



DOI: <https://doi.org/10.23857/dc.v10i3.3918>

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

*El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos
Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba*

*Fair Trade and its Impact on the Marketing of Meat Products from the Riobamba
Municipal Slaughterhouse*

*O comércio justo e o seu impacto na comercialização de produtos cárneos do
Camal Municipal de Riobamba*

Anabel Nicol Carrera-Paca^I
carreraanabel1d@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-3010-7759>

Evelyn Nayely Nieto-Noriega^{II}
evelynnieto61@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-2365-225X>

René Abdón Basantes-Ávalos^{III}
rbasantes@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-4474-8654>

Alexander Fernando Vinueza-Jara^{IV}
avinueza@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0901-2545>

Correspondencia: carreraanabel1d@gmail.com

***Recibido:** 15 de mayo de 2024 ***Aceptado:** 20 de junio de 2024 * **Publicado:** 05 de julio de 2024

- I. Licenciada en Administración de Empresas, Profesional Graduada de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- II. Licenciada en Administración de Empresas, Profesional Graduada de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- III. Doctor en Gestión de Empresas, Docente en la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- IV. Doctor en Gestión Empresarial, Docente Investigador en la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

Resumen

El comercio justo busca mejorar las condiciones de los productores, garantizando una compensación justa por su trabajo y respetando sus derechos laborales y humanos. En el ámbito de los productos cárnicos, también promueve la sostenibilidad ambiental, la protección de los derechos de los animales y la salud. El objetivo de esta investigación es determinar cómo incide el comercio justo en la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba. Se aplicó el método hipotético-deductivo en una investigación descriptiva de campo sobre el comercio justo y su impacto en la comercialización de productos cárnicos en el Camal Municipal de Riobamba. El estudio adoptó un enfoque cualitativo, empleando encuestas y cuestionarios para recopilar datos detallados y resolver el problema planteado. Entre los hallazgos obtenidos, se encontró que los comerciantes de productos cárnicos en el Camal Municipal de Riobamba enfrentan desafíos en rentabilidad y satisfacción debido a estrategias de comercialización que no promueven el comercio justo. Para abordar esto, es crucial implementar campañas educativas, mejorar estrategias de marketing y aumentar el apoyo institucional, promoviendo prácticas más equitativas en la cadena de suministro y participación en eventos locales.

Palabras clave: Comercio Justo; productos cárnicos; comercialización; Camal Municipal.

Abstract

Fair trade seeks to improve the conditions of producers, guaranteeing fair compensation for their work and respecting their labor and human rights. In the field of meat products, it also promotes environmental sustainability, the protection of animal rights and health. The objective of this research is to determine how fair trade affects the marketing of meat products at the Riobamba Municipal Slaughterhouse. The hypothetical-deductive method was applied in a descriptive field research on fair trade and its impact on the marketing of meat products at the Riobamba Municipal Slaughterhouse. The study adopted a qualitative approach, using surveys and questionnaires to collect detailed data and solve the problem posed. Among the findings obtained, it was found that meat product traders at the Riobamba Municipal Slaughterhouse face challenges in profitability and satisfaction due to marketing strategies that do not promote fair trade. To address this, it is crucial to implement educational campaigns, improve marketing strategies and increase institutional support, promoting more equitable practices in the supply chain and participation in local events.

Keywords: Fair Trade; meat products; marketing; Municipal Slaughterhouse.

Resumo

O comércio justo procura melhorar as condições dos produtores, garantindo uma remuneração justa pelo seu trabalho e respeitando os seus direitos laborais e humanos. No domínio dos produtos cárneos, promove também a sustentabilidade ambiental, a proteção dos direitos e da saúde dos animais. O objetivo desta pesquisa é determinar como o comércio justo afeta a comercialização de produtos cárneos do Camal Municipal de Riobamba. O método hipotético-dedutivo foi aplicado numa investigação de campo descritiva sobre o comércio justo e o seu impacto na comercialização de produtos cárneos no Camal Municipal de Riobamba. O estudo adotou uma abordagem qualitativa, recorrendo a inquéritos e questionários para recolher dados detalhados e resolver o problema proposto. Entre as conclusões obtidas, verificou-se que os comerciantes de produtos cárneos do Camal Municipal de Riobamba enfrentam desafios de rentabilidade e satisfação devido a estratégias de marketing que não promovem o comércio justo. Para resolver esta questão, é crucial implementar campanhas educativas, melhorar as estratégias de marketing e aumentar o apoio institucional, promovendo práticas mais equitativas na cadeia de abastecimento e a participação em eventos locais.

Palavras-chave: Comércio Justo; produtos cárneos; comercialização; Câmara Municipal.

Introducción

El comercio justo es un movimiento orientado a mejorar las condiciones laborales, económicas y sociales de los productores. En el contexto de la comercialización de productos cárnicos, su objetivo es asegurar que los productores reciban una compensación equitativa por su labor y que se respeten sus derechos humanos y laborales. Además, fomenta la sostenibilidad ambiental, la protección de los derechos de los animales y el bienestar de la salud.

La investigación de Rizo-Mustelier et al. (2019) tuvo como objetivo diseñar una estrategia de comercialización para mejorar las ventas de productos cárnicos porcinos. Se identificó que la comercialización no era efectiva, ya que no se aprovechaba la alta demanda de carne de cerdo. Al implementar una nueva estrategia de comercialización, la empresa mejoró significativamente la atención al cliente y el posicionamiento en el mercado. Este cambio promovió una mentalidad más estratégica para la toma de decisiones y la optimización de la comercialización de productos cárnicos, destacando la importancia del comercio justo y beneficiando a los productores locales.

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

La comercialización implica utilizar estrategias fundamentales para lanzar productos en mercados potenciales y establecer la posición de nuevas empresas según su actividad productiva. Esta labor abarca la identificación de necesidades actuales y futuras a través del análisis FODA, con el fin de obtener una ventaja competitiva en la satisfacción de la demanda de los consumidores (Izquierdo et al., 2020). También se alude al proceso de examinar, supervisar y administrar las actividades financieras de una organización con el fin de mejorar su rendimiento en el mercado (Puente et al., 2023).

Del mismo modo, Gil et al. (2022) Para optimizar el rendimiento financiero en la producción de carne bajo los principios del comercio justo, es esencial conocer detalladamente todos los costos e ingresos potenciales de los diferentes sistemas de producción ganadera. Este enfoque evita la comercialización oportunista, reduciendo costos de compra y transacción de animales. Además, una caracterización detallada de los sistemas ganaderos es crucial para evaluar su viabilidad económica, asegurando que se respeten los principios de comercio justo, como la equidad en la remuneración y el respeto a los derechos de los productores.

En la misma línea, Candro & Arocutipa (2021) busca identificar las redes sociales involucradas en la comercialización de ganado vacuno en la feria conocida como waka qhatu, con un enfoque en el comercio justo y los productos cárnicos. Los resultados resaltan la importancia de estas redes en la promoción de prácticas comerciales justas y equitativas para los productores de carne, asegurando una comercialización que respete los derechos laborales, la calidad del producto y la sostenibilidad ambiental. Estos hallazgos subrayan la necesidad de considerar estas redes en la implementación de políticas y programas de desarrollo para garantizar una cadena de suministro de productos cárnicos ética y responsable en la región.

Por otro lado, Muñoz-Ron et al. (2020) en su estudio analiza como la porcicultura genera ingresos económicos, pero carece de regulación en pequeñas ciudades, lo que amenaza la calidad sanitaria de la carne. Este estudio diagnostica la producción, comercialización y consumo de carne de cerdo. Se identificaron problemas como deficientes cuidados veterinarios, mala alimentación, falta de conocimientos técnicos y escaso control de autoridades. Se propusieron estrategias de mejora, incluyendo inspecciones bio-sanitarias y capacitaciones continuas sobre producción y calidad. Estas estrategias buscan fomentar una producción eficaz, comercio justo y consumo seguro, garantizando la seguridad alimentaria y satisfaciendo las necesidades de la comunidad

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

Rojas et al. (2022) El estudio se centra en el análisis de la transmisión de precios en la venta de novillo en pie y carne en canal a lo largo de la cadena de producción. Se evaluó la magnitud y velocidad de respuesta de los precios entre mercados y eslabones de la cadena. Se observó que los precios al productor en Veracruz reaccionan más rápido a disminuciones de precios que a aumentos, evidenciando una transmisión de precios incompleta. Esta situación sugiere una alta concentración del mercado en el procesamiento de carne, lo que afecta la implementación efectiva de los principios del comercio justo, como la equidad en la remuneración y el respeto a los derechos de los productores. En cambio, Baltazar (2022) se refiere a la comercialización, pero de la carne de *Equus africanus asinus* (carne de burro) en el cual destaca la necesidad de abordar desafíos éticos y de sostenibilidad desde la perspectiva del comercio justo. Aunque clandestina en el mercado mayorista, este tipo de comercio resalta la importancia de garantizar condiciones justas para los productores y consumidores. Es esencial establecer regulaciones adecuadas, supervisión y prácticas sostenibles para promover la equidad, el respeto a los derechos laborales y sanitarios, y la transparencia en la cadena de suministro. Esto contribuirá a asegurar el bienestar de todos los involucrados.

Otro ejemplo singular lo menciona Aguilar & Untuña (2023) en su estudio, acerca del proyecto "CUY AMENO" se centra en la comercialización ética de carne de cuy envasada al vacío, aprovechando enfoques comerciales innovadores. Respaldado por el gobierno central, que brinda apoyo a los productores, el proyecto se compromete a ofrecer productos de alta calidad a precios justos. Esta iniciativa aborda una brecha en el mercado al no haber un distribuidor minorista formal que ofrezca productos de calidad centrados en la textura, sabor y preservación de la carne de cuy.

El Comercio Justo es una asociación de comercio basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de aquellas personas productoras y trabajadoras que puedan estar excluidas (Muñiz-Jaime et al. 2019). Su objetivo es garantizar un desarrollo económico sostenible y una estabilidad financiera duradera (Pulgar & Rivera, 2022).

De acuerdo con la actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), Riobamba es un cantón donde el comercio al por mayor y menor es la actividad económica principal, seguida de la agricultura y ganadería. Por lo tanto, es crucial ofrecer productos de alta calidad, ya que los clientes actuales son exigentes y buscan satisfacer sus necesidades de la mejor manera posible. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Riobamba, 2020-2030).

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

El estudio sobre el comercio justo en Riobamba evalúa las prácticas implementadas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados durante el periodo 2019-2021, con el propósito de determinar su nivel de desarrollo y su impacto en el desarrollo social y económico, especialmente para los pequeños productores y artesanos locales. Se han identificado lineamientos de política pública para fortalecer estas prácticas en los próximos cuatro años, mediante la colaboración de todos los actores clave. Este enfoque integrado busca impulsar un sistema económico más equitativo y sostenible en beneficio de toda la comunidad riobambeña (Moreno et al. 2022).

Por otro lado, el Camal Municipal de Riobamba, gestionado y operado por el GAD Riobamba, proporciona servicios de faenado para diversos tipos de ganado, incluidos ovino, bovino y porcino. Este establecimiento sigue estrictos protocolos de salubridad y normas de bioseguridad, asegurando la producción de carne de alta calidad, apta para el consumo humano y su posterior comercialización en los distintos mercados de la ciudad (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Riobamba, 2018). El comercio justo busca mejorar las condiciones de vida de los productores, incluidos aquellos que se dedican a la producción de productos cárnicos. No obstante, en la comercialización de estos productos en los camales, las desigualdades en la cadena de suministro pueden generar una distribución injusta de los beneficios económicos.

En Riobamba, dentro del ámbito de la comercialización de productos, se han identificado algunos desafíos, como la falta de control sobre el cumplimiento de las políticas de comercialización, lo que ha provocado un pequeño desequilibrio en el comercio justo. Además, se reconoce la necesidad de implementar procesos tecnificados en la comercialización de productos cárnicos, con el objetivo de fomentar la asociatividad y el encadenamiento productivo para mejorar las relaciones comerciales entre productores y consumidores

El objetivo general de este estudio es determinar como el comercio justo incide en la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba. Para lograr este propósito, se plantean varios objetivos específicos. Primero, se busca diagnosticar la situación actual del comercio justo en la comercialización de productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba. Además, se pretende fundamentar el comercio justo y la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba y proponer estrategias de comercio justo para la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba. Esta investigación es una síntesis de la tesis titulada “El Comercio justo y su incidencia en la comercialización de los productos cárnicos del camal municipal de Riobamba” (Carrera & Nieto, 2024).

Metodología

En esta investigación se aplicó el método hipotético-deductivo, el cual permite plantear y comprobar la hipótesis. Se utilizó un enfoque descriptivo para describir el fenómeno en estudio, relacionado con el comercio justo y su incidencia en la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba. Se llevó a cabo una investigación de campo con el fin de comprender y resolver el problema planteado. El diseño de la investigación fue no experimental, con un enfoque cualitativo que nos permitió profundizar en las prácticas relacionadas con el comercio justo y su impacto en la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal. La técnica de investigación empleada incluyó encuestas y cuestionarios como instrumentos, con preguntas claras y concisas.

Población

Para llevar a cabo este estudio, se considera como población el total de 172 introductorios del camal Municipal de Riobamba del año 2023, como se puede observar en la Tabla 1 está constituida de la siguiente forma.

Tabla 1. Introductorios de Canal Municipal de Riobamba

Total de Introductorios	Bovinos	Porcinos	Ovinos
172	85	71	16

Fuente. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Riobamba, 2018)

Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

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

Donde:

N (tamaño de la población) = 172

Z (grado de confianza) 95% = 1,96

n = Tamaño de la muestra

P (Probabilidad a favor) = 0,5

P (Probabilidad en contra) = 0,5

e = límite aceptable de errores, es decir, 0.05

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5(1 - 0.5)172}{0.05^2(172) + 1.96^2(0.5)(1 - 0.5)}$$
$$n = 118.80 \approx 119$$

Después de completar los cálculos, se determina que se necesita una muestra total de 119 individuos para proseguir con este estudio de investigación.

Hipótesis

Una hipótesis se refiere a una suposición o afirmación sobre la relación entre variables o fenómenos, que se formula con el propósito de ser probada o refutada mediante la investigación científica (Amaiquema et al., 2019).

H1: El comercio justo incide en la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba.

H0: El comercio justo no incide en la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba.

Resultados

Se diseñó un cuestionario de 14 preguntas, fue aplicado a una muestra representativa de 119 personas, con el objetivo de recopilar datos significativos y representativos que permitieran obtener una imagen precisa y completa de la situación actual del comercio justo en la comercialización de productos cárnicos en el Camal Municipal de Riobamba. Se pretende a través de los resultados obtenidos determinar los puntos de mejora para posteriormente proponer estrategias de comercio justo que ayuden a mitigar los problemas encontrados en el camal.

Los resultados de las encuestas como se evidencia en la Tabla 1, mostraron que un 61% de los introductores reporta ganancias regulares, indicando la necesidad de prácticas más eficientes. La mayoría considera ineficaces las estrategias municipales para promover el comercio justo, con un 53% que cree que son insuficientes. Además, el 59% de los encuestados percibe pocos clientes potenciales, y un 65% tiene ventas diarias principalmente en porcinos y ovinos. La satisfacción del consumidor es buena para el 51%, pero la calidad de vida de los comerciantes es mayoritariamente regular (66%). La inclusión social es considerada importante por el 53%, y solo el 2% ve un gran

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de
 Riobamba

impacto económico del comercio justo. El 53% dice que el 75% de los trabajadores están involucrados en el sistema de comercio justo, aunque un 65% siente que los organismos no apoyan suficientemente. La satisfacción laboral es alta para el 52%, pero la rentabilidad es baja según el 50%. Los eventos para promover el comercio justo son vistos como regulares por el 71%, y un 53% está en desacuerdo con los convenios con terceros.

Prácticamente los resultados de las encuestas revelan que los comerciantes de productos cárnicos en el Camal Municipal de Riobamba enfrentan importantes desafíos, especialmente en términos de ganancias y rentabilidad, que muchos consideran insuficientes. Además, las estrategias de comercialización actuales no están promoviendo efectivamente el comercio justo, lo que se refleja en una baja satisfacción tanto de comerciantes como de consumidores. La falta de apoyo y la escasa percepción de inclusión social subrayan la necesidad de mejorar las prácticas y políticas de comercio justo. Para abordar estas deficiencias, es esencial implementar campañas educativas sobre los beneficios del comercio justo, mejorar las estrategias de marketing y aumentar el apoyo institucional. También se debe fomentar la participación en eventos locales para aumentar la visibilidad y las oportunidades de negocio, así como promover una mejor comprensión y adopción de prácticas más eficientes y justas en la cadena de suministro.

Tabla 1. Resultados de la encuesta

N°	Pregunta	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	¿Cómo considera usted su nivel de ganancias por la venta de los productos?	Muy Bueno	0	0%
		Bueno	47	39%
		Regular	72	61%
		Malo	0	0%
		Muy Malo	0	0%
2	¿En qué medida cree usted que las estrategias de comercialización actualmente empleadas por el Municipio de Riobamba promueven el comercio justo?	Mucho	18	15%
		Poco	63	53%
		Nada	38	32%
3	¿Cómo considera usted a su nivel de clientes potenciales en el Camal Municipal de Riobamba?	Alto	3	3%
		Medio	46	39%
		Bajo	70	59%

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

		10 a 20	1	1%		
4	¿Qué cantidad de su producto usted vende diariamente?	20 a 40	77	65%		
		40 a 50	41	34%		
		Más de 50	0	0%		
		Muy Bueno			5	4%
5	Considera usted que el nivel de satisfacción de sus consumidores es:	Bueno			61	51%
		Regular			53	45%
		Malo			0	0%
		Muy Malo			0	0%
6	¿Cómo considera su nivel de calidad de vida en base a su labor?	Muy Bueno			1	1%
		Bueno			39	33%
		Regular			79	66%
		Malo			0	0%
7	¿Considera usted importante la inclusión social de los comerciantes en el Camal Municipal de Riobamba?	Muy Malo			0	0%
		Muy importante			0	0%
		Importante			63	53%
		Poco Importante			56	47%
8	¿En qué medida cree que el comercio justo puede contribuir al nivel de mejoramiento económico de los comerciantes de cárnicos en el camal municipal de Riobamba?	Nada importante			0	0%
		25%	4	2%		
		50%	52	44%		
		75%	63	53%		
9	¿Qué porcentaje de personas que trabajan en el mercado laboral de cárnicos están involucradas en el sistema de comercio justo del camal municipal de Riobamba?	100%	0	0%		
		25%	4	3%		
		50%	52	44%		
		75%	63	53%		
10	¿En qué medida considera que los organismos que apoyan el comercio justo están involucrados en la comercialización de cárnicos en el camal municipal de Riobamba?	Mucho			0	0%
		Poco			42	35%
		Nada			77	65%

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de
 Riobamba

	Muy Satisfecho	0	0%
11	En general, ¿cómo describiría su satisfacción siendo comerciante de cárnicos del Camal Municipal de Riobamba?	Satisfecho	62 52%
	Medianamente Satisfecho	57 48%	
	Satisfecho	0 0%	
	Insatisfecho	0 0%	
	Muy Insatisfecho		
12	¿Cómo considera el nivel de rentabilidad que obtienen los comerciantes de cárnicos gracias al comercio justo?	Alto	3 3%
	Medio	56 47%	
	Bajo	60 50%	
13	¿Cómo considera usted el número de eventos ejecutados para potenciar el comercio justo en el Camal Municipal de Riobamba?	Muy Bueno	1 1%
	Bueno	34 29%	
	Regular	84 71%	
	Malo	0 0%	
	Muy Malo	0 0%	
14	¿Está usted de acuerdo con el número de convenios con terceros?	Totalmente de acuerdo	1 1%
	De acuerdo	55 46%	
	En Desacuerdo	63 53%	
	Totalmente en desacuerdo	0 0%	

Estrategias de comercio justo para la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

En la Tabla 2 se detallan una serie de estrategias diseñadas para mejorar la comercialización de productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba mediante prácticas de comercio justo. Cada estrategia incluye una descripción de sus objetivos y métodos, así como detalles sobre su aplicación planificada, la fecha prevista para su implementación, el presupuesto asignado para su ejecución y la persona responsable de supervisar su desarrollo y resultados.

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

Tabla 2. Propuesta de estrategias

Estrategia	Descripción	Aplicación	Fecha	Presupuesto	Encargado
Fomentar prácticas agrícolas sostenibles	Incentivar a los productores a adoptar prácticas agrícolas sostenibles que minimicen el impacto ambiental, como el uso de métodos de producción orgánica, la gestión responsable de residuos y la conservación de recursos naturales.	Programas que ayuden a la práctica y a la gestión responsable de los residuos, conjuntamente con el Camal Municipal de Riobamba.	De manera mensual una vez cada fin de semana.	\$1.000	Personal del Municipio de Riobamba.
Transparencia y trazabilidad	En la cadena de suministro implementar sistemas de seguimiento y certificación que permitan a los consumidores rastrear el origen y el proceso de producción de los productos cárnicos,	Realizar el seguimiento de los sistemas y certificaciones que permitan a los consumidores sentirse satisfechos, con la ayuda del Camal Municipal de Riobamba	Se realizará de una vez a los tres meses.	\$200.00	Personal de talento humano del Municipio de Riobamba.

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

	<p>garantizando así la transparencia y la autenticidad de los mismos.</p>			
Fortalecimiento de la capacitación	<p>Busca desarrollar una estrategia de fortalecimiento de la capacitación con el fin de obtener mejores resultados por parte de proveedores y trabajadores con el fin de satisfacer de manera correcta al consumidor.</p>	<p>Programas de capacitación y educación para los trabajadores del Camal Municipal, centrados en prácticas agrícolas sostenibles, normas de calidad e higiene, y derechos laborales.</p>	<p>Una vez a la semana Contar con la presencia de todos los trabajadores.</p>	<p>-Personal del Municipio de Riobamba. -Personal administrativo del Camal Municipal de Riobamba.</p>
			\$50.00	
Promoción del consumo consciente	<p>Permite que, a través del marketing digital, promociones del producto permita que el mismo sea adquirido por los consumidores conociendo aquellos que el producto contiene un</p>	<p>Dar a conocer al proveedor que el valor de su producto debe ser de manera justa con el fin que el consumidor se sienta satisfecho y consuma más su producto.</p>	<p>Se realizará todos los días por medio de campañas virtuales, sabiendo que los proveedores conocen sobre la tecnología.</p>	<p>Personal del área administrativa del Municipio de Riobamba.</p>
			\$20.00	

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de
Riobamba

precio
extremadamente
excesivo.

Comprobación de la hipótesis

Según los resultados obtenidos al aplicar la prueba de Chi cuadrado basada en las siguientes preguntas de la encuesta: ¿En qué medida cree que el comercio justo puede contribuir al nivel de mejoramiento económico de los comerciantes de cárnicos en el camal municipal de Riobamba? y ¿En qué medida cree usted que las estrategias de comercialización promueven el comercio justo?, se obtuvo un valor de 42.071 con un nivel de significancia de 0.000. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0), que planteaba la inexistencia de una relación entre el comercio justo y la comercialización de los productos cárnicos. En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (H_1), la cual establece que El comercio justo incide en la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba.

Discusión

Rojas et al. (2022) mencionan que los precios al productor de carne reaccionan más rápido a las disminuciones que a los aumentos, indicando una transmisión de precios incompleta. Los resultados de las encuestas complementan esta observación, mostrando que el nivel de ganancia por la venta de productos es regular, alcanzando un 61%. Además, el autor sugiere que esta situación refleja una alta concentración del mercado en el procesamiento de carne, lo que afecta la implementación de los principios de comercio justo, como la equidad en la remuneración y el respeto a los derechos de los productores. Esto impacta negativamente en la calidad de vida de los productores, evidenciado por el 66% de los encuestados que califican su calidad de vida como regular.

Baltazar (2022) asegura que es esencial establecer regulaciones adecuadas, supervisión y prácticas sostenibles para promover la equidad, el respeto a los derechos laborales y sanitarios, y la transparencia en la cadena de suministro. Esto contribuirá a asegurar la seguridad alimentaria y el bienestar de todos los involucrados. Sin embargo, los resultados contradictorios muestran que, a pesar de estas medidas, hay una percepción negativa en cuanto al impacto del comercio justo en el nivel de mejoramiento económico de los comerciantes de cárnicos en el camal municipal de Riobamba. Esto sugiere que, a pesar de los esfuerzos por establecer regulaciones y prácticas justas, aún hay desafíos por abordar en la mejora económica de los comerciantes.

En complemento, Candro & Arocutipa (2021) resaltan la importancia de las redes sociales en la promoción de prácticas comerciales justas y equitativas para los productores de carne, asegurando una comercialización que respete los derechos laborales, la calidad del producto y la sostenibilidad

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de Riobamba

ambiental. Considerando estas sugerencias, podría ser una estrategia positiva para mejorar el nivel de rentabilidad que obtienen los comerciantes de carne gracias al comercio justo, especialmente porque los resultados obtenidos muestran un porcentaje relativamente bajo del 50 %. Por ende, una iniciativa como la promoción del consumo consciente a través del marketing digital para los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba no solo podría mejorar la rentabilidad, sino también contribuir a la sostenibilidad ambiental.

Asimismo, Gil et al. (2022) destacan la importancia de una caracterización detallada de los sistemas ganaderos para evaluar su viabilidad económica, asegurando el respeto a los principios del comercio justo, como la equidad en la remuneración y el respeto de los derechos de los productores. Sin embargo, los resultados muestran que solo el 52% de los comerciantes en el Camal Municipal de Riobamba están satisfechos con su labor como productores de carne. En este contexto, implementar medidas para promover prácticas comerciales justas y equitativas podría contribuir a mejorar la satisfacción y el bienestar de los comerciantes, alineándose con los principios del comercio justo y fortaleciendo la viabilidad económica.

Sí, se entiende la relación entre la propuesta de estrategias de mejora por parte de Muñoz-Ron et al. (2020) y los resultados obtenidos en la investigación. Las estrategias propuestas, que incluyen inspecciones bio-sanitarias y capacitaciones continuas sobre producción y calidad, están diseñadas para promover una producción eficaz, comercio justo y consumo seguro, con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria y satisfacer las necesidades de la comunidad. En concordancia con estos objetivos, los resultados muestran que el 51% de los comerciantes de productos cárnicos consideran que el nivel de satisfacción de sus consumidores es bueno, lo que sugiere que estas estrategias contribuirían a mantener la satisfacción de las necesidades de la comunidad en relación con los productos cárnicos.

Se puede establecer una clara relación entre la investigación de Rizo-Mustelier et al. (2019) y la implementación de estrategias de comercio justo en el Camal Municipal de Riobamba. Según los hallazgos de Rizo-Mustelier et al., al aplicar una nueva estrategia de comercialización, la empresa logró mejorar significativamente la atención al cliente y su posición en el mercado. Este cambio no solo promovió una mentalidad más estratégica para la toma de decisiones, sino que también optimizó la comercialización de productos cárnicos, resaltando así la importancia del comercio justo y beneficiando a los productores locales. Por ende, estas conclusiones reflejan las estrategias de comercio justo para la comercialización de los productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba,

sugiriendo que su implementación puede generar beneficios similares para los comerciantes y productores locales.

Conclusiones

Tras el análisis realizado, se concluye que el comercio justo impacta significativamente en la comercialización de productos cárnicos del Camal Municipal de Riobamba. La implementación de prácticas éticas promueve mejores condiciones laborales y económicas para productores y trabajadores, fortaleciendo la confianza del consumidor en la calidad y origen de los productos. Este enfoque no solo fomenta la equidad comercial, sino que también impulsa el desarrollo sostenible de la comunidad local y la preservación de los recursos naturales.

En la situación actual, los comerciantes de productos cárnicos en el Camal Municipal de Riobamba enfrentan desafíos en términos de ganancias y rentabilidad, con estrategias de comercialización que no promueven eficazmente el comercio justo. Esto se refleja en una baja satisfacción entre comerciantes y consumidores, junto con una percepción limitada de inclusión social. Para abordar estas deficiencias, es crucial implementar campañas educativas, mejorar las estrategias de marketing y aumentar el apoyo institucional, además de fomentar la participación en eventos locales y promover prácticas más justas en la cadena de suministro.

Proponer estrategias de comercio justo para la comercialización de productos cárnicos es un paso crucial hacia una práctica comercial más ética y equitativa. Para lograr un cambio significativo, se necesita un compromiso renovado de todas las partes interesadas, incluidos funcionarios gubernamentales, productores, comerciantes y consumidores, para implementar medidas que garanticen condiciones justas. Algunas de las estrategias son fomentar prácticas agrícolas sostenibles, transparencia y trazabilidad, fortalecimiento de la capacitación y Promoción del consumo consciente.

Referencias

1. Aguilar, E., & Untuña, J. (2023). Plan de negocios para la producción y comercialización de carne de cuy empacada al vacío en la parroquia de Sangolquí [Master's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2023]. <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/15082>
2. Amaiquema, F., Vera, J., & Zumba, I. (2019). Approaches to the formulation of the hypothesis in scientific research. *Conrado*, 15(70), 354-360.

- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500354&lng=es&tlng=en.
3. Baltazar, A. (2022). Evaluación de la carne de burro (*Equus africanus asinus*) para su comercialización en los mercados de la ciudad de el Alto y la Ciudad de La Paz-Bolivia [Doctoral dissertation, Universidad Mayor de San Andrés]. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/31502>
 4. Candro, E., & Arocutipa, J. (2021). Redes sociales en la comercialización de ganado vacuno waka qhatu de la comunidad de Ancasaya – El Collao, 2021. *Revista De Pensamiento Crítico Aymara*, 3(1), 77-97. <https://doi.org/10.56736/2021/35>
 5. Gil, A., Andrighetto, M., Ribas, G., Madeira, E., & Jardim, J. (2022). Desempeño financiero y comercialización oportunista de los sistemas de producción de carne de res en el sur de Brasil. *Rev Mex Cienc Pecu*, 13(1), 127-144. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-11242022000100127&script=sci_arttext&tlng=es
 6. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Riobamba. (2018). Camal Municipal de Riobamba. <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/noticias/archivo/59-boletines-de-prensa-julio-2018/1699-camal-municipal-con-servicios-de-calidad>
 7. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Riobamba. (2020-2030). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT). <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/ordenamiento-territorial/plan-pdyot-2020-2030>
 8. Izquierdo, A., Viteri, D., Baque, L., & Zambrano, S. (2020). Marketing strategies for the commercialization of biodegradable cleaning and cleaning products from the Quibisa Company. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 399-406. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400399&lng=es&tlng=en
 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. Muñoz-Jaime, L., Vinuesa-Ramírez, M., Ayón-Ponce, G., & Curimilma-Huanca, O. (2019). El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los

El Comercio Justo y su Incidencia en la Comercialización de los Productos Cárnicos del Camal Municipal de
Riobamba

- productores. Dominio de las Ciencias, 5(3), 589-602.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7154283>
11. Muñoz-Ron, I., Suárez-Cedillo, S., Larrea-Poveda, A., & Poma, J. (2020). Diagnóstico de la producción, comercialización y consumo de productos porcinos en el cantón Sacha, Orellana. Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional, 5(4), 3-32.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398386>
12. Nieto, E., & Carrera, A. (2024). El Comercio justo y su incidencia en la comercialización de los productos cárnicos del camal municipal de Riobamba (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador).
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/13116>
13. 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://doi.org/10.59670/jns.v34i.1942>
14. Pulgar, K., & Rivera, M. (2022). Mercados emergentes en tiempos de COVID-19. E sprint Investigación, 1(2), 5–15. <https://doi.org/10.61347/ei.v1i2.46>
15. 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.
<https://www.redalyc.org/journal/1813/181358738014/181358738014.pdf>
16. Rojas, L., Jaramillo, J., Vargas, S., Bustamante, Á., & Guerrero, J. (2022). Transmisión vertical y horizontal de precios en el subsector ganado carne de bovino en México. Ecosistemas y recursos agropecuarios, 9(3), e3307. <https://doi.org/10.19136/era.a9n3.3307>