



El Comercio Justo y el Desarrollo Socioeconómico de los Comerciantes de Ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba

Fair Trade and the Socioeconomic Development of Livestock Traders in the Plaza de Rastro de Riobamba

O comércio justo e o desenvolvimento socioeconômico dos comerciantes de gado na Plaza de Rastro de Riobamba

Kevin Daniel Mariño-Calero ^I

kevin.marino@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-5600-8698>

Allyzon Gabriela Borja-Vallejo ^{II}

allyzon.borja@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-1130-2272>

René Abdón Basantes-Ávalos ^{III}

rbasantes@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4474-8654>

Samantha Deyanira Basantes-Silva ^{IV}

samanthadbsilva@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3027-6537>

Correspondencia: kevin.marino@unach.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 01 de marzo de 2024 * **Aceptado:** 20 de abril de 2024 * **Publicado:** 13 de mayo de 2024

- I. Licenciado en Administración de Empresas, Estudiante graduado de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- II. Licenciado en Administración de Empresas, Estudiante graduado de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- III. Doctor en Gestión de Empresas, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- IV. Magíster en Relaciones Internacionales mención en Seguridad y Derechos Humanos, Profesional Independiente, Quito, Ecuador.

Resumen

La importancia del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado radica en la promoción de prácticas comerciales y productivas responsables, especialmente en un sector con desafíos como la percepción de injusticia en los precios y la presencia de intermediarios. El objetivo de esta investigación es determinar la incidencia del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba. La metodología de esta investigación se basa en el método hipotético-deductivo. Se realizó una investigación descriptiva mediante la Investigación de Campo y encuestas con un cuestionario como instrumento. El diseño de investigación fue no experimental, sin manipulación de variables. Entre los hallazgos más relevantes se concluye que el comercio justo necesita atención en el sector de la comercialización de ganado, ya que los resultados de las encuestas no son favorables ante el aporte esperado del comercio justo en su desarrollo socioeconómico. Ante esta situación, se han planteado estrategias que se pueden aplicar para contribuir al mejoramiento de la equidad comercial y todo lo que conlleva.

Palabras clave: comercio justo; comercialización de ganado; equidad comercial; socioeconómico.

Abstract

The importance of fair trade in the socioeconomic development of livestock traders lies in the promotion of responsible commercial and productive practices, especially in a sector with challenges such as the perception of injustice in prices and the presence of intermediaries. The objective of this research is to determine the impact of fair trade on the socioeconomic development of livestock traders in the Plaza de Rastro de Riobamba. The methodology of this research is based on the hypothetical-deductive method. A descriptive research was carried out through Field Research and surveys with a questionnaire as an instrument. The research design was non-experimental, without manipulation of variables. Among the most relevant findings, it is concluded that fair trade needs attention in the livestock marketing sector, since the results of the surveys are not favorable regarding the expected contribution of fair trade in its socioeconomic development. Given this situation, strategies have been proposed that can be applied to contribute to the improvement of commercial equity and everything that it entails.

Keywords: fair trade; livestock marketing; commercial equity; socioeconomic.

Resumo

A importância do comércio justo no desenvolvimento socioeconómico dos comerciantes de gado reside na promoção de práticas comerciais e produtivas responsáveis, especialmente num sector com desafios como a percepção de injustiça nos preços e a presença de intermediários. O objetivo desta pesquisa é determinar o impacto do comércio justo no desenvolvimento socioeconómico dos comerciantes de gado na Praça de Rastro de Riobamba. A metodologia desta pesquisa baseia-se no método hipotético-dedutivo. Foi realizada uma pesquisa descritiva por meio de Pesquisa de Campo e levantamentos com questionário como instrumento. O desenho da pesquisa foi não experimental, sem manipulação de variáveis. Entre as conclusões mais relevantes, conclui-se que o comércio justo necessita de atenção no setor de comercialização de gado, uma vez que os resultados das pesquisas não são favoráveis quanto à contribuição esperada do comércio justo no seu desenvolvimento socioeconómico. Diante desta situação, foram propostas estratégias que podem ser aplicadas para contribuir para a melhoria do patrimônio comercial e tudo o que isso acarreta.

Palavras-chave: comércio justo; comercialização de gado; patrimônio comercial; socio-económico.

Introducción

El comercio justo y su impacto en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado resaltan la importancia de promover patrones comerciales y productivos responsables en un sector donde la comercialización presenta desafíos, como la percepción de injusticia en los precios y la presencia de intermediarios. La práctica del comercio justo en esta área busca crear oportunidades de desarrollo para los pequeños productores. Este estudio se centra específicamente en los comerciantes de ganado de la plaza de rastro de Riobamba, con el objetivo de contribuir a la prosperidad de esta actividad. Se presentan una serie de estudios relacionados con el comercio justo en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado, los cuales ayudan a esclarecer el panorama de este tema.

El estudio de Moreno et al. (2022) examina las prácticas de comercio justo implementadas por el Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo (HGADPCH) y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Riobamba (GADMR) para evaluar su impacto en el desarrollo socioeconómico de Riobamba durante el periodo 2019-2021. Se destacan

tres ferias de comercio justo que han experimentado un crecimiento positivo: Feria Chimborazo Emprende Hacia El Cambio, Feria Plaza Vida y Feria Emprende Riobamba. Estas ferias han aumentado el número de beneficiarios directos y los ingresos económicos generados. Se propone fortalecer el Comité Local de Comercio Justo de Riobamba para regular y coordinar un enfoque más colaborativo entre las instituciones públicas, no gubernamentales y privadas.

Siguiendo la misma línea de investigación, Gaibor (2022) se enfoca en evaluar el progreso de la declaración de "Riobamba Ciudad Latinoamericana por el Comercio Justo" y su impacto en el desarrollo local. Se destaca el desarrollo de la feria Plaza Vida como un espacio de encuentro entre productores y consumidores que promueve el comercio justo y contribuye al desarrollo local en aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales. Se recomienda la aprobación de reformas a la ordenanza 005 - 2015 para promover la economía popular y solidaria, el comercio justo y el consumo responsable. Se sugiere fortalecer las campañas de sensibilización sobre comercio justo y consumo responsable, ya que la mayoría de la población desconoce estas iniciativas. Además, se señala la voluntad política y la capacidad técnica del GADM de Riobamba para promover políticas públicas que favorezcan el comercio justo y el consumo responsable a nivel local.

Por otro lado, Anchundia (2023) hace referencia a que el comercio justo en la comercialización agropecuaria emerge como una alternativa clave para los pequeños productores. Sin embargo, su implementación aún no garantiza un intercambio equitativo que cumpla plenamente con los principios del comercio justo. A pesar de ello, se destaca su potencial para establecer relaciones comerciales estables, basadas en la solidaridad y la transparencia, así como para promover la mejora continua de las producciones y brindar apoyo técnico-organizativo a los productores. En este contexto, es fundamental integrar los criterios de sostenibilidad, calidad y denominación de origen en los procesos comerciales, alineándolos con los principios del comercio justo.

Desde otro enfoque de la ganadería pero que se asocia con la comercialización de ganado, se presenta el estudio elaborado por Andrade et al. (2023) realizado en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, Ecuador, revelan que la producción agraria, especialmente la de leche, es una actividad central en las comunidades indígenas, integrada a cadenas productivas y mercados locales. Aunque la producción de leche es rentable, los ganaderos enfrentan bajos precios de venta, con el 81% recibiendo menos de 0,40 USD/L, refiriéndose con esto a la aplicación del comercio justo en el establecimiento de los precios. A pesar de esto, la actividad contribuye a una economía circular sostenible en la zona. La producción, en su mayoría no tecnificada, se destina a canales de

comercialización como queseras artesanales y mayoristas. Se identifican oportunidades de mejora tanto en el aspecto industrial como social, destacando la necesidad de desarrollo tecnológico y el fortalecimiento de las comunidades vulnerables.

El artículo de Ramírez y Martínez (2021) examina cómo el sistema agroalimentario actual impacta la sostenibilidad de los ganaderos desde una perspectiva de comercio justo, centrándose en la búsqueda de precios justos que garanticen medios de vida dignos. Se analizan casos de estudio en diferentes regiones de España, como Galicia y Cataluña, para comprender cómo los principios del comercio justo pueden aplicarse en la ganadería. Además, se explora el papel del estado como regulador de precios y las aspiraciones de los ganaderos a la autonomía económica, en un contexto donde el comercio justo puede ofrecer una alternativa más equitativa y sostenible.

El Comercio Justo se define como una alternativa al comercio tradicional, caracterizado por promover un intercambio comercial basado en el respeto, el diálogo, la equidad entre productores y consumidores, y la responsabilidad ambiental. Sus principios incluyen la equidad en las relaciones comerciales, la transparencia, el pago de un precio justo, el respeto por los derechos laborales y humanos, y el cuidado del medio ambiente Salas et al. (2021). En complemento, según Araya-Pizarro & Araya-Pizarro (2019) mencionan que se refiere a un intercambio comercial ético que busca garantizar condiciones equitativas tanto en la producción como en la comercialización de productos. Implica un enfoque cauteloso y equilibrado que fomenta la inversión responsable, la innovación y la equidad. Su objetivo es garantizar un desarrollo económico sostenible y una estabilidad financiera duradera (Pulgar & Rivera, 2022).

El Desarrollo Social se refiere al proceso mediante el cual se abordan las dificultades y desigualdades sociales a través de la gestión pública. Esto implica la adopción de decisiones estratégicas que permitan la elaboración de políticas públicas efectivas (Ávila et al. 2022). Además, el desarrollo social se refiere al proceso de mejorar las condiciones de vida de las personas en una sociedad, centrándose en aspectos como la igualdad de oportunidades y la equidad (Grajales & Osorno, 2019).

El desarrollo económico se puede definir como el proceso de mejorar las condiciones económicas de un país o región, especialmente en aquellos considerados subdesarrollados (Kaldor, 2021). En complemento se menciona que se refiere a un proceso sistemático que implica la participación de diversos sectores, incluyendo el público, privado y asociativo, con el propósito de mejorar tanto la calidad como el nivel de vida de los habitantes (Proaño et al., 2019). El análisis de los indicadores

de actividad es crucial para evaluar la eficiencia y productividad de las empresas en el desarrollo económico (Puente et al., 2023).

El desarrollo socioeconómico es el proceso que implica mejorar tanto las condiciones económicas como sociales de una determinada área o población (Andrade et al., 2023). Para lograr el desarrollo socioeconómico es necesario analizar diferentes factores como la organización comunitaria, la equidad de género, la capacitación, la economía local y la diversificación de fuentes de ingresos (Arróliga & Zamora, 2020). El desarrollo socioeconómico en los comerciantes de ganado puede estar relacionado con varios factores clave como mejorar la infraestructura en los mercados de ganado, proporcionar acceso a capacitación técnica y financiera, y fomentar la adopción de prácticas comerciales justas pueden contribuir significativamente a su desarrollo.

Según lo indicado por Moreno et al. (2022) actualmente, múltiples actores están involucrados en el ecosistema del comercio justo, colaborando para impulsar y formar parte del crecimiento de la economía popular y solidaria en Ecuador. En la Tabla 1 se muestra el Marco Legal del Comercio Justo en Ecuador.

Tabla 1. Marco legal

Año	Nombre	Autor	Referencia
2008	Constitución de la República del Ecuador	Asamblea Nacional	Artículos 276, 281, 283, 284, 304, 306, 336, 337, 416.
2010	Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización	Asamblea Nacional	Artículos 4, 64
2010	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	Asamblea Nacional	Artículo 1, 4, 5, 22.
2011	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	Asamblea Nacional	Artículos 1, 4, 11, 14, 17, 133, 137, 139, 141.
2013	Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir 2013-2017	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo	Objetivo 2.11 c.; de Objetivo 7.9 h.; y Objetivo 8.9 f.; Objetivo 12.3 a.

2017 Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo Ministerio de Acuerdo Ministerial
2014-2017 Comercio No. 003-2017
Exterior

Fuente. (Moreno et al., 2022).

La Provincia de Chimborazo desempeña un papel significativo en la economía ecuatoriana, con actividades prominentes en la agricultura, ganadería e industria. En cuanto a la ganadería, Riobamba se destaca como uno de los principales centros productores en la Provincia de Chimborazo. Por ende, la presencia de una Plaza de Rastro, donde se pueda realizar la comercialización de ganado, representa una excelente oportunidad para impulsar la economía y potenciar las condiciones socioeconómicas, beneficiando tanto a los propietarios de ranchos ganaderos como a los negocios asociados. Es así que, con el objetivo de promover la relación beneficiosa entre productores y consumidores, Riobamba ha adoptado la práctica del Comercio Justo como una estrategia para establecer un entorno ideal. En este modelo, se espera que los consumidores reconozcan el valor del trabajo de los productores al pagar precios justos, lo que contribuye a una economía socialmente responsable y, en última instancia, impulsa la reactivación económica (Moreno et al., 2022). Esta iniciativa está en proceso de desarrollo; sin embargo, surgen interrogantes sobre los obstáculos relacionados con la implementación y operatividad de esta práctica entre los productores y comerciantes de ganado que operan en la Plaza de Rastro de Riobamba. Estos actores se ven afectados al percibir que el Comercio Justo no está presente, lo que impacta negativamente en su calidad de vida y, en consecuencia, limita su desarrollo socioeconómico.

El objetivo general de este estudio es determinar la incidencia del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba. Para alcanzar este propósito, se plantean varios objetivos específicos. En primer lugar, se busca diagnosticar las prácticas de comercio justo enfocadas al desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la plaza de rastro de Riobamba. Luego, se pretende contrastar cuál es el nivel de las prácticas de comercio justo y el desarrollo socioeconómico que tienen los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba. Por último, se propone diseñar estrategias de comercio justo para mejorar el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba.

Metodología

La metodología empleada en esta investigación se basará en el método hipotético-deductivo, el cual nos permitirá plantear y comprobar la hipótesis de que el comercio justo incide en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba. Se llevará a cabo una investigación descriptiva para obtener toda la información necesaria sobre las dos variables a estudiar. Además, se aplicará la Investigación de Campo con el propósito de comprender y dar respuesta al problema planteado en la investigación. La técnica utilizada será la encuesta, y su instrumento será el cuestionario de encuesta. El diseño de la investigación será no experimental, ya que no se manipularán deliberadamente las variables.

Formulación de la Hipótesis

H1: El comercio justo incide en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba.

H0: El comercio justo no incide en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba.

Población

La información sobre la población fue recopilada a partir de los datos proporcionados por la institución del GADMR encargada de la Plaza de Rastro. Según estos datos, se estima que un total de 2332 individuos están involucrados en la comercialización de ganado en la Plaza de Rastro de Riobamba. Este número refleja la significativa actividad económica que tiene lugar en este espacio, donde ganaderos, comerciantes y otros actores participan activamente en la compra y venta de ganado.

Muestra

Para obtener la muestra de los 2332 individuos involucrados en la comercialización en la Plaza de Rastro de Riobamba, es necesario aplicar la siguiente fórmula. La selección de una muestra representativa es fundamental para garantizar la validez y la fiabilidad de los resultados de la investigación.

$$N = 2332$$

$$Z\alpha = 93\% = 1,81143$$

$$p = 50\% = 0,50$$

$$q = 1-p = 0,50$$

$$d = 7\%$$

$$n = 156 \text{ comerciantes}$$

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,81143)^2 (0,5)(0,5) (2332)}{(2332 - 1)(0,07)^2 + (1,81143)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = 156,26$$

Resultados

Encuesta

Con el propósito de obtener información pertinente sobre las variables de interés en la investigación, se elaboró un cuestionario que consta de 17 preguntas y se administró a un total de 156 comerciantes. Se espera que los datos recopilados a través de este cuestionario proporcionen una visión integral de la relación entre el comercio justo y el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado en la Plaza de Rastro de Riobamba. Esta información será fundamental para identificar áreas de mejora y diseñar estrategias efectivas que promuevan un comercio más equitativo y sostenible.

En la Tabla 2 se puede observar los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas en donde se puede deducir que, los comerciantes de ganado en la plaza de rastro de Riobamba mayoritariamente tienen educación secundaria (51.9%) o primaria (31.41%). A pesar de la importancia del comercio justo, la mayoría tiene poco conocimiento al respecto (68.6%). Perciben una baja intervención en mecanismos de comercio justo (46.8%) y reciben pagos justos solo ocasionalmente (48.1%). Los precios del ganado varían considerablemente según el 60.3% de los encuestados. La mayoría asiste a la plaza de rastro 3-4 veces al mes (50%), con un negocio de tamaño moderado (58.3%). Predominantemente, transportan su ganado en vehículo propio (47.4%) y concretan ventas regularmente (50.6%). La mayoría se dedica exclusivamente al comercio de ganado (77.6%) y experimenta ingresos mensuales bajos (55.8% entre \$251-\$450). La satisfacción económica y la cobertura de servicios básicos son bajas (61.5%). La percepción de las medidas para el desarrollo económico local es mayormente negativa (39.7% las considera malas). Además, la mayoría no está familiarizada con políticas públicas locales para el desarrollo (84%). Estos

resultados resaltan desafíos significativos para los comerciantes de ganado en Riobamba, incluyendo educación limitada, dificultades económicas y falta de conocimiento sobre políticas públicas para el desarrollo.

Tabla 2. Resultados de las encuestas

N°	Preguntas	Respuestas	Frecuencia	%
1	Nivel de educación	Primaria	49	31,4
		Secundaria	81	51,9
		Superior	22	14,1
		Ninguna	4	2,6
2	¿Usted tiene conocimiento sobre el comercio justo?	Bastante	27	17,3
		Poco	107	68,6
		Nada	22	14,1
3	¿Qué nivel de intervención considera usted que existe en cuanto a mecanismos de Comercio Justo dentro de la Plaza de Rastro de Riobamba?	Muy Alto	1	0,6
		Alto	2	1,3
		Medio	6	3,8
		Bajo	73	46,8
		Muy bajo	45	28,8
4	¿Qué tan importante considera la existencia de mecanismos o maneras de controlar el pago justo dentro de la Plaza de Rastro de Riobamba?	No es importante	6	3,8
		Poco importante	5	3,2
		Importante	93	59,6
		Muy importante	52	33,3
5	¿Por la venta de su ganado considera usted recibir el pago justo?	Siempre	3	1,9
		Casi siempre	29	18,6
		A veces	49	31,4
6	¿Usted piensa que los precios del ganado dentro de la Plaza de Rastro varían?	Casi nunca	75	48,1
		Poco	6	3,8
		Bastante	94	60,3
7	¿Cómo comerciante de ganado con qué frecuencia asiste a la Plaza de Rastro de Riobamba?	Mucho	56	35,9
		1 vez al mes	8	5,1
		2 veces al mes	17	10,9
		3 veces al mes	53	34,0

		4 veces al mes	78	50,0
		Más de 45	3	1,9
8	¿Dentro de su producción cuánto ganado posee usted aproximadamente?	36 a 45	6	3,8
		26 a 35	16	10,3
		16 a 25	40	25,6
		1 a 15	91	58,3
9	¿Para el transporte de ganado como lo moviliza?	Vehículo propio	74	47,4
		Flete individual	54	34,6
		Flete entre varios comerciantes	28	17,9
10	¿Con qué frecuencia se concreta la venta de ganado las veces que usted asiste a la Plaza de Rastro?	Siempre	48	30,8
		Regularmente	79	50,6
		Rara vez	29	18,6
11	¿Su única actividad es la comercialización de ganado?	Sí	121	77,6
		No	35	22,4
12	¿Nivel de ingresos mensuales por la actividad?	Superior a \$950	4	2,6
		\$751 a \$950	6	3,8
		\$451 a \$750	39	25,0
		\$251 a \$450	87	55,8
		Inferior a \$250	20	12,8
13	¿El margen de ganancia que percibe por la venta de su ganado lo considera?	Alto	2	1,3
		Medio	46	29,5
		Bajo	99	63,5
		Muy bajo	9	5,8
14	¿Usted posee algún crédito o algún tipo de obligación con alguna entidad financiera?	Sí	113	72,4
		No	43	27,6
15	¿Qué tanto satisfacen los ingresos percibidos por su actividad en cuanto al nivel de satisfacción económico y en la cobertura de servicios básicos, salud, alimentación y educación?	Totalmente Satisfecho	2	1,3
		Muy Satisfecho	8	5,1
		Moderadamente satisfecho	48	30,8
		Poco Satisfecho	96	61,5
		Nada Satisfecho	2	1,3

16	¿Cómo calificaría las medidas que ha realizado el GADM de Riobamba para el crecimiento del desarrollo económico local?	Bueno	25	16,0
		Regular	69	44,2
		Malo	62	39,7
17	¿Conoce alguna política pública local que impulse el desarrollo económico del cantón?	Ordenanza	24	15,4
		Resolución	1	0,6
		Ninguna	131	84,0

Nivel de las prácticas de Comercio Justo y el Desarrollo Socioeconómico

En la tabla 3 de contingencia muestra la relación entre el nivel de intervención del comercio justo y la satisfacción con la actividad. Los datos indican que los comerciantes que perciben un bajo nivel de intervención en el comercio justo son aquellos que expresan una insatisfacción en términos económicos y de cobertura de servicios básicos, salud, alimentación y educación.

Tabla 3. Satisfacción por actividad y nivel de intervención del Comercio Justo

Nivel de intervención del Comercio Justo		Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	No existe intervención	Total
Qué tanto satisfacen los ingresos percibidos por su actividad en cuanto al nivel de satisfacción económico y en la cobertura de servicios básicos, salud, alimentación y educación.	Totalmente satisfecho	0	0	0	0	1	1	2
	Muy satisfecho	0	0	0	0	3	5	8
	Moderadamente satisfecho	0	0	5	18	18	7	48
	Poco satisfecho	1	2	1	55	23	14	96
	Nada satisfecho	0	0	0	0	0	2	2

Estrategias de Comercio Justo para mejorar el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado de la Plaza de Rastro de Riobamba

Rizo-Mustelier et al. (2019) una estrategia puede definirse como un plan diseñado y aplicado para mejorar la comercialización de productos. Proponer estrategias de comercio justo para los

comerciantes de ganado en la Plaza de Rastro de Riobamba es crucial para mejorar sus condiciones laborales, aumentar sus ingresos mediante precios equitativos, promover la equidad en las relaciones comerciales, fortalecer la cohesión comunitaria y mejorar la reputación del mercado. Estas medidas no solo benefician directamente a los comerciantes, sino que también contribuyen al desarrollo socioeconómico integral de la comunidad. Es por esto que se presentan las siguientes estrategias:

Tabla 4. Estrategias de Comercio Justo

Estrategias de Comercio Justo	
Oportunidades para productores desfavorecidos - Estrategia de segmento de la Cuota de Ingreso	
Segmento de cuota de ingreso	- Clasificar el tipo de ganado que ingresa y la cantidad de animales que ingresan para cobrar la cuota de ingreso
Transparencia y responsabilidad - Estrategia de fortalecimiento de las capacidades locales	
Fortalecimiento de las capacidades del sector comercial ganadero	- Definir prioridades de desarrollo social y económico - Contribuir a la planificación participativa
Prácticas comerciales justas - Estrategia de inversión	
Prima adicional al precio de la venta para que los ganaderos inviertan en proyectos de su elección	- Definir una cuota adicional en base al tipo de ganado que comercializan sobre el precio de venta
Pago Justo - Estrategia de pago justo	
Garantía de precios mínimos	- Definir una tabla de precios referenciales en base a características del ganado (Edad, sexo, clasificación, raza, etc.)
No al trabajo Infantil ni trabajo forzado - Estrategia de erradicación del trabajo infantil y el trabajo forzado	
Erradicar la pobreza	- Mediante una mejor intervención del Comercio Justo
No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación - Estrategia de libertad de asociación	
Fortalecimiento del diálogo social	- Fomentar la organización de reuniones entre los comerciantes, donde se fortalezca el dialogo social

Buenas condiciones de trabajo - Estrategia de mejora de condiciones de trabajo

Mejorar la infraestructura

- Definir espacios adecuados que permitan la movilización, el tránsito interno y el funcionamiento total de las instalaciones.
- Sectorizar las instalaciones tomando en cuenta: Vías alternas, señalización, área administrativa, parqueadero, área de animales, corrales independientes y de aislamiento, parqueaderos para todos los comerciantes que acudan al centro

Desarrollo de capacidades - Estrategia de desarrollo de capacidades

- Generar políticas de protección a la producción local
- Apoyo técnico

- Creación de la capacidad de las autoridades locales para prestar apoyo al desarrollo local
- Formación de las y los comerciantes en técnicas de producción sostenibles

Promoción del comercio justo - Estrategias de promoción del comercio justo

Campañas de promoción

- Promover el comercio justo mediante campañas
- Dar a conocer el impacto del comercio justo en la vida de las familias

Respeto al medio ambiente - Estrategia de respeto al medio ambiente

Tratamiento de desechos

- En la mejora de la infraestructura establecer:
 - * Planta de tratamiento de aguas residuales
 - * Planta de almacenamiento y tratamiento de estiércol
-

Comprobación de la Hipótesis

Aplicamos la prueba de Chi cuadrado para contrastar la frecuencia esperada con la observada y determinar si existe dependencia o independencia entre nuestras variables de estudio, lo cual nos permite confirmar o rechazar la hipótesis nula. El coeficiente de significancia obtenido (0.006) es menor que (< 0.05), lo que indica que podemos aceptar la hipótesis alternativa. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de investigación, la cual sugiere que el comercio justo tiene un impacto en el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado en la plaza de rastro de Riobamba, mientras que se rechaza la hipótesis nula.

Discusión

Según lo mencionado por Anchundia (2023), la implementación del comercio justo en la comercialización aún no garantiza un intercambio equitativo que cumpla plenamente con sus principios. Esto concuerda con los resultados de las encuestas obtenidas, donde la mayoría de los encuestados piensan que el nivel de intervención en cuanto a mecanismos de comercio justo dentro de la Plaza de Rastro de Riobamba es bajo. Lo que resuelve que, a pesar de la existencia del comercio justo como concepto, su aplicación práctica en la plaza de rastro de Riobamba no asegura un intercambio equitativo conforme a los principios del comercio justo.

En complemento, Ramírez y Martínez (2021) se enfocaron en la búsqueda de precios justos que garanticen medios de vida dignos. Exploraron el papel del Estado como regulador de precios y las aspiraciones de los ganaderos hacia la autonomía económica, en un contexto donde el comercio justo puede ofrecer una alternativa más equitativa y sostenible. Dicha investigación puede contrastarse con los resultados de la encuesta, donde 75 comerciantes, la respuesta más común, aseguran que casi nunca reciben un pago justo por la venta de su ganado.

Moreno et al. (2022) examinan las prácticas de comercio justo implementadas por el Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo (HGADPCH) y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Riobamba (GADMR) para evaluar su impacto en el desarrollo socioeconómico de Riobamba. Estas prácticas han aumentado el número de beneficiarios y los ingresos económicos generados, lo cual se ha extendido a otros sectores económicos de Riobamba. Sin embargo, los resultados de las encuestas revelaron un nivel de insatisfacción con las prácticas realizadas por el Municipio, al menos en el área de ganadería.

Esto también se relaciona con los resultados de la pregunta sobre cómo calificar las medidas realizadas por el GADM de Riobamba para el crecimiento del desarrollo económico local. En esta pregunta, 69 personas mencionaron que las medidas son regulares, mientras que 66 personas las calificaron como malas. Además, se encontró información sobre otros sectores económicos de Riobamba en los cuales el municipio ha trabajado para mejorar, pero no se encontraron un número considerable de investigaciones o aportes en el sector de la comercialización de ganado. Este vacío de investigación se evidencia en el estudio de Gaibor (2022), el cual destaca el desarrollo de la feria Plaza Vida como un espacio de encuentro entre productores y consumidores que promueve el comercio justo y contribuye al desarrollo local en aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales.

Conclusiones

Los resultados de las encuestas realizadas a los comerciantes de ganado en la plaza de Rastro de Riobamba, presentaron que enfrentan desafíos significativos en varios aspectos. Mayoritariamente, tienen un nivel educativo limitado, con una predominancia de educación secundaria o primaria. Aunque el comercio justo es importante, la mayoría carece de conocimiento sobre este tema y percibe una baja intervención en los mecanismos relacionados con él. Además, la variabilidad de los precios del ganado y la frecuencia de asistencia a la plaza de rastro indican una situación económica volátil.

A pesar de que muchos comerciantes realizan ventas regularmente, experimentan ingresos mensuales bajos y una insatisfacción generalizada en cuanto a la cobertura de servicios básicos y las medidas para el desarrollo económico local. La falta de familiaridad con las políticas públicas locales también resalta la necesidad de una mayor educación y participación en este aspecto. Estos resultados sugieren la urgencia de abordar los desafíos relacionados con la educación, la economía y la participación en la formulación de políticas para mejorar las condiciones de los comerciantes de ganado en Riobamba.

Las estrategias de comercio justo propuestas para mejorar el desarrollo socioeconómico de los comerciantes de ganado en la Plaza de Rastro de Riobamba incluyen segmentar la cuota de ingreso, fortalecer capacidades comerciales, ofrecer primas adicionales al precio de venta, garantizar precios mínimos, erradicar la pobreza mediante la organización de reuniones, mejorar la infraestructura y promover campañas de comercio justo. Estas acciones abordan diversos aspectos, desde la planificación participativa hasta el tratamiento de desechos, y pueden tener un impacto significativo en el bienestar y la prosperidad de los comerciantes de ganado en Riobamba.

Referencias

1. Anchundia, D. (2023). LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA CON ENFOQUE DE COMERCIO JUSTO. REVISTA OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA, 18(6).
<https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/98>
2. Andrade, G., Andrade, M., Suárez-Usbek, A., Bautista-Espinoza, H., & Haro-Haro, A. (2023). Impacto socioeconómico de la ganadería lechera en comunidades indígenas del

- Ecuador. *EASI: Ingeniería Y Ciencias Aplicadas En La Industria*, 2(1), 34–43. <https://doi.org/10.53591/easi.v2i1.1907>
3. Araya-Pizarro, S., & Araya-Pizarro, C. (2019). Priorización Multicriterio de Mercados Potenciales de Comercio Justo. *Información tecnológica*, 30(5), 309-318. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500309>
 4. Arróliga, C., & Zamora, F. (2020). Turismo rural comunitario: una alternativa para el desarrollo socioeconómico de la comunidad El Ostional, San Juan del Sur, Rivas, Nicaragua. *La Calera*, 20(35), 140–146. <https://doi.org/10.5377/calera.v20i35.10448>
 5. Ávila, H., Palumbo, G., De la Cruz, H., & Ogosi, J. (2022). Toma de decisiones estratégicas en la gestión pública para el desarrollo social. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 27(7), 648-662. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890701>
 6. Gaibor, C. (2022). Avances de la Declaratoria “Riobamba, Ciudad Latinoamericana por el Comercio Justo” y sus implicaciones en el Desarrollo Local (Master's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo). <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8615>
 7. Grajales, J., & Osorno, Y. (2019). La globalización y la importancia de las TIC en el desarrollo social. *Revista Reflexiones Y Saberes*, (11), 2–9. <http://34.231.144.216/index.php/RevistaRyS/article/view/1133>
 8. Kaldor, N. (2021). El papel de la tributación en el desarrollo económico. *El trimestre económico*, 88(352), 1215-1244. <https://doi.org/10.20430/ete.v88i352.1346>
 9. Moreno, L., Sani, A., & Artola, V. (2022). El comercio justo como alternativa para el desarrollo socio económico de la ciudad de Riobamba en el período 2019-2021 (Doctoral dissertation, ESPOL. FCSH.). <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53553>
 10. Proaño, S., Quiñonez, E., Molina, C., & Mejía, O. (2019). Desarrollo económico local en Ecuador: Relación entre producto interno bruto y sectores económicos. *Revista de ciencias sociales*, 25(1), 82-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7113717>
 11. Puente, M., Uquillas, G., Hidalgo, M., Morales, C. (2023). Key Performance Indicators For Business Financial Perspective. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 34, 3917-3940. <https://acortar.link/NRonfr>
 12. Pulgar, K., & Rivera, M. (2022). Mercados emergentes en tiempos de COVID-19. *Esprint Investigación*, 1(2), 5–15. <https://doi.org/10.61347/ei.v1i2.46>

13. Ramírez, P., & Martínez, B. (2021). Dignidad y precio justo: Las economías morales de la agricultura y la ganadería en la era de la agro-industria. *Disparidades. Revista De Antropología*, 76(1), e006. <https://doi.org/10.3989/dra.2021.006>
14. Rizo-Mustelier, M., Vuelta-Lorenzo, D. R., Vargas-Batis, B., & Leyva-Parra, E. A. (2019). Estrategia de comercialización para mejorar la gestión de ventas en la empresa porcino Santiago de Cuba. *Ciencia en su PC*, 1(1), 44-57.
15. Salas, E., Arguello, C., & Guapi, A. (2021). El comercio justo en el contexto del desarrollo sostenible. *Visionario Digital*, 5(1), 36-51. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v5i1.1535>

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).