



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

El comercio justo y el impacto en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

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

**Autores:**

Rivera Granja Daniel Alejandro

Vilema Lasso Edwin Rodrigo

**Tutor:**

Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes

**Riobamba, Ecuador. 2023**

## **DECLARATORIA DE AUTORIA**

Nosotros, Rivera Granja Daniel Alejandro, con cedula de ciudadanía 0604752196 y Vilema Lasso Edwin Rodrigo, con cedula de ciudadanía 0605348424, autores del trabajo de investigación titulado: El comercio justo y el impacto en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba. Certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de nuestra exclusiva responsabilidad.

De la misma forma, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para el 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 a 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, a los 15 días del mes de Noviembre del 2023.

---

Rivera Granja Daniel Alejandro

ESTUDIANTE

C.I. 060475219-6

---

Vilema Lasso Edwin Rodrigo

ESTUDIANTE

C.I. 060534842-4

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR AUTOR**

Quien suscribe, Mgs Cecilia Cristina Mendoza Bazantes CPA catedrática adscrita a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certificó haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: El comercio justo y el impacto en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba, bajo la autoría de Daniel Alejandro Rivera Granja y Edwin Rodrigo Vilema Lasso; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 15 del mes de Noviembre del 2023

---

Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes

C.I. 0201899309

## **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 el impacto en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba por Rivera Granja Daniel Alejandro, con cedula de ciudadanía 0604752196 y Vilema Lasso Edwin Rodrigo, con cedula de ciudadanía 0605348424 bajo la tutoría de Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes CPA; 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 sus autores; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 15 días del mes de Noviembre del 2023.

**Pérez Salas Francisco Paúl, PhD.**

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

-----

-

**Guerrero Arrieta Katherine Geovanna, Mgs.**

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

-----

**Tello Nuñez Cintya Lisbeth, Mgs.**

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

-----

## CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Que, **RIVERA GRANJA DANIEL ALEJANDRO** con CC: **060475219-6**, **VILEMA LASSO EDWIN RODRIGO** CC: **060534842-4** estudiante 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 EL IMPACTO EN EL DESARROLLO DE LOS COMERCIANTES DE PRENDAS DE VESTIR DEL MERCADO ORIENTAL DE RIOBAMBA.**”, cumple con el **6 %**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND REPORT**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 08 de noviembre de 2023

**CECILIA**  
**CRISTINA**  
**MENDOZA**  
**BAZANTES**

Firmado digitalmente por  
CECILIA CRISTINA  
MENDOZA  
BAZANTES  
Fecha: 2023.11.08  
15:06:04 -05'00'

Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes  
**TUTOR(A)**

## **DEDICATORIA**

Dedicó el presente trabajo, a Dios y a mi familia ya que me han apoyado, han estado en mis momentos más difíciles, me dieron fuerzas para no rendirme y seguir adelante.

A mi madre que me enseñó a salir adelante, me inculco los mejores valores, siempre ha estado a mi lado, ha sido mi fortaleza y la razón por la que deseo superarme, aprendí de ella a nunca rendirme y luchar por lo que deseo.

A mi abuela que me cuidó desde que era un bebé, fue como una segunda madre para mí, le debo mucho de lo que soy ahora y el hombre en el que me he convertido, siempre estando ahí para darme un buen ejemplo de una persona justa, correcta y honesta.

A mis compañeros, ya que son como una familia para mí, aprendimos y crecimos juntos en el transcurso de la carrera.

***Por: Alejandro Rivera***

## **DEDICATORIA 2**

Dedicó el presente trabajo en especial a mis padres aquellos que fueron el pilar fundamental de mi crecimiento con lo cual me guiaron por el camino correcto hacia mi vida profesional y a su vez también contribuyeron a mi formación como persona asumiendo toda la responsabilidad y compromiso para que logre superarme en la parte académica, ellos han sido el motivo por el que siempre doy lo mejor de mí.

Gracias Dios, por haberme dado la vida y por fortalecerme a lo largo de mi carrera siendo mi luz en el camino que recorrí para llegar donde estoy, con tu sabiduría me disté el coraje para conseguir todos lo que me propuse.

***Por: Edwin Vilema***

## **AGRADECIMIENTO**

Expresó mi más sincero agradecimiento a Dios, a mi familia por darme las fuerzas que necesitaba para poder seguir adelante, para así lograr cumplir mis metas y mis objetivos.

A mi madre por estar a mi lado por darme sus consejos, su amor incondicional, y estar presente apoyándome en cada uno de los momentos más importantes de mi vida a pesar de las adversidades.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por enseñarme y darme las herramientas necesarias para convertirme en un excelente profesional y excelente ciudadano.

A mi tutora Mgs Cecilia Cristina Mendoza Bazantes, una gran persona, excelente profesional, me instruyó en el proceso con una actitud positiva, colaborativa y amable.

Concluyó agradeciendo a todas las personas que formaron parte de mi formación profesional durante el trayecto universitario que curse de manera especial a mis profesores.

***Por: Alejandro Rivera***



## **AGRADECIMIENTO 2**

Agradezco en primer lugar a Dios por darme las fuerzas y el coraje para nunca rendirme y seguir adelante con el propósito de superarme en cada obstáculo que tuve, por eso y mucho más estoy plenamente satisfecho por culminar una meta más en mi vida.

Agradezco a mis padres que han sido mi inspiración para que logre llevar a cabo todo lo que proponga en la vida, me han criado y me han enseñado el valor de lograr aquello que tanto se anhela poniendo esfuerzo, dedicación y sobre todo el empeño necesario que se tiene que poner de parte para conseguir sobresalir en mis estudios.

***Por: Edwin Vilema***

## ÍNDICE GENERAL

<i>DECLARATORIA DE AUTORIA</i> .....	
<i>DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR AUTOR</i> .....	
<i>CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL</i> .....	
<i>CERTIFICADO ANTIPLAGIO</i> .....	
<i>DEDICATORIA</i> .....	
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	
<i>ÍNDICE GENERAL</i> .....	
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i> .....	
<i>RESUMEN</i> .....	
<i>ABSTRACT</i> .....	
<i>CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN</i> .....	17
1.1 Planteamiento del problema.....	18
1.1.1 Formulación del problema .....	19
1.2 Objetivos .....	19
1.2.1 General .....	19
1.2.2 Específico .....	19
<i>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</i> .....	19
2.1 Antecedentes .....	19
2.2 Comercio justo .....	20
2.2.1 Beneficios del comercio justo .....	21
2.2.2 Importancia del comercio justo .....	21
2.2.3 Principios del comercio justo .....	22
2.2.4 Ventajas del Comercio Justo .....	22
2.2.5 Desventajas del comercio justo .....	23
2.3 Desarrollo.....	23
2.3.1 Desarrollo sustentable y sostenible .....	24
2.3.2 Desarrollo social económico .....	24

2.3.3 La economía .....	24
2.3.4 Comerciante .....	25
2.3.4 Crecimiento .....	25
2.3.5 Emprendimiento .....	25
<i>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....</i>	<i>25</i>
3.1 Método de investigación .....	25
3.2 Tipo de investigación .....	26
3.2.1 Investigación descriptiva .....	26
3.2.2 Investigación de campo .....	26
3.2.3 Diseño de investigación .....	27
3.3 Hipótesis .....	27
3.4 Técnicas .....	27
3.4.1 Encuestas: .....	27
3.5 Instrumentos .....	27
3.5.1 Cuestionario de encuesta: .....	27
3.6 Población y muestra .....	28
3.6.1 Población .....	28
3.6.2 Muestra .....	28
<i>CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</i>	<i>30</i>
4.1 Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del “Mercado Oriental” de la ciudad de Riobamba .....	30
<i>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</i>	<i>46</i>
4.1 Conclusiones .....	46
4.2 Recomendaciones .....	47
<i>CAPÍTULO VI: PROPUESTA .....</i>	<i>48</i>
6.1 Presentación de la propuesta .....	48
6.2 Alcance de la propuesta .....	49
6.3 Actores de las estrategias .....	49
6.3.1 Departamentos involucrados para realizar la propuesta .....	49

6.4 Objetivos de la propuesta.....	50
6.4.1 Objetivo General .....	50
6.4.2 Objetivos específicos.....	50
6.5 Estrategias del modelo de gestión.....	51
6.5.1 Estrategias – Formación de comerciantes formales e informales .....	51
6.5.1.1 Módulos para los comerciantes de prendas de vestir.....	52
6.5.1.2 Duración estimada de cada modulo.....	54
6.5.2. Estrategias - Conversatorio entre comerciantes formales e informales .....	55
6.5.3 Estrategias - Control de seguridad riguroso .....	57
6.6 Presupuesto planeado para la aplicación de las estrategias .....	58
6.7 Conclusiones .....	59
7 <i>Anexos (Opcional)</i> .....	63
7.1 Matriz de consistencia.....	63
7.2 Matriz de Operacionalización de Variables .....	65
7.3 Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del “Mercado Oriental” .....	67

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Tamaño de la poblacional de los comerciantes .....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 2: Calificación de la calidad del producto. ....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 3: Calificación de la forma de comercialización. ....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 4: Calificación nivel de competencia. ....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 5: Nivel de satisfacción de los clientes .....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 6: Calidad principal del producto .....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 7: Calificación mejora estilo de vida.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 8: Calificación alternativa a comercio justo más importante. ....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 9: Índice de ingresos.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 10: Condiciones para una comercialización justa .....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 11: Propuesta para el mejoramiento de las condiciones de comercialización .....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 12: Conocimiento de las ordenanzas emitidas por el GADMR.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 13: Buenas practicas del comercio justo .....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 14: Resumen del modelo .....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 15: Chi cuadrado .....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 16: Departamentos involucrados para realizar la propuesta .....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 17: Formación comerciantes formales e informales .....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 18: Módulos para los comerciantes de prendas de vestir.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 19: Duración estimada de cada modulo .....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 20: Conversatorio entre comerciantes formales e informales .....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 21: Control de seguridad riguroso.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 22: Presupuesto planeado para la aplicación de las estrategias.....</i>	<i>58</i>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Calificación de la calidad del producto. ....</i>	<i>30</i>
<i>Gráfico 2: Calificación de la forma de comercialización. ....</i>	<i>31</i>
<i>Gráfico 3: Calificación nivel de competencia. ....</i>	<i>32</i>
<i>Gráfico 4: Nivel de satisfacción de los clientes ....</i>	<i>33</i>
<i>Gráfico 5: Calidad principal del producto ....</i>	<i>34</i>
<i>Gráfico 6: Calificación mejora estilo de vida. ....</i>	<i>35</i>
<i>Gráfica 7: Calificación alternativa a comercio justo más importante. ....</i>	<i>36</i>
<i>Gráfico 8: Índice de ingresos.....</i>	<i>37</i>
<i>Gráfico 9: Condiciones para una comercialización justa ....</i>	<i>38</i>
<i>Gráfico 10: Propuesta para el mejoramiento de las condiciones de comercialización ..</i>	<i>39</i>
<i>Gráfico 11: Conocimiento de las ordenanzas emitidas por el GADMR.....</i>	<i>40</i>
<i>Gráfico 12: Buenas practicas del comercio justo.....</i>	<i>41</i>
<i>Gráfico 13: Campana de Gauss del resumen del modelo.....</i>	<i>43</i>
<i>Gráfico 13: Campana de Gauss Chi cuadrado ....</i>	<i>45</i>

## **RESUMEN**

El comercio justo es una actividad que brinda la oportunidad de condiciones igualitarias al igual que una competencia leal entre comerciantes y productores la cual su popularidad ha ido subiendo y a la vez incidiendo en el desarrollo de los comerciantes del Mercado Oriental de la ciudad de Riobamba. Para ello aplicamos el método hipotético-deductivo, a través de investigación descriptiva y de campo con el diseño no experimental. El instrumento aplicado para la recolección de datos fue una encuesta de 12 preguntas a 189 comerciantes de prendas de vestir pertenecientes al “Mercado Oriental” mediante esta se obtuvo información autentica desde la matriz.

La hipótesis fue comprobada mediante el uso de la prueba chi-cuadrado donde determinamos la incidencia de la variable independiente comercio justo, con un resultado de significancia asintótica bilateral de 0,000 siendo este menor al índice de confianza 0,05 propuesto, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. En base a los resultados obtenidos se destaca que el comercio justo si incide en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Oriental de la ciudad de Riobamba, por lo que se da paso a una propuesta que permita mejorar el desarrollo, mediante prácticas de comercio justo entre los vendedores formales e informales, esto con la finalidad de mejorar su estilo de vida.

**Palabras clave:** Mercado Oriental, Comercio justo, Desarrollo, Comercialización, Incidencia.

## **ABSTRACT**

Fair trade is an activity that provides the opportunity for equal conditions and fair competition between merchants and producers, whose popularity has been increasing and, at the same time, influencing the development of the merchants of the Eastern Market in the city of Riobamba. We apply the hypothetical-deductive method through descriptive and field research with a nonexperimental design to do this. The instrument used for data collection was a 12-question survey of 189 clothing merchants belonging to the “Oriental Market” obtained from the matrix.

The hypothesis was tested using the chi-square test, where we determined the incidence of the independent variable fair trade, resulting in a bilateral asymptotic significance of 0.000, which is less than the proposed confidence index of 0.05, so it is rejected. The null hypothesis and the alternative hypothesis are accepted. Based on the results obtained, fair trade affects the development of clothing merchants in the Eastern Market of Riobamba. To improve development through practical practices, an appropriate transaction between formal and informal sellers to enhance their lifestyle.

**Keywords:** Eastern Market, Fair Trade, Development, Marketing, Advocacy



Reviewed by:

Mgs. Sofia Freire Carrillo

**ENGLISH PROFESSOR**

C.C. 0604257881



## **CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN**

La siguiente investigación está enfocada al análisis de la influencia del comercio justo en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba, Ecuador.

El mercado oriental o también conocido como Bolívar Chiriboga – El Prado, data sus inicios a partir del año 1981 hace 42 años con relevancia a la actualidad, el mercado oriental antes era un conjunto con el mercado San Alfonso, al separarse se dirigió hacia las calles Luis I. Cordovez y Tarquí, a su vez se trasladaron los comerciantes, sin embargo fueron reubicados entre las calles Luis Cordovez y Espejo, hace aproximadamente 32 años el mercado oriental además de la venta de comida se expandió a la venta de frutas y dos años más tarde implemento venta de cosas usadas, fierros y prendas de vestir (Yépez, 2019).

Actualmente es importante que exista un comercio justo para que tanto como los actuales y futuros comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba puedan crear oportunidades y tengan una competitividad de mercado más justa con la finalidad de fomentar nuevas estrategias para formar un desarrollo estable y próspero.

En el transcurso de esta investigación se busca resolver puntos clave como delimitar el problema que estará enfocado en el tema “El comercio justo y el impacto en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba”, se presentará objetivos de acuerdo al problema que se busca resolver, de igual manera se detalla antecedentes y el marco teórico de las dos variables, consiguiendo proponer la metodología que se va a implantar en la investigación, finalmente se aplicó técnicas para realizar el respectivo análisis de los resultados

La presente investigación consta de seis capítulos: Capítulo I que describe la introducción, planteamiento y formulación del problema, objetivos generales y específicos; Capítulo II, el marco teórico; Capítulo III, la metodología que se aplica es a

través del método hipotético deductivo, con el SPSS, para el análisis de datos y su interpretación; Capítulo IV, los resultados y discusión; Capítulo V, conclusiones y recomendaciones; Capítulo VI, Propuestas sobre las estrategias de comercio justo

### **1.1 Planteamiento del problema**

Existe una gran variedad de relaciones comerciales en la cuales se puede encontrar bajas oportunidades de desarrollo para los pequeños productores y comerciantes, ya que se encuentran en una desventaja económica y social con relación a marcas mejor posicionadas en el mercado. (Coscione & Mulder, El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible, 2017) . El modelo que desea impartir el comercio justo busca equilibrar la balanza dignificando el trabajo realizado por todos los que actúan en la cadena de valor.

El comercio justo tiene como objetivos garantizar un acceso directo a los mercados en condiciones justas y equitativas, entre los pequeños productores y los consumidores de igual forma busca asegurar condiciones de trabajo dignas para los empleados, y de esa manera incentivar su asociatividad y empoderamiento (Coscione & Mulder, El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible, 2017).

En la ciudad de Riobamba en el mercado oriental surge una problemática con relación a como se debe entablar de mejor manera la comunicación y la manera de expresarse para que se pueda fomentar el comercio justo entre los comerciantes de prendas de vestir y de esa forma cada uno de los mercaderes logren poder fortalecer su negocio para que exista una igualdad de condiciones que impulsan a un mejor desarrollo den origen a una transparencia entre todos los comerciantes.

En el mercado oriental de la ciudad de Riobamba no existe un comercio justo adecuado por lo tanto el desarrollo es mínimo en las personas que se dedican a la comercialización de prendas de vestir en el mercado oriental. Por la situación que presenta se puede notar la necesidad de realizar una investigación, para proponer nuevas estrategias de comercio justo, lo que permitirá que los productores de prendas de vestir obtengan ingresos dignos y estables con ello cubrir los costos de producción y aumentar los márgenes de utilidad, generando nuevos planteamientos de compra-venta de prendas de vestir difiriendo de los métodos de comercio tradicional.

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿Cómo el comercio justo influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 General**

- Determinar la influencia del comercio justo en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

### **1.2.2 Específico**

- Diagnosticar el comercio justo y el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.
- Contrastar el comercio justo y el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.
- Proponer estrategias de comercio justo, para mejorar el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes**

En el año 2011, el autor Armando García. Realizó una investigación titulada: El comercio justo: ¿Una alternativa de desarrollo local? En esta investigación El principal objetivo de esta investigación es conocer primero como surge el comercio justo y su correlación para fomentar el desarrollo local en un país considerando a los productores y consumidores. A lo cual el autor concluye que es importante promover una tendencia alternativa de comercio justo orientada al desarrollo como puede ser la existencia de equidad entre la cadena de producción y distribución para potencializar mejores relaciones comerciales. (García A. , 2011)

En junio del año 2014, el autor Alejandro Garza Treviño. Realizó una investigación titulada: El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café. El principal objetivo de esta investigación es indagar la forma en cómo influye la

certificación del comercio justo y a su vez conocer por medio de la misma como se promueve el desarrollo en los productores de café (Garza, 2014).

En esta investigación el autor concluye que es fundamental tomar en cuenta los principales factores que impactan en el desarrollo de los productores de café son constituir cooperativas esto le permite fácilmente acceder a mercados internacionales con el uso de redes sociales, además de contar con una capacitación y asistencia técnica con lo cual logran impulsarse, por otra parte, también se puede promover su producto que ya está certificado y posicionarse en ese nicho de mercado. (Garza, 2014)

En Ecuador en el año 2022, los autores Luis Fernando Moreno Aguil y Anthony Alexander Sani Paguay. Realizó la investigación titulada: El Comercio Justo Como Alternativa Para El Desarrollo Socio Económico De La Ciudad De Riobamba En El Periodo 2019 - 2021.

El autor busca analizar las practicas del comercio justo que va a implementar el GADMR, y como se desarrollara dentro de los próximos cuatro años de igual forma como se desarrolla y evoluciona, también nos habla sobre divisar el aporte que da las practicas del comercio justo al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Riobamba.

A lo cual el autor concluye que el comercio justo tiene un impacto positivo ya que en la ciudad de Riobamba existió un crecimiento en especial en 3 ferias que se implementó el comercio justo las cuales fueron: Chimborazo Emprende Hacia El Cambio, Feria Plaza Vida y Feria Emprende Riobamba. (Moreno & Sani, 2022)

## **2.2 Comercio justo**

Joseph E. Stiglitz y Andrew Charlton en su documento titulado “Comercio justo para todos” nos dicen que el comercio justo es fundamental ya que por medio de su aplicación se puede lograr un desarrollo y crecimiento económico ya que se basa en buscar igualdad en el comercio internacional , por otra parte la liberación comercial puede facilitar de mejor manera el desarrollo ya que mejora la eficiencia general de un

país en consecuencia de cambios de liberalización y el grado de bienestar, aunque depende de muchos factores y por sí sola no asegura el crecimiento (Charlton & Stiglitz, 2006).

Es importante destacar que el comercio justo se vino dando desde la década de los sesenta esencialmente en los países nórdicos en el cual había pocos consumidores de productos importados del tercer mundo, aunque a través de la ONG y cooperación internacional entre los distintos países es así que a finales de la década de los noventa entre los distintos países se expandió por Ecuador generando mejores precios para toda la comunidad logrando así que los pequeños productores y campesinos puedan fortalecerse (Lozano, 2011).

### **2.2.1 Beneficios del comercio justo**

Para Bringas y Capaldi, el comercio justo es una relación comercial que surge de manera libre, directa, honesta y para nada fraudulenta tanto para los comerciantes como los emprendedores, la finalidad es el libre comercio en igualdad de condiciones, con esto se planea eliminar restricciones y discriminaciones a los productos de origen de países en vías de desarrollo. (Bringas & Capaldi, 2013)

Otro beneficio para el comercio justo es: El entorno de trabajo saludable de esta manera se busca mejorar las condiciones de los productores y comerciantes, de igual forma pretende realizar relaciones comerciales durables, ampliación de mercado para incurrir en mercados nacionales e internacionales.

### **2.2.2 Importancia del comercio justo**

Según Antonio Socías la importancia del comercio justo radica en la cooperación para lograr un desarrollo de los comerciantes, emprendedores, productores, países en vías de desarrollo entre otros, siendo este uno de sus mayores diferenciadores, busca dar un cambio a las relaciones comerciales para que sean más igualitarias entre los mercaderes u otros que realicen actividades que involucren transacciones. (Socías, 2005)

### **2.2.3 Principios del comercio justo**

El objetivo del comercio justo y como lo describe Coscine CJ es la reducción de la pobreza en base a los siguientes principios:

- Condiciones y prácticas laborales justas
- Pago a un precio justo
- Creación de nuevas oportunidades
- Control a comerciantes informales

El comercio Justo (CJ) lo que busca es que los comerciantes a través de su trabajo cotidiano logren desarrollar sus habilidades de este modo aprovechar las oportunidades de mercado, con el fin de lograr un crecimiento en su estilo de vida mediante un trabajo digno, cumpliendo las normas de la Organización Internacional del Trabajo. (Coscione, 2012)

### **2.2.4 Ventajas del Comercio Justo**

En la página ExpokNews encontramos las ventajas del comercio justo la misma nos describe las siguientes:

- Precios justos para los productores
- Una de las principales ventajas y características del comercio justo es que garantiza a que los productores puedan recibir un precio justo por sus productos lo que consigue ayudar a aliviar la pobreza y mejorar los medios de vida de los agricultores y trabajadores en los países en desarrollo.
- Mejores condiciones de trabajo (ExpokNews, 2023)
- El comercio justo por otra parte promueve mejores condiciones de trabajo, como entornos seguros, salarios justos y protección de los derechos de los trabajadores lo que facilita a que se pueda optar por una mejor calidad de vida para los trabajadores y sus familias.
- Prácticas de producción sostenibles
- El comercio justo fomenta prácticas de producción sostenibles, como el uso de métodos de agricultura orgánica y procesos de producción respetuosos con el

medio ambiente con esto se logra reducir el daño ambiental y preservar los recursos naturales del territorio. (ExpokNews, 2023)

- Empoderamiento de las comunidades marginadas
- El comercio justo puede ayudar a empoderar a las comunidades marginadas, como las mujeres y los pequeños agricultores, al proporcionarles acceso a mercados y recursos que tal vez no hayan tenido antes generando mayores oportunidades de desarrollo para las personas. (ExpokNews, 2023)

### **2.2.5 Desventajas del comercio justo**

- Costos más altos: Los productos de comercio justo pueden ser más caros que los productos producidos convencionalmente, debido a los mayores costos de las prácticas de producción ética y sostenible.
- Impacto limitado: Si bien el comercio justo puede proporcionar muchos beneficios a los productores y comunidades individuales, puede no tener un impacto realmente significativo en cuestiones sociales y económicas que son más amplias en los países en desarrollo. (ExpokNews, 2023)
- Alcance limitado: Los productos de comercio justo siguen siendo una parte relativamente pequeña del mercado global, aunque pueden no estar disponibles en todas las áreas o en todas las categorías de productos.
- Desafíos de la certificación: La certificación de comercio justo puede ser un proceso complejo y costoso, que puede limitar la capacidad de algunos productores para participar en el mercado de comercio justo. (ExpokNews, 2023)

## **2.3 Desarrollo**

En cuanto al desarrollo es de gran relevancia reflexionar que es un fenómeno global el cual se entiende que el progreso y el crecimiento pueden seguir eternamente se lo afirma ya que diferencia a la civilización occidental de las demás, por otra parte se destaca que al tener para los consumidores exceso de bienes también genere desigualdad y exclusión como en el caso de países del Norte o del Sur pero a su vez genere un crecimiento y promueva el desarrollo (Rist, 2002).

Posteriormente el desarrollo es aquello que permite inventar nuevas formas de vida que a su vez pueden ser ubicados entre una actualización por medio de la cual se sufre, pero además pueda aportar ventajas adicionales con respecto a ello logrando constatar tal afirmación si el desarrollo plantea esperanzas el resistirse al desarrollo genera nuevas riquezas (Rist, 2002).

### **2.3.1 Desarrollo sustentable y sostenible**

El desarrollo sustentable se enfoca conciliar las necesidades económicas e industriales con un equilibrio social y ecológico, ya que busca establecer un equilibrio entre el desarrollo económico, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo social de la población a esto se lo conoce como sustentabilidad y lleva consigo prácticas responsables y el uso adecuado de los recursos. (Enciclop, 2023)

El desarrollo sostenible va más orientado a mejorar la calidad de vida humana sin dejar de lado la capacidad de carga de los ecosistemas que lo sustentan, mediante lo cual se satisfacen necesidades sociales, diversidad cultural y un medio ambiente más confortable sin poner en riesgo a las futuras generaciones. (Madroñero & Guzmán, 2018).

### **2.3.2 Desarrollo social económico**

El desarrollo económico y el progreso social se relacionan entre sí debido a que sin crecimiento económico no existen recursos financieros para que se pueda sufragar en las políticas públicas ya que ningún país ha logrado tener un alto desarrollo social con una economía inestable. Además, se el desarrollo económico y social deben encaminarse a un continuo aumento del nivel de vida tanto material como espiritual de todos los individuos de una sociedad en general. (Fundación libertad y desarrollo, 2015).

### **2.3.3 La economía**

La economía es una ciencia social ya que administra todos los recursos disponibles para de esta forma analizar el comportamiento, decisiones y acciones de los humanos con la finalidad de poder mejorar las condiciones de vida de las personas y de las sociedades en donde se orienta. (Sevilla, 2020).



### **2.3.4 Comerciante**

El comerciante es aquella persona que se dedica a negociar comprando y vendiendo diferentes mercancías para generar una actividad económica, negocio o ya sea un oficio, esta persona compra productos a un determinado precio y luego lo vende a un precio mayor para así obtener una ganancia. (Enciclop, 2023).

### **2.3.4 Crecimiento**

Para la autora Labrunée, el crecimiento es un proceso sostenible en un determinado tiempo en el que aumenta el nivel de actividad económica de manera constante, de igual forma nos habla de los beneficios del crecimiento uno de ellos es: El aumento del empleo ya que, al aumentar la producción y las ventas, incrementa el empleo. (Labrunée, 2018)

### **2.3.5 Emprendimiento**

En base al autor el emprendimiento conlleva un comportamiento tanto social como económico, ambas coexisten en busca de satisfacer una necesidad social o una falla del mercado, de igual forma adentrarse a un mercado creciente o representativo. (Trujillo & Guzmán, 2008).

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Método de investigación**

En el presente trabajo de investigación se decidió aplicar el método hipotético deductivo el cual permitirá plantear y comprobar la hipótesis, el comercio justo influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

El método hipotético deductivo es basado en el método científico general aplicado en varias ciencias, consiste en alcanzar conclusiones a partir de ideas que contienen datos particulares. La hipótesis se pondrá a prueba para llegar a una conclusión utilizando

verdades en su proceso por lo que las conclusiones obtenidas tendrán un mayor grado de consistencia. (Puebla, 2010).

#### **Pasos del método:**

**Observación del Fenómeno a estudiar:** Se va a recoger todos los datos e información existente acerca de nuestro fenómeno el comercio justo y su influencia en el desarrollo de comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.

**Elaboración de la hipótesis:** La presente investigación se basará en la hipótesis probabilística la cual ha sido explicada en el fenómeno de estudio.

**Dedución de consecuencias:** A través de una investigación teórica y colecta de datos que han sido obtenidos mediante encuestas se tratará de afirmar la hipótesis.

**Argumentación o verificación:** Se afirma o se niega la hipótesis planteada

### **3.2 Tipo de investigación**

#### **3.2.1 Investigación descriptiva**

La investigación será descriptiva ya que se especificó el fenómeno a estudiar, el comercio justo y su influencia en el desarrollo de comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba. Logrando obtener toda la información de las 2 variables a estudiar.

La investigación descriptiva, denominada también como investigación de diagnóstico, consiste fundamentalmente, en caracterizar los fenómenos o situaciones concretas señalando sus características más peculiares o diferenciadoras (Morales, 2012).

#### **3.2.2 Investigación de campo**

Se aplicó este tipo de investigación para lograr comprender el problema propuesto en nuestra investigación.

La investigación de campo es la observación, recolección de eventos y materiales que llegan a suscitar en un ambiente natural, trabajamos en el ambiente natural para lograr que nuestros datos sean los más puros posibles (Bartis, 1985).

### **3.2.3 Diseño de investigación**

Para el siguiente trabajo se implementó la investigación no experimental, el diseño de investigación no experimental también conocida como ex post facto es aquella que se realiza sin llegar a manipular de forma deliberada las variables, el sujeto a estudiar es observado en su ambiente natural es decir en la realidad de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba sin condiciones ni estímulos que expongan al sujeto de estudio a un cambio (Agudelo, Aignerren, & Ruiz, 2008).

### **3.3 Hipótesis**

La hipótesis es una explicación supuesta bajo ciertos hechos a los que sirve de soporte, también diríamos que es una afirmación sujeta a su respectiva confirmación, una solución teórica o tentativa del problema (Pájaro, 2002).

**H<sub>i</sub>:** El comercio justo influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba

**H<sub>o</sub>:** El comercio justo no influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

### **3.4 Técnicas**

**3.4.1 Encuestas:** Se llevó a cabo encuestas a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba, para de esa manera conseguir información transparente y veraz.

### **3.5 Instrumentos**

El cuestionario se utiliza para la obtención y el registro de datos, gracias a su versatilidad se puede usar como instrumento de investigación al igual como instrumento de evaluación de personas, procesos, programas de formación entre otros. Esta evaluación puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos (García T. , 2003).

**3.5.1 Cuestionario de encuesta:** La encuesta constará de 12 preguntas claras y factibles que nos ayuden a recopilar la información necesaria.

### 3.6 Población y muestra

#### 3.6.1 Población

La población o universo de estudio es el conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales se puede presentar una característica o condición en común para así ser susceptible a ser estudiada en una investigación (Carrillo, 2015).

El total de la población se lo encontró en el portal web Knowledge, en el cual establece que en el mercado oriental de Riobamba existen 370 comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental en el año 2022 (Castro, Moreno, Velasco, & Zambrano, 2022).

**Tabla 1:**

*Tamaño de la poblacional de los comerciantes*

Unidad de observación	N° De comerciantes
Comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba	370

**Fuente:** Sitio Web Knowledge.

**Elaborado por:** Castro, Moreno, Velasco, & Zambrano, 2022.

#### 3.6.2 Muestra

Una muestra es un subconjunto del universo también conocido como población, viéndolo desde el ámbito estadístico puede ser probabilístico o no probabilístico, la unidad muestral es definida como el conjunto de elementos extraídos de la población que conformas una muestra (Carrillo, 2015).

#### Fórmula para obtener la muestra

$$N= 355$$

$$Z_{\alpha}= 95\% = 1.96$$

$$p= 5\% = 0.05$$

$$q= 5\% = 0.05$$

$$d= 5\% =0.05$$

**n= 189**

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

$$n = \frac{(370) * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(370 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 188,7 \approx 189$$

Luego de realizar el cálculo de la muestra con un número de 370 comerciantes de prendas de vestir obtuvimos un tamaño de muestra de 188.7, para lo cual se aplicará la respectiva encuesta a un total de 189 comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del “Mercado Oriental” de la ciudad de Riobamba

#### 1.- Usted que calificación le daría a la calidad del producto que ofrece

**Tabla 2:**

*Calificación de la calidad del producto.*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	48	25%
Muy Bueno	141	75%
Bueno	0	0%
Regular	0	0%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

#### **Gráfico 1:**

*Calificación de la calidad del producto.*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas fueron: El 48% de los encuestados ofrecen un producto de calidad: Excelente, mientras que el 75% ofrecen un producto de calidad: Muy buena. A pesar de que los comerciantes no cuentan con maquinaria como grandes empresas que comercian con prendas de vestir la calidad que ofrecen los comerciantes del mercado oriental es considerada: Muy Buena, por palabras de los mismos comerciantes. Teniendo un 100% de opiniones que superan el rango: Bueno en la calidad de sus productos, notamos que el problema no se encuentra en la calidad de los productos que ofrecen los comerciantes de prendas de vestir.

**2.- Usted considera que la forma de comercialización de los productos que ofrece es:**

**Tabla 3:**

*Calificación de la forma de comercialización.*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy adecuada	140	74%
Adecuada	49	26%
Poco Adecuada	0	0%
Inadecuada	0	0%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 2:**

*Calificación de la forma de comercialización.*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** En base al resultado obtenido: El 26% de los casos los comerciantes mencionaron que su forma de comercialización es: Adecuada, por otro lado, el 74% mencionó que su forma de comercialización es: Muy adecuada. Contamos con un 100% de comerciantes que considera su forma de comercialización sobre la Adecuada, algunos comerciantes mencionaban que su estilo les ha funcionado por varios años, estos datos indican que la forma de comercialización puede ser un factor que influya en sus ingresos de una manera significativa lo cual repercute en su desarrollo.

### 3.- Cómo califica usted el nivel de competencia existente en el mercado oriental

**Tabla 4:**

*Calificación nivel de competencia.*

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Muy Alto	145	77%
Alto	44	23%
Bajo	0	0%
Muy Bajo	0	0%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 3:**

*Calificación nivel de competencia.*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** En base a la encuesta realizada hemos obtenido que el 23% de comerciantes califican el nivel de competitividad en: Alta, por otro lado, el 77% que existe una competitividad: Muy alta. En el mercado oriental de Riobamba existe un índice competitivo: Muy Alto según los comerciantes lo que implica en la toma de decisiones para combatir con la competencia, en especial si hablamos de la ventaja que tienen los comerciantes informales al ofrecer el mismo producto, pero a un menor precio. Al tener un 100% de encuestados que califican la competitividad desde: Alto hacia arriba significa que existe un problema de competencia entre los comerciantes de prendas de vestir del mercado Oriental de Riobamba lo cual afecta de manera directa a su desarrollo.



#### 4.-Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes al adquirir su producto.

**Tabla 5:**

*Nivel de satisfacción de los clientes*

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Muy satisfecho	27	14%
Satisfecho	62	86%
Poco Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 4:**

*Nivel de satisfacción de los clientes*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los comerciantes encuestados con respecto a la satisfacción de sus clientes al adquirir su producto el 14% menciona que sus clientes se encuentran: Muy satisfechos, por otro lado, en su mayoría el 86% dice que sus clientes se encuentran: Satisfechos. Con respecto a la calidad del producto notamos una conformidad regular de los clientes con respecto a los productos al tener un 86% que tiene un nivel de satisfacción que no llega a lo esperado, tenemos que plantear mejoras en la atención al cliente y estrategias de comercio justo.

## 5.- Considera usted que sus productos son adquiridos por:

**Tabla 6:**

*Cualidad principal del producto*

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Precio justo	35	79%
Calidad	148	19%
Confort	0	0%
Moda	4	2%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 5:**

*Cualidad principal del producto*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** En base a la encuesta realizada obtuvimos un resultado de un 2% de personas que eligen los productos por: Moda, un 19% que los elige por: Precio Justo y un 79% de compradores que acuden por: Calidad del Producto. El producto ofertado por los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental es mayormente aceptado por su calidad, por este motivo es que los consumidores acuden a sus locales. Siendo la calidad y el precio justo los factores más relevantes para la compra de sus productos, notamos una ventaja competitiva frente a centros comerciales que ofertan ropa por un mayor precio lo cual implica que tienen un medio por explotar para una mejora en el desarrollo de los comerciantes.

**6.- Considera usted que a través de la comercialización y ventas de sus productos ha mejorado su condición de vida en los últimos años**

**Tabla 7:**

*Calificación mejora estilo de vida.*

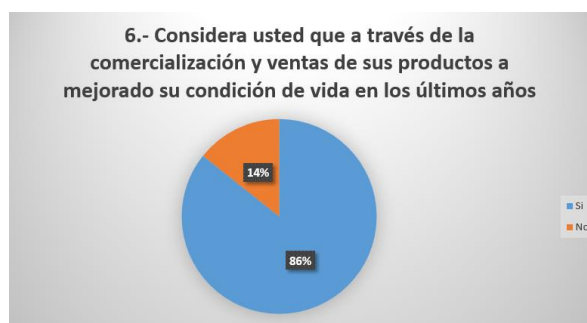
Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Si	162	86%
No	27	14%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 6:**

*Calificación mejora estilo de vida.*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada un 14% de comerciantes considera que su estilo de vida no ha mejorado en los últimos años debido a la gran competencia que existe como mencionaron los comerciantes, un 86% considera que su estilo de vida si ha mejorado con la actividad que realizan ya que tienen una mejora de los ingresos en el último año con relación a los otros. Al tener un índice mayor al 70% de comerciantes que han mejorado su estilo de vida concluimos que, si existió un desarrollo, aunque haya sido mínimo como expresaron ciertos comerciantes al momento de aplicar la encuesta, pero aún tenemos un índice mayor al 10% el cual debemos bajar ya que al tener una cifra mayor al 10% no implica que exista un correcto desarrollo en el estilo de vida, para que exista el mismo necesitaríamos un índice de entre el 3%-2% de respuestas negativas.

**7.- De las siguientes alternativas del comercio justo ¿Cuál considera las más importantes?**

**Tabla 8:**

*Calificación alternativa a comercio justo más importante.*

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Condiciones y prácticas laborales justas	18	10%
Pago a un precio justo	11	6%
Creación de nuevas oportunidades	10	5%
Mayor control a comerciantes informales	150	79%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfica 7:**

*Calificación alternativa a comercio justo más importante.*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** En base a la encuesta realizada un 5% de los comerciantes consideran importante la: Creación de nuevas oportunidades, por otro lado, el 6% considera el: Pago a un precio digno como la alternativa más importante a un comercio justo, un 10% considera la: Condición y Prácticas laborales justas como el más importante, el 79% siendo la mayoría considera el: Mayor Control a los Comerciantes Informales como la alternativa más importante. Esta pregunta fue realiza con la finalidad de encontrar la raíz del problema de la escasa mejora en el estilo de vida de los comerciantes de prendas de vestir y que alternativa de comercio justo era la que afecta en su desarrollo, para lo cual concluimos que el comercio informal es un factor de mucha incidencia dicho por los comerciantes los cuales piden un mayor control a la informalidad.

**8.- Cuál de los siguientes rangos considera usted los ingresos percibidos por su actividad económica.**

**Tabla 9:**

*Índice de ingresos*

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
\$150.00 - \$200.00	33	17%
\$250.00 - \$300.00	19	10%
\$350.00 - \$400.00	130	69%
\$450.00 en adelante	7	4%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 8:**

*Índice de ingresos*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada hubo un 4% de comerciantes que escogieron la opción de ingresos: Mayores a 450\$, un 10% de entre 250\$ a 300\$, un 17% escogió una remuneración de 150\$ a 200\$ y un 69% cuenta con ingresos mensuales de entre 350\$ a 400\$. Tomando en cuenta las respuestas brindadas por los comerciantes un porcentaje mayor al 50% tiene ingresos de acorde a un salario básico, más sin embargo el 31% de comerciantes cuenta con ingresos menores al salario básico lo que implica que su estilo de vida no sea el más óptimo y su desarrollo se vea estancado o noten una mejora en sus condiciones, sin embargo, no sean significativas o en algunos casos sean nulas o representen un decrecimiento en su desarrollo.

**9.- Considera usted que los organismos gubernamentales deberían favorecer condiciones para una comercialización justa:**

**Tabla 10:**

*Condiciones para una comercialización justa*

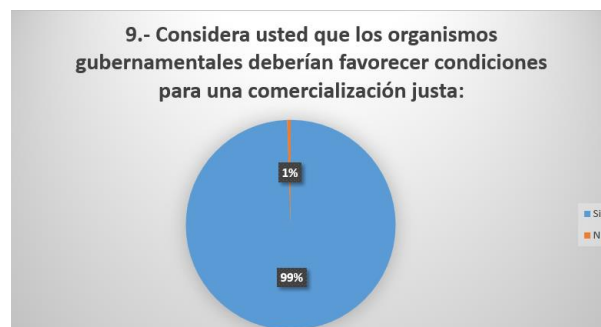
Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Si	188	99%
No	1	1%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 9:**

*Condiciones para una comercialización justa*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** En base a la encuesta realizada un 99% de comerciantes considera que los organismos gubernamentales deberían favorecer las condiciones para una comercialización justa y un 1% escogió que no. Las respuestas dadas por los encuestados indican que en su mayoría desean que se favorezca a los comerciantes que realizan sus actividades de forma estipulada en la ley y los reglamentos impuestos en el mercado oriental, de la misma forma exista un mayor control para los comerciantes que están pagando por el servicio que les brindan al darles un espacio para que puedan vender sus productos, ya que no existe el debido control para favorecer las condiciones para una comercialización justa dentro del mercado oriental.

**10.- Considera usted que es necesario plantear una propuesta que mejore las condiciones de comercialización para un comercio justo dentro del mercado oriental de Riobamba.**

**Tabla 11:**

*Propuesta para el mejoramiento de las condiciones de comercialización*

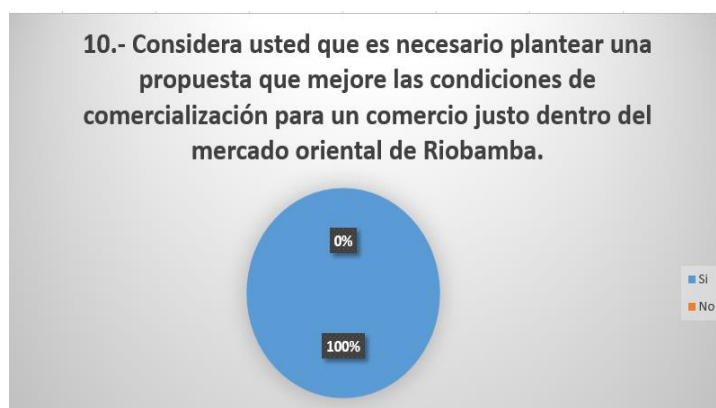
Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Si	189	100%
No	0	0%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 10:**

*Propuesta para el mejoramiento de las condiciones de comercialización*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada, el 100% de encuestados considera que: se debe plantear medidas de comercio justo en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba. Por este medio se plantea mejorar las condiciones de comercialización justa, mediante un mayor control, incentivos para fomentar un comercio formal y de esa forma lograr una igualdad de condiciones mediante un comercio justo, con el fin de comentar un comercio justo, mejorar el estilo de vida de los comerciantes logrando un desarrollo en los mismos.

## 11.- Conoce usted las ordenanzas emitidas por el GADMR sobre el comercio justo:

**Tabla 12:**

*Conocimiento de las ordenanzas emitidas por el GADMR*

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Si	24	13%
No	165	87%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 11:**

*Conocimiento de las ordenanzas emitidas por el GADMR*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** En base a la encuesta realizada un 13% de personas mencionó que: Conocía las ordenanzas municipales para el comercio justo, mientras que un 87% respondió que: No las conoce. Lo que indica que no existió una socialización adecuada por parte del GADMR acerca de las ordenanzas para un comercio justo. Al tener un índice mayor al 80%, deducimos que el GADMR y los comerciantes no tuvieron una comunicación correcta para poder realizar una capacitación en la cual incluya módulos sobre las ordenanzas acerca del comercio justo, las cuales fueron implementadas para lograr un desarrollo sostenible mediante el comercio justo, esto implica un problema ya que al no conocer dichas ordenanzas no conocen ni sus derechos ni sus obligaciones para lo cual se debe solucionar el problema mediante una capacitación acerca de las ordenanzas acerca del comercio justo



**12.- Considera usted que es necesario aplicar buenas prácticas de comercio justo que fortalezcan al desarrollo sostenible de la ciudad.**

**Tabla 13:**

*Buenas prácticas del comercio justo*

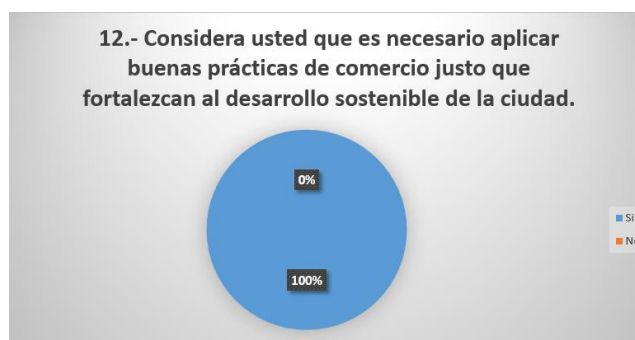
Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Si	189	100%
No	0	0%
Total	189	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Gráfico 12:**

*Buenas practicas del comercio justo*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta realizada un 100% de los comerciantes considera que: Es necesario implementar medidas de comercio justo para que la ciudad de Riobamba tenga un desarrollo sostenible. Al tener un 100% de votos favorables y un 0% de respuestas negativas nos indica que las personas si estarían de acuerdo en aplicar prácticas de comercio justo, y si llegase el caso de realizar una capacitación acerca del tema donde se hablen sobre estas prácticas de comercio justo ellos estarían de acuerdo en asistir para mejorar su estilo de vida. Para lo cual primero debemos capacitar a los comerciantes sobre lo que es el comercio justo y el desarrollo sostenible, para luego darles a conocer las practicas implementadas por el GADMR para la aplicación de un comercio justo en los mercados, logrando así una mejora en el desarrollo.

**H<sub>i</sub>:** El comercio justo influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba

**H<sub>o</sub>:** El comercio justo no influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 14:**

*Resumen del modelo*

**Resumen del procesamiento de los casos**

	N	%
Válidos	15	100,0
Casos Excluidos	0	,0
Total	15	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,704	2

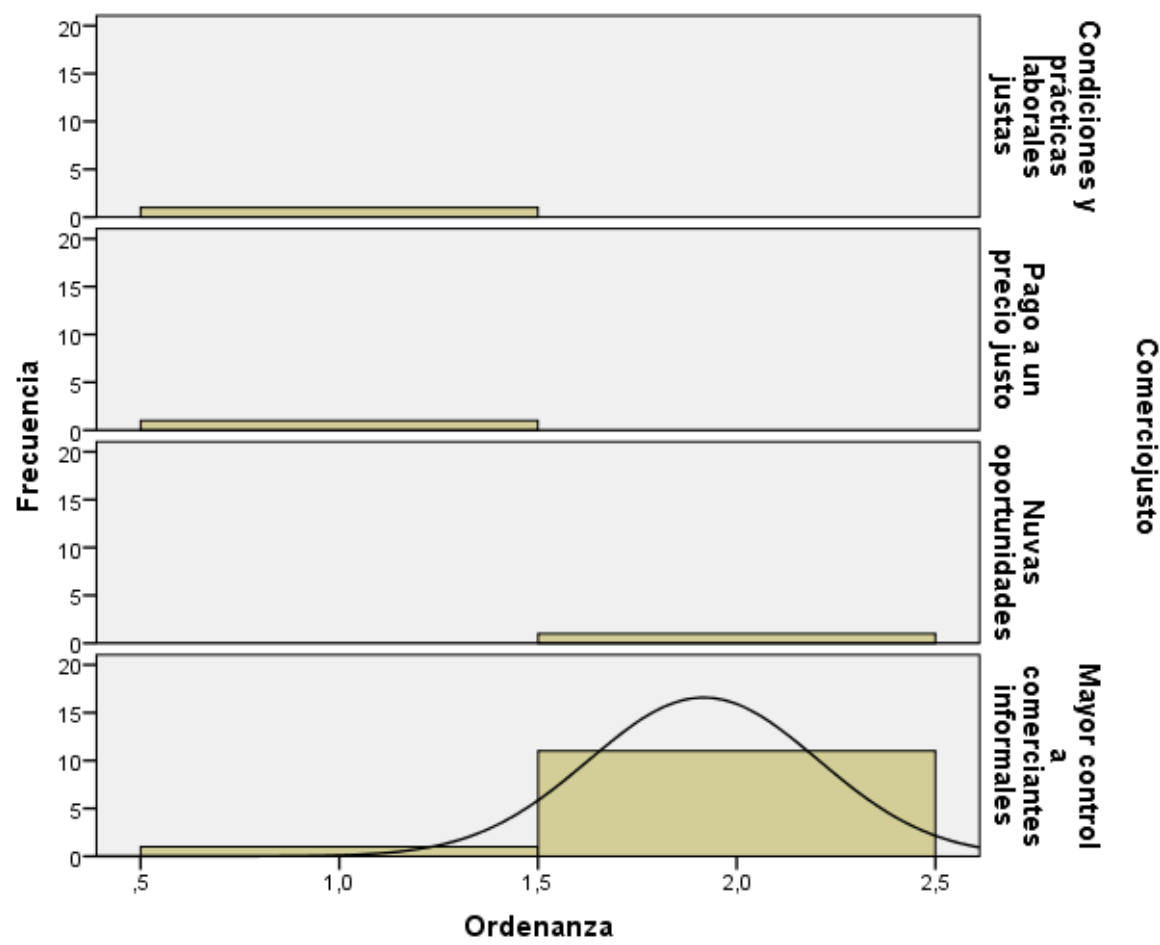
Fuente: SPSS

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

Para el procesamiento de datos se tomó en cuenta una encuesta piloto realizada a 15 personas, basamos el Alfa de Crin Bach en los elementos más relevantes de nuestra encuesta, las cuales tenían una mayor relevancia con nuestras variables Comercio Justo y Desarrollo.

**Gráfico 13:**

*Campana de Gauss del resumen del modelo.*



Fuente: SPSS

Elaborado por: Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Tabla 15:**

*Chi cuadrado*

**Resumen del procesamiento de los casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
V. Competitiva * Ingresos	189	100,0%	0	0,0%	189	100,0%

**Tabla de contingencia V.Competitiva \* Ingresos**

			Ingresos				Total
			\$150- \$200	\$250- \$300	\$350- \$400	\$450 en adelante	
V.Competitiva	Recuento		18	2	16	0	36
	Precio Justo	% dentro de V.Competitiva	50,0%	5,6%	44,4%	0,0%	100,0%
	Recuento		15	14	113	7	149
	Calidad	% dentro de V.Competitiva	10,1%	9,4%	75,8%	4,7%	100,0%
	Recuento		0	2	2	0	4
	Moda	% dentro de V.Competitiva	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento		33	18	131	7	189
	% dentro de V.Competitiva		17,5%	9,5%	69,3%	3,7%	100,0%

**Fuente:** SPSS

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,895 <sup>a</sup>	6	,000
Razón de verosimilitudes	33,595	6	,000
Asociación lineal por lineal	15,962	1	,000
N de casos válidos	189		

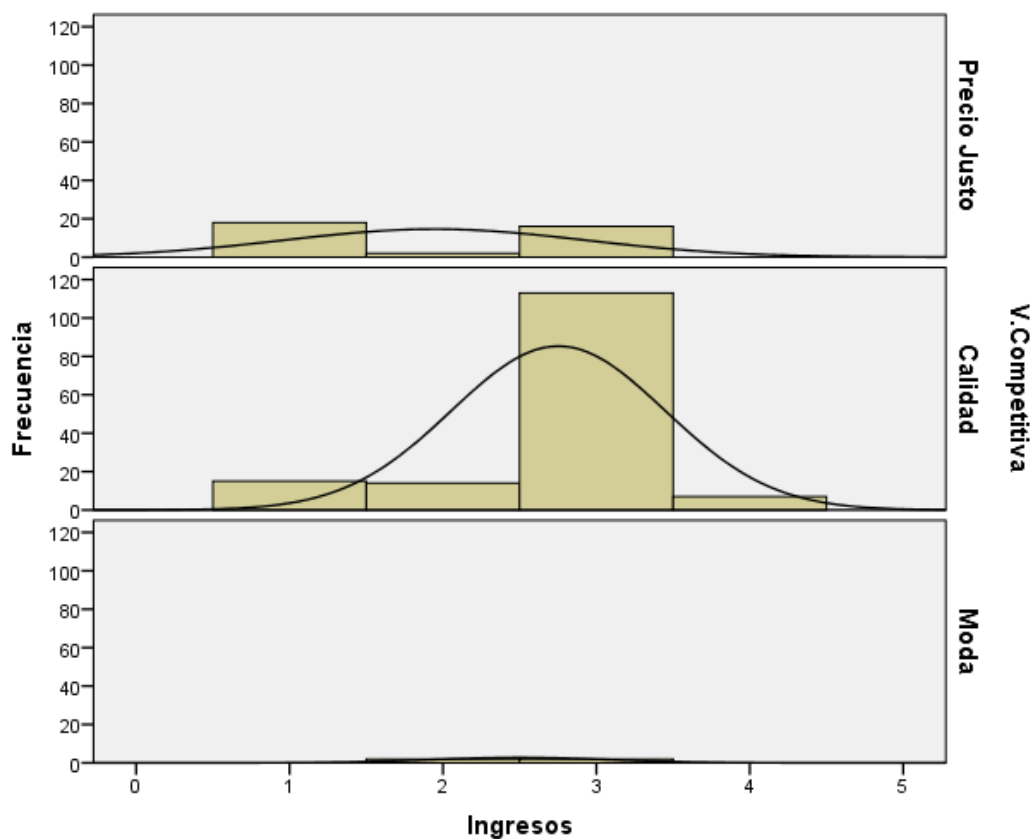
a. 6 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,15.

Fuente: SPSS

Elaborado por: Rivera, D. Vilema. E. (2023).

### Gráfico 13:

*Campana de Gauss Chi cuadrado.*



Fuente: SPSS

Elaborado por: Rivera, D. Vilema. E. (2023).

### Conclusión

Según (George & Mallerly, 1995) nos indican la escala de fiabilidad, al pasar los datos por el programa SPSS, obtuvimos un Alfa de Cron Bach del 0.704 el cual entra en la escala entre 0.7-0.8 considerado aceptable en la escala de interpretación de George y Mallerly (1995) lo que nos indica que la encuesta es válida para la aplicación respectiva, una vez aplicada la encuesta a los 189 comerciantes de prendas de vestir realizamos una prueba de Chi cuadrado con las variables más relevantes las cuales fueron: Ventaja Competitiva e Ingresos, para lo cual obtuvimos un chi cuadrado menor a 0.005 lo que descarta la hipótesis nula y aprueba la hipótesis positiva  $H_i$ : El comercio justo influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1 Conclusiones**

- Mediante la encuesta se diagnosticó que el comercio justo es bajo entre los comerciantes de prendas de vestir debido al bajo control de los comerciantes informales lo cual afecta a una comercialización justa ya que ellos no pagan por el uso del mercado y ofrecen sus productos a un menor precio, de igual forma existe un desarrollo medianamente alto, teniendo un índice del 14% de personas que no han presentado desarrollo lo cual no es una cifra halagadora, dejando en evidencia la inexistencia del comercio justo lo cual genera un desarrollo deficiente.
- Se logró contrastar como el impacto del comercio justo incide en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Oriental de Riobamba, la alternativa de comercio justo que más relevancia tuvo en el desarrollo de los comerciantes fue: La falta de control a los comerciantes informales, lo cual afecta en la economía de las personas, lo cual afecta directamente a sus ingresos y al desarrollo en el ámbito económico, de esta forma contrastamos que existe un impacto directo entre nuestras dos variables.
- Se propuso estrategias tomando como base las necesidades de los comerciantes de prendas de vestir, con el fin de mejorar la inexistencia del comercio justo en el mercado oriental de ese modo mejorar el nivel de desarrollo de los comerciantes formales e informales. Las estrategias propuestas cuentan con módulos de estudio, socializaciones, distintivos para los comerciantes formales, de igual forma cuenta con un cronograma y una evaluación cada fin de unidad a fin de corroborar que el contenido explicado sea entendido en su totalidad, de esa forma vamos a mejorar las condiciones de comercio justo del mercado mediante este progreso planeamos un desarrollo para los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

## **4.2 Recomendaciones**

- Las estrategias del comercio justo deben ser planificadas, socializadas a los comerciantes y aplicarse de forma cuidadosa, estas estrategias deben ser las más relevantes para los comerciantes para de esa manera lograr una mejora en su desarrollo
- Para aumentar el nivel de desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir se debe fomentar las prácticas de un comercio justo, mediante una propuesta que sea viable para el sector Mercado Oriental, a través de modelos de gestión estratégicos.
- Es fundamental aplicar los principios del comercio justo para crear una propuesta viable que permita controlar a los comerciantes informales ya que presentan una competencia desleal para los vendedores regulados de esa forma se podrá dar un nivel de competitividad más justo entre los comerciantes.

## **CAPÍTULO VI: PROPUESTA**

Proponer estrategias de comercio justo, para mejorar el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.

### **6.1 Presentación de la propuesta**

Para la presente investigación se requirió formar estrategias para controlar la repercusión del comercio informal en la comercialización de la Plaza el Prado - “Mercado Oriental” de la ciudad de Riobamba, con el fin de que existe una coexistencia entre los comerciantes formales e informales de prendas de vestir de ese modo fomentar el comercio justo.

Es por ello que incentivar estrategias a partir de un modelo de gestión el cual nos permita un control de los comerciantes informales, de ese modo los comerciantes formales podrán lograr un mayor desarrollo y rentabilidad en su actividad, ya que como mencionan los comerciantes de prendas de vestir sus ventas se ven afectadas por la presencia de los vendedores informales, porque ellos al no pagar por el espacio para la venta de sus productos los ofrecen a precios más atractivos, en consecuencia se vuelve difícil tener una rentabilidad aceptable y en algunos casos nula, lo que eventualmente provoca el cierre de sus negocios.

Para que la propuesta sea aplicada de forma eficiente se debe tomar en cuenta la organización, esto nos ayudara a tener resultados favorables, con respecto a la incidencia del comercio informal en la comercialización de prendas de vestir y sobre todo como nos contribuirá para conocer si las estrategias a aplicar van a representar una mejora al comercio justo y la coexistencia entre comerciantes al momento de aplicar las propuestas realizadas.

La Plaza “El Prado” es uno de los sectores comerciales más activos, es por ello de la informalidad existe y se la puede evidenciar a prima facie “primera vista”, donde al existir un movimiento masivo de personas los días sábados proclamados comúnmente “Días de feria” los comerciantes encuentran una oportunidad para ofrecer sus productos,



de este modo un modelo de gestión oportuno permitirá el control y la oportunidad de comercializar mediante una concientización entre comerciantes formales e informales.

## 6.2 Alcance de la propuesta

Las estrategias planteadas tienen el fin de disminuir la incidencia del comercio informal e incentivar las prácticas de comercio justo, de igual manera a la par socializar las propuestas de comercio justo emitidas por el GADMR, mediante estrategias de un modelo de gestión con la ayuda de las autoridades del “Mercado Oriental”, de igual forma con los comerciantes formales e informales, para la creación de propuestas que fomenten el comercio justo y de esa forma eliminar rivalidad existente entre los comerciantes dando oportunidad de vender sus productos en igualdad de condiciones.

## 6.3 Actores de las estrategias

- Director del mercado
- Administrador del “Mercado Oriental”.
- Instructores capacitados.
- Comerciantes de prendas de vestir formales.
- Comerciantes de prendas de vestir informales.

### 6.3.1 Departamentos involucrados para realizar la propuesta

**Tabla 16:**

*Departamentos involucrados para realizar la propuesta*

Departamentos del “Mercado oriental”	Representantes
Administración	Encargado de la administración del mercado oriental
Departamento Técnico	Instructores Supervisores
Comerciantes formales e informales	Todos los comerciantes de prendas de vestir

**Elaborado por:** Rivera, A. Vilema, E. (2023)

## **6.4 Objetivos de la propuesta**

### **6.4.1 Objetivo General**

- Disminuir la incidencia del comercio informal en la comercialización de prendas de vestir y fomentar el conocimiento de ordenanzas del comercio justo emitidas por el GADMR, mediante de estrategias de un modelo de gestión

### **6.4.2 Objetivos específicos**

- Establecer capacitaciones equitativas tanto a comerciantes formales e informales con la finalidad de concientizar al momento de vender sus productos e incentivar el respeto a los espacios públicos establecidos para la comercialización.
- Proponer estrategias efectivas que incentiven la transición de comerciantes informales hacia la formalidad, con el fin de reducir la rivalidad y promover la colaboración en el mercado.
- Fomentar mediante foros, capacitaciones y charlas acerca de las ordenanzas del comercio justo emitidas por el GADMR

## 6.5 Estrategias del modelo de gestión

### 6.5.1 Estrategias – Formación de comerciantes formales e informales

**Tabla 17:**

*Formación comerciantes formales e informales.*

<b>Objetivo</b>	Incentivar a comerciantes informales a recurrir a la formalidad, y lograr la aceptación entre los comerciantes formales.
<b>Personal a cargo</b>	Administrador, Supervisores del Mercado Oriental y capacitador experto en el tema
<b>Regularidad</b>	Trimestral
<b>Meta esperada</b>	Fomentar la coexistencia y hacer una concientización a los comerciantes informales y formales para establecer una comercialización justa.
<b>Plan</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mediante el uso de material didáctico de fácil entendimiento tratar temas de interés para los comerciantes.</li><li>• Aplicar dinámicas participativas entre los comerciantes para lograr un mayor entendimiento acerca de los temas tratados.</li><li>• Marketing a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental sobre la información a brindar para su debida asistencia.</li><li>• Capacitación sobre principios y prácticas del comercio justo. Con un módulo sobre comercio justo, incluyendo la importancia de salarios justos, condiciones laborales seguras y respeto a los derechos humanos.</li></ul>
<b>Presupuesto ideal</b>	\$1 000.00
<b>Resultado esperados</b>	Al final de cada capacitación brindada se realizara un test a los comerciantes de prendas de vestir para verificar la comprensión de los temas brindados por el experto.

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

### 6.5.1.1 Módulos para los comerciantes de prendas de vestir.

**Tabla 18:**

*Módulos para los comerciantes de prendas de vestir.*

Módulos	Temas
1. ¿Qué es un comerciante?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conceptos básicos según varios autores.</li><li>• Características de un buen comerciante.</li><li>• Importancia.</li><li>• Ventajas y desventajas.</li></ul>
2. El comercio formal e informal	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conceptos.</li><li>• Semejanzas y diferencias entre comercio formal e informal.</li><li>• Tipos de informalidad.</li><li>• Desventajas de la informalidad.</li><li>• Ventajas de la formalidad.</li><li>• Consecuencias de ser un comerciante informal</li></ul>
3. ¿Qué es el comercio justo?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conceptos.</li><li>• Ventajas del comercio justo.</li><li>• Ordenanzas emitidas por el GADMR acerca del comercio justo.</li></ul>
4. Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definición de clientes.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación verbal y no verbal con clientes.</li> <li>• Tipos de clientes y como atenderlos.</li> <li>• Acciones a realizar ante reclamos.</li> </ul>
5. Comercialización formal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de comercialización formal.</li> <li>• Pasos para ser un comerciante formal.</li> <li>• Obligaciones de los comerciantes formales.</li> <li>• Dar incentivos a los comerciantes.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

Esta propuesta tiene la finalidad de que los comerciantes formales conozcan sus derechos ventajas, obligaciones y que los comerciantes informales conozcan las obligaciones a cumplir dentro del “Mercado Oriental” con el propósito de que los comerciantes informales vendan sus productos de manera igualitaria a los formales sin que ninguna parte se vea afectada al momento de realizar su comercialización dentro del Mercado.

### 6.5.1.2 Duración estimada de cada modulo

**Tabla 19:**

*Duración estimada de cada módulo.*

Módulos	Dirección	Integrantes
Comerciante	20 minutos	189 comerciantes
Comercio Formal e informal	30 minutos	
Comercio Justo	40 minutos	
Atención al cliente	20 minutos	
La comercialización formal	40 minutos	

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023)

### 6.5.2. Estrategias - Conversatorio entre comerciantes formales e informales

**Tabla 20:**

*Conversatorio entre comerciantes formales e informales.*

<b>Objetivo</b>	Incentivar al dialogo por parte de los comerciantes para llegar a un acuerdo y de esa forma tener la misma cantidad de oportunidades de vender sus productos mediante un comercio justo en el Mercado Oriental.
<b>Personal a cargo</b>	Administrador, Supervisores del Mercado Oriental y mediadores.
<b>Regularidad</b>	Trimestral
<b>Meta esperada</b>	Fomentar la coexistencia para obtener un comercio justo fomentando el respeto y la igualdad de condiciones con respecto a la comercialización de prendas de vestir.
<b>Plan</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomentar el comercio justo en los comerciantes.</li><li>• Realizar un control de los procesos administrativos para el funcionamiento comercial del mercado oriental.</li><li>• Promover el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir mediante la mejora de las condiciones de los comerciales.</li><li>• Incentivos para la transacción de comerciantes informales a formales</li></ul>
<b>Presupuesto ideal</b>	\$400.00

**Resultado  
esperados**

Mediante un sondeo de rutina comprobar que los acuerdos establecidos por comerciantes sean cumplidos de forma eficaz.

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).



### 6.5.3 Estrategias - Control de seguridad riguroso

**Tabla 21:**

*Control de seguridad riguroso.*

<b>Objetivo</b>	Conocer riesgos para comerciantes presentados al momento de tener aglomeraciones de igual forma aumentar el control a comerciantes regulados.
<b>Personal a cargo</b>	Administrador representantes de los comerciantes formales e informales, policía nacional.
<b>Regularidad</b>	Trimestral
<b>Meta esperada</b>	Mediante el control y seguridad de los comerciantes poder brindar una atención digna a sus clientes fomentando coexistencia y el comercio justo.
<b>Plan</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Campañas con la ayuda de la Policía Nacional.</li><li>• Difundir mediante campañas las regulaciones otorgando mayor seguridad para comerciantes y clientes.</li><li>• Marketing a los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental sobre la información a brindar para su debida asistencia.</li></ul>
<b>Presupuesto ideal</b>	\$1 000.00
<b>Monitoreo Respectivo</b>	Monitoreo visual constante, riguroso para el control y seguridad de las personas.

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema. E. (2023).

## 6.6 Presupuesto planeado para la aplicación de las estrategias

**Tabla 22:**

*Presupuesto planeado para la aplicación de las estrategias.*

Estrategias	Objetivo	Personal	Recursos	Costo
1. Formación de comerciantes formales e informales	Disminuir la informalidad mediante la socialización de temas con fácil comprensión fomentando así el comercio junto entre vendedores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador.</li> <li>• Supervisor.</li> <li>• Comerciantes.</li> <li>• Capacitador experto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Material de trabajo.</li> <li>• Computadoras.</li> <li>• Alquiler de local.</li> <li>• Refrigerio.</li> </ul>	\$1 000,00
2. Conversatorio entre comerciantes formales e informales	Fomentar el dialogo para conocer soluciones por parte de los comerciantes logrando una coexistencia aplicando las prácticas comerciales justas y las ordenanzas emitidas por el GADMR.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador.</li> <li>• Supervisor.</li> <li>• Comerciantes.</li> <li>• Mediador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Material de trabajo.</li> <li>• Computadoras.</li> <li>• Alquiler de local.</li> <li>• Refrigerio.</li> </ul>	\$400,00
3. Control de seguridad riguroso	Determinar los riesgos al momento de existir aglomeraciones para comerciantes, clientes y disminuir la comercialización no regulada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador.</li> <li>• Supervisor.</li> <li>• Comerciantes.</li> <li>• Policía nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop.</li> <li>• Infraestructura.</li> <li>• Equipamiento.</li> <li>• Credenciales.</li> </ul>	\$1 000,00

**Elaborado por:** Rivera, D. Vilema, E. (2023)

## **6.7 Conclusiones**

Por medio de las propuestas se busca disminuir la informalidad fomentando el comercio justo en el Mercado Oriental, ya que su existencia genera problemas entre los comerciantes, de igual forma la inseguridad que existe dentro del mercado, consigo trae que las condiciones para la comercialización no sea la adecuada.

El programa tiene la finalidad de realizar una transacción de los comerciantes informales, de esa forma lograr un comercio justo, cada módulo cuenta con conferencias, con este conversatorio entre comerciantes, se planea lograr un desarrollo o coexistencia fomentando que exista un ambiente de paz, donde cada uno exprese sus opiniones las cuales se van a tomar en cuenta para la mejora del mercado.

Se concluyó que el comercio informal en el Mercado Oriental va en aumento, uno de los factores es la situación actual que vive el Ecuador, el desempleo, la falta de oportunidades, por otro lado, el pago de impuestos por parte de los comerciantes formales hace más difícil sostener sus negocios por la alta competitividad de los comerciantes informales en relación al precio de sus productos, ya que al ellos no pagar dicha tasa ofertan sus productos a un precio más atractivo a la clientela lo que provoca pérdidas y un estancamiento en el desarrollo de los comerciantes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agudelo, G., Aigner, M., & Ruiz, J. (2008). *Diseños de investigación experimental y no experimental*. Obtenido de CEO:  
[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel\\_2008\\_DisenosInvestigacionExperimental.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf)
- Bartis, P. (1985). *Tradición popular o investigación de campo*. Obtenido de Google académico:  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vLYAAAAMAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=que+es+la+investigacion+de+campo&ots=wsp030G8hK&sig=CbqtmwC\\_7SVPSDtm8aJE\\_itxtho#v=onepage&q=que%20es%20la%20investigacion%20de%20campo&f=true](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vLYAAAAMAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=que+es+la+investigacion+de+campo&ots=wsp030G8hK&sig=CbqtmwC_7SVPSDtm8aJE_itxtho#v=onepage&q=que%20es%20la%20investigacion%20de%20campo&f=true)
- Bringas, B., & Capaldi, I. (10 de Enero de 2013). *Artesanos y el comercio internacional. Comercio justo*. Obtenido de riedesarrollo:  
[http://www.riedesarrollo.org/memorias/2013/mesas/mesa5/5.1.2%20Brigida%20Bringas%20-%20Ivan%20Capaldi%20\\_%20Aresanos%20y%20comercio%20internacional.pdf](http://www.riedesarrollo.org/memorias/2013/mesas/mesa5/5.1.2%20Brigida%20Bringas%20-%20Ivan%20Capaldi%20_%20Aresanos%20y%20comercio%20internacional.pdf)
- Carrillo, A. (Septiembre de 2015). *POBLACIÓN Y MUESTRA*. Obtenido de UAEMEX:  
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Castro, D., Moreno, Y., Velasco, M., & Zambrano, E. (2022). *Proyecto de Investigación para la Reubicación de Comerciantes del Mercado Oriental en la Ciudad de Riobamba, Año 2022 Proyecto de Investigación del Mercado Oriental en la Ciudad de Riobamba, Año 2022*. Obtenido de KNOWLEDGE:  
<https://knepublishing.com/index.php/epoch/article/view/12220/19744>
- Charlton, A., & Stiglitz, J. (Abril de 2006). *COMERCIO JUSTO PARA TODOS*. Obtenido de HEIFER:  
[http://ici.unq.edu.ar/ici\\_biblio/stiglitz.pdf](http://ici.unq.edu.ar/ici_biblio/stiglitz.pdf)
- Coscione, M. (Abril de 2012). *LAS METAS DEL MILENIO Y LOS PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO*. Obtenido de Scielo: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-80312012000100010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-80312012000100010&script=sci_arttext)
- Coscione, M., & Mulder, N. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Obtenido de CEPAL: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/42404-aporte-comercio-justo-al-desarrollo-sostenible>
- Enciclop. (2023). Desarrollo sustentable. *Concepto*, 1.
- ExpokNews. (14 de Abril de 2023). *Ventajas vs desventajas del comercio justo*. Obtenido de ExpokNews: <https://www.expoknews.com/ventajas-vs-desventajas-del-comercio-justo/>
- Fundación libertad y desarrollo. (19 de Abril de 2015). *La sinergia entre crecimiento económico y desarrollo social*. Obtenido de fundacion libertad:  
<https://www.fundacionlibertad.com/articulo/la-sinergia-entre-crecimiento-economico-y-desarrollo-social#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%2C%20el%20desarrollo%20econ%C3%B3mico,social%20con%20una%20econom%C3%ADa%20precaria.>
- García, A. (Enero de 2011). *El comercio justo: ¿Una alternativa de desarrollo local?* Obtenido de SCIELO: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s1870-23332011000100005](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1870-23332011000100005)

- García, T. (Marzo de 2003). *EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE*. Obtenido de UNIVSANTANA: [http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)
- García, T. (Marzo de 2003). *El cuestionario como instrumento de investigación*. Obtenido de UNIVSTANA: [http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)
- Garza, A. (Junio de 2014). *El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café*. Obtenido de SCIELO: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572014000100011](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572014000100011)
- George, & Mallerly. (1995). *Escala Alfa de Cron Bach*. Obtenido de Slidershare: <https://es.slideshare.net/qbsconsultora/1-coeficiente-alpha-de-cronbach>
- Labrunée, M. (Abril de 2018). *El Crecimiento y el Desarrollo*. Obtenido de nulan: <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2883/1/labrunee-2018.pdf>
- Lozano, J. (Junio de 2011). *El Comercio Justo, soñando con los pies en la tierra*. Obtenido de REDALYC: <https://www.redalyc.org/pdf/5045/504550951008.pdf>
- Madroñero, S., & Guzmán, T. (25 de Enero de 2018). *Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias*. Obtenido de Scielo: <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tem/v31n3/0379-3982-tem-31-03-122.pdf>
- Morales, F. (2012). *Los tipos de investigación*. Obtenido de UCIPFG: [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica\\_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx)
- Moreno, L. F., & Sani, A. A. (2022). *EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PERIODO 2019 - 2021*. Obtenido de DISPACE: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53553/1/T-111634%20MORENO-SANI.pdf>
- Pájaro, D. (15 de Diciembre de 2002). *La Formulación de Hipótesis*. Obtenido de REDALYC: <https://www.redalyc.org/pdf/101/10101506.pdf>
- Puebla, C. (2010). *Método hipotético deductivo*. Obtenido de Universidad de Valparaíso Chile: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39596873/4-metodo-hipotetico-deductivo-libre.pdf?1446421025=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D4\\_metodo\\_hipotetico\\_deductivo.pdf&Expires=1682381666&Signature=CgQHyrIJrCY~ALb1wAnZ5LtM9h3pBNDCBwVxvNd~xwH](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39596873/4-metodo-hipotetico-deductivo-libre.pdf?1446421025=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D4_metodo_hipotetico_deductivo.pdf&Expires=1682381666&Signature=CgQHyrIJrCY~ALb1wAnZ5LtM9h3pBNDCBwVxvNd~xwH)
- Rist, G. (2002). *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Obtenido de PALERMO: [https://www.palermo.edu/Archivos\\_content/2015/derecho/pobreza\\_multidimensional/bibliografia/Sesion1\\_doc3.pdf](https://www.palermo.edu/Archivos_content/2015/derecho/pobreza_multidimensional/bibliografia/Sesion1_doc3.pdf)
- Sevilla, A. (1 de Marzo de 2020). *Economía*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/economia.html>
- Socías, A. (Abril de 2005). *El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias*. Obtenido de redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405101.pdf>

- Trujillo, M., & Guzmán, A. (2008). *EMPRENDIMIENTO SOCIAL – REVISIÓN DE LITERATURA*.  
Obtenido de Scielo: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0123-59232008000400005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0123-59232008000400005&script=sci_arttext)
- Valcárcel, M. (Junio de 2006). *GÉNESIS Y EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO Y ENFOQUES SOBRE EL DESARROLLO*. Obtenido de UV.MX: <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/SESSION-6-Marcel-Valcarcel-Desarrollo-Sesion6.pdf>
- Vizcarra, G. (Enero de 2002). *El Comercio Justo: Una Alternativa para la Agroindustria Rural de América Latina*. Obtenido de CENIDA:  
<https://cenida.una.edu.ni/relectronicos/REE71V864.pdf>
- Yépez, M. (2019). *PROPUESTA DE RE FORMALIZACIÓN DE LA FERIA LIBRE, MERCADO “BOLÍVAR CHIRIBOGA EL PRADO”*. Obtenido de DSPACE.UNACH:  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5476/1/UNACH-EC-ING-ARQT-2019-0005.pdf>

## 7 Anexos (Opcional)

### 7.1 Matriz de consistencia

El comercio justo y el impacto en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.

Formulación del Problema	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo el comercio justo influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba?	Determinar la influencia del comercio justo en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.	El comercio justo influye en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir en el mercado oriental de la ciudad de Riobamba.
Problemas Derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis Específica
<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Para qué diagnosticar el comercio justo y el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba?</li><li>• ¿Con qué finalidad contrastar el comercio justo y el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba?</li><li>• ¿Cómo establecer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diagnosticar el comercio justo y el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.</li><li>• Contrastar el comercio justo y el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba.</li><li>• Diseñar estrategias de comercio justo, para mejorar el desarrollo de los comerciantes de</li></ul>	

estrategias de  
comercio justo, para  
mejorar el  
desarrollo de los  
comerciantes de  
prendas de vestir  
del mercado  
oriental de  
Riobamba?

prendas de vestir del  
mercado oriental de  
Riobamba.

**Fuente:** Información Propia.

**Elaborado por:** Rivera, D. y Vilema. E. (2023).



## 7.2 Matriz de Operacionalización de Variables

Variable Independiente: Comercio Justo			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
El Comercio Justo lo podemos definir como una opción que nos ofrece ventajas y una variedad de posibilidades a los productores y comerciantes logrando precios y condiciones favorables para lograr un desarrollo sostenible. (Vizcarra, 2002)	Productores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad en el producto.</li> <li>• Comercialización adecuada.</li> <li>• Nivel de competitividad</li> </ul>	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario
	Comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes satisfechos.</li> <li>• Nivel de penetración en el mercado.</li> <li>• Porcentaje de retención de clientes.</li> </ul>	
	Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento económico.</li> <li>• Capacidades comerciales.</li> <li>• Número de comerciantes.</li> </ul>	

**Fuente:** Información Propia.

**Elaborado por:** Rivera, D. y Vilema. E. (2023).

Variable Dependiente: Desarrollo			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
El concepto de desarrollo esta mayormente asociado a la economía, el desarrollo y el crecimiento ya sea de un país, un emprendimiento o de una persona (Valcárcel, 2006).	Economía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de precios al consumidor.</li> <li>• Nivel de confianza del consumidor.</li> <li>• Nivel de desarrollo socio-económico de los comerciantes.</li> </ul>	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario
	Crecimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de ganancias con respecto a las ventas netas.</li> <li>• Desarrollo Sostenible.</li> <li>• Nivel de ganancia bruta.</li> </ul>	
	Emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento de mercado.</li> <li>• Nivel de rentabilidad.</li> <li>• Eficiencia y eficacia de recursos.</li> </ul>	

**Fuente:** Información Propia.

**Elaborado por:** Rivera, D. y Vilema. E. (2023).

### 7.3 Encuesta aplicada a los comerciantes de prendas de vestir del “Mercado Oriental”



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

**Nombre del proyecto:** El comercio justo y el impacto en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de Riobamba

**Objetivo de la encuesta:** El objetivo de esta encuesta es con fines académicos, que servirá para determinar la influencia del comercio justo en el desarrollo de los comerciantes de prendas de vestir del mercado oriental de la ciudad de Riobamba.

La presente encuesta es de carácter confidencial, anónimo en el cual se solicita marcar con una X la respuesta adecuada de acuerdo a su criterio.

**1.- Usted que calificación le daría a la calidad del producto que ofrece**

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	

**2.- Usted considera que la forma de comercialización de los productos que ofrece es:**

Muy adecuada	
Adecuada	

Poco	
Adecuada	
Inadecuada	

**3.- Cómo califica usted el nivel de competitividad existente en el mercado oriental**

Muy Alto	
Alto	
Bajo	
Muy Bajo	

**4.- Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes al adquirir su producto**

Muy satisfecho	
Satisfecho	
Poco Satisfecho	
Insatisfecho	

**5.- Considera usted que sus productos son adquiridos por:**

Precio justo	
Calidad	
Confort	
Moda	

**6.- Considera usted que a través de la comercialización y ventas de sus productos ha mejorado su condición de vida en los últimos años**

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

**7.- De las siguientes alternativas del comercio justo ¿Cuál considera las más importantes?:**

Condiciones y prácticas laborales justas	
--	--

Pago a un precio justo	
Creación de nuevas oportunidades	
Mayor control a comerciantes informales	

**8.- Cuál de los siguientes rangos considera usted los ingresos percibidos por su actividad económica.**

\$150.00 - \$200.00	
\$250.00 - \$300.00	
\$350.00 - \$400.00	
\$450.00 en adelante	

**9.- Considera usted que los organismos gubernamentales deberían favorecer condiciones para una comercialización justa:**

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

**10.- Considera usted que es necesario plantear una propuesta que mejore las condiciones de comercialización para un comercio justo dentro del mercado oriental de Riobamba.**

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

**11.- Conoce usted las ordenanzas emitidas por el GADMR sobre el comercio justo:**

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

**12.- Considera usted que es necesario aplicar buenas prácticas de comercio justo que fortalezcan al desarrollo sostenible de la ciudad.**

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_