



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

El emprendimiento en la economía popular y solidaria y su  
impacto en la participación en ferias locales en la ciudad de  
Riobamba

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

**Autor**

Paltan Chacha, Mishell Genoveva

**Tutor**

Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles

**Riobamba, Ecuador. 2026**

## **DECLARATORIA DE AUTORÍA**

Yo, **Paltan Chacha Mishell Genoveva**, con cédula de ciudadanía **0605226554**, autora del trabajo de investigación titulado: **El emprendimiento en la economía popular y solidaria y su impacto en la participación en ferias locales en la ciudad de Riobamba**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi 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 autora de la obra referida será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 27 de mayo de 2026



---

**Paltan Chacha Mishell Genoveva**

C.I: 0605226554

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

Quien suscribe, **Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles** catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **El emprendimiento en la economía popular y solidaria y su impacto en la participación en ferias locales en la ciudad de Riobamba**, bajo la autoría de **Paltan Chacha Mishell Genoveva**; 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 07 días del mes de mayo de 2026

A handwritten signature in black ink, written in a cursive style. The signature is written over a horizontal line. The name "Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles" is clearly legible within the signature.

**Mgs. Hidalgo Mayorga Mariela de los Ángeles**

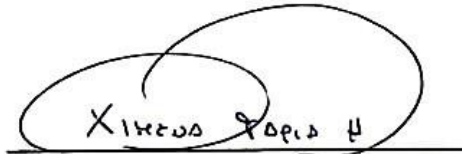
**C.I: 0602053654**

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **El emprendimiento en la economía popular y solidaria y su impacto en la participación en ferias locales en la ciudad de Riobamba**, presentado por Mishell Genoveva Paltan Chacha, con cédula de identidad número 0605226554, bajo la tutoría de Mg. Mariela de los Ángeles Hidalgo Mayorga; 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.

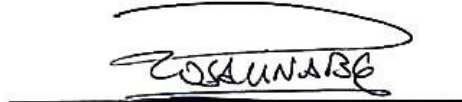
De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 27 de mayo de 2026

Eco. Ligia Ximena Tapia Hermida Mgs.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Ximena Tapia H

Ing. Rosalina Ivonne Balanzategui García Mgs.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



ROSALINA BG

Ing. Cintya Lisbeth Tello Nuñez Mgs.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Cintya Tello Nuñez



# CERTIFICACIÓN

Que, **PALTAN CHACHA MISHELL GENOVEVA** con CC: **0605226554**, estudiante de la Carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"El emprendimiento en la economía popular y solidaria y su impacto en la participación en ferias locales en la ciudad de Riobamba"**, cumple con el 2% de similitud y el 7% de IA, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 7 de mayo de 2026



---

Mgs. Mariela Hidalgo  
**TUTOR(A)**

## **DEDICATORIA**

Dedico a este trabajo, en primer lugar, a Dios por brindarme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para no rendirme ante las dificultades y guiar cada paso de este camino. A mi madre, Azucena, por su amor incondicional, sus enseñanzas y su apoyo permanente. Gracias por creer siempre en mí y por ser mi ejemplo de lucha y constancia. A mis hermanos, y mi sobrino por su cariño, compañía y motivación en todo momento, recordándome que no estoy sola y que mi familia es un pilar fundamental en mi vida. Y a alguien muy especial que, aunque no este físicamente, sé que vela por mí desde donde se encuentra, acompañando y cuidándome para que todo salga bien. Finalmente, me dedico este logro a mí misma, reconociendo que mi dedicación y perseverancia fueron fundamentales para hacerlo realidad, que este logro sea un reflejo de mi esfuerzo y un motivo de orgullo personal y familiar.

**Mishell Paltan**

## AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi familia por su amor y guía condicional, especialmente a mi madre, hermanos y sobrino quienes siempre han estado a mi lado. También agradezco a todas las personas que me acompañaron en este camino, brindándome su ayuda y palabras de aliento.

A la Universidad Nacional de Chimborazo, gracias por ofrecerme un espacio donde he podido crecer tanto profesional como profesionalismo. Por brindar una formación de calidad y por fomentar en mi la pasión de aprendizaje y la excelencia.

De manera especial, agradezco a los docentes de la carrera de Administración de Empresas y en especial, a la Mgs. Mariela de los Ángeles Hidalgo Mayorga y la Mgs. Magda Francisca Cejas Martínez, quienes, con su conocimiento, guía y la paciencia orientan mis procesos de aprendizaje y enriquecen significativamente la elaboración de esta investigación. Su compromiso y dedicación fueron fundamentales para el desarrollo de cada etapa de este trabajo.

Asimismo, extiendo mi gratitud a las instituciones y organizaciones de las ferias locales de la ciudad de Riobamba, así como a los emprendedores de la economía popular y solidaria que participan en este estudio, por abrir sus espacios, compartir sus experiencias y brindar información valiosa que permitió obtener resultados precisos y significativos.

A todos ustedes, mi más sincero reconocimiento y gratitud, por contribuir a que estos proyectos se hicieron realidad.

**Mishell Paltan**

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA .....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO .....	
ÍNDICE GENERAL.....	
ÍNDICE DE TABLAS.....	
INDICE DE FIGURAS.....	
RESUMEN.....	
ABSTRACT .....	
CAPITULO I.....	15
1. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 Planteamiento del problema.....	16
1.1.1 Formulación del problema .....	17
1.2 Justificación .....	17
1.2.1 Teórica.....	17
1.2.2 Metodológica .....	18
1.2.3 Social.....	18
1.3 Objetivos .....	18
1.3.1 General .....	18
1.3.2 Específicos.....	18
CAPÍTULO II .....	19
2. MARCO TEÓRICO .....	19
2.1 Antecedentes.....	19
2.2 Estado de arte .....	20
2.2.1 Instituciones organizadoras de las ferias .....	20
2.3 Emprendimiento .....	22
2.3.1 Teorías del emprendimiento.....	23
2.3.2 Tipos de emprendimiento.....	25

2.3.3	Características del emprendimiento.....	26
2.3.4	Importancia del emprendimiento.....	28
2.4	Economía Popular y Solidaria.....	28
2.4.1	Origen y contexto histórico.....	28
2.4.2	Marco Legal e Institucional.....	29
2.4.2.1	Artículos de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.....	29
2.4.2.2	Artículos establecidos en la constitución de la Republica del Ecuador referentes a la Economía Popular y Solidaria.....	31
2.4.3	Principios de Economía Popular y Solidaria.....	32
2.4.4	Objetivos de la Economía Popular y Solidaria.....	33
2.5	Ferias.....	34
2.5.1	Participación en ferias.....	34
2.5.2	Estrategias para una Participación exitosa en ferias.....	35
2.5.3	Tipos de participación.....	35
2.5.4	Importancia de la participación en ferias locales.....	37
CAPÍTULO III.....		38
3.	METODOLOGIA.....	38
3.1	Tipo de investigación.....	38
3.1.1	Descriptiva.....	38
3.2	Investigación de campo.....	38
3.2.1	Enfoque.....	38
3.3	Diseño de investigación.....	39
3.3.1	Observación.....	39
3.3.2	Construcción de la Hipótesis.....	39
3.3.3	Deducción de consecuencias a partir de la hipótesis.....	39
3.3.4	Construcción de enunciados.....	39
3.3.5	Confirmación o refutación.....	40
3.4	Investigación no experimental.....	40
3.5	Técnica de recolección de datos.....	40
3.5.1	Encuesta.....	40
3.5.2	Instrumento.....	40
3.6	Población y Muestra.....	40
3.6.1	Población.....	40
3.6.2	Muestra.....	41
3.7	Hipótesis.....	42
3.8	Método de análisis y procesamiento de datos.....	42
CAPÍTULO IV.....		43

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	43
4.1 Resultados de las encuestas.....	43
4.2 Comprobación de la hipótesis.....	56
4.2.1 Pregunta de las variables.....	56
4.3 Discusión de resultados .....	58
CAPÍTULO V .....	61
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	61
5.1 Conclusiones.....	61
5.2 Recomendaciones .....	62
CAPÍTULO VI.....	63
6. PROPUESTA .....	63
6.1 Estrategias de apoyo institucional y comunitario para emprendedores en ferias locales....	63
6.2 Introducción.....	63
6.3 Objetivo .....	63
6.4 Justificación .....	63
6.5 Estrategias de apoyo institucional y comunitario para emprendedores en ferias locales....	64
7. BIBLIOGRAFIA.....	68
8. ANEXOS .....	71

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Teorías de emprendimiento .....	23
<b>Tabla 2:</b> Tipos de emprendimiento .....	25
<b>Tabla 3:</b> Características del emprendimiento.....	27
<b>Tabla 4:</b> Marco Legal.....	29
<b>Tabla 5:</b> Artículos de la Constitución .....	31
<b>Tabla 6:</b> Principios EPS .....	32
<b>Tabla 7:</b> Objetivos EPS.....	33
<b>Tabla 8:</b> Tipos de feria .....	35
<b>Tabla 10:</b> Tipo de feria.....	43
<b>Tabla 11:</b> Variedad de productos .....	44
<b>Tabla 12:</b> Cantidad de Productos .....	45
<b>Tabla 13:</b> Mejora económica .....	46
<b>Tabla 14:</b> Financiamiento y satisfacción.....	47
<b>Tabla 15:</b> Desarrollo económico y social .....	48
<b>Tabla 16:</b> Apoyo de la comunidad.....	49
<b>Tabla 17:</b> Frecuencia de participación .....	50
<b>Tabla 18:</b> Horarios y duración .....	51
<b>Tabla 19:</b> Constancia de los compradores.....	52
<b>Tabla 20:</b> Cantidad de compradores .....	53
<b>Tabla 21:</b> Ubicación de las ferias.....	54
<b>Tabla 22:</b> Espacio físico.....	55
<b>Tabla 23:</b> Estadísticos de fiabilidad .....	57
<b>Tabla 24:</b> Resumen del procesamiento de casos.....	57
<b>Tabla 25:</b> Tabla de contingencia .....	57
<b>Tabla 26:</b> Pruebas de chi-cuadrado.....	58
<b>Tabla 27:</b> Estrategia 1 .....	64
<b>Tabla 28:</b> Estrategia 2 .....	65
<b>Tabla 29:</b> Estrategia 3 .....	66
<b>Tabla 30:</b> Estrategia 4.....	67

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Organigrama Organizacional del GADM .....	10
<b>Figura 2:</b> Organigrama Organizacional de la Prefectura de Chimborazo .....	21
<b>Figura 3:</b> Tipo de feria .....	43
<b>Figura 4:</b> Variedad de productos .....	44
<b>Figura 5:</b> Calidad de Productos .....	45
<b>Figura 6:</b> Mejora económica.....	46
<b>Figura 7:</b> Financiamiento y satisfacción.....	47
<b>Figura 8:</b> Desarrollo económico y social.....	48
<b>Figura 9:</b> Apoyo de la comunidad .....	49
<b>Figura 10:</b> Frecuencia de participación .....	10
<b>Figura 11:</b> Horarios y duración.....	51
<b>Figura 12:</b> Constancia de los compradores.....	52
<b>Figura 13:</b> Cantidad de compradores.....	53
<b>Figura 14:</b> Ubicación de las ferias .....	54
<b>Figura 15:</b> Espacio físico .....	55

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba; con el fin de conocer el perfil de los emprendedores y el impacto que tendrá en la generación de empleo.

El estudio se realizó con un enfoque cuantitativo empleando el método hipotético deductivo, aplicando encuestas a los emprendedores de las ferias en la ciudad de Riobamba, el cual permitió tener resultados que evidenciaron que los emprendedores cuentan con un nivel de financiamiento moderado. Lo cual limita su capacidad de crecimiento y sostenibilidad. Asimismo, se identificaron dificultades relacionados con el financiamiento, la duración de ferias, la ubicación y la disponibilidad de espacios adecuados, factores que influyen negativamente en la participación y el desempeño de los emprendimientos. En definitiva, el emprendimiento en la economía popular y solidaria tiene un impacto significativo en la participación de ferias locales; sin embargo, requiere del fortalecimiento de condiciones estructurales y organizativas, todo ello permiten potenciar su aporte al desarrollo económico local, y a la generación de empleo en la ciudad de Riobamba, por ello se establece la necesidad de implementar estrategias de apoyo institucional para los emprendedores de las ferias locales ya que es un apoyo fundamental para el crecimiento de la economía popular y solidaria.

**Palabras claves:** ferias, emprendimiento, economía popular y solidaria, Riobamba, participación.

## ABSTRACT

The research's objective was to determine how entrepreneurship in the social and solidarity economy impacts participation in local markets in the city of Riobamba, with the aim of identifying the profile of entrepreneurs and the impact this will have on job creation. The study used a quantitative, hypothetical-deductive approach and surveyed market entrepreneurs in the city of Riobamba. The results showed that entrepreneurs have a moderate level of financing, which limits their capacity for growth and sustainability. Likewise, difficulties were identified in financing, fair duration, location, and the availability of suitable spaces—factors that negatively affect participation and the performance of these ventures. In short, entrepreneurship in the popular and solidarity economy has a significant impact on participation in local fairs; however, it requires strengthening structural and organizational conditions, which will enhance its contribution to local economic development and job creation in the city of Riobamba. Therefore, there is a need to implement institutional support strategies for entrepreneurs at local fairs, as this support is fundamental to the growth of the popular and solidarity economy.

**Keywords:** Trade Shows, entrepreneurship, social and solidarity economy, Riobamba, participation



Firmado electrónicamente por:  
JESSICA MARIA  
GUARANGA  
LEMA

Validar únicamente con FirmatEC

**Reviewed by:**

Mgs. Jessica María Guaranga Lema  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C. 0606012607

## **CAPITULO I.**

### **1. INTRODUCCIÓN**

Actualmente la Economía Popular y Solidaria (EPS) desempeña un papel clave que impulsa el desarrollo de procesos productivos, intercambio, comercialización, financiamiento y el consumo de bienes y servicios, este enfoque busca satisfacer las necesidades colectivas y generar ingresos sostenibles. Dentro de estas condiciones, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo y Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba han llevado a cabo iniciativas como ferias locales con el objetivo de fomentar la cooperación, reciprocidad, el trabajo en equipo mejorando así la calidad de vida y los ingresos a las familias Chimboracenses.

El GAD Municipal del cantón Riobamba crea espacios que permitan a los emprendedores visibilizar sus productos y comercializarlos, fortalezcan vínculos con los consumidores y promuevan su desarrollo económico. Las ferias realizadas en lugares estratégicos permiten una comercialización directamente de bienes y servicios fomentando el comercio justo. Además del efecto económico, las ferias locales pueden generar impactos, sociales, culturales, educativos, ambiental y comunitarios. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba (2024)

En el ámbito social promueven la generación de empleo principalmente entre jóvenes, estudiantes o egresados quienes encuentran en el emprendimiento una forma de mejorar su economía y desarrollar competencias como el trabajo en equipo, la resiliencia, la responsabilidad social. En lo cultural permite rescatar tradiciones, visibilizar la identidad local y fortalecer el valor artesanal y artístico. Para la educación, es fundamental fomentar el aprendizaje sobre producción sostenible, alimentación saludable y emprendimiento. En el ámbito comunitario, las ferias refuerzan la convivencia ciudadana y el respeto en estos espacios públicos con iniciativas colectivas al desarrollo local.

La presente investigación busca determinar cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria influye en el impacto de la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba. Con el fin de conocer, el perfil de los emprendedores y el impacto que tiene en la generación de empleo, los beneficios que tienen al integrarse a

estos espacios públicos, dar visibilidad a sus productos y adquirir experiencias en ventas, fomentando el comercio justo y el aporte a la Economía Popular y Solidaria, se busca contribuir a mejorar estrategias para el desarrollo local, visibilizar el valor de los pequeños emprendedores. Finalmente, se plantearon recomendaciones que fortalezcan las capacidades y promuevan su participación, en la vida comunitaria para su crecimiento. Además, valorizar el rol de los emprendedores como actores clave de la construcción de las comunidades más resilientes, sostenibles e inclusivas.

### **1.1 Planteamiento del problema**

La Economía Popular y Solidaria (EPS) según la Ley orgánica de economía popular y solidaria (2011) en los últimos años ha permitido el desarrollo local de los productores agrícolas, ganaderas, pesqueros y forestales a través de la participación colectiva en ferias locales dichos eventos, han generado oportunidades de empleo en las áreas rurales y en otros sectores contribuyendo así a la economía, también fomenta el buen vivir mediante el comercio justo de los productores consumo ético y la capacidad de la persona para gestionar sus propios asuntos.

Por consiguiente, los emprendimientos de la (EPS) en la ciudad de Riobamba enfrentan múltiples limitaciones de desarrollo sostenible y su efectiva participación en espacios de comercialización como ferias locales. Entre los principales problemas se destaca la falta de capacitación y formación técnica en áreas fundamentales como administración de negocios, marketing e innovación, lo cual impide la gestión eficiente de los proyectos. Además, las dificultades asociadas al acceso de financiamiento constituyen una barrera significativa. Las ferias suelen ser intermitentes y poco rentables, afectando la competitividad frente a los productores industrializados.

En el ámbito de producción los emprendimientos se ven afectados por problemas de logística, que dificultan el abastecimiento de insumos y la distribución eficiente de los productos terminados, otro problema es la competencia con productos más baratos en muchos casos importados, que ingresan al mercado a precios significativamente bajos, reduciendo la competitividad de los emprendimientos locales. Estos problemas limitan de manera considerable las posibilidades de crecimiento, la sostenibilidad, y el impacto positivo de los emprendimientos, especialmente en ferias locales donde buscan consolidarse.

En cuanto al emprendimiento dentro de la Economía Popular y Solidaria, se ha convertido en una opción para generar ingresos y fortalecer el trabajo colectivo. Sin embargo, muchos de estos emprendimientos enfrentan problemas, lo cual dificulta su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo.

Por otro lado, la participación en ferias locales representa una oportunidad para que los emprendedores puedan dar a conocer sus productos y mejorar sus ventas. Sin embargo, no todos logran acceder a estos espacios debido a la poca información, falta de recursos o escaso apoyo institucional, lo que limita su presencia y reduce las oportunidades de desarrollo económico y social.

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿Cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba?

## **1.2 Justificación**

La economía popular y solidaria es una base fundamental para el progreso socioeconómico de miles de familias ecuatorianas, en la ciudad de Riobamba la población ha encontrado un impulso en los emprendimientos en la creación de los negocios para generar ingresos, reforzar los lazos comunitarios y preservar saberes ancestrales y culturales. En estas ferias realizadas en la ciudad son espacios que permiten a los productores comercializar sus productos y visibilizar las iniciativas autogestionadas y la interacción directa entre productores y consumidores.

### **1.2.1 Teórica**

Desde el enfoque teórico, esta investigación se sustenta en conceptos fundamentales de economía popular y solidaria del emprendimiento y de la participación en ferias locales dando a conocer así que es economía popular y solidaria.

Además, se analizará teorías de emprendimientos, enfoques de desarrollo económico local a través de la participación en ferias locales, se remontarán autores que aborden la economía solidaria como un modelo sustentable de desarrollo económico con enfoque territorial.

## **1.2.2 Metodológica**

En cuestión metodológica la investigación está orientado con un enfoque cuantitativo en la cual se utilizará técnicas, como encuestas estructuradas a los emprendedores que participan en las ferias locales, también utilizando observaciones directas en las ferias seleccionadas en la ciudad de Riobamba y se planteara estrategias que permitirán conocer experiencias concretas de los emprendedores, para identificar patrones de organización y participación y comprender la dinámica del emprendimiento dentro del marco de la economía popular y solidaria.

## **1.2.3 Social**

Con relación a lo social esta investigación pretende visualizar el papel de los emprendimientos de la economía popular y solidaria cómo motores de inclusión empoderamiento económico y participación ciudadana, se busca entender cómo las ferias locales son espacios de intercambio económico, este estudio contribuirá al reconocimiento del aporte qué hacen los pequeños productores y emprendedores al desarrollo económico local de la ciudad de Riobamba promoviendo prácticas más justas equivalentes y sostenibles.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 General**

Determinar cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba

### **1.3.2 Específicos**

- Diagnosticar cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba.
- Fundamentar teóricamente el emprendimiento en la economía popular y solidaria en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba.
- Proponer estrategias de apoyo institucional y comunitario que fortalezcan la participación de los emprendedores en ferias locales para mejorar su competitividad y aumentar la visibilidad de sus emprendimientos.

## CAPÍTULO II.

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

Según Calero (2023) en su trabajo titulado “La Economía Popular y Solidaria en el Ecuador, una alternativa de desarrollo. La teoría y las prácticas” desarrollo un estudio que tenía como finalidad estudiar los planteamientos teóricos de la Economía Popular y Solidaria y su realización práctica en el Ecuador, mediante el análisis de experiencias, a fin de identificar elementos o categorías que permitan considerarla como una alternativa de desarrollo en la cual se utilizó la metodología a emplear es mixta con la utilización de los métodos cualitativo y cuantitativo. EL método cualitativo nos servirá para el estudio del planteamiento teórico de la ESS y de la EPS, a través, del análisis documental, en libros, artículos y demás información en conclusión este trabajo pretende contribuir en las investigaciones que requiere la EPS profundizar el conocimiento, tanto en el campo teórico como en el de las experiencias.

Citando Rivera (2023) desarrolló el estudio titulado “La economía popular y solidaria y el desarrollo socioeconómico de los comerciantes del mercado Lizarzaburu (San Francisco), Riobamba”. El objetivo fue determinar la incidencia de la economía popular y solidaria en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes. Mediante un enfoque cuantitativo e hipotético-deductivo, concluyó que este modelo ha tenido un impacto positivo en el bienestar de los actores involucrados, destacando su potencial como herramienta para fortalecer el desarrollo local.

Para Chérrez (2014) desarrollo el estudio “Diseño de un modelo de gestión de comercialización para los productos de los pequeños artesanos de la plaza artesanal Riobamba de los Ferrocarriles del Ecuador periodo 2014 – 2015”. El objetivo general fue diseñar modelo de gestión de comercialización para los productos de los pequeños artesanos de la Plaza Artesanal Riobamba de los Ferrocarriles del Ecuador periodo 2014-2015”. Mediante enfoque deductivo-inductivo donde se identificaron los términos relativos a un modelo de comercialización, concluyó que se planteó estrategias que impulsan de forma eficaz a los artesanos a incrementa sus ventas, lo que contribuye a la mejora de su calidad de vida, además permite fortalecer su posicionamiento en el mercado de los artesanos y tengan más captación de clientes y optimizar la comercialización se sus productos.

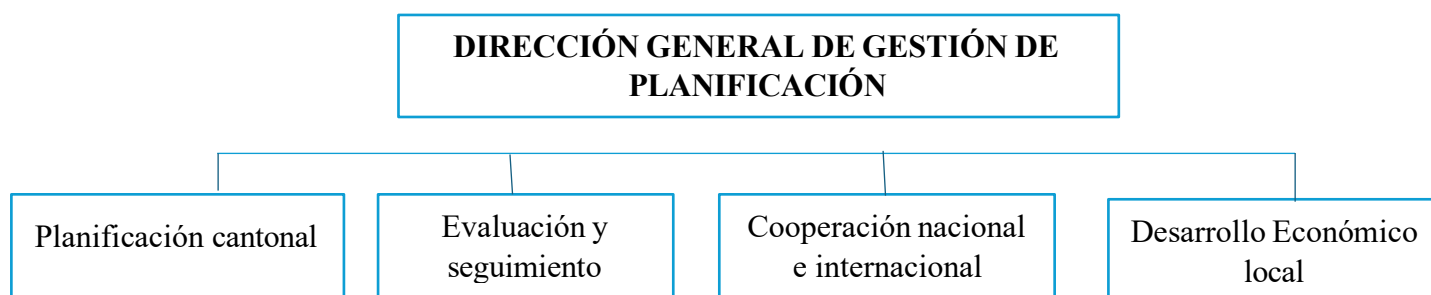
Anguisaca & Mayorga (2022) desarrolló el estudio titulado “Estrategias para fortalecer los sistemas de la economía popular y solidaria la identificación de las necesidades de emprendedores, Morona Santiago”. El objetivo fue establecer estrategias para fortalecer los sistemas de economía popular y solidaria. Mediante la identificación de necesidades de emprendimientos desarrollados en la provincia de Morona Santiago, concluyó que este modelo implantado ha generado beneficios significativos para los actores participantes al fortalecer capacidades productivas y comerciales, se evidenció que el modelo tiene alto potencial para contribuir el desarrollo local, promoviendo la dinamización económica, generación de empleo y la gestión responsable de los recursos propios de la provincia.

## 2.2 Estado de arte

### 2.2.1 Instituciones organizadoras de las ferias

Ilustre Municipalidad de Riobamba fue fundada el 1822, con el pasar de los años se convirtió en GAD Municipal bajo el marco legal del Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD) en el año 2010, fue la que otorgo las competencias en áreas como planificación, desarrollo económico local, gestión ambiental, turismo, cultura y promoción de eventos. La dirección general de gestión planificación del GAD Municipal de Riobamba es la unidad encargada de planificar coordinar las ferias municipales, como la feria “Emprende Riobamba”. El objetivo estratégico es ejecutar los procesos de planificación estratégica, operativa y territorial, fortalecimiento de planificación institucional y contribuyendo al desarrollo integral del cantón mediante la elaboración y ejecución del Plan Cantonal de Desarrollo y la gestión de la planificación estratégica y operativa municipal. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba (2024).

**Figura 1: Organigrama Organizacional del GADM**

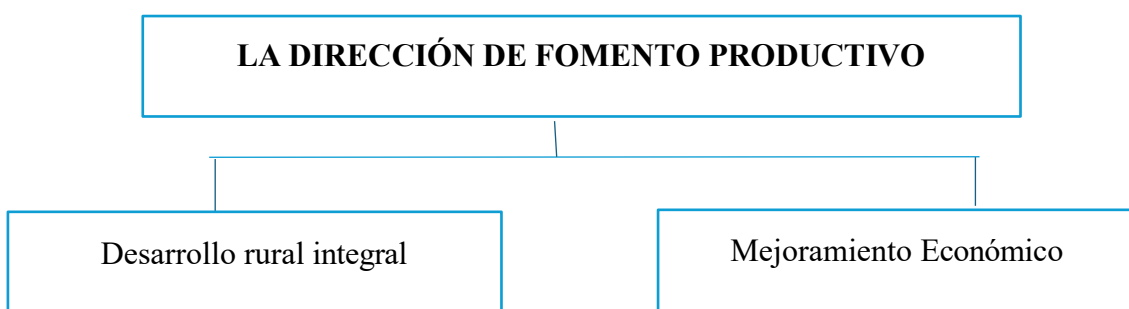


**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaboración:** Paltan Mishell (2025)

Las ferias que son organizadas por el Municipio de Riobamba es una iniciativa que promueve el desarrollo local y la reactivación económica, las ferias se realizan en espacios públicos para que los productores y emprendedores exhiban, vendan y comercialicen sus bienes y servicios, se desarrolla en lugares estratégicos de la ciudad como la feria “Emprende Riobamba” la cual se realiza en la plaza Eloy Alfaro, el Parque Guayaquil, los días sábados aproximadamente desde las 11:00 am a 18:00 pm facilitando la participación tanto de emprendedores como de consumidores.

La Prefectura de Chimborazo fue fundada el 23 de junio de 1824 gracias a la Ley de División Política Territorial del Ecuador, con la promulgación del COOTAD en 2011 se transformó en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo con competencias en áreas como viabilidad rural, riego, fomento productivo, gestión ambiental y promoción del turismo y la cultura. La dirección de Fomento Productivo de la Prefectura de Chimborazo es encargada de organizar las ferias como las “Haway Life” dicha dirección tiene como objetivo de impulsar el desarrollo económico y productivo de la provincia mediante la planificación, ejecución y evaluación de programas y proyectos orientadas a fortalecer los sectores agropecuarios, artesanal, comercial y de emprendimiento. La Prefectura de Chimborazo (2023).

**Figura 2: Organigrama Organizacional de la Prefectura de Chimborazo**



**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaboración:** Paltan Mishell (2025)

Las ferias organizadas por la Prefectura de Chimborazo son un espacio para que emprendedores y productores de Chimborazo exhiban y comercialicen sus productos, principalmente en los exteriores de la Prefectura generalmente los viernes en horarios de 08:00 am a 15:00 pm permitiendo así la interacción directa con el público y la promoción de la economía local.

## 2.3 Emprendimiento

Según Campuzano et al. (2019). En 1732, el economista Cantillon describió el emprendimiento como voluntad de los individuos de desplegar formas de intermediaciones que implica riesgo económico de una nueva empresa.

De acuerdo con Formichella (2004) el término entrepreneur fue introducida a la literatura económica por primera vez en los siglos XVIII por el economista francés Richard Cantillon su contribución consistió en reconocer al emprender como un actor clave dentro del sistema económico y el rol que juega el emprendimiento en la economía.

La palabra emprendimiento tiene su origen en latín *prendere*, que significa coger, atrapar o sorprender. Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), este término se refiere al verbo emprender o la casualidad de ser emprendedor, dicho término proviene de la antigua palabra francesa *entrepreneur* que significa pionero y se utilizaba en la edad media para referirse a comerciantes o aventureros que asumían el riesgo de viajar sin certeza de lo que encontrarían. Salazar et al. (2024).

Según Primo & Turizo (2017) para Joseph Schumpeter centra su aporte en una óptica en la cual añade al sistema capitalista conceptos teóricos sobre el empresario, la innovación, el interés y el ciclo económico, el emprendimiento y la dinámica empresarial constituyen los ejes fundamentales para el crecimiento económico, en la medida que el empresario es innovador lo cual significa, la introducción de nuevos productos y servicios , nuevos métodos de producción, apertura de nuevos mercados; nuevas fuentes de materias primas y finalmente nuevas organizaciones en cualquier industria.

Según Hisrich & Peters (2002) definen el emprendimiento como la capacidad y voluntad que tiene una persona o grupo de personas para desarrollar y administrar un nuevo negocio, junto con los riesgos que esto implica, con el fin de generar ganancias y satisfacer las necesidades del consumidor, contribuyendo principalmente al desarrollo local, incrementando la productividad y generando mayores fuentes de empleo que permiten mejorar el nivel de vida de los emprendedores del territorio, sus familias y la población en general

A partir de los aportes teóricos analizados, el emprendimiento surge como respuesta a la necesidad humana de resolver problemas económicos, por ello diferentes

autores desde las civilizaciones antiguas menciona que emprendimiento es producir y vender bienes y servicios que ayuden a mejorar el bienestar y la calidad de vida de las personas, además con el pasar de los años el emprendimiento fue un motor de desarrollo económico, impulsando la innovación y la creación de empresas, actualmente todas las personas pueden emprender, esto no solo beneficia a los emprendedores sino también la generación de innovación, empleo y bienestar social, contribuyendo al desarrollo local y mejorar la calidad de vida, tanto de los emprendedores como la comunidad en general, tal y como mencionan los autores.

### 2.3.1 Teorías del emprendimiento

Han existido varias teorías desde diversas perspectivas a lo largo de la historia económica, las teorías clásicas y neoclásicas resaltan la competencia en el mercado, el libre comercio y la utilidad económica, y otras teorías destacan la innovación y la resolución creativa de problemas y otras enfatizan la respuesta del emprendedor a ineficiencias, cambios económicos y la motivación interna ligada a incentivos. A continuación, se mencionan las teorías.

*Tabla 1: Teorías de emprendimiento*

<b>Teorías</b>	<b>Definición</b>
<b>Teoría clásica</b>	En esta teoría se evidencia las ventajas del libre comercio, la especialización productiva y la competencia como pilares de crecimiento, además esta teoría explica el papel de liderazgo y la coordinación que desempeña el emprendedor dentro de los procesos de producción y distribución de bienes
<b>Teoría neoclásica</b>	Esta teoría surgió debido a las limitaciones del modelo clásico, la que fundamenta que el intercambio económico, junto con la disminución de la utilidad marginal, generaba los incentivos necesarios para el surgimiento de emprendimiento. Esta corriente fue criticada porque no consideraba el papel del emprendedor individual y, al asumir competencia perfecta, limitaba la innovación y el surgimiento de nuevas iniciativas.
<b>Teoría de Schumpeter</b>	Las críticas al modelo neoclásico dieron origen al proceso de mercado Austriaco (AMP), influenciado por Schumpeter, el cual destacó como motor de mercado. Dicho enfoque concibe la

	<p>innovación como un proceso de resolución de problemas liderado por el emprendedor, que se manifiesta a través de nuevas combinaciones, como la creación de nuevos productos, métodos de producción, mercados, fuentes de insumos o formas de organización.</p>
<p><b>Teoría de la Eficiencia-X de Leibenstein</b></p>	<p>La teoría de la Eficiencia-X fue desarrollada por Harvey Leibenstein lo cual menciona que la actividad emprendedora surge como respuesta a las ineficiencias en el uso de los recursos dentro de las organizaciones. Según esta perspectiva, la falta de esfuerzo y la ineficiencia de las empresas generaban brechas y oportunidades que los emprendedores aprovechan de manera creativa y así se convirtió en una fuerza competitiva que desafía a las organizaciones ineficientes.</p>
<p><b>Teoría de Mark Casson</b></p>	<p>El autor sostuvo que la demanda de emprendimiento surge de la necesidad de adaptarse al cambio, mientras que su oferta está limitada por la escasez de ciertas cualidades personales, además destacó que para ser un emprendedor exitoso se requieren habilidades innatas, como por ejemplo la imaginación.</p>
<p><b>Teoría de Papanek y Harris</b></p>	<p>Mencionan que el emprendimiento y el crecimiento económico ocurren cuando existen condiciones económicas favorables, según los autores el desarrollo emprendedor depende de los incentivos económicos, la relación entre las ganancias y la motivación interna impulsó la actividad emprendedora considerando que el beneficio económico es suficiente es razón para generar iniciativas emprendedoras en la economía.</p>
<p><b>Teoría de Harvard School</b></p>	<p>Define el emprendimiento como el resultado de la interacción entre fuerzas internas; incluye cualidades personales del individuo, como inteligencia, habilidades, experiencia, conocimiento e intuición, y externas; económicos, sociales, políticos, culturales y legales que influyen en su aparición y desarrollo de la economía.</p>
<p><b>Teoría de ajuste de Kirzner</b></p>	<p>Destaca que el emprendimiento cumple un papel equilibrador en el mercado, cuando surgen inconvenientes tener mayor oportunidad</p>

	de ganancias, y los emprendedores las identifican y aprovechan, contribuyendo así a restaurar el equilibrio del mercado
<b>Teoría de beneficio de Knight</b>	Sostiene que los emprendedores son un grupo especializado que asume riesgos y enfrenta la incertidumbre además identifican el emprendedor como el receptor de las ganancias, las cuales representan la recompensa por asumir los costos derivados de la incertidumbre.
<b>Teoría del equilibrio de mercado de Hayek</b>	Hayek señaló que la economía neoclásica ignoraba el papel del emprendedor mencionaba que los emprendedores combinan recursos, planifican y toman decisiones y reciben ingresos y ganancias como recompensa por sus servicios.

**Fuente:** Artículo científico de Eduardo & Guerrero (2020)

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

Se evidencia que el origen y desarrollo del emprendimiento dependen de factores individuales, como la creatividad, intuición, asumir riesgos, como los factores externos esto incluye las condiciones económicas, sociales y de mercado. Los emprendedores no solo desarrollan su innovación y generan ganancias, sino que también equilibran y dinamizan los sistemas económicos, demostrando así que el emprendimiento es un motor clave para el crecimiento y la transformación de la economía.

### 2.3.2 Tipos de emprendimiento

El emprendimiento se clasifica de distintas formas según su objetivo, alcance y su propósito. A continuación, se presenta el cuadro que resume los principales tipos de emprendimiento permitiéndonos comprender de qué manera las iniciativas emprendedoras responden a las demandas económicas, sociales y territoriales.

**Tabla 2: Tipos de emprendimiento**

<b>Tipo de emprendimiento</b>	<b>Definición</b>
<b>Empresarial y tradicional</b>	Es la creación y desarrollo de una empresa orientada al lucro, enfocada en generar ingresos mediante la producción o comercialización de bienes y servicios dentro de un mercado competitivo.

<b>Social</b>	Tiene como objetivo principal abordar y resolver problemas sociales o ambientales, poniendo en primer plano el bienestar colectivo y promoviendo un desarrollo sostenible a largo plazo.
<b>Comercial</b>	Comercio justo, tipo de emprendimiento que tiene como finalidad ofrecer productos o servicios al mercado, generando rentabilidad mediante estrategias de venta, marketing y comercio justo.
<b>Local, nacional o internacional</b>	El emprendimiento local se enfoca en satisfacer las necesidades dentro de la comunidad fortaleciendo la economía y el vínculo social del entorno, el emprendimiento nacional busca la expandirse a diferentes regiones del país. Por su parte, el internacional lleva sus productos o servicios a otros países, enfrentando nuevos mercados y regulaciones, con el objetivo de consolidarse a nivel global.

**Fuente:** Gómez et al. (2019)

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

El emprendimiento empresarial y comercial se centra en la rentabilidad y la competitividad mientras que el emprendimiento social se centra en solucionar problemas sociales y ambientales, el comercial tiene mayor énfasis en el comercio justo y la relación ética con los clientes, y el local e internacional la capacidad de adaptarse el crecimiento de las iniciativas emprendedoras según los recursos. Además, el emprendimiento impulsa la economía, innovación y el bienestar social, cada tipo de aporte desarrollado, genera empleo, comercio justo y oportunidades, innovación y mejorar la calidad de vida de la sociedad.

### 2.3.3 Características del emprendimiento

Fayol (2002), señala que los economistas se han aproximado al tema desde una visión funcional del fenómeno centrada en el rol del emprendedor dado que las ciencias humanas han puesto énfasis en los aspectos personales quién, y por qué, mientras que las ciencias de la gestión y la organización se han centrado en el proceso. A continuación, se mencionan las principales características del emprendedor.

**Tabla 3: Características del emprendimiento**

<b>Pasión</b>	Entrega total al trabajo y motivación constante para alcanzar metas.
<b>Visión</b>	Capacidad de imaginar el futuro del proyecto, establecer metas claras a largo plazo y diseñar estrategias que orienten las decisiones presentes hacia ese propósito.
<b>Capacidad de aprendizaje</b>	Disposición permanente para adquirir nuevos conocimientos, aceptar errores como oportunidades de mejora y adaptarse a los cambios de entorno.
<b>Lograr resultados</b>	Enfoque práctico orientado a la acción que permite en cumplir metas mediante decisiones efectivas y el uso eficiente de recursos.
<b>Determinación</b>	Valor para enfrentar dificultades y tomar decisiones firmes.
<b>Creatividad e innovación</b>	Habilidad para generar ideas originales, encontrar soluciones distintas a los problemas y mejorar procesos o servicios para diferenciarse.
<b>Persistencia</b>	Mantener el esfuerzo y no rendirse ante los fracasos.
<b>Sentido de oportunidad</b>	Aptitud para identificar necesidades, tendencias o problemas del entorno y transformarlos en oportunidades de negocio o mejora.
<b>Trabajo en equipo</b>	Habilidad para colaborar con otras personas, compartir responsabilidades, escuchar opiniones y construir consensos para alcanzar objetivos comunes.
<b>Autoestima</b>	Confiar en uno mismo y en las propias capacidades.
<b>Asertividad</b>	Expresar ideas con claridad y respeto hacia los demás.
<b>Organización</b>	Planificar actividades con flexibilidad para realizar ajustes cuando sea necesario.

Fuente: Elaboración en base a Fayol (2002)

Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

En conjunto estas características son el perfil de una persona emprendedora capaz de enfrentar desafíos, adaptarse a los cambios y generar proyectos sostenibles, todas estas características son una base fundamental para el desarrollo y la sostenibilidad de cualquier

iniciativa empresarial, permitiéndoles enfrentar retos de entorno y aprovechar oportunidades de manera efectiva.

### **2.3.4 Importancia del emprendimiento**

Según Gutiérrez (2019) “la generación de conocimiento, la innovación y la creación de nuevas empresas se han convertido en objetivos prioritarios de todos los países, es decir se resalta no solo la creación de empresas, si no en conocimiento y la innovación”.

La importancia de promover el emprendimiento radica en el impacto positivo que tiene sobre la prosperidad nacional, los emprendedores construyen nuevas empresas, que a su vez crean nuevos puestos de trabajo y aumentan la demanda en otros sectores con los que se vinculan, además mejora la productividad y promueve cambios tecnológicos e innovaciones.

## **2.4 Economía Popular y Solidaria**

La Ley orgánica de economía popular y solidaria (2011) promulgo a la economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basados en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo, al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al “Buen Vivir”, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación del capital.

La Ley Orgánica menciona que la economía popular y solidaria es una factor económico y fundamental para el desarrollo del país, esta ley establece un marco jurídico común para las personas y organizaciones que integren el sector, promoviendo practicas económicas y priorizando al ser humano y al trabajo. Es fundamental reconocer esta ley porque fortalece la inclusión social y contribuye al “Buen Vivir”.

### **2.4.1 Origen y contexto histórico**

Para Razeto (2016). La economía popular y solidaria (EPS) tiene raíces históricas en la reacción a los problemas causados por el capitalismo y el neoliberalismo, surgiendo

como una alternativa que prioriza el trabajo sobre el capital y al ser humano sobre el dinero.

Este concepto se refiere a enfoques económicos alternativos que potencian formas cooperativas, autogestionarias y asociativas. En Ecuador, la Economía Popular y Solidaria se consolidó constitucionalmente a partir de 2008, como una forma de impulsar un modelo económico alternativo que busca reducir la desigualdad y se articuló con el concepto de “Buen Vivir”. Por lo tanto, la EPS representa una propuesta cercana y humana ya que pone en el centro a las personas, su trabajo y su bienestar, antes que la ganancia económica, en caso de nuestro país y el reconocimiento en la Constitución y su relación con el Buen Vivir refleja el modelo económico más justo.

## 2.4.2 Marco Legal e Institucional

### 2.4.2.1 Artículos de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Dentro del marco legal e institucional establecido por la Ley Orgánica de Economía Popular Y Solidaria (2011) encontramos varios artículos, pero los más relevante son presentados a continuación.

**Tabla 4: Marco Legal**

<p><b>Marco legal</b></p>	<p><b>Art. 2.- Ámbito.</b> - Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento. Las disposiciones de la presente Ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objetivo social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestaciones de servicios. Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se registrarán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente.</p>
---------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p><b>Art. 5.- Acto Económico Solidario.</b> - Los actos que efectúan con sus miembros de la organización a las que se refieren esta Ley, dentro de ejercicio de las actividades propias de su objetivo social, no constituyen actos de comercio o civiles sino actos solidarios y se sujetarán a la presente Ley.</p>
	<p><b>Art. 6.- Registro.</b> - Las personas y organizaciones amparadas por esa Ley deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente Ley.</p>
<p><b>Marco institucional</b></p>	<p><b>Art. 142.- Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria.</b> - Créase el Comité Interinstitucional como este rector de la Economía Popular y Solidaria. El comité interinstitucional se integrará por los ministros de Estado que se relacionen con la Economía Popular y Solidaria, según lo determina el presidente de la república y se organizará conforme al reglamento a la presente ley. El comité Interinstitucional será responsable de dictar y coordinar las políticas de fomento, promoción e incentivos, funcionamiento y control de las actividades económicas de las personas y organizaciones regidas por la presente Ley, con el propósito de mejorarlas y fortalecerlas. Así mismo, el Comité Interinstitucional evaluará los resultados de la aplicación de las políticas de fomento, promoción e incentivos. Nota: Inciso primero reformado por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 332 de 12 de septiembre del 2014</p>
	<p><b>Art. 143.- Consejo Consultivo.</b> - Los gobiernos Autónomos Descentralizados en el ámbito de sus componentes, las personas y organizaciones amparadas por la ley podrán participar en la gestión del Comité Interinstitucional, a través de mecanismos de información y de consulta no vinculante. La participación, mecanismos de elección y requisitos de los representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, las personas y organizaciones, serán determinados en el Reglamento de la presente Ley</p>

	<p><b>Art. 146.- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. -</b>  El control de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario estará a cargo de la Superintendencia de Economía Popular y Solidario, que se crea como organismo técnico, con jurisdicción nacional, personalidad jurídica de derecho público, patrimonio propio y autonomía administrativa y financiera y con jurisdicción coactiva.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Fuente:** Elaboración en base a Ley orgánica de economía popular y solidaria (2011)

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

El marco legal constitucional establece normas claras para regular, promover y sobre todo controlar actividades económicas y solidarias, a través de la ley, el Comité Interinstitucional y la Superintendencias de Economía Popular y Solidaria. El Estado asegura la supervisión y el acompañamiento de las organizaciones, fortaleciendo su desarrollo y contribución al crecimiento económico social. Mientras que el marco institucional actúa como el encargado de formular, coordinar y evaluar las políticas de fomento, además promueve y asegura el fortalecimiento de las actividades económicas populares y solidarias. En fin, ambos marcos tienen como objetivo regular, fortalecer y garantizar el desarrollo justo y solidario de la EPS.

#### **2.4.2.2 Artículos establecidos en la constitución de la Republica del Ecuador referentes a la Economía Popular y Solidaria**

Dentro del marco legal e institucional establecido por Constitución de la Republica del Ecuador (2008) encontramos varios artículos, pero los más relevantes son presentados a continuación.

***Tabla 5: Artículos de la Constitución***

<b>Art. 283</b>	<p>El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria se regulará de acuerdo con</p>
-----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativas y comunitarios.
<b>Art. 311</b>	El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios de sector financiero popular y solidario, de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

**Fuente:** Constitución de la Republica del Ecuador (2008)

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

El estado integra diversas formas de organización económica y es muy importante el tratamiento preferencial al sector financiero popular y solidaria ya que fortalece a las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, impulsando el Buen Vivir y el desarrollo económico más inclusivo y sostenible.

### 2.4.3 Principios de Economía Popular y Solidaria

La Ley orgánica de economía popular y solidaria (2011) establece que las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios:

**Tabla 6: Principios EPS**

<b>Principios de la EPS</b>	a) La búsqueda del buen vivir y del bien común
	b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuos
	c) La equidad de género
	d) El respeto a la identidad cultural
	e) L autogestión
	f) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad.
	g) La distribución equitativa y solidaria de excedentes

**Fuente:** Ley orgánica de economía popular y solidaria (2011)

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

La EPS promueve un modelo económico centrado en el ser humano, el trabajo y la comunidad, priorizar el Buen Vivir del bien común orienta las actividades productivas hacia el bienestar colectivo por encima de la acumulación del capital. Al promover los principios como la equidad de género, el respeto a la diversidad cultural y la autogestión se fortalece la inclusión social. En conjunto estos principios es una herramienta clave para construir una sociedad más justa, participativa y sostenible, reflejando así los valores fundamentales que orientan a las organizaciones, por ende, promueve un modelo económico más sostenible.

#### 2.4.4 Objetivos de la Economía Popular y Solidaria

El propósito principal es promover un modelo económico inclusivo y solidario orientado al bienestar de las personas y comunidades, por ende, establece objetivos claros que buscan fortalecer las practicas económicas. A continuación, se mencionan los objetivos en base a La Ley orgánica de economía popular y solidaria (2011).

**Tabla 7: Objetivos EPS**

<b>Objetivos de la Economía Popular y Solidaria</b>	a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado
	b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en la comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay.
	c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario,
	d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley.
	e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

**Fuente:** Ley orgánica de economía popular y solidaria (2011)

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

Estos objetivos buscan fortalecer el trabajo en comunidad y promover un desarrollo más justo e igualitario a través de un marco jurídico garantizando derechos, obligaciones y beneficios, promoviendo prácticas económicas inclusivas contribuyendo al “Sumak Kasay” y el fortalecimiento del tejido social y productivo del país, como un pilar fundamental del desarrollo nacional.

## **2.5 Ferias**

Según Latorre (1990), define una feria como “una concentración periódica de la oferta y la demanda en el espacio y en el tiempo”

Para Puthod (1983), Las ferias se asocian principalmente con el Antiguo Egipto, la Civilización Griega y el Imperio Romano, cuando los comerciantes ambulantes se reunían con los productos locales en bazares y mercados. Fueron los romanos los que empezaron a establecer las ferias como lugares permanentes antes de eso no disponían de una ubicación estable, además de eso introdujeron la moneda como valor de cambio, lo que permitió el fortalecimiento de las ferias.

Etimológicamente, la palabra feria procede del latín (feria, feriae; pero se utilizaba principalmente en plural: feriae, feriarum). Los romanos la utilizaban para designar los “días festivos” o “días de vacaciones” refiriéndose al cese en esos días de toda actividad civil para dedicarle al culto religioso y a los festejos que lo acompañaban. Además, vinculo a las ferias como fiestas religiosas porque se denominaba Messe que proviene del latín missa, por ello para concluir el servicio religioso se decía “ite, Missa est” y se iniciaba de esta manera la apertura del mercado. Demetrio et al. (2013)

Los autores mencionan que las ferias desde su origen se convirtieron en espacios de intercambio entre comunidades, con el pasar de los años han evolucionado hasta convertirse en las ferias que conocemos hoy, adaptándose a nuevas formas de comercio y a las necesidades de la sociedad. Es fundamental considerar que las ferias no solo son espacios físicos de compra y venta, sino de fortalecer la identidad cultural, el comercio justo y el desarrollo comunitario.

### **2.5.1 Participación en ferias**

Para Condori (2003). Los campesinos que participan en las ferias generan un conjunto de habilidades para articularse a la compleja sociedad e intercambiar bienes y servicios, con la finalidad de satisfacer sus necesidades a través de los excedentes

vendidos, porque destinan a la adquisición de mercancías e insumos el ingreso monetario que obtienen.

Por lo tanto las ferias no son solo espacios de venta, estas ferias representan un mecanismo clave de la economía popular y solidaria, donde la combinación de producción, el consumo y la integración comunitaria fortalecen a la economía local y los lazos comunitarios, además, promueve la cooperación, la solidaridad y la participación, así como la circulación de productos locales y artesanales que generen ingresos y que los beneficios lleguen directamente a los productores y sus familiares.

### 2.5.2 Estrategias para una Participación exitosa en ferias

Según Clemencia (2014). La participación en ferias nacionales e internacionales ofrece ventajas para las empresas, y que concentran productos, clientes y competidores en un mismo espacio, facilitando la observación, comparación e intercambio de información. Estos eventos permitiendo da mayor visibilidad a los productos, evaluar precios, crear contactos y abrir nuevos mercados.

Para asegurar el éxito, es necesario planificar la feria con anticipación, definir objetivos claros, organizar el evento y diseñar un stand atractivo. Además, se debe considerar la preparación, operación, evaluación y seguimiento posterior al evento. En resumen, el éxito en una feria depende de una buena planificación y objetivos de participación medibles y realistas que aseguren un aprovechamiento efectivo antes, durante y después de la exposición.

### 2.5.3 Tipos de participación

Las ferias son espacios de intercambio donde participan los productores y consumidores, por ende, se puede distinguir diversos tipos de ferias según su propósito y contenido como se detalla a continuación.

**Tabla 8: Tipos de feria**

<b>Tipo de Feria</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características</b>
<b>Feria artesanal</b>	Evento donde los artesanos locales exhiben y venden productos elaborados a mano,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promueve la identidad cultural.</li> </ul>

	como tejidos, cerámica, bisutería y artesanías tradicionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promueve el trabajo manual.</li> <li>• Ofrece productos únicos.</li> </ul>
<b>Feria gastronómica</b>	Un espacio dedicado a la presentación y venta de platos típicos o propuestas culinarias innovadoras de una región.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta directa al consumidor</li> <li>• Promoción de la cultura gastronómica</li> <li>• Fomento del turismo</li> </ul>
<b>Feria agropecuaria</b>	Espacio destinado a la comercialización de productos del campo: frutas, verduras, animales, maquinaria entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo al productor rural.</li> <li>• Venta sin intermediarios.</li> <li>• Promueve prácticas agrícolas locales.</li> </ul>
<b>Feria comercial</b>	Es un espacio que reúne a comerciantes y emprendedores de distintos sectores para promocionar, exhibir y vender productos y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidades de negocio.</li> <li>• Promueve la innovación.</li> <li>• Favorece la creación de redes de contacto o relaciones profesionales.</li> </ul>
<b>Feria cultural y educativa</b>	Actividades artísticas, exposiciones escolares, talleres culturales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomenta la participación comunitaria.</li> <li>• Identidad cultural.</li> <li>• Fortalece el aprendizaje.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Puthod (1983) y conceptos de desarrollo local.  
**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

Las ferias cumplen diversas funciones según su naturaleza, y contribuyen al fortalecimiento económico de los productores y fortalecen la identidad cultural, y estas ferias son herramientas estratégicas para el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades, además, las diversidades de dichas ferias permiten atender diferentes sectores y necesidades de los consumidores. Cada tipo de feria se especializa en un área específica: por ejemplo, las ferias artesanales ofrecen productos únicos y personalizados

que den valor a la identidad cultural de nuestro país, las ferias gastronómicas responden a la demanda de experiencias culinarias, las ferias agropecuarias cubren las necesidades de ofrecer productos frescos, saludables, mientras que las comerciales y de emprendimiento facilitan el acceso a bienes y servicios. Además, las ferias culturales y educativas complementan la oferta económica con actividades artísticas y pedagógicas contribuyendo al desarrollo integral de la comunidad y generando oportunidades para productores, emprendedores y participantes.

#### **2.5.4 Importancia de la participación en ferias locales**

- Las ferias locales constituyen un instrumento eficiente para diferentes sectores, ya que ofrece múltiples beneficios para los consumidores, es una herramienta efectiva ya que facilita la presentación adecuada de productos y servicios de los productores que proporciona a los diferentes sectores. Los beneficios son los siguientes:
  - Las ferias se han convertido en los últimos años como una de las más poderosas y efectivas herramientas de mercado, tal como viene a subrayar el constante crecimiento de esta actividad, ayuda a los empresarios a aprender como presentar sus productos.
  - Son la forma más económica y eficiente de ganar cuotas de mercado.
  - Constituyen la más completa herramienta de comunicación, donde se produce una interacción directa entre comprador y vendedor, poniendo en funcionamiento los cinco sentidos.
  - Son lugares apropiados para establecer contactos comerciales, encontrarse con los clientes habituales y captar nuevos clientes, ofreciendo nuevos servicios y/o productos.
  - Identificación de las adaptaciones, modificaciones e innovaciones que se deben utilizar en los productos y servicios que ofrecen, además nuevos diseños, formas de diferenciación de productos, maneras de preservar, manejar y proteger productos, para penetrar en otros mercados y mejorar su inserción en el mercado nacional.

## **CAPÍTULO III.**

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Tipo de investigación**

El presente trabajo se desarrolló bajo un enfoque descriptivo y de campo, porque busco conocer la realidad tal como ocurre el lugar donde se desarrolla el problema.

##### **3.1.1 Descriptiva**

Este tipo de investigación según Guevara et. al, (2020). Tiene como finalidad describir algunas características esenciales de conjuntos homólogos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática.

La presente investigación se centró en describir fenómenos los cuales permiten detallar las principales características que forman parte de los emprendimientos de la economía popular y solidaria y su nivel de participación en ferias locales.

#### **3.2 Investigación de campo**

Se consideró en la investigación de campo, ya que implica la recolección directa directamente de datos en el lugar donde ocurren los hechos, sin manipular las variables. Según Arias (2012), este tipo de investigación se basa en la observación directa de los sujetos o situaciones en su entorno natural.

En este caso, se aplicó encuestas a los emprendedores que participan en las ferias locales en la ciudad de Riobamba, para obtener información real.

##### **3.2.1 Enfoque**

La presente investigación se desarrolló desde un enfoque metodológicamente cuantitativo, orientado al análisis de la relación entre el emprendimiento en la economía popular y solidaria y la participación de los emprendedores en ferias locales. El estudio se centró en medir y analizar, como la participación de estos espacios de comercialización influye en la competitividad, visibilidad y sostenibilidad de los emprendimientos, mediante datos estadísticos.

### **3.3 Diseño de investigación**

Se aplicó el método hipotético-deductivo en la investigación este método permitió estructurar dicha investigación de manera lógica, a partir de una idea inicial se busca comprobar el impacto que tiene la participación de ferias locales en la (EPS), se utilizó datos reales recolectados de los emprendedores, permitió analizar la realidad de manera racional.

Según López & Fachelli (2020). El método hipotético deductivo consiste en la necesidad de conseguir conocimientos científicos partiendo de conceptos generales, aplicando procedimientos objetivos y racionales para llegar a verificar o comprobar dichas hipótesis al compararlas con las experiencias en un ámbito científico delimitado.

El método permitió estructurar la investigación de manera lógica, a partir de una idea inicial se busca comprobar el impacto que tiene la participación de ferias locales en la (EPS), utilizando datos reales recolectados de los emprendedores, permitiendo analizar la realidad de manera racional.

Los pasos de método Hipotético-Deductivo:

#### **3.3.1 Observación**

Se realizó una recolección de información sobre el emprendimiento en la economía popular y solidaria, lo que permitió determinar varias problemáticas en la participación irregular en ferias locales.

#### **3.3.2 Construcción de la Hipótesis**

Se plantearon dos hipótesis: una nula ( $H_0$ ) y una alternativa ( $H_1$ ) relacionadas con impacto del emprendimiento en la participación en ferias.

#### **3.3.3 Deducción de consecuencias a partir de la hipótesis**

A partir de los datos recopilados, se estableció posibles consecuencias observables que fueron verificadas mediante encuestas.

#### **3.3.4 Contrastación de enunciados**

Se comprobó los resultados obtenidos con lo deducido teóricamente para comprobar la validez de la hipótesis.

### **3.3.5 Confirmación o refutación**

Se interpretó los resultados para aceptar o rechazar la hipótesis planteada.

### **3.4 Investigación no experimental**

Según Arias (2021) en este diseño no hay estímulos o condiciones experimentales a los que se sometan las variables de estudio, los sujetos de estudio son evaluados en un contexto naturales sin alterar ninguna situación; así mismo, no se manipulan las variables de estudio.

### **3.5 Técnica de recolección de datos**

#### **3.5.1 Encuesta**

Según Bustamante et, al. (2023) es una técnica de recolección de datos que permite obtener información estandarizada sobre grupo poblacional, su objetivo es conocer la precisión con la que piensan, sienten o hacen los encuestados sobre el tema a investigar.

En esta investigación, se aplicó una encuesta estructurada a los emprendedores participantes en las ferias locales de la ciudad de Riobamba.

#### **3.5.2 Instrumento**

Cuestionario de encuesta

### **3.6 Población y Muestra**

#### **3.6.1 Población**

De acuerdo con Livi-Bacc (2007), población se define como un conjunto de elementos con características comunes que se desea estudiar.

En esta investigación, la población considerada fue de los emprendedores de la ciudad de Riobamba que participan en las ferias “Emprende Riobamba” con 133 emprendedores y la feria “Haway Life” con 55 emprendedores, sumando 188 participantes, los cuales están registrados en el Gobierno autónomo descentralizado Municipal del cantón Riobamba y la Prefectura de Chimborazo.

**Tabla 9: Total de emprendedores de la ciudad de Riobamba del Gobierno autónomo descentralizado del cantón Riobamba y la Prefectura de Chimborazo.**

Descripción	Número
Feria “Emprende Riobamba”	133
Feria de emprendimientos productivos Chimborazo “Haway Life”	55
<b>Total, de beneficiarios</b>	<b>188</b>

**Fuente:** Gobierno autónomo descentralizado Municipal del cantón Riobamba y la Prefectura de Chimborazo

**Elaborado por:** Mishell Paltan (2025)

### 3.6.2 Muestra

Según Vara (2012), “es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional, siempre parte de la población”.

Para calcular la muestra de la población de los emprendedores de la ciudad de Riobamba se utilizó la siguiente formula.

$$n = \frac{m}{e^2(m - 1) + 1}$$

Donde:

n= Tamaño

m= Tamaño de la población

e= Error máximo admisible 5% (0,05)

$$n = \frac{188}{0.05^2(188 - 1) + 1}$$

$$n = 128.109 \approx 128$$

Proporcional de la Feria  
“Emprende Riobamba”

$$n = \frac{133 * 128}{188}$$

$$n = 91$$

Proporcional de la Feria  
“Haway Life”

$$n = \frac{55 * 128}{188}$$

$$n = 37$$

En total de la muestra para investigar fue 128 emprendedores locales de la ciudad de Riobamba.

### **3.7 Hipótesis**

Según Malegarie y Fernández (2016) la hipótesis es una proposición tentativa que establece una relación entre conceptos y que deben ser sometida a verificación empírica. Permite unir teoría con realidad, facilitando la interpretación de fenómenos sociales y económicos.

#### **Hipótesis Alternativa**

**H<sub>i</sub>:** El emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de las ferias locales en la ciudad de Riobamba.

#### **Hipótesis Nula**

**H<sub>0</sub>:** El emprendimiento en la economía popular y solidaria no impacta en la participación en ferias locales en la ciudad de Riobamba.

### **3.8 Método de análisis y procesamiento de datos**

En la presente investigación se tomó en cuenta los siguientes métodos de análisis y procesamiento de datos:

**Fundamentación teórica:** Se busco información relacionada a las dos variables de estudio, con el fin de tener una base teórica para la investigación

**Investigación cuantitativa:** Es un enfoque de investigación que se caracteriza por analizar datos numéricos con el propósito de medir las variables, comprobar hipótesis y establecer relaciones entre ellas.

**Software para el procesamiento de datos:** Para procesar, describir y analizar datos se utilizó el IBM SPSS Statistics.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos provienen de la aplicación de una encuesta estructurada a los emprendedores de la ciudad de Riobamba, diseñada con el objetivo de determinar como el emprendimiento en la EPS impacta en la participación de ferias locales. El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por 13 preguntas cerradas, con los siguientes resultados.

#### 4.1 Resultados de las encuestas

##### Pregunta 1: Seleccione la feria a la que pertenece

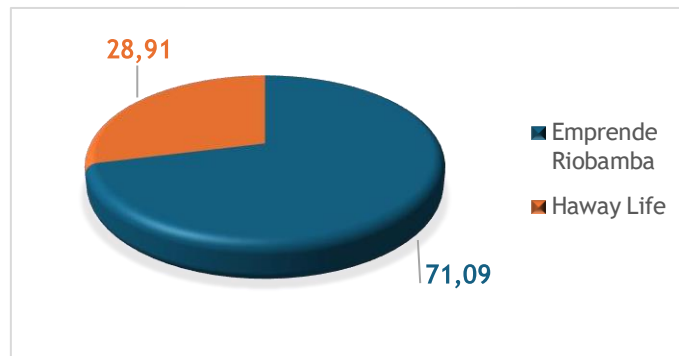
*Tabla 10: Tipo de feria*

Detalle	Número	Porcentaje
Emprende Riobamba	91	71,09
Haway Life	37	28,91
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

*Figura 3: Tipo de feria*



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Según los datos obtenidos la mayoría de los encuestados pertenece a la feria Emprende Riobamba con 71,09%, mientras que una menor proporción participa en Haway Life 28,91%.

**Interpretación** Esto indica que Emprende Riobamba se identifica que existe un número más alto de encuestados, lo que podría reflejar mayor popularidad, participación o constancia en comparación con Haway Life.

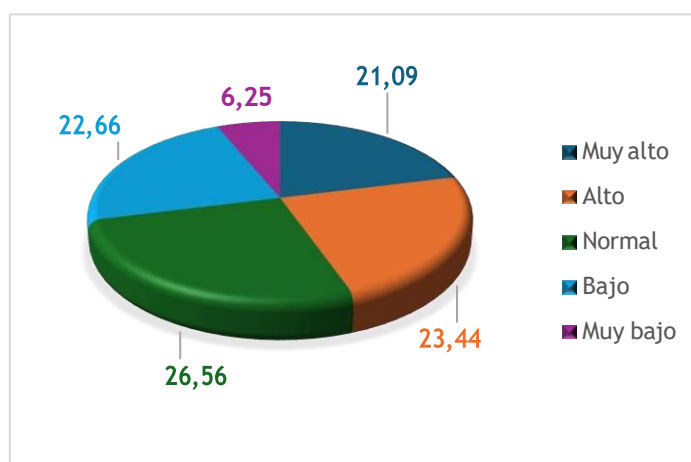
**Pregunta 2: ¿En qué nivel considera que la variedad de productos o servicios que ofrece su emprendimiento responde a las necesidades de los clientes en las ferias locales?**

**Tabla 11: Variedad de productos**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy alto	27	21,09
Alto	30	23,44
Normal	34	26,56
Bajo	29	22,66
Muy bajo	8	6,25
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
 Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Figura 4: Variedad de productos**



Fuente: Elaboración propia  
 Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** La mayoría de los emprendedores considera que la capacidad que variedad de productores o servicios para satisfacer las necesidades de los clientes es normal con el 26,56% seguida de alta con el 23,44% y muy alta 21,09% lo que indica que una buena parte, siente que su oferta responde adecuadamente a la demanda. Sin embargo, el 22,66% la califica como baja y el 6,25% demostrando así que algunos emprendimientos aun no cubren las expectativas de sus clientes.

**Interpretación:** Dichos resultados permiten interpretar que, aunque existe una valoración mayoritariamente favorable respecto a la variedad de productos ofrecidos en

las ferias locales, se evidencia que algunos requieren ajustar o diversificar su oferta para mejorar la atención de la demanda en ferias locales.

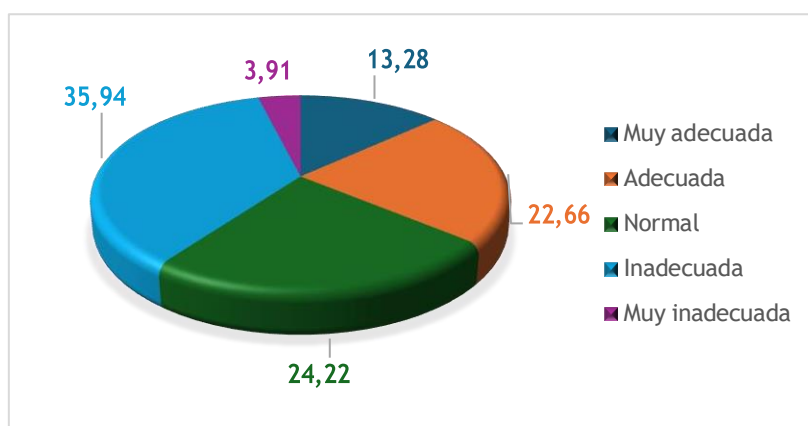
**Pregunta 3: ¿Qué tan adecuada considera la cantidad de productos o servicios que ofrece su emprendimiento en las ferias locales?**

*Tabla 12: Cantidad de Productos*

Detalle	Número	Porcentaje
Muy adecuada	17	13,28
Adecuada	29	22,66
Normal	31	24,22
Inadecuada	46	35,94
Muy inadecuada	5	3,91
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

*Figura 5: Calidad de Productos*



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Los datos muestran que la cantidad de productores o servicios en las ferias locales es mayoritariamente negativa el 35,94% considera que la cantidad es inadecuada, el que el 24,22% la califica como normal y el 22,66% como adecuada. Los niveles externos de muy adecuada 13,28% y muy inadecuada presentan porcentajes menor 3,91% lo que evidencia limitaciones en la oferta.

**Interpretación:** En este caso el resultado es negativo lo que se da a entender que la mayoría de las veces la cantidad de productos o servicios que ofrecen en el

emprendimiento llegan a faltar, lo que evidencia la necesidad de adquirir productos y servicio adecuadas y suficientes para el consumidor.

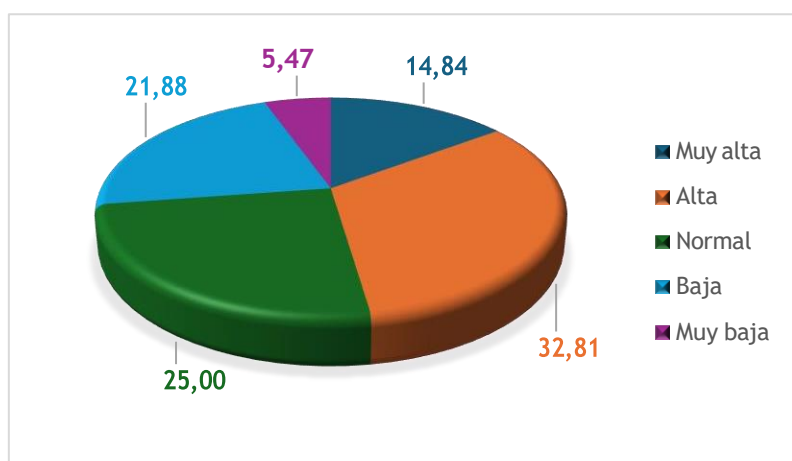
**Pregunta 4: ¿En qué medida la participación en las ferias locales ha contribuido a mejorar su economía?**

**Tabla 13: Mejora económica**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy alta	19	14,84
Alta	42	32,81
Normal	32	25,00
Baja	28	21,88
Muy baja	7	5,47
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Figura 6: Mejora económica**



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Los resultados muestran que es 32,81% de los emprendedores califican como alta seguido de 25% que es normal por otra parte el 21,88% y el 14,84 señala que un nivel muy alto y el 5,47% muy baja, indicando que no todos experimentan mejoras económicas significativas.

**Interpretación:** Dichos resultados indican que, aunque existe una percepción mayor y positiva, la otra parte considera que este aspecto aún presenta limitaciones por

ende es necesario fortalecer estrategias que permiten que más participantes obtengan mayores beneficios económicos de su participación en estas ferias.

**Pregunta 5: ¿Su emprendimiento recibe algún tipo de financiamiento y que tan satisfecho se encuentra con el mismo?**

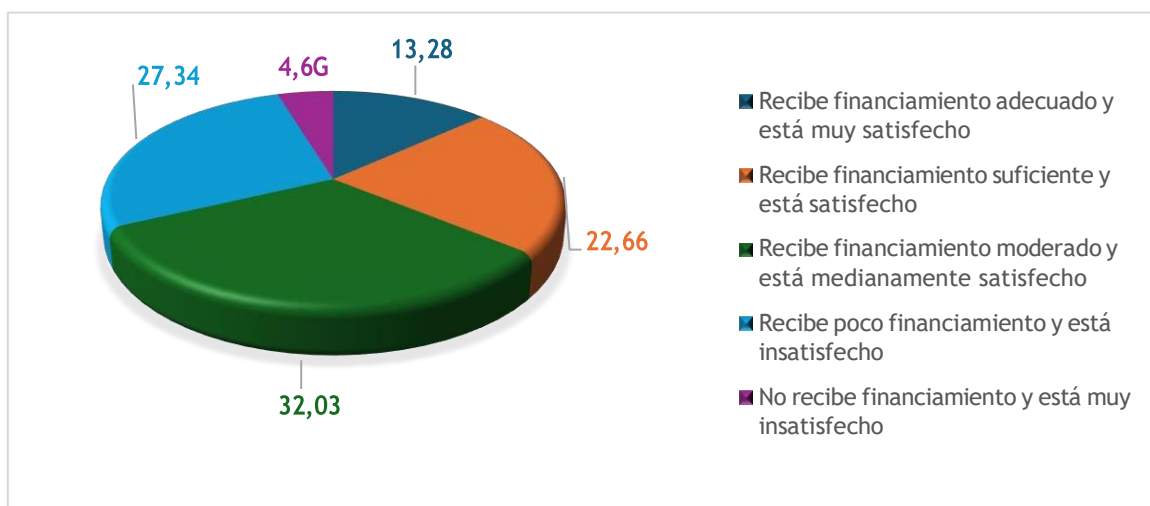
**Tabla 14: Financiamiento y satisfacción**

Detalle	Número	Porcentaje
Recibe financiamiento adecuado y está muy satisfecho	17	13,28
Recibe financiamiento suficiente y está satisfecho	29	22,66
Recibe financiamiento moderado y está medianamente satisfecho	41	32,03
Recibe poco financiamiento y está insatisfecho	35	27,34
No recibe financiamiento y está muy insatisfecho	6	4,69
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Figura 7: Financiamiento y satisfacción**



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Respecto al financiamiento, el 32,03 % de los emprendedores recibe un financiamiento moderado y se encuentra medianamente satisfecho, seguido del 27,34 % que recibe poco financiamiento, mientras que el 22,66% cuenta con financiamiento suficiente y se siente satisfecho. Solo el 13,28 % manifiesta recibir financiamiento adecuado y estar muy satisfecho, y el 4,69% no recibe financiamiento mostrando una alta insatisfacción.

**Interpretación:** Los resultados muestra que la mayoría de los emprendedores no cuenta con un financiamiento adecuado, lo que limita su nivel de satisfacción. Sin embargo, una parte recibe poco o ningún financiamiento lo que evidencia la necesidad de mejorar el acceso a financiamiento para fortalecer los emprendimientos.

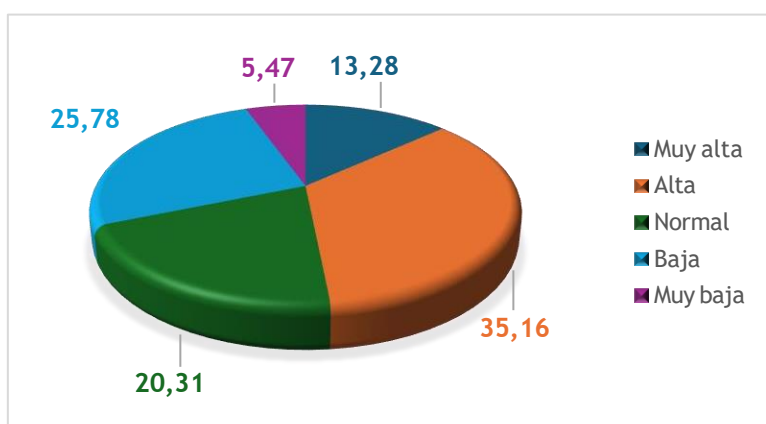
**Pregunta 6: ¿En qué medida considera que las ferias locales fortalecen el desarrollo económico y social de la comunidad en Riobamba?**

*Tabla 15: Desarrollo económico y social*

Detalle	Número	Porcentaje
Muy alta	17	13,28
Alta	45	35,16
Normal	26	20,31
Baja	33	25,78
Muy baja	7	5,47
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

*Figura 8: Desarrollo económico y social*



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** En el fortalecimiento y en desarrollo económico y social de las ferias se evidencia un nivel alto con el 35,16% y un 25,78% lo percibe como bajo y el 20,31% opina que su impacto es normal, Sin embargo, un 13,28% considera un nivel muy alto. Pero existe un nivel muy bajo con el 5,47% lo que muestra que parte de la población no identifica plenamente sus beneficios.

**Interpretación:** La percepción general las ferias locales contribuyen al desarrollo de la comunidad, dicho impacto no se percibe de manera uniforme por ende fortalecer la organización, difusión y beneficios directos podría mejorar su valoración y potenciar su efecto económico y social de la ciudad.

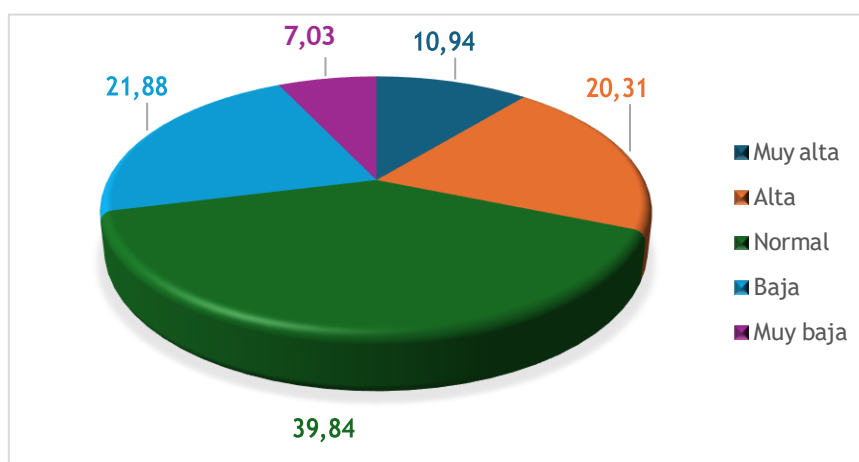
**Pregunta 7: ¿En qué medida el apoyo brindado por la comunidad facilita su participación en las ferias locales?**

**Tabla 16: Apoyo de la comunidad**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy alta	14	10,94
Alta	26	20,31
Normal	51	39,84
Baja	28	21,88
Muy baja	9	7,03
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Figura 9: Apoyo de la comunidad**



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Se observa que la mayoría de los encuestados, un 39,84%, considera que el apoyo que reciben es “normal”, mientras que un 21,88% la describe como “baja” y un 20,31% “alta” y un 10,94% es “muy alta” y solo un 7,03 considera que es “muy baja”.

**Interpretación:** La grafica evidencia que el apoyo brindado por la comunidad facilita la participación en las ferias locales en un nivel normal. Sin embargo, se identifica percepciones de bajo apoyo, lo que indica que aún existen limitaciones en la colaboración comunitaria, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la colaboración para mejorar la participación en las ferias locales.

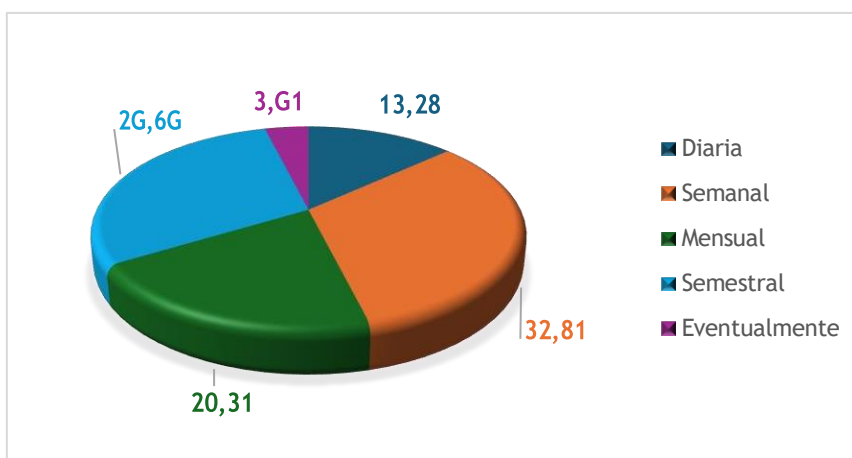
**Pregunta 8: ¿Qué tan frecuente es su participación en las ferias locales?**

*Tabla 17: Frecuencia de participación*

Detalle	Número	Porcentaje
Diaria	17	13,28
Semanal	42	32,81
Mensual	26	20,31
Semestral	38	29,69
Eventualmente	5	3,91
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

*Figura 10: Frecuencia de participación*



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Los resultados muestran que la participación semanal es la más frecuente con el 32,81%, lo que muestra una asistencia regular a las ferias locales. Le sigue la participación semestral 29,69%, evidenciando una presencia más esporádica. En menor proporción se registra la asistencia mensual 20,31% y diaria 13,28% mientras que la participación eventualmente con un 3,91% corresponde a un grupo reducido de emprendedores.

**Interpretación:** La grafica evidencia que la participación en las ferias locales es mayormente periódica, predominando una asistencia regular, aunque no permanente. Esto sugiere que, si bien las ferias representan un espacio importante para los emprendedores, existen limitaciones que influyan en la frecuencia de su participación.

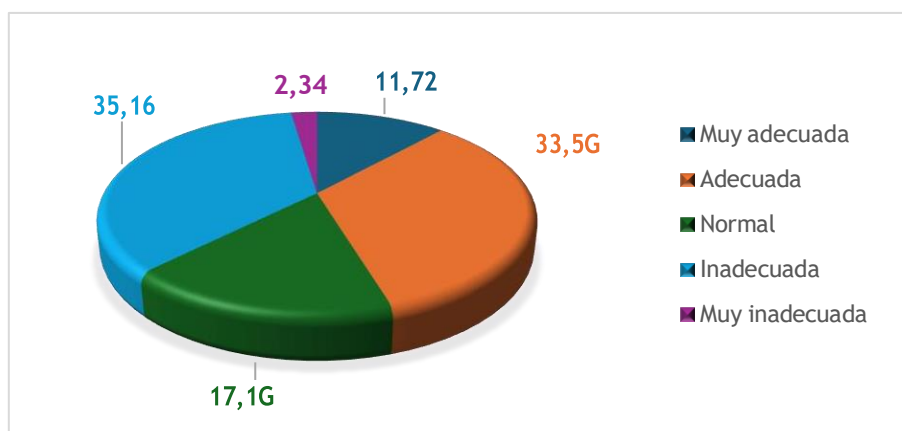
**Pregunta 9: ¿En qué nivel considera que la duración y los horarios de las ferias favorecen su participación como emprendedor?**

**Tabla 18: Horarios y duración**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy adecuada	15	11,72
Adecuada	43	33,59
Normal	22	17,19
Inadecuada	45	35,16
Muy inadecuada	3	2,34
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Figura 11: Horarios y duración**



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Los resultados evidencian que en la categoría de inadecuada es la mayor con un 35,16%, lo que indica que los emprendedores consideran que la duración y los horarios de las ferias no favorecen su participación, con un 33,59% considera que es adecuada lo que demuestra que otro grupo percibe como favorable. Además, el 17,19% los clasifica como normal, mientras que una menor proporción los percibe como muy adecuados 11,72% y muy inadecuados 2,34%.

**Interpretación:** Se evidencia que la demanda de los compradores presenta variaciones durante el desarrollo de las ferias. Esto sugiere la necesidad de revisar y ajustar estos aspectos para lograr una mayor inclusión de los emprendedores.

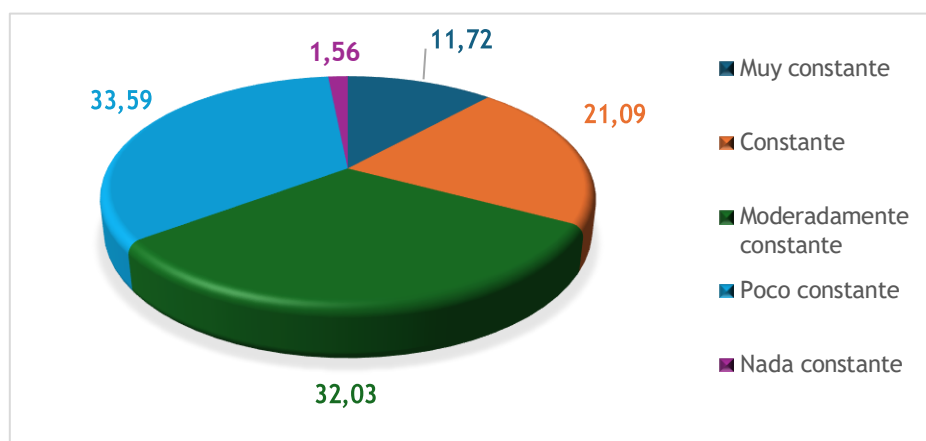
**Pregunta 10: ¿En qué medida considera que la demanda de los compradores se mantiene constante durante el desarrollo de cada feria?**

**Tabla 19: Constancia de los compradores**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy constante	15	11,72
Constante	27	21,09
Moderadamente constante	41	32,03
Poco constante	43	33,59
Nada constante	2	1,56
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Figura 12: Constancia de los compradores**



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Los datos muestran que la mayor proporción de los emprendedores percibe la demanda poco constante con el 33,59% seguida de quienes consideran moderadamente constante 32,03%. Mientras que el 21,09% indica que la demanda es constante, en menor medida, el 11,72% la califica como muy constante, un porcentaje mínimo de 1,56% señala que la demanda es nada constante.

**Interpretación:** Dichos resultados demuestran que la demanda de los compradores no se mantiene estable durante las ferias, presentando así variaciones a lo largo de su desarrollo. Esta inestabilidad genera incertidumbre en los emprendedores, dificultando la planificación de ventas y la gestión de sus productos durante cada evento.

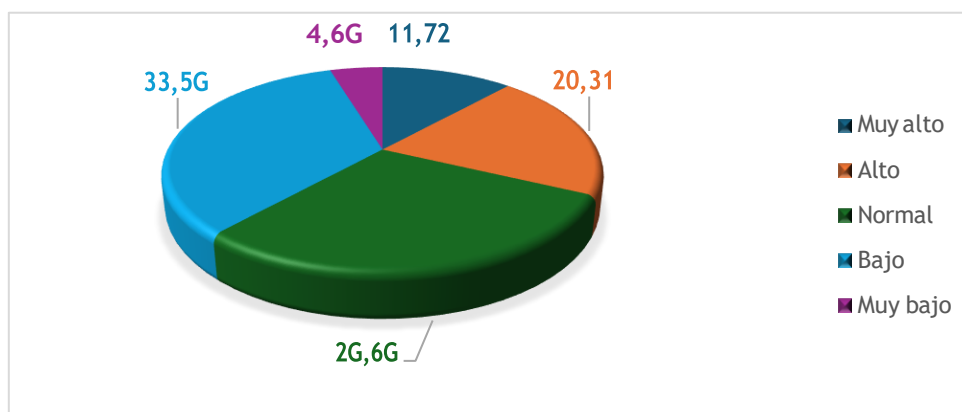
**Pregunta 11: ¿En qué nivel la cantidad de compradores que asisten a las ferias contribuyen a incrementar sus ventas?**

**Tabla 20: Cantidad de compradores**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy alto	15	11,72
Alto	26	20,31
Normal	38	29,69
Bajo	43	33,59
Muy bajo	6	4,69
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Figura 13: Cantidad de compradores**



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Los datos reflejan que la mayoría de los emprendedores considera que la cantidad de compradores contribuye en un nivel bajo 33,59%, al incremento de sus ventas. Le sigue la categoría normal 29,69%, mientras que el 20,31 percibe una contribución alta. En los porcentajes menores está el 11,72% señala un nivel alto y 4,69% es muy baja.

**Interpretación:** Estos datos sugieren que para la mayoría la cantidad de compradores no genera un impacto significativo en el aumento de las ventas, lo que podría estar relacionado con factores como el perfil del público o la dinámica comercial de las ferias, por lo tanto, los emprendedores deben implementar estrategias afectivas para incrementar los resultados comerciales.

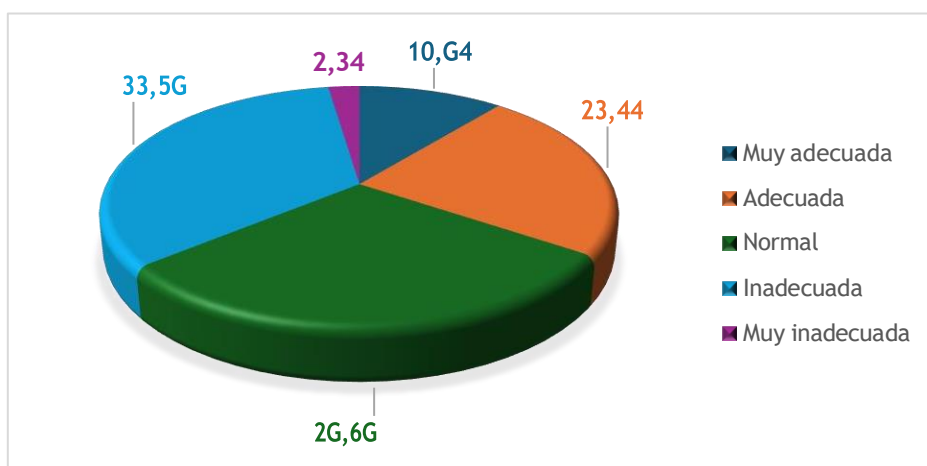
**Pregunta 12: ¿Qué tan adecuado considero que la ubicación de las ferias es accesible tanto para usted como para sus clientes?**

**Tabla 21: Ubicación de las ferias**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy adecuada	14	10,94
Adecuada	30	23,44
Normal	38	29,69
Inadecuada	43	33,59
Muy inadecuada	3	2,34
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Figura 14: Ubicación de las ferias**



**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Se observa que la mayor proporción de los encuestados considera que la ubicación de las ferias es inadecuada 33,59%, seguida de la categoría normal 29,69%. Asimismo, el 23,44% la califica como adecuada, mientras que un 10,94% percibe como muy adecuada y un porcentaje reducido de 2,34 considera muy inadecuada.

**Interpretación:** Los resultados indican que, para una parte importante de los emprendedores, la ubicación de las ferias no resulta plenamente accesible ni para ellos y ni para sus clientes. Esta percepción puede afectar negativamente la asistencia de ventas, por lo que es clave mejorar la accesibilidad de las ferias lo que permite fortalecer la participación y el impacto comercial de las ferias.

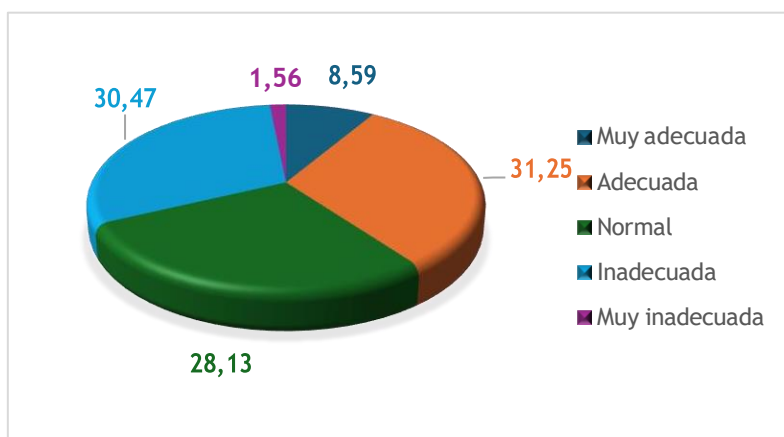
**Pregunta 13: ¿En qué nivel considera que el espacio físico asignado en la feria es adecuado para exhibir y comercializar sus productos?**

**Tabla 22: Espacio físico**

Detalle	Número	Porcentaje
Muy adecuada	11	8,59
Adecuada	40	31,25
Normal	36	28,13
Inadecuada	39	30,47
Muy inadecuada	2	1,56
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Figura 15: Espacio físico**



**Fuente:** Elaboración propia  
**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Análisis:** Los resultados muestran que el 31,25% de los emprendedores considera que el espacio físico es adecuado, seguido por quienes lo califican como inadecuado 30,37% y normal 28,13%. En menor proporción, el 8,59% lo percibe como muy adecuada, mientras que solo el 1,56% lo considera muy inadecuado, evidenciando valoraciones mayoritariamente intermedias.

**Interpretación:** Estos resultados indican percepciones divididas respecto a la adecuación del espacio físico, se sugiere que, aunque para algunos emprendedores el espacio cumple con sus necesidades, para otros limita la exhibición y comercialización de sus productos, afectando su desempeño durante la feria.

## **4.2 Comprobación de la hipótesis**

De acuerdo con los resultados de los análisis estadísticos, se evidencian que existe una relación significativa entre el emprendimiento de la economía popular y solidaria en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba por ello es crucial comprobar la relación que existe para confirmar el propósito del estudio, el cual busca evidenciar como estas prácticas contribuyen al fortalecimiento de desarrollo económico y social de la comunidad además las variables facilitan reflejan niveles moderados y bajos lo que permite identificar la relación estadística entre las variables, sino que también proporciona una evidencia empírica que respalda el análisis realizado.

La comprobación de las hipótesis se desarrolló a través del uso de las tablas de contingencia y la aplicación de pruebas estadísticas, tales como el Chi-cuadrado de Pearson y la prueba exacta de Fisher, estos métodos permiten comprobar la existencia de una relación significativa entre las variables demostrando que el emprendimiento en la economía popular y solidaria influye en la participación de ferias locales en la ciudad.

### **4.2.1 Pregunta de las variables**

Variable dependiente: El emprendimiento en la Economía Popular y Solidaria

Pregunta 3: ¿En qué nivel considera que la variedad de productos o servicios que ofrece su emprendimiento responde a las necesidades de los clientes en las ferias locales?

Variable independiente: Participación en ferias locales

**Pregunta 10:** ¿En qué medida considera que la demanda de los compradores se mantiene constante durante el desarrollo de cada feria?

## Análisis de fiabilidad

**Tabla 23:** Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	13

**Fuente:** Encuesta IBM SPSS Statistics 21

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Interpretación:** Se determinó que el instrumento tiene una total confianza debido a que da como resultado 0,939 lo cual es más alto que el 0,8 que es el límite para que un instrumento confiable.

**Tabla 24:** Resumen del procesamiento de casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
VariedadDeProductos * CantidadCompradores	128	100,0%	0	0,0%	128	100,0%

**Fuente:** Encuesta IBM SPSS Statistics 21

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Interpretación:** Se analizaron 128 encuestas validas garantizando la confiabilidad de los resultados de las variables del emprendimiento en la economía popular y solidaria y participación en ferias locales dándonos el 100%.

**Tabla 25:** Tabla de contingencia

		CantidadCompradores					Total
		Muy bajo	Bajo	Moderado	Alto	Muy alto	
VariedadDeProductos	Muy bajo	3	3	0	2	0	8
	Bajo	0	19	7	3	0	29
	Normal	3	12	14	5	0	34
	Alto	0	8	10	8	4	30
	Muy alto	0	1	7	8	11	27
Total		6	43	38	26	15	128

**Fuente:** IBM SPSS Statistics 21

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Interpretación:** Se encontró que la cantidad de compradores se ve influenciada por la variedad de productos. De 29 emprendedores que consideran que la variedad de productos es baja, 19 consideran que la cantidad de compradores también es baja.

**Tabla 26:** Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	76,144 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitudes	74,471	16	,000
Asociación lineal por lineal	40,626	1	,000
N de casos válidos	128		

a. 13 casillas (52,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Elaborado por: Paltan Mishell (2025)

**Interpretación:** El resultado obtenido de la prueba de Chi-cuadrado de Pearson demostró un valor de 76.144 con 16 gl y un ( $p = 0.00$ ) que es menor 0.005 esto demuestra que existe una relación entre las variables.

Con los resultados obtenidos se verifican las hipótesis establecidas para esta investigación, para lo cual observamos el Chi-cuadrado calculado que da 76.144 y lo verificamos con la tabla de Chi-cuadrado a los 16 gl al 95% de probabilidad, dándonos como resultado 7.96, lo cual nos indica que se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Demostrando que el emprendimiento en la economía popular y solidaria influye en la participación en feria locales.

### 4.3 Discusión de resultados

Los resultados obtenidos permiten evidenciar como la Economía Popular y Solidaria constituye un mecanismo para promover el desarrollo local y mejorar la calidad de vida de los emprendedores, este análisis nos permite aceptar la hipótesis alternativa, confirmando que el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales, los resultados obtenidos cumplen con sus objetivos establecidos y demuestran que el tema de estudio ayuda a que fortalecer la participación en las ferias locales, lo cual coincide con los hallazgos de diversas investigaciones previas desarrolladas.

En primer lugar, en los resultados obtenidos se evidencia que los emprendedores de la economía popular y solidaria recibe un financiamiento moderado, lo que se refleja

en un nivel de satisfacción medio respecto al apoyo que reciben, este resultado tiene relación con lo expuesto por Calero (2023), quien menciona que la economía popular y solidaria constituye una alternativa de desarrollo, aun presenta limitaciones en cuanto al acceso a sus recursos financieros suficientes como para potenciar de manera integral los emprendimientos, por ende es fundamental, el financiamiento ya que permite a la participación en ferias locales, pero limita la posibilidad de ampliar la producción y mejorar la competitividad.

En cuanto a la frecuencia de participación en las ferias Rivera (2023) menciona que la participación frecuente permite generar ingresos, fortalecer la relación con los clientes y mejorar la visibilidad de emprendimientos dentro del mercado local por ende es importante tener un lugar fijo para vender permite a los comerciantes ganar estabilidad, mejorar sus ingresos y su calidad de vida. Los resultados de esta investigación respaldan los planteamientos mencionados y se evidencia que los emprendedores participan de manera semanal o periódica. Participar con esta frecuencia ayuda a mantener y fortalecer el emprendimiento, tener mayor presencia en el mercado y contar con ingresos más estables, lo que demuestra lo importante que es la continuidad en estos espacios para el bienestar económico y social de los comerciantes.

Respecto a los horarios y la duración de las ferias, los emprendedores mencionan una opinión medianamente favorable, aunque los horarios permiten la venta de sus productos, en algunos casos no se ajustan del todo a sus necesidades, productivas y familiares, sin embargo, esta situación influye en la forma en que organizan su tiempo y en el aprovechamiento de las jornadas de venta. Este resultado coincide con lo señalado por Chérrez (2014), quien destaca que aplicar estrategias de comercialización adecuadas es clave para aprovechar mejor el tiempo de venta y facilitar que los clientes, de esta manera, una mejor planificación de los horarios no solo puede contribuir al incremento de las ventas, sino también a mejorar la calidad de vida de los artesanos, al permitir un equilibrio más adecuado entre su actividad económica y su vida personal y de los artesanos.

Finalmente, respecto a la ubicación de las ferias, los resultados muestran que esta influye de manera significativamente tanto a nivel de participación como en los ingresos de los emprendedores, las ferias situadas en zonas céntricas o con alto flujo de personas ofrecen mayores oportunidades de comercialización y visibilidad de productos.

Coincidiendo con lo mencionado por Anguisaca y Mayorga (2022), quienes destacan que el fortalecimiento de la economía popular y solidaria depende, en gran medida las condiciones que facilitan el acceso a los mercados y promueve la dinamización económica local.

En general estos resultados muestran que factores como el financiamiento, la frecuencia de participación, los horarios, la duración y la ubicación de las ferias afecta directamente el desempeño de los emprendimientos de la economía popular y solidaria. Cada uno de estos elementos influye en los emprendedores para vender sus productos, además, en la estabilidad de sus ingresos y en la forma en que organizan su trabajo y su vida personal. Se evidencian que las ferias no se limitan a ser un espacio de venta, se convierte en una oportunidad real para fortalecer la economía local, generando ingresos sostenibles y fomentan la inclusión social y económica de los emprendedores además logran un equilibrio entre su trabajo y su vida personal, mejorando así la calidad de vida y contribuyendo al bienestar de sus familias y su entorno. Por lo tanto, las ferias de la economía popular y solidaria se consolidan como una herramienta estratégica y valiosa para promover la participación, la equidad y el desarrollo sostenible dentro de las comunidades.

## CAPÍTULO V.

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- El diagnóstico realizado permitió identificar que los emprendedores de las ferias cuentan con varias limitaciones como la falta de acceso de financiamiento, frecuencia de participación en las ferias, horarios y duración, y la ubicación de los espacios de comercialización. Estas condiciones influyen directamente en el desempeño económico y estabilidad dentro de la EPS.
- La fundamentación teórica evidenció que el emprendimiento en la Economía Popular y Solidaria no solo cumple un rol económico, sino también social y comunitario, al promover la cooperación, la inclusión y la participación de los pequeños productores y emprendedores, contribuyendo al desarrollo socioeconómico sostenible.
- A partir de los resultados obtenidos, se concluye que es necesario implementar estrategias de apoyo social y económico que fortalezcan la participación de los emprendedores en las ferias locales. Estrategias como el acceso a financiamiento, el fortalecimiento del apoyo comunitario, y los horarios y duración de las ferias ya que esto permitirá incrementar la competitividad de los emprendimientos y la sostenibilidad económica de quienes forman parte de la Economía Popular y Solidaria.

## 5.2 Recomendaciones

- Mejorar las condiciones de las ferias locales teniendo en cuenta las limitaciones diagnosticadas en cuanto al financiamiento, horarios, duración, ubicación y espacio físico, con el fin de generar mayor estabilidad económica y social de manera inclusiva y sostenible para los emprendedores para mejorar su desempeño dentro de estos espacios
- Fomentar procesos de formación que promuevan y refuercen la cooperación entre emprendedores, trabajo asociativo y apoyo colaborativo que fortalezcan el desarrollo socioeconómico local, en función a las bases teóricas estudiadas.
- Implementar estrategias de apoyo institucional enfocadas en el acceso al financiamiento, mejora de la gestión de las ferias. fortalecer dichas estrategias mediante el uso de redes sociales, permitiendo incrementar la competitividad, sostenibilidad y visibilidad de los emprendimientos que participan en las ferias.

## **CAPÍTULO VI.**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1 Estrategias de apoyo institucional y comunitario para emprendedores en ferias locales**

##### **6.2 Introducción**

Las ferias locales de la ciudad de Riobamba se caracterizan por una amplia diversidad cultural, productiva y gastronómica. La existencia de estas ferias impulsa a la economía popular y solidaria gracias a la participación de los emprendedores que participan en dichas ferias, estos espacios sirven para que los productores y emprendedores comercialicen y promocionen sus artículos. Promoviendo la economía y el consumo local, además fomenta la inclusión social, la cooperación, la equidad y la sostenibilidad. Gracias a estas ferias no solo se dinamiza la economía, sino que también representan una oportunidad para nuevos emprendedores.

##### **6.3 Objetivo:**

Proponer estrategias de apoyo institucional y comunitario que fortalezcan la participación de los emprendedores en ferias locales para mejorar su competitividad y aumentar la visibilidad de sus emprendimientos.

##### **6.4 Justificación**

La propuesta se basa en implementar estrategias que se orienten al fortalecimiento del emprendimiento en la economía popular y solidaria mediante la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba mediante el apoyo institucional, programas de capacitación, organización de horarios, estrategias de promoción, apoyo comunitario e impulsar a la asociatividad y el trabajo colaborativo. Esta propuesta busca mejorar la calidad de vida de los emprendedores incrementar sus ingresos e incrementar la demanda de compradores y contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad.

La implementación de dichas estrategias no solo facilita la comercialización directa de los productos y servicios, sino que además promueve la interacción entre productores y consumidores, fortalecen el consumo local y generan oportunidades de aprendizaje e innovación, estas estrategias benefician a los emprendedores, sino que también impulsa el desarrollo económico, generando empleo y refuerzan el tejido social de Riobamba.

## 6.5 Estrategias de apoyo institucional y comunitario para emprendedores en ferias locales

A continuación, se presentan estrategias, enfocadas en aportes institucionales y comunitarias, con el objetivo de fortalecer la participación de los emprendedores en ferias locales y mejorar su competitividad y visibilidad.

**Tabla 27: Estrategia 1**

<b>Problema:</b> Duración limitada de las ferias			
<b>Estrategias</b>	<b>Beneficio</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsables</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extender la duración de las ferias a fines de semana completos (viernes-domingo)</li> <li>• Implementar ferias itinerarias de varios días en distintos sectores de la ciudad.</li> <li>• Integrar a las ferias a eventos culturales y turísticos de larga duración.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de oportunidades de venta para los emprendedores.</li> <li>• Mayor estabilidad en los ingresos económicos</li> <li>• Incremento del reconocimiento y posicionamiento de las ferias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de demanda y afluencia de público.</li> <li>• Coordinación con áreas de cultura y turismo.</li> <li>• Planificación de logística y permisos municipales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La dirección de Fomento Productivo de la Prefectura de Chimborazo</li> <li>• La dirección general de gestión planificación del GAD Municipal de Riobamba</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Indicadores de Gestión:** Indicador de afluencia para evaluar el número bruto de personas que entran a las ferias se puede medir mediante un conteo manual en la entradas o estimación por sector; Indicador de incremento porcentual de ventas para medir el incremento de los ingresos entre dos periodos; Indicadores operativos para medir el porcentaje de cumplimiento en la extensión de ferias de fines de semana y la implementación de ferias itinerarias realizadas con éxito frente a las planificadas.

**Tabla 28: Estrategia 2**

<b>Problema:</b> Baja frecuencia de realización de ferias			
<b>Estrategias</b>	<b>Beneficio</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsables</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir un calendario anual fijo de ferias locales.</li> <li>Crear ferias sector periódicas: gastronómicas, artesanales y agroecológicas.</li> <li>Coordinar ferias rotativas en distintos sectores de la ciudad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayor tiempo para comercializar sus bienes y servicios.</li> <li>Fidelización de clientes</li> <li>Mejorar la planificación productiva de los emprendedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificación conjunta entre instituciones y asociaciones de emprendedores.</li> <li>Convocatorias periódicas de emprendedores.</li> <li>Monitoreo de asistencia y ventas en cada feria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La dirección de Fomento Productivo de la Prefectura de Chimborazo</li> <li>La dirección general de gestión planificación del GAD Municipal de Riobamba</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Indicadores de Gestión:** Indicadores de eficacia para medir el grado de cumplimiento del número de ferias programadas frente a las ejecutadas; Indicador de eficiencia para evaluar el uso de los recursos institucionales en la organización de las ferias considerando la optimización del tiempo y costos en su ejecución; Indicadores de capacidad para determinar la capacidad institucional para organizar un mayor número de ferias en distintos periodos y sectores.

**Tabla 29: Estrategia 3**

<b>Problema:</b> Falta de financiamiento para emprendedores			
<b>Estrategias</b>	<b>Beneficio</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsables</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar fondos municipales de apoyo a ferias</li> <li>• Facilitar acceso a créditos blandos y microfinanzas.</li> <li>• Promover alianzas público y privadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar en la calidad y presentación de productos.</li> <li>• Incremento de la capacidad productiva.</li> <li>• Asesoría para acceso a fondos y créditos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de convenios con cooperativas y bancos</li> <li>• Programas de capacitación financiera.</li> <li>• Asesoría financiera para el uso adecuado de los recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La dirección de Fomento Productivo de la Prefectura de Chimborazo</li> <li>• La dirección general de gestión planificación del GAD Municipal de Riobamba</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Indicadores de Gestión:** El indicador de eficiencia mide que tan efectivos son los convenios establecidos con instituciones financieras, evaluando cuantos emprendedores logaran acceder a créditos, además mide la cantidad de emprendedores que participan en cada programa de capacitación financiera. El indicador de calidad evalúa la efectividad de las asesorías brindadas para verificar cuantos emprendedores utilizan adecuadamente los recursos financieros.

**Tabla 30: Estrategia 4**

<b>Problema:</b> Baja cantidad de compradores y ubicación inadecuada de las ferias			
<b>Estrategias</b>	<b>Beneficio</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsables</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recubrir las ferias en zonas estratégicas de alta concurrencia.</li> <li>• Implementar campañas de promoción y difusión permanentes.</li> <li>• Vincular las ferias con circuitos turísticos y gastronómicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento del flujo de compradores</li> <li>• Incremento en la visibilidad de los emprendedores.</li> <li>• Incrementar los ingresos y la competitividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un estudio de gustos y preferencias.</li> <li>• Marketing en redes sociales.</li> <li>• Seguimiento del flujo de compradores y resultados de ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La dirección de Fomento Productivo de la Prefectura de Chimborazo</li> <li>• La dirección general de gestión planificación del GAD Municipal de Riobamba</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

**Indicadores de Gestión:** El indicador de eficiencia mide la cantidad de personas que asisten, como potenciales clientes en cada feria realizada, lo cual permite evaluar si las estrategias implementadas logran atraer un público mayor, además el indicador de calidad evalúa la percepción de los asistentes respecto a la accesibilidad, visibilidad y comodidad de la ubicación de la feria.

La implementación de estas estrategias permitirá solucionar de manera progresiva los principales problemas que enfrentan las ferias locales en la ciudad de Riobamba, como la duración, frecuencia, financiamiento y ubicación de las ferias, gracias a estas estrategias las ferias serán más atractivas y accesibles tanto para los productores como para los consumidores, esto permitirá un incremento de ventas, visibilidad y competitividad que a su vez fomentara la asociatividad, la innovación y la sostenibilidad de las ferias como un motor desarrollo económico, social y cultural para la ciudad.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- Anguisaca, J., & Mayorga, T. (2022). *“Estrategias Para Fortalecer Los Sistemas De Economía Popular Solidaria Mediante La Identificación De Necesidades De Emprendedores Morona Santiago”*. Macas: Escuela Politécnica de Chimborazo. <https://dspace.esPOCH.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/62a4ba58-c60b-4e10-bfa1-72158156642d/content>
- Arias, G. F. (2012). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme ISBN: 980-07-8529-9.
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Peru: Enfoques Consulting Eirl.
- Bustamante Hoces, W., Medina Romero, M. Á., Loaiza Carrasco, R. M., Martel Carranza, C. P., Rojas León, C. R., & Castillo Acobo, R. Y. (2023). *Metodología De La Investigación*. (W. Sucari, P. Aza, & A. Flores , Edits.) Perú: INUDI PERÚ. doi:<https://doi.org/10.35622/inudi.b.80>
- Calero, M. G. (2023). *La Economía Popular y Solidaria en el Ecuador, una alternativa de desarrollo. La teoría y las*. Quito: Flasco Andes. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19633/2/TFLACSO-2023GECM.pdf>
- Campuzano, A., Cguquirima, S., Romero, W. E., & Cedillo, F. (2019). Emprendimiento dinámico , crecimiento económico y política pública en el Ecuador. *INNOVA Research*, 4(3), 42-52. doi: <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.1.2019.1076>
- Carrera, T. J. (Marzo-Abril de 2023). Emprendimientos en la economía popular y solidaria: Análisis bibliométrico y sistemático. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2). doi:[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i2.5751](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5751)
- Chérrez Sandoval, H. P. (2014). *Diseño de un modelo de gestión de comercialización para los productos de los pequeños artesanos de la plaza artesanal Riobamba de los Ferrocarriles del Ecuador periodo 2014 – 2015*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10016>
- Clemencia, M. (22 de septiembre de 2014). *El emprendedor de organizaciones innovadoras*. . (S. d. Editores, Ed.)
- Condori, F. (2003). Las ferias campesinas: una estrategia socioeconómica.
- Constitución de la República del Ecuador . (2008). *Regimen de Desarrollo*. Gobierno del Ecuador.
- Demetrio, G., Muñoz, A., & Rodríguez, A. (2013). Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. *Económico Escurialense*, 449-466.

- Druncker, P. (1985). *El emprendimiento consiste en la búsqueda sistemática de oportunidades de cambio, no solo en lo económico sino también en lo social.*
- Eduardo, T., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista ESPACIOS ISSN 0798 1015, 41(07), 7.*  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Fayol, H. (2002). *Administración industrial y general (versión actualizada).* (14).
- Formichella, M. M. (Enero de 2004). El Concepto De Emprendimiento Y Su Relacion Con La Educacion, El Empleo Y El Desarrollo Local. *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.*
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba. (2024). *Información institucional de la Dirección de Gestión de Planificación y del Subproceso de Desarrollo Económico Local.* Riobamba: GADM Riobamba.  
<https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/direccion-de-gestion-de-planificacion>
- Gomez, E., Hernández, B., Cardella, G., & Sánchez, J. (2019). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: OPORTUNIDADES PARA TODOS.* Madrid: DYKINSON, S.L.  
<https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la investigación y el Conocimiento. Revista Científica Mundo de Investigación y el Conocimiento, 4(3), 163-173.*
- Gutiérrez, J. M. (2019). Conocimiento, innovación y desarrollo.  
[https://www.researchgate.net/profile/Rafael-Herrera-5/publication/327118009\\_Conocimiento\\_Innovacion\\_y\\_Desarrollo/links/5b7ad61b299b1d5a718599e/Conocimiento-Innovacion-y-Desarrollo.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Rafael-Herrera-5/publication/327118009_Conocimiento_Innovacion_y_Desarrollo/links/5b7ad61b299b1d5a718599e/Conocimiento-Innovacion-y-Desarrollo.pdf)
- Hisrich, & Peters. (2002). El emprendimiento implica la capacidad de crear algo nuevo con valor, asumiendo riesgos y recibiendo recompensas tanto económicas como personales. 10.
- La Prefectura de Chimborazo. (2023).  
[https://chimborazo.gob.ec/principal/?page\\_id=9017](https://chimborazo.gob.ec/principal/?page_id=9017)
- Latorre, J. L. (1990). Ferias y exposiciones en el exterior. *Manual práctico.*
- Ley orgánica de economía popular y solidaria. (2011). *Del Ambito, Objeto y Principios.* Quito: Republica del Ecuador.
- Livi-Bacci, M. (2007). *Introduzione alla demografia.* Ariel S.A.

- López, P., & Fachelli, S. (2020). *Metodología de la Investigación social cuantitativa*. Barcelona.
- Malegarie, J., & Fernández, P. (2016). *El rol de la hipótesis en la investigación: entretelones en la experiencia de enseñanza-aprendizaje*. Argentina: V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales (ELMeCS).
- Primo, W., & Turizo, H. (2017). Emprendedor y empresario, una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Management Review*, 2(1),32. <https://doi.org/10.18583/umr.v2i1.44>
- Puthod, L. (1983). Análisis y objetivos de marketing en la participación en ferias. *ESIC Market*, 42,31-64.
- Razeto, L. M. (2016). *Economía de solidaridad y mercado democrático*. Chile: Universidad Alberto Hurtado.
- Rivera Solano, K. M. (2023). *La Economía Popular Y Solidaria Y El Desarrollo*. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/12404>
- Salazar Vasquez, F. I., Avendaño Fajardo, H. J., Ortiz González, R. A., & Pesantez Molina, W. G. (16 de junio de 2024). Emprendimiento y desarrollo humano. Una perspectiva reflexiva desde la voluntad. *Multiverso Journal*, 4(7). doi:<https://doi.org/10.46502/issn.2792-3681/2024.7.4>
- Vara, H. A. (2012). *7 Pasos para una tesis exitosa* (3 ed.).

## 8. ANEXOS

### Cuestionario de encuesta



Esta encuesta me ayudará a determinar como el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba, con el fin de diagnosticar como el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales, además proponer estrategias de apoyo institucional y comunitario que fortalezcan la participación de los emprendedores.

#### 1. Seleccione la feria a la que pertenece

- Emprende Riobamba
- Haway Life

#### 2. ¿En qué nivel considera que la variedad de productos o servicios que ofrece su emprendimiento responde a las necesidades de los clientes en las ferias locales?

- Muy alto
- Alto
- Normal
- Bajo
- Muy bajo

#### 3. ¿Qué tan adecuada considera la cantidad de productos o servicios que ofrece su emprendimiento en las ferias locales?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Normal
- Inadecuada
- Muy inadecuada

#### 4. ¿En qué medida la participación en ferias locales ha contribuido a mejorar su economía?

- Muy alta

- Alta
  - Normal
  - Baja
  - Muy baja
- 5. ¿Su emprendimiento recibe algún tipo de financiamiento y qué tan satisfecho se encuentra con el mismo**
- Recibe financiamiento adecuado y está muy satisfecho
  - Recibe financiamiento suficiente y está satisfecho
  - Recibe financiamiento moderado y está medianamente satisfecho
  - Recibe poco financiamiento y está insatisfecho
  - No recibe financiamiento y está muy insatisfecho
- 6. ¿En qué medida considera que las ferias locales fortalecen el desarrollo económico y social de la comunidad en Riobamba?**
- Muy alta
  - Alta
  - Normal
  - Baja
  - Muy baja
- 7. ¿En qué medida el apoyo brindado por la comunidad facilita su participación en las ferias locales**
- Muy alta
  - Alta
  - Normal
  - Baja
  - Muy baja
- 8. ¿Qué tan frecuente es su participación en las ferias locales?**
- Diaria
  - Semanal
  - Mensual
  - Semestral
  - Eventualmente
- 9. ¿En qué nivel considera que la duración y los horarios de las ferias favorecen su participación como emprendedor?**

- Muy adecuada
  - Adecuada
  - Normal
  - Inadecuada
  - Muy inadecuada
- 10. ¿En qué medida considera que la demanda de los compradores se mantiene constante durante el desarrollo de cada feria?**
- Muy constante
  - Constante
  - Moderadamente constante
  - Poco constante
  - Nada constante
- 11. ¿En qué nivel la cantidad de compradores que asisten a las ferias contribuyen a incrementar sus ventas?**
- Muy alto
  - Alto
  - Normal
  - Bajo
  - Muy bajo
- 12. ¿Qué tan adecuado considera que la ubicación de las ferias es accesible tanto para usted como para sus clientes?**
- Muy adecuada
  - Adecuada
  - Normal
  - Inadecuada
  - Muy inadecuada
- 13. ¿En qué nivel considera que el espacio físico asignado en las ferias es adecuado para exhibir y comercializar sus productos?**
- Muy adecuada
  - Adecuada
  - Normal
  - Inadecuada
  - Muy inadecuada

## Matriz de consistencia

Formulación del Problema	Objetivo General	Hipótesis General
<p>¿Cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba?</p>	<p>Determinar cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba.</p>	<p><b>H<sub>i</sub>:</b> El emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de las ferias locales en la ciudad de Riobamba.</p> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> El emprendimiento en la economía popular y solidaria no impacta en la participación en ferias locales en la ciudad de Riobamba.</p>
Problemas Derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo es el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba??</li> <li>• ¿Cómo fundamentar teóricamente el emprendimiento en la economía popular y solidaria en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba?</li> <li>• ¿Qué estrategias de apoyo institucional y comunitario proponer para fortalecer la participación de los emprendedores en ferias locales para mejorar su competitividad y aumentar la visibilidad de sus emprendimientos?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar cómo el emprendimiento en la economía popular y solidaria impacta en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba.</li> <li>• Fundamentar teóricamente el emprendimiento en la economía popular y solidaria en la participación de ferias locales en la ciudad de Riobamba.</li> <li>• Proponer estrategias de apoyo institucional y comunitario que fortalezcan la participación de los emprendedores en ferias locales para mejorar su competitividad y aumentar la visibilidad de sus emprendimientos.</li> </ul>	

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

## Matriz de operaciones de variables

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: EL EMPRENDIMIENTO EN LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA</b>			
<b>Conceptualización</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
Según Carrera (2023) los emprendimientos social y solidario son los que facilitan opciones de oferta de bienes y servicios, orientados a la disminución de la brecha económica de la sociedad para que se logre cubrir las necesidades sociales, con la finalidad de afrontar la pobreza e impulsar el crecimiento económico.	Bienes y servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de productos.</li> <li>• Tipo de servicio.</li> <li>• Cantidad vendida o atendida.</li> </ul>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta.</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>Cuestionario de encuesta.</p>
	Brecha económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número total de emprendimientos.</li> <li>• Número de ventas realizadas.</li> <li>• Tipo de financiamiento utilizado.</li> </ul>	
	Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de contribución a la economía local.</li> <li>• Número de espacios habilitados para la atención.</li> <li>• Nivel de acceso a programas de apoyo económico.</li> </ul>	

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

<b>VARIABLE DEPENDIENTE: PARTICIPACIÓN EN FERIAS LOCALES</b>			
<b>Conceptualización</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
De acuerdo con Chávez et al. (2010) es un punto de encuentro, durante un período limitado de tiempo, que sirve como punto de encuentro entre artesanos (oferta) y los varios actores del mercado, como sus clientes (demanda), intermediarios y con sus proveedores. En este espacio realizados periódicamente los participantes, expositores y visitantes pueden intercambiar opiniones, negociar y vender.	Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de participación en ferias.</li> <li>• Duración de la feria.</li> <li>• Nivel de regularidad de la feria.</li> </ul>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta.</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>Cuestionario de encuesta.</p>
	Oferta y demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de compradores.</li> <li>• Número de ofertantes.</li> <li>• Número de proveedores.</li> </ul>	
	Espacio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado accesibilidad al lugar.</li> <li>• Nivel de mantenimiento de la infraestructura de la feria.</li> <li>• Tamaño del espacio asignado para el emprendimiento.</li> </ul>	

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Paltan Mishell (2025)

## Evidencias adicionales

