



**Facultad de
Ciencias Sociales y Humanísticas**

PROYECTO DE TITULACIÓN

**“EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO
SOCIO ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PERIODO
2019 - 2021”**

**Previa la obtención del Título de:
MAGÍSTER EN POLÍTICAS Y GESTIÓN PÚBLICA**

**Presentado por:
LUIS FERNANDO MORENO AGUILAR
ANTHONY ALEXANDER SANI PAGUAY**

Guayaquil & Riobamba - Ecuador

2022

COMITÉ DE EVALUACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por el Sr. Luis Fernando Moreno Aguilar y el Sr. Anthony Alexander Sani Paguay, quienes han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ec. Verónica Elizabeth Artola Jarrín
Tutora del Proyecto de Titulación

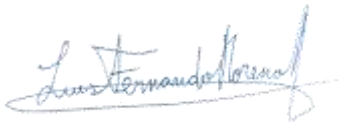
Prof. Giovanni Bastidas Riofrío
Evaluador 1

Prof. Santiago León Abad
Presidente

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, Luis Fernando Moreno Aguilar y Anthony Alexander Sani Paguay, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados. Como autores, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Guayaquil & Riobamba, 24 de marzo del 2022.



LUIS FERNANDO MORENO AGUILAR

C.C. 0930143482



ANTHONY ALEXANDER SANI PAGUAY

C.C. 0604371765

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, corresponde exclusivamente al autor, y al patrimonio intelectual de la misma **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**”



LUIS FERNANDO MORENO AGUILAR



ANTHONY ALEXANDER SANI PAGUAY

DEDICATORIA

Este trabajo académico lo quiero dedicar a personas importantes en mi vida y a quienes hago un reconocimiento especial. Primero a mis padres y hermanas, esposa e hija, abuelos, tíos, primos, y demás familiares. Dedico esto a las mujeres y hombres que no pudieron y nunca accederán a una educación (pública o privada), a quienes vieron frustrados sus sueños profesionales y metas personales. Hago un reconocimiento especial a Alexandra Asánovna Elbakián (neurocientífica, programadora y activista fundadora de Sci-Hub) por su lucha por el libre acceso del conocimiento (más de 80 millones de artículos científicos) contra las mafias editoriales. A las millones de manos que nos han alimentado, tejido las ropas y sábanas, construido las casas y caminos, todas las vidas que han escrito la historia con sudor y sangre, por ellas que vale la pena luchar para construir un mundo más justo y equitativo que a nadie deje atrás.

LUIS FERNANDO MORENO AGUILAR

¡Un logro con pasaporte al cielo!

A quien transformó mi vida y me inspiró a ser mejor persona

Para ti papá: mi mentor y mi ángel por siempre

ANTHONY ALEXANDER SANI PAGUAY

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer por la contribución de este trabajo académico a varias personas que ayudaron en su construcción de diversas formas. Primero a mi esposa Ericka por el ánimo, empuje, y apoyo incondicional, a nuestra tutora y docente Economista Verónica Elizabeth Artola Jarrín por su apoyo incondicional dedicando tiempo y compartiendo su conocimiento y aportando experiencia profesional, y a mi compañero de tesis Anthony Alexander Sani Paguay por el compromiso de elaborar un trabajo de alto nivel que contribuya a la reflexión y sea insumo útil para transformar la realidad; también agradezco a Rosa Guamán, Marco Coscione, Wiliber Ibarra, Manuel Cujilema, Edmundo Aguilar por su apertura al compartir testimonio de sus saberes, conocimiento, y experiencia en las organizaciones que han trabajado; a la ESPOL y la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH), al director de maestría y sus docentes por el programa de estudios.

LUIS FERNANDO MORENO AGUILAR

Gratitud: para mi padre que está en el cielo, mi madre y mis hermanos por ser mi principal apoyo y motivación diaria; para los emprendedores riobambeños cuyas historias de esfuerzo diario inspiraron el presente trabajo; y para mi ciudad bonita, Riobamba, a la que a diario sirvo con amor y pasión.

ANTHONY ALEXANDER SANI PAGUAY

ÍNDICE GENERAL

PROYECTO DE TITULACIÓN	I
COMITÉ DE EVALUACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	III
DECLARACIÓN EXPRESA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
LISTA DE FIGURAS.....	IX
LISTA DE CUADROS.....	¡Error! Marcador no definido.
LISTA DE TABLAS.....	X
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES	1
1.1 Contexto político y/o organizacional	1
1.2 Definición del problema y relevancia.....	2
1.3 Objetivo General.....	4
1.4 Objetivos Específicos	4
1.5 Justificación del problema	4
1.6 Alcance del estudio.....	4
1.7 Limitaciones del estudio	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 Comercio Justo: Origen, Difusión, y Principios.....	6
2.2 Comercio Justo en Ecuador: Inicios, Marco Legal, y Desarrollo.....	7
2.2.1 Inicios.....	7
2.2.2 Marco Constitucional y Legal Institucional.....	8
2.2.3 Desarrollo	8
2.3 Comercio Justo en Riobamba	10
2.3.1 Comité Local del Comercio Justo de la Ciudad de Riobamba	11

2.3.2 Fundación Maquita Comercio Justo	11
2.3.3 Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo	12
2.3.4 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba	13
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
3.1 Tipo de Investigación	14
3.2 Recolección de datos y/o levantamiento de información:	14
3.3 Tipos de análisis	16
3.4 Obstáculos y limitaciones	17
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	18
4.1 El HGADPCH y el GADMR como constructores de comercio justo en Riobamba.....	18
4.1.1 Prácticas de Comercio Justo - HGADPCH.....	18
4.1.2 Prácticas de Comercio Justo – GADMR.....	22
4.2 El Comercio Justo en Riobamba desde la perspectiva de los Emprendedores, Productores y Artesanos.	24
4.3 La Opinión Ciudadana	26
4.4 Análisis Comparativo de Resultados Previos	28
4.5 El camino a seguir según expertos de Comercio Justo	29
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	32
5.1 Conclusiones	32
5.2 Recomendaciones	33
5.3 Limitaciones de la investigación	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
ENLACES EXTERNOS	39
GLOSARIO DE TÉRMINOS	42
ANEXOS.....	43

LISTA DE FIGURAS

Figura 4.1 – Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el HGADPCH.....	20
Figura 4.2 – Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el GADMR	24
Figura 4.3 – Diagnóstico del Estado Actual del Comercio Justo en Riobamba.....	29
Figura 4.4 – El Camino a Seguir Para Fortalecer el Comercio Justo en Riobamba	31

LISTA DE TABLAS

Tabla 2.1 - Diez Principios del Comercio Justo.....	7
Tabla 2.2 – Marco Legal del Comercio Justo en Ecuador.....	8
Tabla 2.3 - Actores del ecosistema del Comercio Justo en Ecuador.....	9
Tabla 3.1 - Recolección de Información Fuentes Primarias.....	15
Tabla 4.1 Resultados Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el HGADPCH	21
Tabla 4.2 Resultados Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el GADMR	23

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

CGEEC	Coordinación de Gestión Empresarial, Emprendimiento y Comercialización
CLAC	La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo
CLCJ	Comité Local de Comercio Justo
COAC	Cooperativa de Ahorro y Crédito
EPS	Economía Popular y Solidaria
GADMR	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba
HAGDPH	Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo
IEPS	Instituto de Economía Popular y Solidaria
PDOT	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
WFTO	World Fair Trade Organization – Organización Mundial de Comercio Justo

RESUMEN

El presente estudio analiza 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 así determinar el nivel de desarrollo y evolución del comercio justo en la ciudad de Riobamba durante el periodo 2019 - 2021. El trabajo además considera el impacto que las prácticas de comercio justo han tenido sobre el desarrollo social y económico de la ciudad; y tomando en especial consideración a los pequeños productores y artesanos riobambeños. Finalmente, en base al análisis realizado se establecen lineamientos de política pública que permitirán fortalecer estas prácticas en los próximos 4 años mediante un trabajo en conjunto por parte de todos los actores clave de comercio justo en la ciudad de Riobamba.

ABSTRACT

This study analyzes the fair trade practices implemented by the Honorable Decentralized Autonomous Government of the Province of Chimborazo HGADPCH and the Autonomous Decentralized Government of the Municipality of Riobamba GADMR in order to determine the level of development and evolution of fair trade in the city of Riobamba during the period 2019 - 2021. The work also considers the impact that fair trade practices have had on the social and economic development of the city; and taking in special consideration the small producers and artisans from Riobamba. Finally, based on the analysis carried out, public policy guidelines are established that will allow these practices to be strengthened in the next 4 years through joint work by the HGADPCH, the GADMR and other public and private organizations that support fair trade practices in Riobamba.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

1.1 Contexto político y/o organizacional

Ecuador es un país multidiverso, donde existen varias culturas, etnias y creencias; su clima es variado y se divide en 4 regiones claramente marcadas: Sierra, Costa, Amazonía y la Región Insular. En el contexto político desde el año 2007 se vivieron procesos sociales como el ascenso al poder del autodenominado “Progresismo” representado por el Movimiento Alianza PAÍS liderado por el Econ. Rafael Correa, quien llamó a consulta popular y reemplazó al Congreso Nacional por una nueva Asamblea Constituyente misma que se caracterizó por la creación de varias instituciones públicas para fortalecer la administración de temas importantes como la salud, educación, comercio justo, exportaciones, entre otros.

En este contexto, en la última década se vivieron situaciones como el cambio de mando del año 2017, cuando el Movimiento Alianza PAÍS entrega su mandato al ex presidente Lenín Moreno, el mismo que terminó en total desacuerdo con su antecesor y dio fin a este capítulo de la revolución ciudadana al frente del país; por ello en mayo del 2021 luego de la elecciones nacionales se asume la presidencia al representante del partido CREO de tendencia opuesta a sus dos antecesores Guillermo Lasso Mendoza iniciando así un nuevo capítulo en la vida política del país.

En medio de este panorama, Chimborazo siempre resaltó como una provincia icónica de la Sierra Centro del Ecuador, que se destaca por su privilegiada ubicación y clima frío; según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) “para el año 2010, Chimborazo contaba con una población de 458.581 habitantes de los cuales el 58.4% eran mestizos, el 38% indígenas y el 3.6% se identificaba con otras etnias” (INEC, 2010). Riobamba por su parte es la capital de la provincia y para “el 2010 contaba con 225.741 habitantes, siendo el cantón más poblado con una concentración de más del 49% de la población total” (INEC, 2010), se encuentra conformada por 5 parroquia urbanas y 11 rurales.

Las principales instituciones públicas que se encuentran en Riobamba son el Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo (HGADPCH) y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba (GADMR), con ejes de acción claros y enfocados en el desarrollo socio económico de la ciudad. Por su parte el

HGADPCH en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) 2019 - 2023 “presenta cinco componentes de desarrollo: biofísico ambiental, socio cultural, económico productivo, asentamientos humanos, político institucional; y un plan de mitigación y prevención de la expansión de la pandemia y el fortalecimiento del desarrollo económico local para la reactivación de las economías seccionales y apoyo social en la provincia de Chimborazo” (HGADPCH, 2020) con el fin de trazar una ruta para el desarrollo de la provincia; por su parte el GADMR de igual forma presenta su PDOT 2020 – 2030, enfocado en “8 ejes: transparencia, ciudad y comunidades sostenibles, seguridad, tecnología, ambientalmente sostenible, productivo, reactivación post pandemia e inclusión” (GADMR, 2020) los mismos que buscan un progreso socialmente responsable en la ciudad de Riobamba.

Con estos antecedentes, un concepto interesante que ha surgido en los últimos años es el del comercio justo, para “el caso del Ecuador es seguramente muy notable por la inclusión del término en la Constitución del 2008 como meta estratégica nacional y en otros articulados legislativos” (Decker & Clark, 2020) hecho que es interesante de análisis, puesto que desde aquel año se inician acciones desde el gobierno central para la implementación de un verdadero comercio justo en todo el Ecuador, situación que no es ajena para la ciudad de “Riobamba que en el año 2016 se convierte en la primera ciudad por el comercio justo en el Ecuador” (Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo, Latinoamérica y el Caribe, 2016).

Por lo expuesto, el comercio justo constituye un campo importante de análisis, el mismo que será explorado a lo largo del presente trabajo con un enfoque en las prácticas implementadas por el HGADPCH y el GADMR en la ciudad de Riobamba en los últimos tres años.

1.2 Definición del problema y relevancia

El comercio justo para muchos críticos es una utopía: un escenario ideal donde los consumidores valoran el trabajo de productores, emprendedores y artesanos, pagando un precio justo, apoyando a la reactivación económica y generando una especie de economía con responsabilidad social; algo irrealista para muchos críticos, difícil de conseguir para otros, pero es ahí donde está el reto: un desarrollo social y económico sustentables con apoyo de entes gubernamentales, privados y la sociedad civil en general.

Para el caso concreto de Riobamba, este concepto fue bastante aceptado ya que en la última década aparecen iniciativas interesantes y modelos de gestión que pretenden instaurar estas prácticas en la ciudad; por un lado, está el HGADPCH quien a través de su Dirección de Fomento Productivo ha impulsado acciones para incentivar el comercio justo; y por otro lado también está el GADMR quien a través de la Dirección de Gestión de Planificación ha implementado espacios de comercio justo en la ciudad.

En este contexto, entre los años 2019 y 2021 el HGADPCH y el GADMR han impulsado varias prácticas de comercio justo como ferias de productores, puntos de comercialización, estrategias de producción sostenible, entre otras actividades; por lo que aparentemente en Riobamba el comercio justo se encuentra en vías de desarrollo; en este punto sería interesante cuestionarse ¿cuál es el nivel de desarrollo de estas prácticas de comercio justo? ¿Realmente funcionan este tipo de prácticas? ¿Cuál es el aporte en temas de comercio justo por parte del HGADPCH y el GADMR para el desarrollo socio económico de la ciudad? Y sobre todo ¿qué se espera a futuro?, dicho en otras palabras, ¿cuál sería el mejor camino a seguir para fortalecer estas prácticas de comercio justo?

Por lo expuesto, el presente documento se enfoca en identificar y describir las prácticas de comercio justo implementadas por parte del HGADPCH y el GADMR en la ciudad de Riobamba entre los años 2019 y 2021, para en lo posterior analizar su nivel de desarrollo y aporte socio económico a la ciudad, con miras a fortalecerlo en los próximos 4 años; para ello se tomará en consideración la opinión de sus actores claves, tales como directores, emprendedores, consumidores y expertos en el tema.

En cuanto a las limitaciones el presente trabajo tiene aspectos que muy difícilmente se pueden controlar tales como: coyuntura política entre las instituciones públicas de análisis, incertidumbre del escenario post-covid19, cambios de administración en las próximas elecciones, etc.

Finalmente, como resultados esperados se busca identificar las prácticas de comercio justo en Riobamba, describir su desarrollo y evolución, analizar la opinión de la ciudadanía en general para marcar una hoja de ruta que permita fortalecer la implementación del comercio justo en Riobamba en los próximos 4 años con lineamientos de política pública delimitados y acordes a la realidad del mercado riobambeño.

1.3 Objetivo General

- Analizar la efectividad de las prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH y el GADMR entre los años 2019 y 2021 en la ciudad de Riobamba para su fortalecimiento en los próximos 4 años.

1.4 Objetivos Específicos

- Identificar las prácticas de comercio justo impulsadas por el HGADPCH y el GADMR en la ciudad de Riobamba durante los años 2019 - 2021.
- Describir el desarrollo y evolución de las prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH y el GADMR.
- Distinguir el aporte de estas prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH y el GADMR para el desarrollo socio económico de la ciudad de Riobamba en estos últimos 3 años.
- Establecer lineamientos de política pública que fortalezcan las prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH y el GADMR en la ciudad de Riobamba en los próximos 4 años.

1.5 Justificación del problema

El presente estudio es de suma importancia para analizar el nivel de desarrollo en temas de comercio justo de la ciudad de Riobamba; analizar el apoyo que existe desde dos instituciones públicas y sobre todo estructurar lo que será su fortalecimiento en los próximos 4 años; por lo cual el tema en sí constituye un área importante y que debe ser enfocada como una verdadera alternativa de desarrollo socio económico en la Sierra Centro.

1.6 Alcance del estudio

El presente estudio abarca tres aspectos fundamentales: el primero de ellos identificar las prácticas de comercio justo que se han implementado en Riobamba en los últimos 3 años por parte del HGADCH y el GADMR, el segundo describir estas prácticas, analizar su nivel de desarrollo y contribución a la economía local y tercero estructurar una hoja de ruta que permita fortalecer la implementación de estas prácticas en los próximos 4

años, todo esto desde una perspectiva ciudadana y de expertos en el tema cuya contribución será significativa en esta investigación.

1.7 Limitaciones del estudio

En cuanto a las limitaciones el presente trabajo tiene aspectos que muy difícilmente se pueden controlar tales como: coyunturas políticas entre instituciones públicas y/o autoridades, incertidumbre del escenario post-covid19, etc.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Comercio Justo: Origen, Difusión, y Principios

Hace un siglo hablar de comercio justo era tratar un tema del que nada se sabía o escuchaba, es más su término aún no se lo planteaba como tal y no fue hasta la década de los 40 y 50 cuando se iniciaron las primeras prácticas de lo que este término implicaría; así pues “los primeros pasos del comercio justo ocurren en Puerto Rico en 1945 cuando se envían a Estados Unidos artículos de bordados y artesanías a través de Thousand Villages” (Marcillo, Angulo, Rosero, & Tapia, 2016), superando para ello algunas dificultades tales como competir con mayoristas, intermediarios y grandes exportadores; tras ello se genera un hito histórico ya que “la primera tienda formal de comercio justo abre sus puertas en 1958, luego en Europa en 1964 se crea la primera Organización de Comercio Justo y en las décadas de los 60 y 70 comienzan a establecerse organizaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia” (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, s.f.), lo cual genera una idea clara del impacto que esta práctica como tal tuvo a nivel del mundo y sobre todo de la importancia para el desarrollo social y económico de países, regiones y continentes a nivel global.

En este contexto, es necesario definir el concepto del comercio justo como tal, y según la World Fair Trade Organization (WFTO) “el comercio justo es una relación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur” (WFTO, s.f.)

Para la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) “El comercio justo es un movimiento social global que busca promover patrones productivos y comerciales responsables y sostenibles, así como oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores(as), campesinos(as) y artesanos(as) en desventaja económica y social, respecto a los actores dominantes en el mercado” (CLAC, s.f.).

Partiendo de estas dos definiciones se puede establecer que el comercio justo es un término que aparece entre los años 1940 – 1950 y que pretende brindar oportunidades para que los pequeños productores, emprendedores y artesanos puedan ofrecer sus productos a precios justos, en mercados locales e internacionales y con igualdad de

oportunidades, donde se valore su origen, calidad y apoyo para una vida digna de quien los hace.

El comercio justo se caracteriza por fomentar una especie de economía con responsabilidad social donde se prioriza el bienestar del productor, emprendedor o artesano; así pues se establecieron ciertos principios del comercio justo, según (WFTO, s.f.):

Tabla 2.1 - Diez Principios del Comercio Justo

# Principio	Descripción del Principio
Principio 1	Creación de Oportunidades para Productores
Principio 2	Transparencia y Responsabilidad
Principio 3	Prácticas Comerciales Justas
Principio 4	Pago de un Precio Justo
Principio 5	Cero Trabajo Infantil - No Trabajo Forzoso
Principio 6	Cero Discriminación – Igualdad de Género – Libertad de Asociación
Principio 7	Condiciones Ideales de Trabajo
Principio 8	Facilitar el Desarrollo de Capacidades
Principio 9	Promoción del Comercio Justo
Principio 10	Respeto al Medio Ambiente

Fuente: (WFTO, s.f.)

2.2 Comercio Justo en Ecuador: Inicios, Marco Legal, y Desarrollo.

2.2.1 Inicios

El inicio del comercio justo en Ecuador se da por iniciativas de ONGs nacionales e internacionales y grupos religiosos desde los años 70s como una iniciativa de generación de nuevas prácticas productivas y comerciales alternativas. Primero fue en 1970 el Grupo Salinas de Guaranda, luego vinieron el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio FEPP creando en 1981 Camari. Después en 1985 nace Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos MCCH. Ya para 1990 surgen 1990 nuevas experiencias como Sinchi Sacha (comercio e identidad cultural), Chankuap (incidencia social en la Amazonía) y Kuen (austro). Para 1991 se genera la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria RELACC para crear redes de comercialización comunitaria nacional para integrarse a la comercialización solidaria en América Latina. Para el año En el 2003 se funda la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo CECJ la cual agrupa 11 organizaciones certificadas con el Sello de Pequeños Productores SPP. En el año 2011se

conforma el Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo del Ecuador, siendo un espacio para generar incidencia pública, fomento del comercio justo y el consumo responsable. (Marcillo, Angulo, Rosero, & Tapia, 2016)

2.2.2 Marco Constitucional y Legal Institucional

“A partir de la Constitución del Ecuador aprobada en 2008, se viene generando una serie de cuerpos legales que han servido a la construcción del comercio justo en Ecuador como marco normativo” (Decker & Clark, 2020)

Tabla 2.2 – Marco Legal del Comercio Justo en Ecuador

Año	Nombre	Autor	Referencias
2008	Constitución de la República del Ecuador CRE	Asamblea Nacional Constituyente	Artículos 276, 281, 283, 284, 304, 306, 336, 337, 416.
2010	Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD	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 LOEPS	Asamblea Nacional	Artículos 1, 4, 11, 14, 17, 133, 137, 139, 141.
2013	Plan Nacional de Desarrollo Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo	Objetivo 2.11 c.; Objetivo 7.9 h.; Objetivo 8.9 f.; Objetivo 12.3 a.
2017	Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017	Ministerio de Comercio Exterior	Acuerdo Ministerial No. 003-2017

Fuente: Elaboración propia de los autores

En resumen, en la actualidad el marco normativo respecto al comercio justo inicia con la Constitución de 2008 y termina por el momento con la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017, siendo esta la primera política de Estado, fue construida desde octubre 2012 con la participación de 230 actores vinculados al comercio justo.

2.2.3 Desarrollo

Actualmente existen muchos más actores e instituciones dentro del ecosistema del comercio justo, los cuales han ido ganando su espacio y generado su aporte en el desarrollo de la economía popular y solidaria (EPS) del Ecuador.

El Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) mediante la Dirección de Intercambio y Mercados, ejerce sus competencias de “Generar condiciones favorables para

el fomento del sector de la EPS, Promover el empoderamiento de los actores de la EPS, y Promocionar y Vincular la producción de los actores en el mercado Público y Privado.” (Marcillo, Angulo, Rosero, & Tapia, Manual básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador, 2016).

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria SEPS es la encargada de la “supervisión y control de las actividades económicas de las personas y organizaciones sujetas a la LOEPS, en una lógica de velar por la estabilidad y solidez del sector, así como en lo referente al registro de las organizaciones sujetas a la misma Ley.” (Marcillo, Angulo, Rosero, & Tapia, Manual básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador, 2016).

En 2015 las dos redes continentales de productores y comercializadoras de comercio justo CLAC y WFTO-LA lanzan la campaña para América Latina y el Caribe titulada “Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo”. Esta campaña busca promover el comercio justo en la región junto con sus actores, y concientizar a los ciudadanos sobre el consumo responsable. (Marcillo, Angulo, Rosero, & Tapia, Manual básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador, 2016).

Una de las deficiencias de las organizaciones productivas es poder cumplir las normas y exigencias debido a sus debilidades. Por ejemplo el no tener la capacidad administrativa para generar una rendición de cuentas. (Decker & Clark, 2020).

El comercio justo en Ecuador contempla: productores, artesanos, empresas sociales de comercialización, diseñadores, importadores, académicos, redes nacionales e internacionales de comercio justo, instituciones públicas y organismos de cooperación internacional.

Organizaciones, Empresas, Cooperativas, y Redes del Comercio Justo en Ecuador “A continuación se presentan varios actores que interactúan en el ecosistema de comercio justo en Ecuador” (Marcillo, Angulo, Rosero, & Tapia, 2016):

Tabla 2.3 - Actores del ecosistema del Comercio Justo en Ecuador

Organismos Públicos vinculados al Comercio Justo en Ecuador:
Instituto de Economía Popular y Solidaria IEPS/ Dirección de Intercambio y Mercado
Superintendencia de Economía Popular y Solidaria SEPS
Superintendencia de Control de Poder de Mercado SCPM
Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG
Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES

Ministerio de Comercio Exterior y el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR
Certificadoras de Comercio Justo:
Símbolo de pequeños productores SPP Global
FAIRTRADE
FLOCERT
Organizaciones No Gubernamentales dedicadas y vinculadas al fomento del Comercio Justo:
Coordinadora ecuatoriana de Comercio Justo CECJ: FAPECAFES, Asociación JAMBI KIWA, COPROBICH, UROCAL, FECAFEM, Asociación de Pequeños Productores Bananeros “El Guabo” APPBG, UNOCACE, FONMSOEAM, Asociación Regional de Pequeños Productores Bananeros Cerro Azul, Corporación Fortaleza del Valle
Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo CLAC
Organización Mundial de Comercio Justo Latinoamérica WFTO-LA
Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo OESCJ, etc.
Empresas Sociales de Comercio Justo:
CHANKUAP Recursos para el Futuro
KUEN S.A.
Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo: Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria RELACC, Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos MCCH, Salinerito Grupo SALINAS, CAMARI Sistema Solidario de Comercialización del FEPP, Sinchi Sacha.
Redes:
Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo: Riobamba y Quito.
Universidades latinoamericanas por el comercio justo: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ESPOCH, Riobamba; y la Universidad Tecnológica Equinoccial UTE, Quito.
Cooperativas de Ahorro y Crédito:
COAC Riobamba
COAC CACPECO
COAC DAQUILEMA
COAC CHIBULEO

Fuente: Elaboración propia de los autores

2.3 Comercio Justo en Riobamba

Riobamba es una ciudad pionera en temas de comercio justo en Ecuador, no en vano en el año 2016 fue declarada como la Primera Ciudad del país en fomentar el comercio justo. Para llegar a este punto se tuvieron que pasar algunas fases, una de ellas fue “la creación de un Comité Local de Comercio Justo (CLCJ) en Riobamba, mismo que inicia su trabajo con base en la Ordenanza No. 5-2015 para el Fomento, Desarrollo y Fortalecimiento de la Economía Solidaria” (Pinta & Lourdes, 2019).

Producto de ello en Riobamba se fortalecen varias iniciativas en conjunto con el GADMR. A esto también se suman otras instituciones como Fundación Maquita, Jambi Kiwa y otras asociaciones que trabajan por el comercio justo; el HGAPCH también contribuye desde su accionar al comercio justo e impulsa algunas iniciativas para fortalecer el mismo.

2.3.1 Comité Local del Comercio Justo de la Ciudad de Riobamba

El Comité Local de Comercio Justo (CLCJ) de Riobamba está conformado por varios actores claves y son: “el GADMR, la Fundación Maquita, la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), la Federación de Barrios de Riobamba (FEDEBAR), la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) y finalmente la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH)” (Pinta & Lourdes, 2019) situación que a primera vista parece muy alentadora y genera un panorama de mucha expectativa puesto que se nota la articulación de varios entes, principalmente públicos para fortalecer el comercio justo en la ciudad.

Es necesario indicar que “el CLCJ de Riobamba se encuentra constituido de manera voluntaria ya que no existe una estructura oficial y hasta la presente fecha ha trabajado en varias actividades entre las que se destaca la promoción de emprendimientos de actores de la economía popular y solidaria y comercio justo” (Pinta & Lourdes, 2019) , hecho que evidencia una debilidad enorme ya que no existe mucha formalidad en el tema y por tanto el compromiso de sus adherentes no es fuerte y su eje de acción es relativamente débil.

Además, también cabe indicar que este “comité participa en la articulación de las diferentes actividades en pro del comercio justo en la ciudad, la elaboración de políticas de comercio justo, trabajo en pro del sector productivo, orientación hacia el buen vivir en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital” (Arguello, Guapi, Muñoz, & Poveda, 2021); ejes de acción interesantes pero que aún no han tenido el impacto necesario en la ciudad; por ello este comité no generó mayor realce y el reconocimiento ciudadano ha venido en declive, pasando de una alta expectativa a desconocimiento casi total, donde más bien son otros los actores que han ganado protagonismo en estos temas.

2.3.2 Fundación Maquita Comercio Justo

En 1985 se funda al sur de Quito como iniciativa de grupos campesinos compuestos de jóvenes, mujeres y Comunidades Eclesiales de Base CEBs. Se busca generar mercados solidarios entre el campo y la ciudad para la comercialización de productos de la canasta básica. La fundación enfoca su labor en 3 ejes: 1. Asociatividad, 2.

Agricultura Sostenible, y 3. Comercio Justo. Cuenta con Certificaciones ISO y Orgánica en alimentos. En 1999 Maquita resistió la crisis económica llamada “feriado bancario”. En su trayectoria, crea la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria RELACC (12 países miembros), también es miembro del IFAT (hoy WFTO). Maneja una red de tiendas comunitarias con más de 700 en todo el Ecuador, llegando a 14 provincias. Actualmente mantiene alianzas público-privadas con el MAG para programas a nivel nacional con café y cacao (en Guayaquil tiene una planta de semielaborado como Maquita Agro), y en Chimborazo tiene una planta de procesadora de quinua. (MAQUITA, 2022)

2.3.3 Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo

Una de las competencias del HGADPCH es la de Fomento Productivo y según la resolución administrativa No. 045-2020 esta dirección está encargada de “mejorar la producción agropecuaria en la provincia de Chimborazo, reactivar la economía y mejorar el nivel de ingresos de sus habitantes” (HGADPCH, 2019); en este sentido y basados en el PDOT, “sección 4.2.6 Plan de mitigación y prevención de la expansión de la pandemia y el fortalecimiento del desarrollo económico local para la reactivación de las economías seccionales y apoyo social en la provincia de Chimborazo - Agenda de Intervención inmediata” (HGADPCH, 2020) se establecieron 7 proyectos emblemáticos de acción inmediata, siendo uno de ellos el proyecto de intervención en el eje 6 redes comerciales el mismo que busca reactivar la economía de los chimboracenses, por lo que se establecen algunas estrategias para fomentar el comercio justo siendo las que se adoptaron para Riobamba las siguientes:

- Ferias de Productores Chimborazo Emprende Hacia el Cambio
- Puntos de Comercialización para Productores.
- Feria Móvil Del Productor a tu Hogar.
- Ferias Nocturnas Chimborazo Emprende Hacia el Cambio.
- Implementación de una Marca Provincial Somos Chimborazo.

Entre otras estrategias que se analizarán más adelante una vez se realicen las entrevistas a profundidad y se recolecte la información actualizada de primera mano.

2.3.4 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba

En lo que respecta al GADMR, su eje de acción está netamente centrado en la zona urbana de la ciudad, por lo que según su PDOT a través de la Dirección de Gestión de Planificación se ha trabajado en el “eje de Ciudad y Comunidades Sostenibles, y en el de Reactivación Post Pandemia” logrando así realizar las siguientes actividades que fomentan el comercio justo:

- Feria Plaza Vida (en articulación con la Fundación Maquita, Comercio Justo).
- Puntos de Comercialización.
- Comité Local de Comercio Justo.

Entre otras actividades que se analizarán más adelante y contrastando con la información que se obtendrá de las actividades realizadas.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

Para el presente proyecto se realizó una investigación cualitativa de tipo exploratorio en la ciudad de Riobamba; Vargas (2017) enfatiza que “la investigación cualitativa se encarga de indagar, explorar actitudes, comportamientos y experiencias en general, se caracteriza por ser rica en información, y por profundizar en la información solicitada, generalmente este tipo de investigación se realiza con una muestra pequeña” (Vargas, 2017).

En este sentido, el presente estudio buscaba analizar el nivel de desarrollo de las prácticas de comercio justo implementadas por dos instituciones públicas en la ciudad de Riobamba: el HGADPCH y el GADMR entre los años 2019 y 2021, por lo que la exploración, indagación, experiencias y demás constituirá una fuente importantísima de información para delinear la ruta a seguir para el fortalecimiento del comercio justo en la ciudad en los próximos años.

3.2 Recolección de datos y/o levantamiento de información:

Para el presente levantamiento de información se consideró como población objeto de estudio a todos los actores de comercio justo directamente vinculados con el HGADPCH y el GADMR entre los años 2019 y 2021, entendiéndose a estos actores como directivos, emprendedores, funcionarios, expertos, ciudadanos y /o clientes frecuentes de estos espacios de comercio justo impulsadas por estas dos instituciones.

La recolección de datos se la realizó en dos partes, la primera de ellas fue netamente bibliográfica y estuvo basada en data histórica, artículos, noticias y estudios sobre el comercio justo en Ecuador con énfasis en la ciudad de Riobamba (fuentes secundarias) y la otra fue por medio de entrevistas a actores claves del comercio justo en la ciudad, así tenemos a directores, emprendedores, consumidores y expertos en el tema; a continuación, se detalla el levantamiento de información realizado:

Fuentes primarias: entendiéndose por aquella información recolectada de primera mano, que no ha sido analizada, ni procesada; para este caso en particular se utilizaron métodos directos como grupos focales y entrevistas a profundidad con los principales actores de comercio justo en Riobamba:

Tabla 3.1 - Recolección de Información Fuentes Primarias

Actores Clave del Comercio Justo en Riobamba	# Participantes	Método a Aplicar
Directores o Coordinadores (HGADPCH y GADMR)	2	Entrevistas a Profundidad
Emprendedores, Productores y/o Artesanos	10	2 Grupos Focales (de 5 personas cada uno)
Consumidores y/o Ciudadanos	10	2 Grupos Focales (de 5 personas cada uno)
Expertos del tema	3	Entrevista a Profundidad

Fuente: Elaboración propia de los autores

Por lo expuesto, cabe señalar que la presente selección se dio en base a las necesidades de información del presente proyecto; así pues se tiene que la primera entrevista a profundidad está dirigida a Directores y/o Coordinadores de Fomento Productivo del HGADPCH y de Gestión de Planificación del GADMR (Ver Anexo 1) con el fin de conocer las prácticas de comercio justo que han implementado ambas instituciones en la ciudad de Riobamba en estos tres últimos años, su grado de aporte al desarrollo socio económico de la ciudad y lo que se tiene planteado a futuro para fortalecerlo; el segundo instrumento fueron los grupos focales, el primero de ellos se aplicó a emprendedores, productores y artesanos (Ver Anexo 2) para lo cual se los dividió en dos grupos de 5 personas dependiendo de las ferias de comercio justo en las que participan (Grupo Focal 1: Emprendedores del HGADPCH, Grupo Focal 2: Emprendedores del GADMR) y el fin fue identificar el apoyo que ellos han recibido de parte de estas dos instituciones estos últimos 3 años, aspectos que consideran que se pueden mejorar, conocer si están o no familiarizados con el concepto de comercio justo, entre otros puntos más.

Otro grupo focal importante que se realizó fue a los consumidores y/o ciudadanos que participan activamente de estas ferias (Ver Anexo 3) y el fin fue identificar el grado de conocimiento que la ciudadanía en general tiene sobre el comercio justo, las labores que realizan el HGADPCH, el GADMR y otros grupos para fortalecer esta práctica, su predisposición para apoyar como ciudadanos y a su criterio qué se puede fortalecer.

Finalmente se aplicó un último modelo de entrevista a profundidad, el mismo que fue para expertos del tema (Ver Anexo 4) cuya finalidad fue identificar y buscar información para realizar lineamientos básicos de política pública para mejorar el comercio justo en la ciudad de Riobamba en los próximos 4 años, es decir trazar cuál sería la ruta a

seguir para fortalecer el comercio justo, basados en la experiencia de estos expertos en el tema.

Fuentes secundarias: Información histórica y recolectada de estudios, documentos, artículos, noticias y reportes de actividades de comercio justo en Riobamba; en este punto cabe indicar que los PDOT(s) del HADPCH y GADMR fueron fundamentales para conocer los proyectos y/o actividades que se vienen realizando por parte de estas dos instituciones en temas de comercio justo en la ciudad.

3.3 Tipos de análisis

El presente estudio recolecta información útil respecto al comercio justo en la ciudad de Riobamba, razón por la cual se analizó las prácticas de comercio justo en base a su comportamiento en los años 2019, 2020 y 2021; información histórica disponible y traducida en:

- Número de espacios de comercialización implementados por las instituciones que se están analizando.
- Número de beneficiarios directos (emprendedores, productores y artesanos apoyados por el GADMR y HGADPCH).
- Prácticas de comercio justo adoptadas por los emprendedores, organizaciones y/o asociaciones.
- Reportes de venta y apoyo de la ciudadanía en estos espacios, etc.

Tras esto, en la sección de resultados se realizará una descripción detallada de estos datos para analizar el nivel de desarrollo del comercio justo en la ciudad (es decir realizar una crítica si el mismo solo se limita a ferias o ha ido más allá como aplicar sus principios, impulsar políticas públicas y demás); finalmente se analiza la percepción ciudadana respecto a la gestión realizada por el HGADPCH y el GADMR en temas de comercio justo y considerando su opinión junto con el respaldo de expertos en el tema plantear lineamientos de política pública que permitan fortalecer el comercio justo en Riobamba para los próximos 4 años.

3.4 Obstáculos y limitaciones

El presente trabajo se limita únicamente a analizar las prácticas de comercio justo de dos instituciones públicas: el HGADPCH y el GADMR, quedando fuera del análisis otras instituciones privadas y ONGs, tales como Fundación Maquita, el Comité Local para el Comercio Justo en Riobamba, entre otras; las mismas que también tienen un interesante eje de acción en este tema pero que no se lo ha abordado por la extensión del mismo.

Un obstáculo interesante del presente estudio fue el hecho de que la información histórica en cuanto a prácticas de comercio justo, tanto del HGADPCH, como del GADMR no se encontraba disponible fácilmente, sino que más bien se fue construyendo con base en las entrevistas a profundidad con los directores, ciertos reportes disponibles en redes sociales, entre otros.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Para la presentación de resultados el proyecto de investigación considera cuatro perspectivas en función de la información recolectada: a) El HGADPCH y el GADMR como constructores de comercio justo en la ciudad; b) Los emprendedores, productores y artesanos como participantes de las ferias de comercio justo organizadas por el HGADPCH y GADMR; c) Los consumidores y/o ciudadanos y d) Criterio de expertos en comercio justo.

4.1 El HGADPCH y el GADMR como constructores de comercio justo en Riobamba

Los resultados muestran que desde el HGADPCH y el GADMR se están impulsando acciones en beneficio del comercio justo en la ciudad; sin embargo no se visualiza un trabajo articulado entre ambas instituciones, es decir que cada una trabaja por su cuenta y acorde a sus criterios y/o proyectos que manejan, así pues:

4.1.1 Prácticas de Comercio Justo - HGADPCH

En el HGADPCH el departamento encargado de fortalecer el comercio justo es la Dirección de Fomento Productivo, quien a través de la Coordinación de Gestión Empresarial Emprendimiento y Comercialización (CGEEC) “articula estrategias con los actores sociales, para coadyuvar en el incremento de ingresos económicos a través de la comercialización local, regional, nacional e internacional” (HGADPCH, 2021)

Desde esta Coordinación se implementó el “Proyecto Emblemático Redes Comerciales” cuyo eje de acción es directo hacia el apoyo en temas de comercialización a emprendedores. Luisa Ulloa, Coordinadora de la CGEEC expresó que las prácticas de comercio justo implementadas entre el 2019 y 2021, fueron las siguientes:

Ferias Chimborazo Emprende Hacia El Cambio: Un espacio para que emprendedores, productores y artesanos chimboracenses exhiban sus productos, el HGADPCH los apoya con carpas, mesas y toda la logística necesaria para implementar estas ferias; en estos espacios se fomenta el consumo local y se comercializa directamente del productor al consumidor final; cada feria cuenta con 4 secciones: vegetales y legumbres, productos procesados, artesanías y textiles. Se organizan 2 ferias por semana: viernes en las calles 1era Constituyente y Juan Montalvo, sábados en la explanada del

Mercado Mayorista de Riobamba; en cada una de estas ferias participan alrededor de 40 personas entre emprendedores, productores y artesanos de la provincia. Durante la pandemia se paralizó la feria por un tiempo (marzo - septiembre 2020) pero luego se retomó con mayor impulso misma que hasta ahora funciona y cada día agrupa a más gente.

Puntos de Comercialización: Nacen producto de alianzas estratégicas entre el HGADPCH y la empresa privada; el objetivo fue implementar espacios de reactivación económica en lugares céntricos de la ciudad tales como: exteriores de las COAC Oscus y VisAndes, Hotel El Cisne y Comercial Álamo; actualmente existen 4 puntos, que funcionan uno cada día (de martes a viernes); la frecuencia es semanal y participan 2 emprendedores por punto.

Feria Móvil: Es una estrategia de comercialización que surgió en la pandemia, el objetivo fue llevar productos durante el confinamiento, todo ello bajo el lema “del productor a tu hogar”, para ello el HGADPCH adecuó una furgoneta con gavetas, parlantes, micrófono y pequeñas perchas, para que recorriera la ciudad junto a productores de hortalizas, legumbres, pollos y truchas ofreciendo estos productos a la ciudadanía. Contaba con 5 circuitos dentro de la ciudad y se beneficiaba a 2 emprendedores cada semana (marzo 2020 – marzo 2021). Actualmente el programa ya no funciona.

Canastas Agroecológicas: Una estrategia que nace en la pandemia, y cuya gestión era conectar a productores con hogares, y consistía en que asociaciones de productores armen canastas con productos básicos producidos por ellos, los cuales eran vendidos bajo pedido a la ciudadanía y distribuidos en las camionetas del Consejo Provincial en plena pandemia; se beneficiaron a 2 organizaciones conformadas por 20 productores cada una. Esto de igual forma funcionó durante el confinamiento (marzo 2020 – marzo 2021). Actualmente ya no se mantiene esta práctica.

Ferias Nocturnas: Espacios de reactivación económica que se inauguró en el año 2021 como parte del programa de reactivación económica de Chimborazo; el valor agregado de esta feria es que siempre tiene un evento socio cultural o artístico y se desarrollan en horarios vespertinos y nocturnos los días sábados; en ella participan alrededor de 50 emprendedores y artesanos; la frecuencia es mensual y en fechas festivas como fiestas de provincialización, fiestas de Riobamba, Navidad y demás. Es una estrategia que generó los resultados esperados y se realiza hasta la presente fecha.

Puntos de Venta Interprovinciales: Estos son espacios de promoción y nexo comercial para que productos chimboracenses y riobambeños puedan exhibirse en otras

provincias, así pues por medio de la firma de convenios entre prefecturas se brindan espacios para que productos chimboracenses se comercialicen en otras provincias y viceversa, se brindan 2 espacios de comercialización en las ferias del HGADPCH para que productos de otras provincias se vendan en los mismos. Se participa en 4 puntos interprovinciales cada mes, y se benefician 8 emprendedores mensualmente.

Marca Territorial “Somos Chimborazo”: Es una estrategia comercial que busca respaldar el trabajo de productores, emprendedores y artesanos chimboracenses; el objetivo es identificar todos los productos que se realizan en la zona, fomentando así el consumo local por medio de la marca “Somos Chimborazo” cuya certificación da fe y testimonio de que un producto es de calidad, directamente de un productor chimboracense y que al comprarlo se apoya a la economía popular, solidaria y reactivación productiva y económica de la provincia.

Figura 4.1 – Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el HGADPCH



Fuente: Elaborado por los autores

Todas estas prácticas de comercio justo han sido implementadas en estos últimos 3 años y cuentan con su debido respaldo fotográfico (Ver Anexo 5) y los resultados han sido los siguientes:

Tabla 4.1 Resultados Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el HGADPCH

RESULTADOS PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO						
HGADPCH – CGEEC 2019 – 2021						
ACTIVIDADES	2019		2020		2021	
	VENTAS / \$	# BENEFICIARIOS	VENTAS / \$	# BENEFICIARIOS	VENTAS / \$	# BENEFICIARIOS
FERIAS CHIMBORAZO EMPRENDE HACIA EL CAMBIO	\$ 39.257,00	50	\$ 57.250,17	90	\$ 94.889,50	200
PUNTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 2.870,00		\$ 6.225,87		\$ 10.290,00	
FERIA MÓVIL	\$ -		\$ 12.328,75		\$ 1.950,25	
CANASTAS AGROECOLÓGICAS	\$ -		\$ 6.000,00		\$ 2.000,00	
FERIAS NOCTURNAS	\$ -		\$ -		\$ 16.720,00	
PUNTOS DE VENTA INTERPROVINCIALES	\$ 1.500,00		\$ 5.890,23		\$ 9.233,00	
TOTAL	\$ 43.627,00		50		\$ 87.695,02	

Fuente: (HGADPCH, 2021)

De la tabla es interesante analizar el crecimiento en número de beneficiarios directos, entendiéndose como tal a emprendedores, productores y artesanos que participan de estos programas, que en el 2019 eran 50 y para diciembre 2021 fueron 200, además de que el crecimiento en ventas pasa de \$43627 en 2019 a \$135082,75 en 2021; situación que permite visualizar el aporte al desarrollo social y económico de la ciudad, no en vano Luisa Ulloa, Coordinadora de la CGEEC expresó que “estas ferias son del productor al consumidor y han transformado la vida de muchos emprendedores y artesanos que a raíz de la pandemia dependen económicamente de las ventas generadas en estos espacios” (Ulloa, 2021), en este sentido al consultarle sobre el impacto económico en la ciudad de Riobamba ella indicó que “los reportes de venta generados en estos espacios han sido positivos, ya que han ido en alza y son una clara muestra del compromiso de la Prefectura de Chimborazo con el desarrollo y la reactivación económica post covid19 en la ciudad de Riobamba” (Ulloa, 2021); comentarios que nos dan una idea de la contribución de esta institución con la reactivación económica de los emprendedores quienes fueron enormemente perjudicados en esta pandemia.

4.1.2 Prácticas de Comercio Justo – GADMR

El GADMR enfoca su apoyo al comercio justo en la ciudad, a través de la Dirección de Gestión de Planificación misma que basa su trabajo basado en el PDOT, específicamente en el “eje de Ciudad y Comunidades Sostenibles” y en el de “Reactivación Post Pandemia”; respaldando su trabajo en una Declaratoria de la CLAC y la WFTO “Riobamba Ciudad Latinoamericana por el Comercio Justo”; en este sentido se entrevistó a un funcionario del municipio que prefirió mantener en anonimato su identidad, pero que maneja estos temas; indicando que las prácticas de comercio justo que ha implementado el GADMR en la ciudad de Riobamba son:

Ferias de Comercio Justo Plaza Vida: Que nacen a raíz de la pandemia y de un convenio de cooperación interinstitucional entre el GADMR y Fundación Maquita Cushunchic con el fin de fortalecer el comercio justo en la ciudad; “este convenio contempla 22 obligaciones entre las partes, 9 del Municipio de Riobamba, 11 de la Fundación Maquita y 2 obligaciones conjuntas” (GADMR, 2019), entre estas responsabilidades conjunta están “organizar ferias de Economía Popular y Solidaria y de Comercio Justo a nivel local, articulándose con los Gobiernos Parroquiales y Rurales para promover el consumo responsable de la producción local” (GADMR, 2019); así en Diciembre del 2020 nace las Ferias de Comercio Justo “Plaza Vida”, y actualmente se encuentran en 2 espacios de la ciudad: El Parque Sesquicentenario y la Plaza Alfaro; donde semanalmente se benefician 15 emprendedores de comercio justo.

Proyecto Emprende Riobamba: Son iniciativas que buscan reactivar la economía en el cantón y consisten en generar espacios para la promoción y venta de productos riobambeños, esta iniciativa nace en el año 2018 y actualmente se realizan 2 ferias, una de ellas en el Barrio La Estación donde participan 5 emprendedores cada semana y otra se realiza en el Parque Infantil los días domingos con la participación de 30 emprendedores de la ciudad. También se han implementado varios puntos de comercialización como el de la Av. 10 de Agosto y frente al parque Maldonado.

Comité Local de Comercio Justo en Riobamba: Nace a raíz de la Declaratoria de noviembre del 2015, “Riobamba Ciudad Latinoamericana por el Comercio Justo”, se encuentra conformado por los siguientes actores clave: “el GADMR, la Fundación Maquita, la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), la Federación de Barrios de Riobamba (FEDEBAR), la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) y

finalmente la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH)” (Pinta & Lourdes, 2019); tiene como propósito involucrar activamente a la ciudadanía en el fortalecimiento del comercio justo en la ciudad. Cabe indicar que es un Comité que aún no se encuentra institucionalizado, pero que sin embargo participa activamente de las reuniones del Concejo Cantonal y propone reformas a ordenanzas de economía popular y solidaria, específicamente en temas de comercio justo; actualmente sus oficinas funcionan en las instalaciones del GADMR y desde ahí promueven el comercio justo en la ciudad.

Al analizar las prácticas de comercio justo implementadas por el GADMR se puede percibir que existe una alta similitud a las implementadas por el HGADPCH; sin embargo un aspecto muy interesante de resaltar es el hecho de que el GADMR fue más allá e impulsó la creación de un Comité Local de Comercio Justo el mismo que es muy importante para seguir impulsando las ferias y espacios de comercialización, los cuales cuentan con un registro fotográfico (Ver Anexo 5); existe data histórica pero son muy recelosos con la información; simplemente de manera general se indicaron los siguientes datos respecto al impacto de estas prácticas:

Tabla 4.2 Resultados Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el GADMR

Año	2019	2020	2021
# Beneficiarios	22	28	60
Total Ventas	\$ 54.000,00	\$ 63.000,00	\$ 93.000,00

Fuente: (GADMR, 2022)

Del cuadro anterior se puede identificar una evolución positiva de estas prácticas de comercio justo en términos monetarios, puesto que el reporte de ventas subió de \$54.000 en 2019 a \$93.000 en 2021; donde el ingreso per cápita en 2019 era de \$2454,54 frente a \$1550 en 2021; donde a pesar de haber bajado el mismo se ve justificado por el aumento en el número de beneficiarios, ya que en estos tres años pasó de 22 a 60 beneficiarios directos.

A continuación, se muestra un cuadro que resume las prácticas de comercio justo implementadas por el GADMR en estos últimos tres años:

Figura 4.2 – Prácticas de Comercio Justo Implementadas por el GADMR



Fuente: Elaborado por los autores

4.2 El Comercio Justo en Riobamba desde la perspectiva de los Emprendedores, Productores y Artesanos.

Para entender cómo se ve el comercio justo desde los ojos de los emprendedores, productores y artesanos en esta sección se realizaron 2 grupos focales de 5 personas cada uno; el primero de ellos a emprendedores beneficiarios de las prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH (3 mujeres y 2 hombres) y el segundo a emprendedores beneficiarios de las prácticas de comercio justo implementadas por el GADMR (5 mujeres). Los criterios que se utilizaron para seleccionar la muestra fueron los siguientes:

- **Temporalidad:** mínimo 3 años, emprendedor que haya participado activamente de las ferias de comercio justo por lo menos desde el año 2019.
- **Espacialidad:** cantón Riobamba, emprendedor con productos elaborados en la Sultana de los Andes, desde su materia prima, hasta su comercialización.
- **Nivel de Educación:** mínimo bachillerato.
- **Sector Productivo:** agrícola, artesanías, textiles y/o productos procesados.
- **Ideología:** Apolítica.

El objetivo de los grupos focales fue identificar la perspectiva que los emprendedores tienen respecto al comercio justo, el apoyo que han recibido por parte de las instituciones públicas y las debilidades de los mismos, traducidos en aspectos que se deberían mejorar; a continuación se presentan los resultados de los mismos:

Grupo Focal 1 Emprendedores - HGADPCH (Ver Anexo 6)

Comercio Justo: Existe un bajo nivel de conocimiento sobre el comercio justo ya que al preguntar sobre este concepto se obtuvieron respuestas como: “es precio justo”, “es el proceso de venta del productor al consumidor”, “son productos directamente de quien los hace a las manos del consumidor”, respuestas en las que se identifica un escaso conocimiento sobre el tema, tampoco tienen noción sobre los principios del comercio justo y los beneficios a largo plazo del mismo.

Apoyo Recibido: Cuando se les consultó sobre el apoyo recibido del HGADPCH ellos señalaron que “las ferias son el principal apoyo”, otros señalaron que “nos han facilitado carpas, mesas y el espacio para promocionar y vender nuestros productos” y también que “nos han capacitado en temas de emprendimiento, ventas y obtención de registro sanitario, lo cual nos ha ayudado mucho”; de igual forma se les consultó en qué aspectos adicionales les gustaría recibir apoyo y todos coincidieron en que necesitan más “marketing y publicidad”, por ejemplo uno de ellos indicó que “nos gustaría un marketing en medios digitales y TV”, otro señaló que “deberíamos promocionar las ferias masivamente, que la gente se entere de los beneficios de apoyar y consumir en estas ferias”.

Impacto del Comercio Justo en sus Vidas: Los participantes señalaron que su principal motivación para formar parte de estas ferias es su familia, una de ellas expresó que “estas ferias del Consejo Provincial me permiten llevar un pan de comida a mi casa”, otra señaló que “me he permitido tener ingresos, ya que a raíz de la pandemia mi esposa perdió su trabajo”, además coincidieron que en estos espacios “han podido relajarse, compartir y hacer grandes amistades tanto con clientes como con emprendedores”. Por lo que el impacto ha sido positivo, y en muchos de ellos les ha permitido salir adelante.

Grupo Focal 2 Emprendedores GADMR (Ver Anexo 7)

Comercio Justo: El presente grupo tiene un bajo nivel de conocimiento sobre lo que es el comercio justo ya que indicaron que “son productos de la mata a la olla”, “es

cuando se vende productos orgánicos, sin químicos de pequeños productores a consumidores”, etc; respuestas en las que se percibe un alto desconocimiento del tema.

Apoyo Recibido: En este tema, las emprendedoras señalaron que el GADMR les “ha brindado espacios de comercio justo como la Plaza Vida donde comercializamos nuestros productos”, adicional indicaron “recibimos talleres, a veces de ventas y otras de registro de marca y promoción” de igual forma se les consultó en qué aspectos adicionales les gustaría recibir apoyo y señalaron que “necesitan más difusión para que la gente acuda a comprarnos nuestros productos”, también señalaron “necesitamos más eventos donde se coordinen artistas y así venga más gente”, de igual forma solicitaron que “deberían aperturarse más espacios, como municipio que tienen las facilidades”; donde es evidente que existen varios aspectos a mejorar.

Impacto del Comercio Justo en sus Vidas: Los participantes señalaron que su principal motivación es que “disfrutan lo que hacen”, además indicaron que “se han desestresado y obtenido ingresos ya que en la pandemia muchas quedaron desempleadas”, también una de ellas indicó “mi principal motivación es mi familia, vengo aquí siempre con la esperanza de vender y sustentar los gastos del hogar”. Desde estas perspectivas, se puede visualizar un impacto positivo que motiva a la gente a salir adelante y buscar nuevas formas de ingresos en este escenario post covid19.

4.3 La Opinión Ciudadana

En esta sección se realizaron 2 grupos focales de 5 personas cada uno; el primero de ellos a consumidores que frecuentan las ferias de comercio justo organizadas por el HGADPCH (3 mujeres y 2 hombres) y el segundo a clientes que compran en las ferias organizadas por el GADMR (2 mujeres y 3 hombres). El objetivo fue identificar el nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre: el comercio justo en la ciudad, las ferias que organizan el HGADPCH y el GADMR, el valor agregado que ellos perciben en los productos que comprar y el conocimiento sobre el apoyo que brindan las dos instituciones en temas de comercio justo. Los criterios que se utilizaron para seleccionar la muestra fueron los siguientes:

- **Temporalidad:** clientes frecuentes de las ferias de comercio justo, cuya recurrencia de compra sea mínimo mensual.

- **Espacialidad:** cantón Riobamba, clientes exclusivamente de la Sultana de los Andes.
- **Nivel de Educación:** mínimo bachillerato.
- **Ideología:** Apolítica.

Grupo Focal 3 Ciudadanos y/o Consumidores – HGADPCH

En el grupo de ciudadanos que visitan las ferias organizadas por el HGADPCH existe un desconocimiento sobre lo que es comercio justo ya que al preguntarles sobre este tema se obtuvieron respuestas como “son las ferias agroecológicas que organiza el Consejo Provincial”, “son los productores del campo que vienen a la ciudad a vender sus productos”.

Además, se identificó que ellos compran en esta feria porque tienen la concepción de que son “productos sanos”, les atrae el hecho de que estos productos están “libres de químicos” y “cuentan con el respaldo del Consejo Provincial”, lo que hasta cierto punto les brinda garantía.

Por último, también se debe señalar que en este grupo valoran mucho estas ferias y son clientes habituales de las mismas, ya que para realizar sus compras visitan este espacio en lugar de los mercados tradicionales; sin embargo, conocen muy poco de las prácticas de comercio justo o del trabajo que ha realizado el HGADPCH en estos temas; también existe un desconocimiento total de la marca provincial Somos Chimborazo.

Grupo Focal 4 Ciudadanos y/o Consumidores – GADMR

Los participantes de este grupo focal tenían un leve conocimiento de lo que es comercio justo, ya que lo relacionaron con la “producción responsable”, “prácticas ecológicas” y “precio justo”; sin embargo, se encuentran todavía distantes del verdadero concepto.

En este contexto, el principal motivo por el que visitan este lugar es porque “apoyan al consumo local” y compran “productos sanos”, lo que es interesante, ya que la ciudadanía percibe cierto valor agregado en estos productos y eso los impulsa a comprar en estas ferias.

Igualmente cabe recalcar que en este grupo son clientes habituales de estas ferias, que visitan este lugar por la “cercanía a sus hogares” y que además “se sienten bien apoyando a la gente del campo”; a pesar de todo ello no conocen sobre el trabajo que ha

realizado el GADMR en temas de comercio justo, tampoco conocen la existencia del Comité Local de Comercio Justo y de las alianzas que ha realizado la institución.

4.4 Análisis Comparativo de Resultados Previos

Una vez analizadas las prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH y el GADMR se debe señalar que coinciden en los siguientes puntos:

Ambas instituciones implementaron ferias de comercio justo en la ciudad, apoyando con espacios estratégicos para la comercialización local.

Ambas entidades fomentan el consumo local y la producción de calidad; el HGADPCH se encuentra un poco más adelante en este tema ya que implementó la marca provincial “Somos Chimborazo”.

Las dos instituciones públicas apoyan al desarrollo socio económico de la ciudad, ya que los emprendedores dependen económicamente de las ventas generadas en estos espacios, cabe recalcar que dichas ventas han ido en aumento y el número de beneficiarios directos también ha crecido de una manera importante entre los años 2019 y 2021.

Por otro lado, se diferencian en los siguientes aspectos:

El GADMR implementó un Comité Local de Comercio Justo en la ciudad como estrategia para el fortalecimiento de estas prácticas; este comité se encarga de articular varios actores sociales para el fortalecimiento del comercio justo en la ciudad.

El HGADPCH maneja dos proyectos emblemáticos denominados “Redes Comerciales” y “Fomento Al Emprendimiento y Crédito”, bajo los cuales respalda su trabajo para fortalecer la economía local y el desarrollo socio económico de la ciudad y provincia.

El HGADPCH al tener las competencias de “Fomento Productivo” tiene mayor impacto en temas de comercio justo, por lo que las prácticas implementadas son mucho más amplias, e inclusive en ciertas ocasiones apoya con transporte para que los emprendedores puedan participar en ferias interprovinciales.

Partiendo de este análisis se puede establecer el siguiente diagnóstico:

Figura 4.3 – Diagnóstico del Estado Actual del Comercio Justo en Riobamba



Fuente: Elaborado por los autores

4.5 El camino a seguir según expertos de Comercio Justo

Para la presente sección fueron entrevistados 3 expertos en el tema: el primero de ellos funcionario de Maquita – Comercio Justo en Riobamba, el segundo un funcionario de la CLAC y el tercero un referente en prácticas de comercio justo en la ciudad representante de la Asociación de Plantas Medicinales Jambi Kiwa. Todos ellos expertos en temas de comercio justo por más de 10 años y cuyo eje de acción se encuentra en la ciudad de Riobamba; tras estas entrevistas a profundidad se establecen los siguientes lineamientos de política pública para fortalecer el comercio justo en Riobamba en los próximos cuatro años:

- Primero se debe realizar un estudio para diagnosticar el nivel de desarrollo del comercio justo en la ciudad de Riobamba. En el mismo se deberán identificar las debilidades existentes, las oportunidades que se deberían explotar y también las fortalezas en las que hay que hacer énfasis.
- Segundo se deben establecer metas y objetivos para generar una planificación de actividades enfocadas a fortalecer el comercio justo en la ciudad.

- Tercero se deben subsanar las diferencias existentes entre las instituciones públicas que apoyan al comercio justo en la ciudad: HGADPCH, GADMR, MAG y demás instituciones para lograr un trabajo en equipo y sumar esfuerzos por el bien de la ciudad.
- A todo esto, se debe establecer una campaña comunicacional masiva para la promoción del comercio justo en Riobamba, haciendo énfasis en el valor agregado que tienen estos productos para así fortalecer el consumo local y generar sostenibilidad en estos espacios de comercialización.
- En consecuencia, se deben implementar prácticas novedosas de comercio justo, donde se reflejen los 10 principios que rigen estas prácticas; aquí será importante el trabajo articulado entre instituciones públicas y privadas para generar espacios de promoción, comercialización y práctica del comercio justo.
- A esto se debe acompañar una campaña de empoderamiento y transferencia de conocimiento sobre lo que es el comercio justo, para tener una población informada tanto del lado de los emprendedores como del de los clientes o consumidores.
- En este contexto, se debe evaluar permanentemente cada una de las actividades que se realiza para generar una oportuna retroalimentación y corrección de errores.
- La mejora continua es clave en todo este proceso, ya que permitirá mejorar las prácticas de comercio justo a diario y sobre todo generar espacios de comercio justo cada vez más idóneos a la realidad cotidiana.

Adicional a esto se deben realizar las siguientes acciones concretas:

- Dentro del GADMR se debe reformar la Ordenanza Nro. 005 – 2015 “Para el Fomento, Desarrollo y Fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria en el Cantón Riobamba”, solicitando se amplíe su intervención en temas de comercio justo tales como: presupuesto para la construcción de plazas bio sustentables de comercio justo, campañas de sensibilización hacia la ciudadanía en estos temas, procesos de capacitación y empoderamiento permanente para emprendedores,

productores y artesanos de la ciudad, etc; entre otro aspectos más que se deben considerar y ser mucho más ambiciosos respecto a lo planteado en el 2015.

- Dentro del HGADPCH se debe establecer una ordenanza provincial para fortalecer el comercio justo en la provincia, haciendo énfasis que en Riobamba el GADMR será su principal aliado para generar un impacto enorme en lo que respecta a comercio justo.
- Generar talleres de crecimiento personal dirigido a las personas que participan en las ferias de comercio justo en Riobamba, de modo que se logre el empoderamiento de artesanos, productores y emprendedores quienes bien informados del valor agregado de sus productos pueden comunicar a sus clientes y allegados las ventajas del comercio justo y la importancia de apoyarlo.
- Institucionalizar el Comité Local de Comercio Justo de Riobamba e involucrar más miembros especialmente del sector privado (supermercados locales), de modo que se generen alianzas para la comercialización masiva de productos de comercio justo en estos espacios.

A continuación, se muestra una ilustración que resume lo acotado anteriormente:

Figura 4.4 – El Camino a Seguir Para Fortalecer el Comercio Justo en Riobamba



Fuente: Elaborado por los autores

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El comercio justo es una clara alternativa para el desarrollo socio económico de la ciudad de Riobamba, ya que los resultados reflejados entre los años 2019 y 2021 muestran un crecimiento positivo, cabe hacer énfasis en tres ferias de comercio justo: Feria Chimborazo Emprende Hacia El Cambio, Feria Plaza Vida y Feria Emprende Riobamba cuya evolución ha sido muy positiva ya que de a poco han obtenido mejores resultados; no en vano en las prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH se pasó de 50 a 200 beneficiarios directos con un rédito económico de \$ 43.627,00 en 2019 a 135.082,75 en 2021. De igual forma en las prácticas de comercio justo implementadas desde el GADMR se avanzó de 22 a 60 beneficiarios directos con reporte de ventas que van desde los \$54.000,00 hasta los \$93.000,00 entre los años 2019 y 2021 respectivamente.

Por lo expuesto las prácticas de comercio justo implementadas por el HGADPCH y el GADMR en estos últimos tres años han impactado positivamente en la vida de los riobambeños, que encuentran en ellas una manera de generar ingresos para sus familias, especialmente a raíz de la pandemia donde varios pilares de familia se quedaron sin empleo; el apoyo de la ciudadanía de igual forma va en aumento ya que los reportes de ventas crecen y sobre todo la concepción que tiene el ciudadano común sobre estos espacios es relativamente positiva ya que lo consideran espacios donde se paga un precio justo, se consumen productos sanos y se apoya al emprendedor; sin embargo aún queda mucho por hacer sobre todo para difundir estos espacios de reactivación económica ya que la ciudadanía en su totalidad no los conoce, por lo que una estrategia de marketing enfocada en la difusión masiva es el camino correcto a seguir.

Además de esto se identificaron otros aspectos tales como una latente rivalidad política entre quienes lideran el HGADPCH y el GADMR, misma que se ve reflejada en el individualismo con el que el realizan sus actividades; en temas de comercio justo, cada institución trabaja por su cuenta y no se articula para generar un mayor impacto en sus resultados, sino que todo lo contrario compiten entre sí buscando protagonismo en su eje de acción. Por otro lado, el Comité Local de Comercio Justo de Riobamba es una excelente iniciativa que articula a varias instituciones por lo que su institucionalidad debe ser inminente para los próximos cuatro años, ya que desde este ente se puede regular y

articular un trabajo en equipo entre las instituciones públicas, no gubernamentales y privadas que apoyan el comercio justo.

En este mismo contexto la marca “Somos Chimborazo” es fundamental para generar una estrategia de valor en los productos de comercio justo que se elaboran en la zona, especialmente para los riobambeños ya que la ciudadanía al visualizarla sabrá que al adquirir esos productos está apoyando al comercio justo y al desarrollo de la economía popular y solidaria.

5.2 Recomendaciones

Para futuras investigaciones se sugiere complementar el presente estudio con una metodología de investigación cuantitativa que permita fortalecer los resultados del presente estudio; además se sugiere profundizar en el estudio de las funciones y roles del Comité Local de Comercio Justo de Riobamba, para desde este ente establecer un plan de trabajo que permita impulsar acciones y hojas de ruta para el fortalecimiento del comercio justo en la ciudad.

Las prácticas de comercio justo como las ferias, puntos de comercialización y espacios de reactivación económica donde se practique la esencia de esta economía deben fortalecerse y eso se logrará con un trabajo articulado con la empresa privada y la ciudadanía como clientes potenciales; adicional es muy importante que se repliquen casos de éxito tales como el de la “Asociación de Productores de Plantas Medicinales Jambi Kiwa” mismo que servirá como modelo para otras organizaciones similares en la ciudad.

La participación ciudadana también será un punto clave, ya que su apoyo le brindará sostenibilidad a los espacios de comercio justo y permitirá que se desarrollen de mejor manera; una campaña comunicacional masiva, penetrante y que apele al lado sensible resaltando el valor agregado de los productos de comercio justo será lo más ideal para lograrlo.

La reforma de la Ordenanza Nro. 005 – 2015 “Para el Fomento, Desarrollo y Fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria en el Cantón Riobamba” será de vital importancia y generará a futuro la creación de nuevas ordenanzas para el fortalecimiento del comercio justo que contemplen la realidad del momento con propuestas ambiciosas, objetivos cada vez más específicos y buscando permanentemente la articulación de la

empresa privada como aliados estratégicos para un mejor desarrollo y comercialización de productos de comercio justo.

Por otro lado también, se recomienda a las autoridades de la provincia y ciudad el generar un trabajo colectivo, donde se sumen esfuerzos por una meta común: el desarrollo del comercio justo en la ciudad como una clara alternativa para el crecimiento socio económico de sus emprendedores, productores y artesanos riobambeños.

5.3 Limitaciones de la investigación

El presente trabajo académico se limita únicamente a analizar las prácticas de comercio justo de dos instituciones públicas específicas: el HGADPCH y el GADMR, quedando fuera del análisis otras instituciones privadas y ONGs, tales como Fundación Maquita, el Comité Local para el Comercio Justo en Riobamba, la Asociación de Productores de Plantas Medicinales Jambi Kiwa, entre otras; las mismas que también tienen un interesante eje de acción en este tema pero que no se lo ha abordado por la extensión del mismo.

Un obstáculo interesante del presente estudio fue el hecho de que la información histórica en cuanto a prácticas de comercio justo, tanto del HGADPCH, como del GADMR no se encontraba disponible fácilmente, sino que más bien se fue construyendo con base en las entrevistas a profundidad con los coordinadores y/o técnicos, reportes disponibles en los departamentos, entre otros medios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bravo, M. (2016). El Comercio Justo como una alternativa de fortalecimiento comercial para las organizaciones productoras: Caso aplicado al “Sistema solidario de comercialización del FEPP - CAMARI”. (M. G. Guerrero, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR. Recuperado el 23 de enero de 2022, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11484/Disertaci%C3%B3n%20CJ%20-%20282016-06-19%29-%20Mart%C3%ADn%20Bravo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrillo Parra, E. (Julio de 2018). EL COMERCIO JUSTO UNA ESTRATEGIA DE INCLUSION ECONOMICA PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE LA RURALIDAD ECUATORIANA. EUMED, 10-15. Recuperado el 23 de enero de 2022, de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/comercio-justo-ecuador.html>
Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo, Latinoamérica y el Caribe. (2016). Obtenido de <https://ciudades-comerciojusto.org/riobamba-primera-ciudad-ecuatoriana-comercio-justo/>

CLAC. (s.f.). Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo. Obtenido de <https://clac-comerciojusto.org/comercio-justo/introduccion/comercio-justo/>

Clark, P. (2017). Políticas Públicas y Comercio Justo en el Ecuador: El Caso de la Estrategia Ecuatoriana para el Comercio Justo. CEPAL. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado el 23 de enero de 2022, de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/patrick_clark_-_politicas_publicas_y_comercio_justo_en_el_ecuador.pdf

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (s.f.). Coordinadora Estatal de Comercio Justo. Obtenido de <https://comerciojusto.org/historia-cj/>

Cruz Villacrés, L. (2015). ENFOQUE TEÓRICO EPISTEMOLÓGICO DEL COMERCIO JUSTO CASO DE ESTUDIO ECUADOR. (R. Pinto Rodríguez, Ed.) Quito, Pichincha,

Ecuador: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA UPS. Recuperado el 23 de enero de 2022, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9289/1/UPS-QT07179.pdf>

Decker, L., & Clark, P. (2014). Políticas Públicas y Comercio Justo en el Ecuador: el Camino hacia un “País Justo”. En M. Coscione, H. Mendonça, R. Gomes, L. Decker, P. Clark, R. Oses, & C. L. (CLAC) (Ed.), Políticas públicas para el fomento del comercio justo y solidario en América Latina: los casos de Brasil, Ecuador y Colombia (1 ed., Vol. 1, págs. 41-76). Santa Tecla, La Libertad, El Salvador: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). Recuperado el 23 de enero de 2022, de <https://www.clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/04/Pol%C3%a1ticas-p%C3%ablicas-para-el-fomento-del-comercio-justo-y-solidario-en-Am%C3%a9rica-Latina-los-casos-de-Brasil-Ecuador-y-Colombia.pdf>

Espinosa Quintana, B. (octubre de 2017). Las redes de comercio justo Interacciones entre el don y el intercambio mercantil. Quito, Pichincha, Ecuador: FLACSO ECUADOR. Recuperado el 23 de enero de 2022, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57222.pdf>

GADMR. (2020). Municipio de Riobamba. Obtenido de <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/descarga/category/1096-plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial-2020-2030>

Godoy, D. M. (julio de 2015). Entre economía social y economía popular: confusiones y desaciertos políticos en el “Ecuador del Buen Vivir”. EUTOPIA(7), 147-161. doi:DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1669

HGADPCH. (2019). Resolución Administrativa No. 045 - 2020. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.

HGADPCH. (Abril de 2020). Obtenido de <https://chimborazo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/1.-PDOT-Provincial.pdf>
https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf

INEC. (2010). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>

MAQUITA COMERCIO JUSTO. (2018). ÑUCANCHIC MAQUICUNA NUESTRAS MANOS (Vol. 86). (P. Mason, & M. Pérez, Edits.) Quito, Pichincha, Ecuador: MAQUITA COMERCIO JUSTO. Recuperado el 23 de enero de 2022, de <https://maquita.com.ec/archivos/MAQUICUNA86.pdf>

Marcillo, C., Angulo, S., Rosero, V., & Tapia, R. (2016). VIVE COMERCIO JUSTO MANUAL BÁSICO DE CONCEPTOS AVANCES Y PROYECCIONES EN EL ECUADOR (1 ed.). (CONQUITO, ALCALDÍA QUITO, CAMARI, & NINAKAY, Edits.) Quito, Pichincha, Ecuador: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL UTE ECUADOR. Recuperado el 23 de enero de 2022, de https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf

Martínez Jaramillo, A. (2017). LA ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO Y EL PAPEL DE LA CECJ. Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo - CECJ. El Guabo: CEPAL. Recuperado el 23 de enero de 2022, de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/ecuador_1.pdf

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (2014). ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO 2014-2017. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. Quito: MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD. Recuperado el 23 de enero de 2022, de <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Estrategia-Ecuatoriana-de-Comercio-Justo.pdf>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (2017). ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. Quito: Registro Oficial. Recuperado el 23 de enero de 2022, de https://observatorioess.org/wp-content/uploads/2021/03/n_ecuador_estrategia_de_Comercio_Justo.pdf

Pinta Chafla, C., & Yuquilema Chimbolema, L. (2019). PLAN ESTRATÉGICO PARA EL COMITÉ LOCAL DE COMERCIO JUSTO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, 2019-2022. (I. Basantes Avalos, Ed.) RIOBAMBA, CHIMBORAZO, ECUADOR: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. Recuperado el 23 de enero de 2022, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11375/1/12T01287.pdf>

Pinta, C., & Lourdes, Y. (Abril de 2019). Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11375>

Salas Castelo, E., Arguello Guadalupe, C., & Guapi Auquilla, A. (05 de 01 de 2021). El comercio justo en el contexto del desarrollo sostenible. *VISIONARIO DIGITAL*, 36-51. doi:<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v5i1.1535>

Vargas, A. (2017). Fundación Universitaria del Área Andina. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

WFTO. (s.f.). World Fair Trade Organization - Latin American. Obtenido de <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

ENLACES EXTERNOS

Sitio de recursos de la economía social y solidaria

www.socioeco.org/index_es.html

Economía Solidaria

www.economiasolidaria.org/

Coordinadora Estatal de Comercio Justo

<https://comerciojusto.org/>

World Fair Trade Organization (WFTO)

<https://www.wfto.com>

Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC)

www.clac.com

FAIRTRADE INTERNATIONAL

<https://www.fairtrade.net/>

Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo

COPROBICH

<http://coprobich.com/>

Asociación de Productores de Plantas Medicinales JAMBI KIWA Chimborazo

<http://jambikiwaecuador.com/>

Red Comunitaria de Comercialización Comunitaria (RELACC)

<http://www.relacc-la.org/>

Fundación Maquita

<https://maquita.com.ec/>

Corporación Grupo Salinas

<https://salinerito.com/>

CAMARI Sistema Solidario de Comercialización del FEPP

<https://www.camari.org/index.php>

FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRESSIO-FEPP

<https://gsfepp.org.ec/>

Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ)

<https://cecjecuador.org.ec/>

Símbolo de Pequeños Productores (SPP)

<https://spp.coop/>

Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo (OESCJ)

www.oescj.org.ec/

Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo – Latinoamérica y el Caribe

<https://ciudades-comerciojusto.org/>

Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo

<http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/>

Comité Local de Comercio Justo Riobamba

<https://www.facebook.com/Comercio-Justo-Riobamba-401338580231092/>

Municipio de Riobamba

<http://www.gadmriobamba.gob.ec/>

Prefectura de Chimborazo

<https://chimborazo.gob.ec/>

Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS)

<https://www.economiasolidaria.gob.ec/>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)

<https://www.seps.gob.ec>

Superintendencia de Control del Poder de Mercado SCPM

<https://www.scpm.gob.ec>

Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

<https://www.agricultura.gob.ec>

Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)

<https://www.inclusion.gob.ec>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR

<https://www.proecuador.gob.ec>

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Agroecología: término que se refiere al proceso de agricultura empleando prácticas que no incluyan el uso de compuestos químicos que dañen el medio ambiente.

Artesano: persona con habilidades y destrezas para realizar actividades u objetos con sus manos.

Campesino: persona cuyo origen, vida y trabajo se remite al campo.

Chimboracense: persona y/o cosa que tiene su origen en la provincia de Chimborazo.

Comercio Justo: modelo de comercio en el que se incentiva una relación comercial justa entre productores y consumidores; se prioriza el bienestar colectivo y la responsabilidad social desde la producción hasta la comercialización de un producto o servicio.

Economía Popular y Solidaria: modelo económico cuya principal característica es el bienestar colectivo donde el dinero está siempre después de la persona.

Empoderamiento: desarrollar en un hombre o mujer la confianza en sus capacidades y talentos de modo que los fortalezca y saque ventaja de los mismos.

Emprendedor: persona con iniciativa que empieza y desarrolla una idea de negocio.

Empresario: persona de negocios que administra o dirige una empresa.

Precio Justo: valor justo de un producto o servicio que garantiza ganancias para el comprador como para el vendedor.

Productividad: indicador que relaciona la cantidad de una producción frente a los recursos utilizados para conseguir la misma.

Productor: persona que interviene en la creación, elaboración o fabricación de un producto.

Responsabilidad Social: se refiere al compromiso y deber que deberían tener todos los individuos de una sociedad o empresa para contribuir con una sociedad cada vez más justa y con valores éticos.

Riobambeño: persona y/o cosa que tiene su origen en la ciudad de Riobamba.

Salario digno: remuneración o compensación económica acorde a una actividad desempeñada, donde se reconozca el esfuerzo, grado de preparación y experiencia de un individuo.

Valor Agregado: característica o beneficio adicional que se percibe en un producto o servicio frente a otros.

ANEXOS

ANEXO 1

MODELO DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Entrevistado: Directores o Coordinadores HGADPCH / GADMR

Tiempo Duración: 10 - 15 min

Buenos días, nosotros somos Luis Fernando Moreno y Anthony Sani, estudiantes de la Maestría en Políticas y Gestión Pública de ESPOL, y estamos realizando un estudio sobre el aporte en temas de comercio justo que el HGADPCH y/o GADMR han realizado al desarrollo socio económico de la ciudad de Riobamba entre los años 2019 y 2021. Por lo cual estamos realizando esta pequeña entrevista para conocer más de cerca las acciones que se han emprendido en este tema.

SECCIÓN 1: GENERALIDADES

- 1) Buen día, ¿con quién tengo el gusto y cuál es su cargo dentro de la institución?
- 2) ¿Qué funciones cumple su departamento?
- 3) ¿Qué es para usted el comercio justo?
- 4) ¿Manejan ustedes algún programa y/o proyecto en temas de comercio justo en la ciudad, si sí cómo se llama y de qué trata?

SECCIÓN 2: PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO

- 4) ¿Qué prácticas de comercio justo se han implementado desde su institución en estos últimos 3 años?
- 5) ¿Cuál es el apoyo que brinda la institución en este tema y a quiénes?
- 6) ¿Qué alianzas estratégicas están manejando?

SECCIÓN 3: APOORTE EN TEMAS DE COMERCIO JUSTO AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LA CIUDAD

- 7) ¿Cuáles son los resultados tangibles de este apoyo? (Ventas históricas, beneficiarios directos, espacios de comercialización aperturados, etc.)
- 8) ¿Qué planes se tiene a futuro para fortalecer el comercio justo en la ciudad?
- 9) ¿Qué aspectos cree que se deben mejorar en temas de comercio justo en la ciudad?

GRACIAS.

MODELO DE ENTREVISTA - GRUPO FOCAL 1

Grupo Entrevistado: Emprendedores, productores y/o artesanos riobambeños.

Tiempo Duración: 25 - 30 min

Buenos días, nosotros somos Luis Fernando Moreno y Anthony Sani, estudiantes de la Maestría en Políticas y Gestión Pública de ESPOL, y estamos realizando un estudio sobre el apoyo que ustedes han recibido en temas de comercio justo por parte del HGADPCH y/o GADMR en la ciudad de Riobamba entre los años 2019 y 2021. Agradeceríamos mucho su sinceridad, el tiempo estimado para responder cada pregunta es de 30 a 60 segundos.

SECCIÓN 1: GENERALIDADES

- 1) Buenos días, ¿con quién tengo el gusto y a qué se dedica?
- 2) Cuando ustedes escuchan la palabra comercio justo ¿qué es lo primero que se les viene a la cabeza?
- 3) Bajo ese concepto, ¿Usted cree que las ferias organizadas por el HGADPCH y/o GADMR son de comercio justo?

SECCIÓN 2: APOYO RECIBIDO

- 4) ¿Cuánto tiempo lleva participando en este tipo de ferias organizadas por el HGADPCH y/o GADMR?
- 5) ¿Cuál es el apoyo que usted o su emprendimiento han recibido por parte del HGADPCH y o GADMR?
- 6) ¿En qué otros aspectos más les gustaría que el HGADPCH y/o GADMR los apoyen?

SECCIÓN 3: IMPACTO DE ESTAS PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO EN SUS VIDAS

- 7) ¿Cuál es su principal motivación para participar de este tipo de ferias?
- 8) ¿Cuán impactantes han sido estas ferias de comercio justo en su vida? (¿le han significado ingresos económicos, crecimiento de su negocio, mejoramiento de su calidad de vida?)
- 9) ¿Qué aspectos cree usted que se puedan mejorar a futuro?

GRACIAS.

MODELO DE ENTREVISTA - GRUPO FOCAL 2

Grupo Entrevistado: Consumidores y ciudadanos riobambeños.

Tiempo Duración: 20 - 30 min

Buenos días, nosotros somos Luis Fernando Moreno y Anthony Sani, estudiantes de la Maestría en Políticas y Gestión Pública de ESPOL, y estamos realizando un estudio sobre la percepción que la ciudadanía tiene sobre el comercio justo en la ciudad de Riobamba, especialmente las acciones que se han emprendido entre los años 2019 y 2021.

Agradeceríamos mucho su sinceridad, el tiempo estimado para responder cada pregunta es de 30 a 60 segundos.

SECCIÓN 1: GENERALIDADES

- 1) Buenos días, ¿con quién tengo el gusto y a qué se dedica?
- 2) Cuando ustedes escuchan la palabra comercio justo ¿qué es lo primero que se les viene a la cabeza?
- 3) ¿Dónde realiza habitualmente usted sus compras?
- 4) ¿Conoce usted las ferias de comercio justo que impulsa el HGADPCH y el GADMR?

SECCIÓN 2: NIVEL DE APOYO

- 5) ¿Compraría usted habitualmente en ferias de comercio justo?, Sí o no y ¿por qué?
- 6) ¿Conoce usted las entidades encargadas de fortalecer el comercio justo en Riobamba? Si sí, menciónelas.

SECCIÓN 3: OPINIÓN

- 7) ¿Conoce usted el trabajo realizado en temas de comercio justo por parte del HGADPCH y GADMR en la ciudad?, Si sí, detalle lo que conoce.
- 8) ¿Sabía usted que Riobamba cuenta con un Comité Local para el Comercio Justo?, Si sí detalle lo que conoce.
- 9) ¿Qué opina usted sobre las ferias de comercio justo en la ciudad?

GRACIAS.

MODELO DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Entrevistado: Expertos del tema (Fundación Maquita y CLAC)

Tiempo Duración: 10 - 15 min

Buenos días, nosotros somos Luis Fernando Moreno y Anthony Sani, estudiantes de la Maestría en Políticas y Gestión Pública de ESPOL, y estamos realizando un estudio sobre el aporte en temas de comercio justo que el HGADPCH y/o GADMR han realizado al desarrollo socio económico de la ciudad de Riobamba entre los años 2019 y 2021. Por lo cual estamos realizando esta pequeña entrevista para tener una visión más completa del comercio justo.

SECCIÓN 1: GENERALIDADES

- 1) Buen día, ¿con quién tengo el gusto y cuál es su cargo en Fundación Maquita o CLAC?
- 2) ¿Qué funciones cumple su departamento?
- 3) ¿Conocen ustedes las prácticas de comercio justo que se han implementado en Riobamba en los últimos años? Si sí, mencione algunos.

SECCIÓN 2: ¿CÓMO FORTALECER EL COMERCIO JUSTO?

- 4) ¿Cómo cree usted que se debería fortalecer estas prácticas de comercio justo en la ciudad de Riobamba para los próximos años?
- 5) ¿Cuán importante considera usted el rol de las entidades públicas como el HGADPCH y el GADMR para el fortalecimiento del comercio justo en la ciudad?
- 6) ¿A su criterio, existe en Riobamba un verdadero comercio justo basado en los 10 principios que plantea la Organización Mundial del Comercio Justo - WFTO?
- 7) ¿Cuál debería ser el rol del productor, emprendedor y artesano riobambeño en este proceso para fortalecer el comercio justo?
- 8) Y ¿Cuál debería ser el rol de la ciudadanía para fortalecer el comercio justo en Riobamba?
- 9) ¿Qué entidades cree usted que deberían involucrarse más y trabajar conjuntamente en Riobamba para fortalecer el comercio justo en la ciudad?
- 10) ¿Qué planes tiene a futuro su organización y o fundación para fortalecer el comercio justo en la ciudad?

GRACIAS.

**REGISTRO FOTOGRÁFICO PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO
HGADPCH y GADMR**

ENTREVISTAS / GRUPOS FOCALES

Evidencia fotográfica de grupo focal realizado a emprendedores, productores y artesanos riobambeños:



PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO IMPLEMENTADAS POR EL HGADPCH

Ferias Chimborazo Emprende Hacia El Cambio



Puntos de Comercialización del HGADPCH



Ferias nocturnas



Puntos de venta interprovinciales



Canastas Agroecológicas



Feria Móvil



PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO IMPLEMENTADAS POR EL GADMR

Plaza Vida



Ferias Emprende Riobamba






Comité Local de Comercio Justo Riobamba



PARTICIPANTES GRUPO FOCAL – EMPRENDEDORES RESPALDADOS POR EL HGADPCH

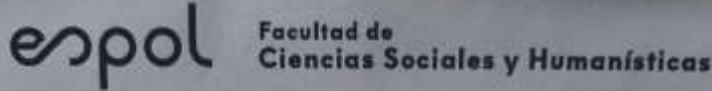
espol Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

GRUPO FOCAL: EMPRENDEDORES, PRODUCTORES y/o ARTESANOS

Nombre y Apellido	Cédula de Identidad	Emprendimiento	Teléfono	Firma
EDISON VACA	1711007979	RIO HATE	0992601730	
MARCIA BIZA	060794594	Yogurt mat		
Patricia Guzman	060529550-0	legumbres	0992360290	
Renee T. Gajá	060435018-1	Apícola Rumor, Méj.	0994333595	
Doris Lozano	060258779	Arte en Flores	0998838151	

Anthony Sani Luis Fernando Moreno

PARTICIPANTES GRUPO FOCAL – EMPRENDEDORES RESPALDADOS POR EL GADMR



GRUPO FOCAL: EMPRENDEDORES, PRODUCTORES y/o ARTESANOS

Nombre y Apellido	Cédula de Identidad	Emprendimiento	Teléfono	Firma
Carmen Henchán	0601690076	Schud S+	0981879639	<i>[Signature]</i>
Karlina Coronado	0605024635	KACOB A	0964893842	<i>[Signature]</i>
Isabel M. Quin	060363736-4	tortilla	0982917665	<i>[Signature]</i>
Dancy Pezozo	060230328-1	Morandi de los Rios	0598230821	<i>[Signature]</i>
Norua Rivera	0602015677	Jaton chocho	0981132796	<i>[Signature]</i>

Anthony Sani Luis Fernando Moreno