleo de niños y niñas.

2.1.1.4.6 Compromiso de no a la discriminación.

Se debe de garantizar la no discriminación en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, terminación o jubilación por motivos de la raza, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política. VIH/Sida, estatus o edad.

2.1.1.4.7 Asegurar buenas condiciones de trabajo

Para poder laborar se deben de proporcionar un entorno de trabajo seguro, saludable para los empleados y/o miembros, cumplimientos con los requisitos mínimos de trabajo según las leyes nacionales y locales y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, sobre el Trabajo Decente.

2.1.1.4.8 Facilitar el desarrollo de capacidades.

Se capacita y desarrolla las habilidades de los productores para que puedan en muchos casos producir productos con una mayor calidad y puedan tener una mejor gestión a sus recursos, capacidades de producción y acceso a mercados de Comercio Justo locales/regionales/internacionales y otros apropiados. Las empresas que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo, ayudan a estas organizaciones a desarrollar sus capacidades para apoyar a los grupos productores marginalizados con quienes trabajan.

2.1.1.4.9 Promoción del Comercio Justo

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través de la aplicación del Comercio Justo. Siempre utiliza técnicas honestas de marketing y publicidad.

2.1.1.4.10 Respeto al medio ambiente.

Se prioriza el uso de las materias primas de origen sostenible y de procedencia principalmente local. Se utilizan tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y siempre que sea posible usan tecnologías de energía renovable que minimizan las emisiones de gas de efecto invernadero que dañan al medio ambiente. Buscan minimizar el impacto de sus desechos al medio ambiente. Los productores agrícolas de Comercio Justo minimizan su impacto ambiental, mediante el mínimo uso de pesticidas o el uso de pesticidas orgánicos en sus métodos de producción, cuando sea posible.

2.1.1.5 Reto del comercio justo

Para las Organizaciones Coordinadoras del Comercio Justo. (2006) el principal reto del Comercio Justo es lograr regular y equilibrar el comercio mundial en beneficio de los actores más desfavorecidos, es decir, los productores del Sur. El Comercio Justo contribuye a crear una mayor equidad en el actual sistema, al ser una alternativa que permite a los productores del Sur un acceso directo a los mercados del Norte con unas condiciones comerciales más igualitarias. En estas relaciones cobran vital importancia valores sociales y medioambientales. El objetivo es lograr que el proceso comercial y productivo genere un impacto social en el seno de las economías locales.

2.1.1.6 Objetivo del Comercio Justo

Organizaciones Coordinadoras del Comercio Justo. (2006). dice que el Comercio Justo es un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte, con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional. La novedad del Comercio Justo es que las organizaciones del Norte no se limitan a transferir recursos para crear infraestructuras, capacitar o refinanciar a los grupos productores, sino que participan activamente en la comercialización mediante la importación, distribución y venta directa al público. Además, realizan una importante labor de denuncia y concienciación

2.1.1.7 Comercio Informal

(García, R., Bello, B., & Ormaza, M. 2019 como cita a “la OIT 2013) menciona que el concepto de comercio informal nació como resultado de una serie de estudios sobre el mercado laboral urbano en África, por Keith Hart el antropólogo económico que acuñó el término, la consideró como una forma de expresar la brecha entre la experiencia en esa región y todo lo que había aprendido hasta ese momento en Inglaterra.”

2.1.1.8 Importancia del comercio justo en las ganancias

Organizaciones Coordinadoras del Comercio Justo. (2006) “el Comercio Justo ofrece un sistema comercial en el que productores, comerciantes y consumidores comparten las ganancias de manera más igualitaria” (P.7)

2.1.1.9 Productos ofertados

Valdiviezo, J. (2019) Los comerciantes venden varios productos como: legumbres, hortalizas, tubérculos, frutas, granos, producción de origen animal, manufacturas, artesanías, comidas preparadas, refrescos, frituras, plantas medicinales, tiendas de abarrotes, entre otros, a fin de abastecer a sus habitantes. (P.24)

2.1.1.10 Satisfacción Laboral

Gómez, D. (2022) La satisfacción laboral es la respuesta emocional que experimentan los empleados en la empresa para la que trabajan. Esta puede variar de un colaborador a otro, y la buena o mala percepción depende de las condiciones internas que existan y la facilidad que tengan las personas para realizar sus actividades.

2.1.2 Inclusión Económica

2.1.2.1 Antecedentes

Social, M. D. (2013). La inclusión económica: “Es la inclusión de la persona identificada y su familia en emprendimientos estables y sostenibles.” (P. 29)

En base a lo mencionado anteriormente la inclusión económica tiene un enfoque en ayudar a las personas que carecen de una economía segura para el sustento personal y familiar, por la misma razón se la inclusión pretende mejorar la vida de estas personas con un buen acceso a los mercados donde estos puedan obtener un precio justo por la venta de sus productos ofertantes.

2.1.2.2 Definiciones

Villar, R & Torti, A. (2019) manifiesta que la inclusión económica es la vinculación de forma sostenible de poblaciones tradicionalmente excluidas del mercado a los circuitos de generación de riqueza y consumo responsable. La inclusión tiene como objetivo transformar los patrones de relación entre productores y consumidores, para mejorar el bienestar de las personas y familias tradicionalmente excluidas, a través de un sistema de conexiones, incentivos y posibilidades para que accedan de forma competitiva, justa y sostenible a los mercados, participen de la generación de riqueza y puedan tomar ventaja de las oportunidades sociopolíticas del territorio. (P. 2)

Proceso que asegura que aquellos en riesgo de pobreza y exclusión social tengan las oportunidades y recursos necesarios para participar completamente en la vida económica,

política, social y cultural, disfrutando un nivel de vida y bienestar que se considere adecuado en la sociedad en la que viven.

2.1.2.3 Principios de la Inclusión Económica

El MIES. (2019) A continuación denota los principios de inclusión económica:

Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas Promover la inclusión económica y social

- Generar capacidades y promover oportunidades
- Garantizar el acceso al trabajo digno.

2.1.2.4 Beneficios de la Inclusión Económica

Mundial, B. (2022). Los programas de inclusión económica para las personas más pobres ofrecen grandes posibilidades de mejorar los medios de subsistencia cuando forman parte de respuestas normativas integradas orientadas a contener la pandemia, garantizar la seguridad alimentaria y respaldar la recuperación a mediano plazo.

2.1.2.5 Objetivo de la Inclusión Económica

PNUD. (2021) las iniciativas de inclusión económica tienen como objetivo mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables, la generación de empleo y la construcción de proyectos de infraestructura que contribuyan a la reactivación económica y el desarrollo social.

En el marco de las acciones de respuesta para la recuperación socioeconómica, en diferentes territorios del país se desarrollan acciones en los componentes de:

- Recuperación de medios de vida para la reactivación de microempresas afectadas por el huracán Iota, a través de inversiones reembolsables y no reembolsables, asistencia técnica, crowdfunding, alivio de deuda y aseguramiento de la unidad productiva, en

coordinación con la alianza Better Back Together de la cual hacen parte 22 empresas y fundaciones colombianas.

- Reconstrucción de establecimientos turísticos y comerciales para la reactivación económica, a través de la formación, certificación y contratación de mano de obra local y la adquisición de materiales e insumos locales, en alianza con Fondo Nacional del Turismo (FONTUR), la Sociedad Colombiana de Ingenieros y el Sena.

2.1.2.6 Tipos de productos comercializados en los mercados de Riobamba

Martínez Luis, D., Caamal Cauich, I., Ávila Dorantes, J. A., & Pat Fernández, L. A. (2018). La mayoría de los que comerciantes informales en la ciudad de Riobamba en Ecuador, son mujeres en edades comprendidas de 27 a 64 años, estos comercializan en su mayoría producto agrícolas, frutas, y prendas de vestir. La comercialización de los productos lo realiza en su generalidad alrededor de los mercados con distintas especialidades, donde existe una preferencia por parte de los demandantes por los precios y la disponibilidad inmediata (P. 227).

2.1.2.7 Necesidades insatisfechas

(Larrea, C. Pag.16) Define que un hogar tiene sus necesidades básicas insatisfechas (NBI), cuando presenta al menos una de las siguientes carencias:

1. Tener un tipo de vivienda inadecuada. Esto significa que la vivienda haya sido clasificada como cuarto en casa de inquilinato, mediagua, rancho, covacha, choza, u otro. Se incluyeron además las viviendas catalogadas en la encuesta como casa, villa o departamento, que tengan paredes de caña o piso de tierra o caña.
2. Tener un número de personas por cuarto mayor de 3. Esta categoría detecta el hacinamiento.

3. No poseer ningún tipo de servicio higiénico.
4. Tener al menos un niño entre 7 y 14 años de edad, que no haya terminado la primaria y que no asista a la escuela.
5. Tener un número de miembros de la familia por persona ocupada igual o mayor que 4 (o no tener ningún ocupado en la familia), y además tener un jefe de familia con un nivel de instrucción inferior al tercer grado de primaria.

En el capítulo II está incluido los antecedentes que son bases teóricas de las dos variables para fundamentar la investigación y de igual manera está el marco teórico donde se describe algunos puntos y se da conceptos para sustentar la información, dichos argumentos están debidamente citados por los autores y con el correspondiente año.

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGIA.

3.1 Tipo de Investigación.

El método que se utilizó es el hipotético deductivo, (Marone, L., & Galetto, L. 2011) consiste en desarrollar indicadores de términos teóricos, recurriendo a la propia hipótesis científica así mismo con las herramientas lógicas del razonamiento para emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas.

3.1.1 Observación

Se procedió con la observación del Comercio Justo y la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba mediante los objetivos planteados para esta investigación.

3.1.2 Identificar el problema

Se identifico el problema en referencia al Comercio Justo y la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba mediante recopilación de datos en los distintos mercados de la ciudad de Riobamba.

3.1.3 Formulación de Hipótesis

Pájaro, D. (2002) Define a la hipótesis como una forma de saberes de conocimiento científico. El enunciado debe ir de la mano con el conocimiento anterior, ya que sin este no se llevará a cabo a la perfección en referencia del objeto de estudio, además de tener veracidad y con las conclusiones previamente requeridas. (P. 382)

3.1.4 Deducir las consecuencias elementales de la hipótesis

Mediante la aplicación de este método y sobre todo el uso del cuestionario para realizar las encuestas y recolectar información necesaria con el fin de determinar aspectos

fundamentales para saber si el comercio justo y la inclusión económica ayuda a los comerciantes informales.

3.2 Diseño de Investigación

Según Agudelo, G., Aigner, M., & Ruiz, J. (2008). La investigación no experimental es una metodología que se lleva a cabo sin cambiar sus variables para realizar cualquier investigación, en especial la variable específica. La investigación no experimental se lleva a cabo observando los fenómenos que existen alrededor de nuestro objeto de estudio y posteriormente analizarlos y sacar conclusiones válidas que ayuden a la realización de nuestro proyecto. El presente trabajo de investigación consideró este método fundamental para la estructura del mismo, de la mano con el método descriptivo el cual permite analizar los datos que se obtendrán en la investigación con el fin de obtener conclusiones.

3.3 Técnicas de recolección de Datos,

Para (Mariandeaguiar, P. 2016). El instrumento de recolección de datos “es aquel recurso que el investigador puede utilizar para obtener información, por la misma razón la labor realizada por el investigador se sintetiza y resume los aportes del marco teórico” Por la misma razón las técnicas e instrumentos nos permite recabar información ante la problemática planteada dentro de la investigación.

3.3.1 Técnica

Para esta investigación se utilizó una encuesta para recabar información sobre el comercio justo y la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

3.3.2 Instrumento

Se utilizó un cuestionario para obtener información sobre el comercio justo y la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

3.4 Población de estudio y tamaño de muestra,

Fernandes, A. Z. (2018) Denomina a la población como “un universo que abarca un conjunto de elementos totales sobre los cuales se pueden realizar investigaciones. Por otra parte, la muestra es una pequeña parte del conjunto total de elementos que tiene una población”

En los mercados de Riobamba, hay un total de 3745 comerciantes informales que realizan sus labores en los mismos, donde se puede considerar una muestra de:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 3745}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 3745(0.05)^2}$$
$$n = \frac{3596698}{10323}$$
$$n = 348$$

Donde

n= Tamaño de la muestra

Z= al grado de confianza que es 1.96

P= es la proporción del individuo que posee las características de estudio 50%, es decir, que el 50% dividido para 100 nos da 0.5

Q= es la proporción del individuo que posee las características de estudio 50%, es decir, que el 50% dividido para 100 nos da 0.5

N= población

e= es igual al límite aceptable de errores, es decir, el 5% dividido para 100 nos da 0.05

Una vez realizado el cálculo para obtener el total de la muestra se deduce que se debe aplicar a 348 comerciantes para continuar la presente investigación.

3.5 Hipótesis de ser el caso

H1: El comercio justo influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

H0: El comercio justo no influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

3.6 Métodos de análisis, y procesamiento de datos

Para continuar con el procesamiento y tabulación de la información, se utilizó el software informático IBM SPSS versión 27.0 bajo el siguiente procedimiento:

Se ingresaron las preguntas con las respectivas opciones dándoles un número a cada una y la medida correspondiente. Una vez que se completa la base de datos, se pasa a responder cada una de las preguntas de la encuesta. Para obtener información más detallada, se procede a realizar el cálculo en base a la matriz de operacionalización de variables correspondiente, dándonos como resultado el valor de cada dimensión de la calidad obtenida, de igual manera, se realiza la satisfacción con el fin de obtener información de cada variable de estudio planteada.

3.7 Unidad de análisis

La unidad de análisis son los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

3.8 Estadística de fiabilidad

Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). El alfa de Cronbach tiene gran utilidad cuando se usa para determinar la consistencia interna de una prueba con un único dominio o dimensión, porque si se usa en escalas con ítems que exploran dos o más dimensiones distintas, aunque hagan parte de un mismo constructo, se corre el riesgo de subestimar la consistencia interna. En estos casos, lo más indicado es calcular un valor de alfa de Cronbach para cada grupo de ítems que componen una dimensión o una subescala (20,32,33) o calcular

un coeficiente alfa estratificado (32,33), lo cual significa que este coeficiente se debe emplear para conocer la consistencia interna en escalas unidimensionales, no en escalas multidimensionales (3,20,21,33).

Para interpretar los valores del coeficiente Alfa de Cronbach, (Nina-Cuchillo, J., & Nina Cuchillo, E. E. 2021 como se citó a Herrera 1998) estableció los siguientes rangos de confiabilidad.

Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach

Tabla 1: Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach

Intervalos	Interpretación
0,00 a 0,53	Confiabilidad nula
0,54 a 0, 59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Confiabilidad excelente
1,00	Confiabilidad perfecta

Fuente: Herrera (1998)

Tabla 2: Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
.718	9

Como se puede apreciar nuestro resultado en el alfa de Cronbach es de 0,718 mismo que podemos definir bajo la tabla de Herrera (1998) es muy confiable y dándonos a conocer que nuestra encuesta es viable.

En el capítulo III se identificó que tipo de investigación es, así mismo se identificó el problema dando a apertura a posibles hipótesis. Se identificaron las técnicas a utilizar y las

herramientas para la encuesta. En la población y muestra se hizo un cálculo obteniendo un total de 349 comerciantes informales para ser encuestados.

CAPÍTULO IV.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de resultados

¿Cree usted que el número de pequeños comerciantes informales ha incrementado en los últimos años?

Tabla 3: Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	319	91.7	91.7	91.7
	No	4	1.1	1.1	92.8
	Tal vez	25	7.2	7.2	100.0
	Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

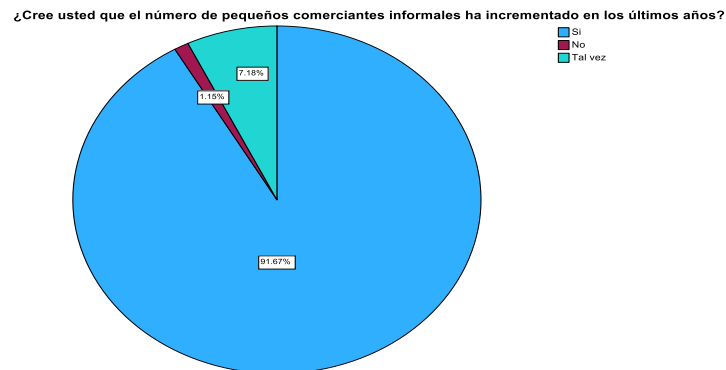


Figura 1. Gráfico pregunta 1

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: En relación con la pregunta, el 91.56% de los comerciantes informales encuestados mencionan que en los últimos años si ha incrementado el número de pequeños comerciantes, así mismo, el 1.15% opinan que no ha incrementado el número de pequeños comerciantes y finalmente el 7.18% dice que tal vez ha incrementado el número de pequeños comerciantes.

Interpretación: En base a los datos obtenidos, nos da a conocer que, debido al aumento de desempleo, las personas se han visto obligadas a empresas y ofrecer productos en los mercados, formando así parte de los comerciantes informales.

¿Cree que el GAD Municipal de Riobamba debería mejorar la gestión del Comercio Justo?

Tabla 4: Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	330	94.8	94.8	94.8
	No	5	1.4	1.4	96.3
	Tal vez	13	3.7	3.7	100.0
	Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0
Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

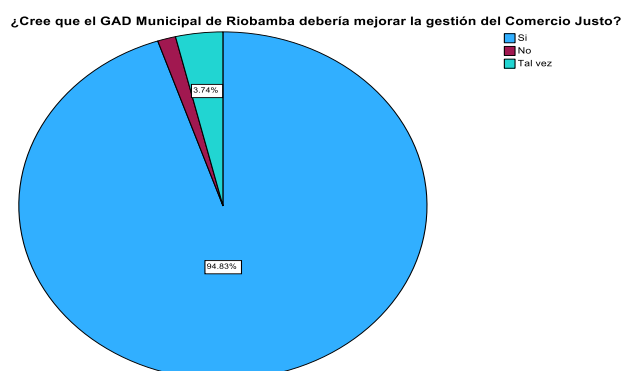


Figura 2: Gráfico pregunta 2

Fuente: IBM SPSS versión 27.0
Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: Se puede observar que el 94.83% de comerciantes informales encuestados, nos dicen que el GAD Municipal de Riobamba si debería mejorar la gestión del comercio justo e inclusión económica de comerciantes informales, el 3.74% nos dice que tal vez debería mejorar la gestión y finalmente el 1.43% de encuestados, nos dice que no se debería mejorar la gestión.

Interpretación: Según el análisis previamente realizado, se puede observar que existe una deficiente gestión por parte del GAD Municipal de Riobamba dirigido hacia los

comerciantes informales de los mercados de Riobamba, lo cual debería mejorar para bienestar y comodidad de estos.

¿Se siente satisfecho con el trabajo que realiza día a día?

Tabla 5: Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfecho	112	32.2	32.2	32.2
	Satisfecho	134	38.5	38.5	70.7
	Moderadamente satisfecho	52	14.9	14.9	85.6
	Poco satisfecho	40	11.5	11.5	97.1
	Nada satisfecho	10	2.9	2.9	100.0
	Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata



Figura 3: Gráfico pregunta 3

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: Como se puede observar, en esta pregunta tenemos que el 38.51% de comerciantes informales encuestados nos dicen que, si se sienten satisfechos con el trabajo que realizan día a día, el 32.18% nos dicen que se sienten satisfechos, el 14.94% se sienten moderadamente satisfechos, el 11.49% se sienten poco satisfechos y concluyendo tenemos que el 2.87% de comerciantes encuestados no están satisfechos con el trabajo realizado.

Interpretación: Se puede observar que la satisfacción de realizar este trabajo día a día en los mercados no es satisfactorio para una parte de los comerciantes informales debido a

varios factores, sin embargo, la mayoría si se siente satisfecho con el trabajo que realiza día a día.

¿De qué edades usted ha observado que los niños comercializan en los mercados?

Tabla 6: Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 4 a 6 años	193	55.5	55.5	55.5
7 a 9 años	95	27.3	27.3	82.8
10 a 12 años	56	16.1	16.1	98.9
13 o más años	4	1.1	1.1	100.0
Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

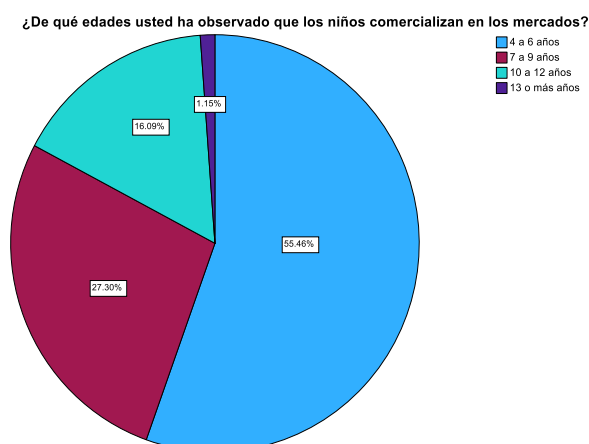


Figura 4: Gráfico pregunta 4

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: En la presente pregunta, tenemos que un 55.46% de los comerciantes informales encuestados nos dicen que actualmente hay niños trabajando en los mercados desde los 4 a 6 años, el 27.30% nos dice que también trabajan niños de 7 a 9 años, el 16.09% nos dice que los niños de 10 a 12 años también trabajan y finalmente un 1.15% nos dice que en los mercados hay niños de 13 o más años trabajando.

Interpretación: Según la base de datos obtenida, se puede observar que existe un gran número de niños trabajando en los mercados desde muy temprana edad, siendo claro el trabajo infantil existente en Riobamba debido a la falta de trabajo, esto les obliga a salir a ofrecer los productos y ayudarles a sus padres día a día.

Con la venta de sus productos ¿Usted sustenta sus necesidades?

Tabla 7: Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	204	58.6	58.6	58.6
	No	60	17.2	17.2	75.9
	Tal vez	84	24.1	24.1	100.0
	Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

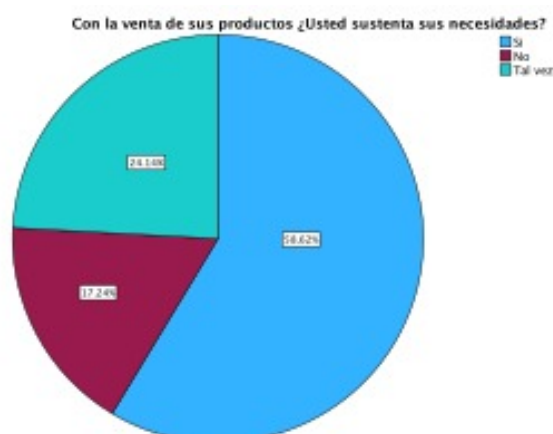


Figura 5: Gráfico pregunta 5

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: Alrededor de 348 preguntas fueron realizadas a comerciantes de los diferentes mercados de Riobamba en donde nos arrojaron los siguientes porcentajes, 58.62% de los comerciantes nos dice que si sustentan sus necesidades, el 24.14% dice que tal vez sus ingresos les ayudan a sustentar sus necesidades y un 17.24% dice que tras las ventas de sus productos no les alcanza para solventar necesidades prioritarias.

Interpretación: Según los datos reflejados en nuestra base de datos se puede interpretar que la mayoría de los comerciantes de los mercados de la ciudad de Riobamba si sustentan sus necesidades tras las ventas de sus productos

Según su criterio, ¿Cómo es la comunicación entre los comerciantes en los mercados?

Tabla 8: Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy buena	102	29.3	29.3	29.3
Buena	97	27.9	27.9	57.2
Moderadamente buena	105	30.2	30.2	87.4
Mala	37	10.6	10.6	98.0
Muy mala	7	2.0	2.0	100.0
Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

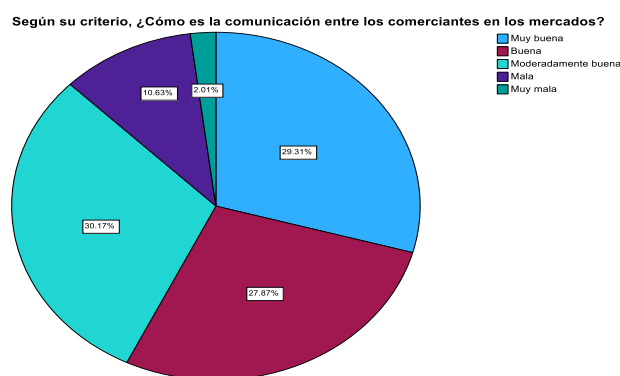


Figura 6: Gráfico pregunta 6

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: Se puede observar que el 30.17% de comerciantes informales encuestados nos dicen que la comunicación de los comerciantes informales en los mercados es muy buena, así mismo el 29.31% nos dice que la comunicación es buena, el 27.87% nos dice que es moderadamente buena, el 10.63% nos dice que la comunicación es mala y finalmente el 2.01% nos dice que es muy mala la comunicación.

Interpretación: Según el análisis previamente realizado, podemos deducir que según la gran mayoría de comerciantes informales la comunicación entre ellos en los mercados es buena, previniendo inconvenientes o mal entendidos entre ellos y logrando un buen ambiente laboral.

¿Cree usted que el nivel de vida de los comerciantes informales ha mejorado en los últimos años?

Tabla 9: Pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	77	22.1	22.1	22.1
	De acuerdo	105	30.2	30.2	52.3
	Moderadamente de acuerdo	69	19.8	19.8	72.1
	Poco de acuerdo	36	10.3	10.3	82.5
	Nada de acuerdo	61	17.5	17.5	100.0
	Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

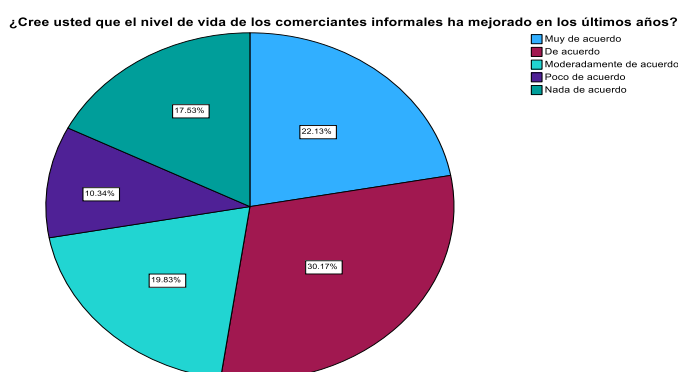


Figura 7: Gráfico pregunta 7

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: En la siguiente pregunta, obtuvimos que el 30.17% de los comerciantes informales nos dicen que están muy de acuerdo en que el nivel de vida de los comerciantes informales ha mejorado en los últimos años, de igual manera, el 22.13% nos dice que están de acuerdo con esta pregunta, el 19.83% están moderadamente de acuerdo, el 10.34% están poco de acuerdo y finalmente el 17.53% están en desacuerdo.

Interpretación: A pesar de no ser un trabajo donde reciben un sueldo fijo mensualmente, la vida de algunos de estos comerciantes si ha mejorado en los últimos años, lastimosamente todos no corren con la misma suerte, por lo que deben analizar si los productos que ofrecen son los correctos para aumentar y sustentar sus gastos.

Según su criterio, ¿Cómo es la inclusión social en los mercados?

Tabla 10: Pregunta 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy buena	122	35.1	35.1	35.1
Buena	123	35.3	35.3	70.4
Moderadamente buena	61	17.5	17.5	87.9
Mala	27	7.8	7.8	95.7
Muy mala	15	4.3	4.3	100.0
Total	348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

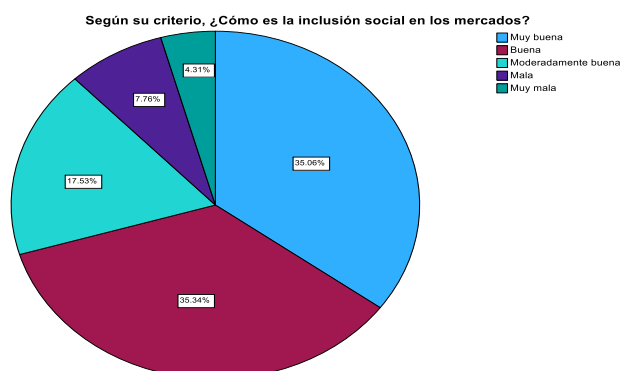


Figura 8: Gráfico pregunta 8

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: Se puede observar que 35.34% de los comerciantes informales encuestados nos dicen que la inclusión social en los mercados es muy buena, así mismo, el 35.06% nos dice que la inclusión es buena, el 17.53% nos dice que es moderadamente buena, el 7.76% nos dice es mala y finalmente el 4.31% nos dice que la inclusión es muy mala.

Interpretación: Según el análisis previamente realizado, podemos observar que a pesar de que el GAD Municipal de Riobamba no tiene mucha influencia en los mercados, la inclusión social en los mismos es óptima y los comerciantes se sienten conformes con la misma.

¿Cree usted que se debería aplicar estrategias de comercio justo e inclusión económica para el mejoramiento económico de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba?

Tabla 11: Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	277	79.6	79.6	79.6
	De acuerdo	54	15.5	15.5	95.1
	Moderadamente de acuerdo	12	3.4	3.4	98.6
	Poco de acuerdo	4	1.1	1.1	99.7
	Nada de acuerdo	1	.3	.3	100.0
Total		348	100.0	100.0	

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata



Figura 9: Gráfico pregunta 9

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

Investigadores: Freddy Tigse y Juliana Zapata

Análisis: Según las preguntas realizadas, obtuvimos que el 79.60% está muy de acuerdo en que se apliquen estrategias de comercio justo e inclusión económica para el mejoramiento

económico de los comerciantes informales, así mismo, el 15.52% nos dice que está de acuerdo con esta pregunta, el 3.4% nos dice que esta moderadamente de acuerdo, el 1.1% está poco de acuerdo y finalmente el 0.3% está nada de acuerdo.

Interpretación: Según los resultados de esta pregunta, se puede concluir que no existen estrategias para el mejoramiento económico de los comerciantes, lo cual se debería aplicar para el bienestar y mejor calidad de vida de estos.

4.2 Discusión de resultados

4.2.1 Verificación del supuesto de normalidad de datos

Para realizar la verificación del supuesto de normalidad de datos se consideró utilizar la prueba de Kolmogorov – Smirnov, ya que en nuestro proyecto de investigación tenemos una muestra superior a 50 observaciones.

El procedimiento Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra compara la función de distribución acumulada observada de una variable con una distribución teórica determinada, que puede ser la normal, la uniforme, la de Poisson o la exponencial. La Z de Kolmogorov-Smirnov se calcula a partir de la diferencia mayor (en valor absoluto) entre las funciones de distribución acumuladas teórica y observada. Esta prueba de bondad de ajuste contrasta si las observaciones podrían razonablemente proceder de la distribución especificada. IBM Documentation. (2022)

En la ley de Kolmogorov – Smirnov plantea que si el valor de p es mayor que 0.05 se procede a aceptar H_0 , lo que significa que existe normalidad en los datos ingresados, es decir, la variable (x) tiene distribución normal.

Al hablar de normal nos referimos a una distribución de probabilidad determinada, la llamada distribución normal, la famosa campana de Gauss. Esta distribución se

caracteriza por su simetría alrededor de una media, que coincide con la mediana, además que otras características propias. Molina, M. (2015)

4.3 Comprobación de hipótesis

4.3.1 Hipótesis

H₁: El comercio justo influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

H₀: El comercio justo no influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

4.4 Nivel de significación

Para el nivel de significación se da un porcentaje de 5% siendo este $\alpha = 0,05$ por la misma razón se rechaza la H₀ y se acepta la H₁

4.5 Cálculo del Chi Cuadrado

Para la comprobación de la hipótesis se aplicará la prueba del Chi Cuadrado siendo esta uno de los procedimientos de cálculos más utilizados en temas investigativos, al analizar de una manera más precisa las dos variables de estudio.

Por lo mismo, se tomará en cuenta la segunda pregunta de nuestra encuesta aplicada la cual pertenece a nuestra variable independiente Comercio Justo y también se utilizará la pregunta 9 siendo para la variable dependiente Inclusión Económica.

Tabla 12: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	128.321 ^a	8	<.001
Razón de verosimilitud	42.638	8	<.001
Asociación lineal por lineal	35.268	1	<.001
N de casos válidos	348		

Fuente: IBM SPSS versión 27.0

4.6 Análisis

$$128.321 > 8 \text{ se Rechaza } H_0$$

Como se puede apreciar el resultado obtenido en la prueba de chi cuadrado es 128.321 lo cual supera por mucho al valor tabulado 8, por la misma razón se rechaza la Hipostasis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa, haciendo referencia que “El comercio justo influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.” En el capítulo IV se realizó el análisis y discusión de resultados de los datos obtenidos en las encuestas realizadas, de la misma manera se comprobó la hipótesis de estudio juntamente con el nivel de significación. De la misma manera se realizó el cálculo del Chi Cuadrado comprobando que dicha investigación tiene viabilidad.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Al finalizar nuestra investigación pudimos diagnosticar que existen desafíos significativos en el comercio justo, con falta de conciencia y adopción de prácticas éticas por parte de los comerciantes informales. También se observan brechas en la transparencia, equidad y sostenibilidad en las relaciones comerciales entre productores, intermediarios y consumidores. Con respecto a la Inclusión Económica los comerciantes informales de los mercados enfrentan múltiples desafíos socioeconómicos, como condiciones precarias de trabajo, ingresos inestables y la falta de acceso a prestaciones laborales básicas.
- Se puede concluir que existe una brecha significativa en cuanto a la equidad y la justicia en estas dos formas de comercio. Mientras que el comercio justo busca garantizar condiciones justas para los productores y promover la sostenibilidad, los

comerciantes informales a menudo enfrentan desafíos económicos y sociales que dificultan su inclusión en el sistema económico formal.

- Se identificó que las estrategias a utilizar son educación y sensibilización, certificaciones y etiquetado, acceso a mercados formales, formalización y regulación, acceso a créditos y servicios financieros, desarrollo de habilidades, promoción del consumo local, protección de derechos laborales y alianza público privada las cuales son fundamentales para mejorar el comercio justo y la inclusión económica de los comerciantes informales para evitar problemas futuros en los mercados de Riobamba.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar un enfoque integral que aborde tanto la conciencia y adopción de prácticas éticas en el comercio como las condiciones laborales y socioeconómicas de los comerciantes informales. Es fundamental establecer un diálogo abierto y constructivo con todas las partes involucradas, incluyendo comerciantes, productores, intermediarios, consumidores y representantes gubernamentales, para trabajar en conjunto en la búsqueda de soluciones.
- Para promover una mayor inclusión económica en los mercados de Riobamba, se recomienda realizar campañas de educación y capacitación, fomento del comercio justo, promoción a la conciencia social beneficiando tanto a los comerciantes informales como a la comunidad en general.
- Se recomienda aplicar estrategias de comercio justo para mejorar la inclusión económica de los comerciantes informales de Riobamba con el fin de mejorar el nivel de vida y tener un mejor desarrollo económico local.

En el capítulo V para cada uno de los objetivos planteados con anterioridad se realiza una conclusión y para cada conclusión redactada una recomendación que nos ayudara a sostener la investigación.

CAPÍTULO VI.

6. PROPUESTA

6.1 Tema:

ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL COMERCIO JUSTO E INCLUSIÓN ECONÓMICA.

6.2 Antecedentes

A continuación, se detalla estrategias que se plantean para el mejoramiento de la aplicación del comercio justo e inclusión económica las cuales se deberá considerar la máxima autoridad que es el GAD municipal de Riobamba.

6.3 Objetivo de la propuesta

La eficiente aplicación de dichas estrategias es de vital importancia por diversas razones que afectan tanto al nivel social como económico, reducción de la pobreza, fomento de la economía local, generación de empleo y estímulo a la innovación y emprendimiento. Plantear estrategias de comercio justo e inclusión económica para los comerciantes informales es una forma de promover el desarrollo económico, social y humano de las comunidades, fomentando la igualdad de oportunidades y contribuyendo a la construcción de sociedades más justas y equitativas.

6.4 Aporte teórico de la investigación

Tabla 13: Propuesta

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	APLICACIÓN	VALOR	FECHAS
Educación y sensibilización	Promover campañas educativas para crear conciencia sobre el comercio justo y sus beneficios tanto para los comerciantes informales como para los consumidores. Esto podría incluir talleres, capacitaciones y materiales informativos para fomentar prácticas éticas y sostenibles en el comercio.	Esta estrategia va dirigida tanto para los comerciantes informales como la ciudadanía en general con el fin de concientizar sobre la importancia del comercio justo e inclusión económica	\$1000.00	Una vez al mes en los mercados de Riobamba
Certificaciones y etiquetado	Establecer programas de certificación y etiquetado que identifiquen los productos o servicios que cumplen con estándares de comercio justo. Estas etiquetas ayudarán a los consumidores a tomar decisiones informadas y a apoyar a los comerciantes que siguen prácticas éticas.	Esta estrategia va dirigida directamente a comerciantes informales y supervisores de los mercados de Riobamba para un mejor control de calidad de productos comercializados.	\$1500.00	Una vez al mes en los mercados de Riobamba
Acceso a mercados formales	Facilitar el acceso de los comerciantes informales a los mercados formales y a cadenas de suministro	Esta estrategia va dirigida a las autoridades competentes del GAD municipal de Riobamba y supervisores de	\$500.00	Dependiendo de los cupos disponibles en cada mercado

	éticas. Esto se puede lograr mediante la creación de plataformas y espacios donde los comerciantes informales puedan interactuar con compradores y otros actores comerciales.	los mercados para una mejor inclusión de comerciantes informales hacia los mercados formales.		
Formalización y regulación	Implementar programas que ayuden a los comerciantes informales a formalizar sus negocios. Esto puede incluir la simplificación de trámites, la reducción de barreras de entrada y la creación de incentivos para la formalización.	Esta estrategia va dirigida a las autoridades del GAD municipal de Riobamba, supervisores y comerciantes informales con el fin de lograr una economía justa en los mercados.	\$1000.00	Permanentemente
Acceso a créditos y servicios financieros	Facilitar el acceso de los comerciantes informales a créditos y otros servicios financieros que les permitan mejorar y expandir sus negocios. Esto podría incluir microcréditos, cooperativas de ahorro y crédito, entre otros.	Esta estrategia se dirige al GAD municipal de Riobamba con alianzas a instituciones financieras para lograr extender créditos para una mejor diversificación de la economía de los comerciantes informales.	\$200.00	Semestralmente y dependiendo de la disponibilidad de los entes financieros.
Desarrollo de habilidades	Brindar capacitación y desarrollo de habilidades para mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por los comerciantes informales.	Esta estrategia va dirigida hacia los comerciantes informales para que obtengan nuevos conocimientos y mejorar la	\$500.00	Permanentemente en los mercados de Riobamba

	Esto podría aumentar su competitividad en el mercado.	calidad de los productos en los mercados.		
Promoción del consumo local	Fomentar el consumo de productos y servicios locales para apoyar a los comerciantes informales y fortalecer la economía local.	Esta estrategia esta direccionada a la comunidad riobambeña para concientizar la importancia del consumo de productos locales.	\$100.00	Permanentemente en toda la comunidad de Riobamba.
Protección de derechos laborales	Garantizar que los comerciantes informales tengan acceso a derechos laborales básicos, como seguridad social, seguro de salud y condiciones laborales justas.	Esta estrategia va dirigida para los comerciantes informales con el fin obtener nuevo conocimiento de sus derechos y obligaciones como comercializadores de los productos de los mercados.	\$100.00	Permanentemente con colaboración de los encargados de los mercados.
Alianza público-privada	Fomentar la colaboración entre el gobierno, el sector privado y la sociedad civil para abordar conjuntamente los desafíos del comercio justo y la inclusión económica de los comerciantes informales.	Esta estrategia va dirigida al GAD municipal de Riobamba y a las empresas públicas y privadas con el fin de lograr un mejor desarrollo de la economía local.	\$500.00	Anualmente revisar alianzas y analizar si se pueden renovar.

En el capítulo VI se diseñó la propuesta que se empleara para una mejor comprensión y resolución de la presente investigación tomando en cuenta las diferentes estrategias que aplicaremos para dicha propuesta.

7. BIBLIOGRAFÍA

Alcocer Cabezas, E., Ayaviri Nina, D., & Romero Flores, M. (2020). Sistemas productivos locales en el comercio justo. Un estudio en el área rural del Ecuador. *Perspectivas*, 46, 103–118.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332020000200005&script=sci_arttext

Agudelo, G., Aignerren, M., & Ruiz, J. (2008). *DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL Y NO-EXPERIMENTAL*. Edu.co.

https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf

Cabrera López, O. G., & Bailón Díaz, C. R. (2014). INCIDENCIA DEL TRABAJO INFANTIL EN EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN EL ÁREA DE LENGUA Y LITERATURA DE LAS NIÑAS Y NIÑOS DEL 7MO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA ESCUELA FISCAL MIXTA “SIMÓN RODRÍGUEZ” DE LA PARROQUIA LICÁN, DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, DURANTE EL AÑO LECTIVO 2011-2012 (Bachelor's thesis, Riobamba, UNACH 2014).

Ceccon, B. (2008). *El Comercio justo en América Latina: perspectivas y desafíos*. México. UNAM.

- CEPAL. (2017). *Biblioguias: Comercio Justo en América Latina y el Caribe: Inicio*. <https://biblioguias.cepal.org/comerciojusto>
- Espinosa, B. (2017). *Las redes de comercio justo*. Edu.ec.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57222.pdf>
- Fernandes, A. Z. (2018, septiembre 24). *Diferencia entre población y muestra*. Diferenciador. <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>
- García, R., Bello, B., & Ormaza, M. (2019). *El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí*. Redalyc.org.
<https://www.redalyc.org/journal/5885/588561531001/html/>
- Gomez, D. (2022). *Qué es la satisfacción laboral (y cómo medirla y mejorarla)*. <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-laboral>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Estadísticas Laborales – abril 2023*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado el 24 de mayo de 2023, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-abril-2023-2/>
- IBM Documentation. (2023, agosto 4). *Ibm.com*. <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/saas?topic=tests-one-sample-kolmogorov-smirnov-test>
- Jaime, L. P. M., Ramírez, M. L. V., Ponce, G. I. A., & Huanca, O. A. C. (2019). El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores. *Dominio de las Ciencias*, 5(3), 589-602.
- Larrea, C. (1990). *Pobreza, necesidades básicas y desempleo: área urbana del Ecuador*. Instituto Nacional de Empleo.

- Martínez Luis, D., Caamal Cauich, I., Ávila Dorantes, J. A., & Pat Fernández, L. A. (2018). Política fiscal, mercado de trabajo y empleo informal en México. *Revista mexicana de economía y finanzas*, 13(1), 77-98.
- Marone, L., & Galetto, L. (2011). El doble papel de las hipótesis en la investigación ecológica y su relación con el método hipotético-deductivo. *Ecología austral*, 21(2), 201-216.
- Mariandeaguiar, P. (2016, febrero 15). *Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos*. SaberMetodología. <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>
- Mayorga, E. R. D., Mayorga, M. D. E., & Guijarro, F. D. E. (2022). CAPÍTULO 22 PROGRAMA DE INCLUSIÓN FINANCIERA PARA EL INCREMENTO DE LOS INGRESOS ECONÓMICOS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA SAN PEDRO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA. *PRÁCTICAS E INVESTIGACIONES EN CIENCIAS POLÍTICAS, ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y SOCIALES*, 442.
- Molina, M. (2015, enero 14). *No todo es normal. Manejo de datos no normales*. AnestesiaR. <https://anestesiario.org/2015/no-todo-es-normal-manejo-de-datos-no-normales/>
- Muguirra, A. (2018, octubre 23). *¿Qué es la investigación descriptiva?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Nina-Cuchillo, J., & Nina Cuchillo, E. E. (2021). Análisis de Confiabilidad: Cálculo del Coeficiente Alfa de Cronbach usando el software SPSS. *ACADEMIA accelerating the worlds research*.

- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34(4), 572-580.
- Organizaciones Coordinadoras del Comercio Justo (2006). *El Comercio Justo como herramienta de cooperación al desarrollo*. Cepal.org.
<https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaComercioJusto/ABCCJ1.pdf>
- Ortega, C. (2021, agosto 3). *Método analítico: Qué es, para qué sirve y cómo realizarlo*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-analitico/>
- Ortega, C. (2019, abril 16). *¿Qué es la investigación explicativa?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-explicativa/>
- Pájaro, D. (2002). La formulación de hipótesis. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, (15).
- Pérez, Á. N. Tesis Doctoral. Samira MILI LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR DE CAFÉ DE COMERCIO JUSTO A PARTIR DEL VALOR PERCIBIDO Y SU CONTRIBUCIÓN.
- PNUD. (2021, junio 29). *Inclusión Económica*. ReactivAccion.
<https://reactivacion.co/inclusion-economica/>
- Socias Salvá, A., & Doblas, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (51), 7-24.
- Social, M. D. (2013). Ministerio de inclusión económica y social.
- Valdiviezo, J. (2019). *ANÁLISIS URBANO DE LOS MERCADOS POPULARES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA CASO DE ESTUDIO MERCADO LA MERCED*.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6151/2/ANALISIS%20URBA>

NO%20DE%20LOS%20MERCADOS%20DE%20RIOBAMBA%20CASO%20
oDE%20ESTUDIO%20MERCADO%20SANTA%20ROSA..pdf

8. ANEXOS



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



Objetivo: Determinar como el comercio justo influye en la inclusión económica de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba.

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y encierre en un círculo la respuesta que usted crea adecuada.

COMERCIO JUSTO

1. **¿Cree usted que el número de pequeños comerciantes informales ha incrementado en los últimos años?**

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

2. **¿Cree que el GAD Municipal de Riobamba debería mejorar la gestión del Comercio Justo?**

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

3. **¿Qué tanto conoce usted sobre el comercio justo?**

Marque su respuesta donde 1 significa nada, 2 significa poco, 3 significa más o menos y 4 significa mucho

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. **¿Cree usted que sus ganancias tras las ventas han aumentado en los últimos años?**

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

5. **¿Qué tipos de productos comercializa usted?**

- a) Primera necesidad
- b) Limpieza
- c) Legumbres
- d) Otros

6. **¿Se siente satisfecho con el trabajo que realiza día a día?**

- a) Muy Satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Moderadamente Satisfecho
- d) Poco Satisfecho

e) Nada Satisfecho

7. ¿De qué edades usted ha observado que los niños comercializan en los mercados?

a) 4 a 6 años

b) 7 a 9 años

c) 10 a 12 años

d) 13 años o más

INCLUSIÓN ECONÓMICA

8. ¿Qué nivel de educación posee usted?

a) Educación Básica

b) Bachillerato

c) Universidad

d) No estudió

9. Con la venta de sus productos ¿Usted sustenta sus necesidades?

a) Si

b) No

c) Tal vez

10. ¿Cree usted que el nivel de desempleo ha disminuido?

a) Si

b) No

c) Tal vez

11. Según su criterio, ¿Cómo es la comunicación entre los comerciantes en los mercados?

a) Muy buena

b) Buena

c) Moderadamente buena

d) Mala

e) Muy mala

12. ¿Cree usted que el nivel de vida de los comerciantes informales ha mejorado en los últimos años?

a) Muy de acuerdo

b) De acuerdo

c) Moderadamente de acuerdo

d) Poco de acuerdo

e) Nada de acuerdo

13. Según su criterio, ¿Cómo es la inclusión social en los mercados?

a) Muy buena

b) Buena

c) Moderadamente buena

d) Mala

e) Muy mala

14. ¿Cree usted que se debería aplicar estrategias de comercio justo e inclusión económica para el mejoramiento económico de los comerciantes informales de los mercados de Riobamba?

a) Muy de acuerdo

- b) De acuerdo
- c) Moderadamente de acuerdo
- d) Poco de acuerdo
- e) Nada de acuerdo

MUCHAS GRACIAS