



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN
ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN
AGROINDUSTRIAL Y AGROPECUARIA**

TEMA:

**PROPUESTA PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN FAIRTSA
EN COMERCIO JUSTO DE LA ASOCIACIÓN AGRO -
ARTESANAL LA PEPA DE ORO, BOLÍVAR – MANABÍ**

AUTORAS:

**MARÍA MERCEDES SABANDO VERA
ELIANA GABRIELA ZAMBRANO ZAMBRANO**

TUTOR:

ING. OSWALDO VALAREZO BELTRON, MG.

CALCETA, DICIEMBRE 2016

DERECHOS DE AUTORÍA

María Mercedes Sabando Vera y Eliana Gabriela Zambrano Zambrano, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según el establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

MARÍA M. SABANDO VERA

ELIANA G. ZAMBRANO ZAMBRANO

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Oswaldo Valarezo Beltron certifica haber tutelado la tesis **PROPUESTA PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN FAIRTSA EN COMERCIO JUSTO DE LA ASOCIACIÓN AGRO - ARTESANAL LA PEPA DE ORO, BOLÍVAR – MANABÍ**, que ha sido desarrollada por **María Mercedes Sabando Vera y Eliana Gabriela Zambrano Zambrano**, previa la obtención del título de Ingeniero Comercial con Mención Especial en Administración de Empresas Agroindustriales y Agropecuarias, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

ING. OSWALDO VALAREZO BELTRON, MG.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis **PROPUESTA PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN FAIRTSA EN COMERCIO JUSTO DE LA ASOCIACIÓN AGRO - ARTESANAL LA PEPA DE ORO, BOLÍVAR – MANABÍ**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por **María Mercedes Sabando Vera y Eliana Gabriela Zambrano Zambrano**, previa la obtención del título de Ingeniero Comercial con Mención Especial en Administración Agroindustrial y Agropecuarias, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

LIC. MARÍA G. MONTESDEOCA, MG. ING. BENIGNO J. ALCÍVAR MARTÍNEZ, MG.

MIEMBRO

MIEMBRO

DR. VÍCTOR M. PAZMIÑO MENA, MG.

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A La Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A mi Señor Jehová Dios por iluminarme, guiarme y encaminarme por los buenos senderos,

A mis queridos padres ejes fundamentales de mi vida; les agradezco por darme su apoyo incondicional, por estar siempre presente en los buenos y malos momentos; en especial a mi querida madre,

A mi esposo por apoyarme en mis estudios, por haber tenido tanta confianza en mí intelecto,

Quiero agradecer además a un ser maravilloso que llegó a mi vida; a cambiarla por completo, no fue un obstáculo al contrario fue mi mayor fuerza, con su sonrisa y demás gestos encantadores me dio voluntad, ánimo y coraje para luchar por cada sueño, anhelo o meta. Sin lugar a dudas fue mi mayor inspiración,

Así mismo doy un agradecimiento a mis queridos hermanos, en especial a mi hermana por ayudarme en cada una de las etapas de la investigación,

A mis gratos maestros quienes me fructificaron con sus valiosos saberes y conocimientos permitiéndome desenvolverme eficazmente en cada una de mis tareas académicas. Agradezco además a nuestra querida Directora de carrera Ing. Columba Bravo, Mg. por inculcarnos con sus grandes experiencias.

.....
ELIANA G. ZAMBRANO ZAMBRANO

AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso por iluminarme hacia el camino del éxito.

A mis familiares especialmente a: Santa Farías y Efren Sabando, quienes me dieron la fortaleza de vencer las dificultades y alcanzar mi meta anhelada.

A Ing. Columba Bravo Macías, Mg. Directora de carrera por ser una persona solidaria, gentil y motivadora con sus estudiantes incentivándonos cada día a ser profesionales exitosos.

A mis amigas (os) con los que compartimos momentos de felicidad y también le doy gracias a las (os) maestras (os) por el apoyo de sus enseñanzas diarias para mi formación profesional.

.....
MARÍA M. SABANDO VERA

DEDICATORIA

Dedico este gran esfuerzo al todopoderoso Señor Dios; por ser la luz celestial, que guía mi camino día tras días;

A mis seres amados, queridos padres, por ser mi razón de ser, mis grandes consejeros; a ellos les dedico el presente trabajo,

A mi niña amada, ser que alegra mi existir, y quien es mi motivo de lucha,

A mi esposo por su apoyo incondicional en cada una de mis gestiones,

A mis queridos hermanos, amigos (as) por su gran colaboración en cada tarea dándome ánimos para continuar,

A todos estos seres maravillosos que se destacan por su sencillez, generosidad, empatía, les dedico la presente tesis, que ha representado para mí; una tarea ardua; pero ha sido realizada con mucho amor, esmero y dedicación; pues la investigación es uno de las temáticas que mayor me fascinan.

.....
ELIANA G. ZAMBRANO ZAMBRANO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis toda mi fe, esfuerzo y cariño, además a Dios por ser el motor de mi vida diaria, como también en los momentos que me causaron tristeza y ser una guía celestial en el camino del bien para culminar mis estudios.

A mi madre y hermano que con su paciencia, ternura, motivación y por darme el apoyo continuo en esos momentos de alegrías y tristezas hasta finalizar mi etapa universitaria.

.....
MARÍA M. SABANDO VERA

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vii
CONTENIDO GENERAL.....	ix
RESUMEN	xii
PALABRAS CLAVE.....	xiii
ABSTRACT	xiv
KEY WORDS	xiv
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.1.1. JUSTIFICACIÓN.....	4
1.2. OBJETIVOS	7
1.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1.3. IDEA A DEFENDER.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO JUSTO.....	8
2.2. CONCEPTO DE COMERCIO JUSTO.....	9
2.2.1. OBJETIVO DEL COMERCIO JUSTO.....	10
2.2.2. PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO.....	11
2.2.3. FUNCIONAMIENTO ECONÓMICO DEL COMERCIO JUSTO	14
2.3. EL COMERCIO JUSTO Y LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA.....	17
2.4. EL COMERCIO JUSTO, UNA ESTRATEGIA HACIA EL BUEN VIVIR....	18
2.5. EL COMERCIO JUSTO Y EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA..	19
2.6. EL CJ COMO EXPRESIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE	20
2.7. DEFINICIÓN DE CERTIFICACIÓN.....	21
2.7.1. IMPORTANCIA DE OBTENER UNA CERTIFICACIÓN	22
2.8. LA CERTIFICACIÓN EN EL COMERCIO JUSTO	23

2.8.1. BENEFICIOS DE LA CERTIFICACIÓN EN COMERCIO JUSTO.....	24
2.1.1. PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN EN CJ	26
2.2. PRODUCCIÓN DEL CACAO	30
2.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR ECUATORIANO	31
2.2.2. CULTIVO Y PRODUCCIÓN	32
2.3. EXPORTACIÓN DEL CACAO	33
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	34
3.1. UBICACIÓN	34
3.2. DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.3. VARIABLES EN ESTUDIO	35
3.4. POBLACIÓN	35
3.5. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	36
3.6. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
3.7. TÉCNICAS	38
3.8. HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO	40
3.9. HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	40
3.10. PROCEDIMIENTOS	41
3.10.1. ETAPA 1	41
3.10.2. ETAPA 2.....	41
3.10.3. ETAPA 3.	42
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES.....	97
5.1. CONCLUSIONES.....	97
5.2. RECOMEDACIONES.....	97
ANEXO.....	107

CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS

Figura 1. Contribución del comercio justo según autores.....	13
Figura 2. Criterios positivos y negativos del comercio justo	14
Figura 3. Relación entre comercio justo y desarrollo local	21
Figura 4. Pasos para obtener la certificación	23
Cuadro 2.1. Servicios que ofrecen las Certificadoras.....	25
Cuadro 2.2. Criterios para obtener la certificación FairTSA	27
Foto 3.1. ubicación de la asociación	33
Cuadro 4.1. datos básicos del productor	43-44
Cuadro 4.2. Conocimiento acerca de la certificación FAIRTSA	44
Gráfico 4.2. Tabulación respecto al conocimiento de certificación	44
Cuadro 4.3. La organización cuenta con el producto orgánico.....	45
Gráfico 4.3. Tabulación del producto orgánico	45
Cuadro 4.4. La relación del administrador entre los socios	46
Gráfico 4.4. Tabulación de relaciones de trabajo	46
Cuadro 4.5. Frecuencia de capacitaciones	47
Gráfico 4.5. Tabulación de las capacitaciones	47
Cuadro 4.6. Tipos de capacitaciones que reciben los productores	48
Gráfico 4.6. Tabulación de los tipos de capacitaciones.....	48
Cuadro 4.7. Capacidad de producción adecuada	49
Gráfico 4.7. Tabulación de la capacidad productiva	49
Cuadro 4.8. Las relaciones laborales con los miembros de la asociación	50
Gráfico 4.8. Tabulación de las relaciones laborales	50
Cuadro 4.9. La integración de las mujeres en las actividades	51
Gráfico 4.9. Porcentajes de la participación femenina	51
Cuadro 4.10. Participación familiar en las actividades de la finca	52
Gráfico 4.10. Tabulación del involucramiento familiar en la finca.....	52
Cuadro 4.11. Actividades realizadas en la comunidad.....	53
Gráfico 4.11. Actividades realizadas en la comunidad	53
Cuadro 4.12. Proyectos implementados en la asociación.....	53
Gráfico 4.12. Tabulación de proyectos implementados.....	53
Cuadro 4.13. Proyectos que le gustaría potencializar	54
Gráfico 4.13. Tabulación de proyectos que le gustaría potencializar	54-55

Cuadro 4.14. El apoyo de instituciones gubernamentales	56
Gráfico 4.14. Tabulación del apoyo de instituciones gubernamentales.....	56
Cuadro 4.15. Métodos de riego para el cultivo de cacao	56
Cuadro 4.15. Métodos de riego para el cultivo de cacao	57
Cuadro 4.16. La comercialización de los productos	57
Gráfico 4.16. Tabulación de la comercialización del productos.....	57
Cuadro 4.17. Situación comercial de la asociación	58
Gráfico 4.17. Tabulación de la situación comercial de la asociación.....	59
Cuadro 4.18. Fines de la asociación en el entorno	59
Gráfico 4.18. Tabulación de los fines de la asociación.....	59-60
Cuadro 4.19. Factores positivos y negativos de la situación de la asociación	61
Cuadro 4.20. Situación interna de la asociación	62-64
Cuadro 4.21. Situación externa de la asociación	65-66
Cuadro 4.22. Detalles principales para el proceso de certificación	66
Cuadro 4.23. Grado de cumplimiento de los requisitos del criterio social	68-72
Gráfico 4.19. Grado de cumplimiento de los requisitos del criterio social	73
Cuadro 4.24. Grado de cumplimiento de los requisitos del criterio productivo	75
Gráfico 4.20. Porcentaje de cumplimiento del estandar productivo.....	75
Cuadro 4.25. Grado de cumplimiento de los requisitos económicos.....	78-79
Gráfico 4.21. Porcentaje de cumplimiento de los requisitos FairTSA.....	80
Cuadro 4.26. Grado de cumplimiento del criterio ambiental.....	81-82
Gráfico 4.22. Porcentaje de cumplimiento de los requisitos FairTSA.....	83
Cuadro 4.27. Análisis DAFO de las variables críticas	86
Cuadro 4.28. Estrategias para mejorar la situación de las variables	86-87
Cuadro 4.29. Plan de acciones estratégicas	90-97

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo elaborar una propuesta para obtener la certificación en comercio justo de cacao de la asociación La Pepa de Oro, ubicada en Bolívar–Manabí. Para el desarrollo del estudio se aplicó técnicas de compilación de datos como: investigación de campo, bibliográfica, entrevista en profundidad y encuestas que permitieron conocer la situación interna y externa de la asociación en relación a las condiciones sociales, productivas, económicas y medioambientales; la población estuvo conformada por los 33 productores y el muestreo utilizado fue el no probabilístico intencional. A partir del diagnóstico situacional se aplicó el método FODA pudiendo conocer, analizar y sintetizar los puntos fuertes y débiles de la organización; consecutivamente se elaboraron matrices de evaluación MEFE, MEFI y de certificación; para este procedimiento se utilizó el criterio de experto y así evaluar el desempeño de la asociación y los criterios que tienen mayor peso en comercio justo; luego se efectuó el análisis CAME para corregir puntos débiles, afrontar amenazas, mantener las potencialidades y explotar las oportunidades; realizado este paso se planteó el plan de acciones estratégicas a aquellas variables que se encuentran en un estado crítico. En conclusión esta sociedad cumple un 56% en correspondencia a los criterios básicos y de desarrollo de la dimensión social, productiva, económica y ambiental; por lo tanto es necesario el monitoreo continuo de los requisitos del comercio justo (FAIRTSA), y; también el seguimiento y control del plan estratégico que permita verificar el avance o cumplimiento de cada una de las estrategias propuestas.

PALABRAS CLAVE: Propuesta, comercio justo, certificación FAIRTSA, cacao, asociación.

ABSTRACT

The research aimed to develop a proposal to get a certification in cocoa Fair Trade association La Pepa de Oro, located in Bolivar-Manabi. To develop the Study there were some different techniques applied such as: field research, bibliographic research, deep interviews and surveys that allowed us to know the internal and external situation of the association in relation to social, productive, economic and environmental conditions. The population consisted of 33 producers and sampling used was non-probabilistic intentional. From situational analysis the SWOT method was applied in order to analyze and summarize the strengths and weaknesses of the organization. Other matrices were consecutively developed for the MEFE, MEFI and evaluation certification. For this procedure expert criteria used and thus evaluate the performance of the association and the criteria that have greater weight. Then the CAME analysis was performed to correct weaknesses, confront threats, maintain the potential of the association and exploit opportunities; when finished this step a strategic plan of variables that are in a critical state actions raised. In conclusion this company fulfills 56% corresponding of the basic criteria and development of social, productive, economic and environmental dimensions; therefore continuous monitoring of the requirements of Fair Trade (FAIRTSA) is needed, and; also the monitoring and control of the strategic plan to check the progress or fulfillment of each of the proposed strategies.

KEY WORDS: Proposal, fair trade, FAIRTSA certification, cocoa, association

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Ecuador por sus especiales condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de cacao Nacional fino y de aroma con el tradicional “Sabor Arriba” que ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional por las características de su sabor floral único y característico con una participación del 62% del mercado mundial, dando sustento alrededor de cien mil familias que practican este cultivo (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2010).

El mercado de alimentos ecológicos certificados ha experimentado un desarrollo muy dinámico durante los últimos años, el fuerte crecimiento ha sido la preocupación de los consumidores por la seguridad de alimentos orgánicos, étnicos y productos de especialidad. Con lo cual aparece una forma de comercio que se inició en los cincuenta, impulsada por varias organizaciones y movimientos sociales quienes promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores; como consecuencia del desarrollo dinámico del cultivo de cacao y el apoyo institucional, se han conformado asociaciones de productores, entre las que figuran la Asociación San Carlos, Kallari (INIAP, 2010) y Pacari; empresa familiar que se dedica a elaborar el chocolate orgánico más fino del Ecuador, desde la cosecha hasta la distribución del producto terminado; trabajan con pequeños productores de cacao orgánico, a través de la creación de un modelo transparente de innovación en la fabricación “del grano a la barra” con responsabilidad social y bajo un esquema de comercio directo con agricultores orgánicos certificados. Actualmente, Pacari produce chocolate en polvo, crudo y de barras con una amplia gama de sabores andinos como la hierba Luisa, la uvilla, el mortiño, el ají, la sal de Cusco, el merkén, estos productos se encuentran presentes cerca de 28 países alrededor del mundo (Maldonado *et al.*, 2013), sin embargo

existen todavía limitaciones en la consolidación organizativa, según la Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva (2015) se mantienen niveles de productividad muy bajos debido a la ausencia de políticas de fomento y de apoyo a la producción lo que ha generado en el MAGAP una política pública para la reactivación del sector que se viene implementando desde 2011.

A nivel provincial la mayor concentración del cultivo del cacao se encuentra en las provincias Los Ríos, Guayas, Manabí, Esmeraldas, El Oro y en las provincias del nororiente está Sucumbíos, Orellana y Napo. En las provincias de Orellana y Sucumbíos se estima en los últimos años un incremento aproximado de 20.000 ha de cacao tipo Nacional, constituyéndose en el transcurso de dos a tres años, en una de las principales proveedoras de cacao para la exportación; por otra parte la provincia de Zamora Chinchipe, poco a poco ingresa en el mapa productor de cacao Nacional fino de aroma.

En el ámbito local la parroquia Membrillo del cantón Bolívar, la producción de los cultivos perennes como cacao, plátano, café, cítricos, entre otros se fundamenta exclusivamente en productos que sirven para la subsistencia y en algunos casos los excedentes se venden en el sitio a los intermediarios recibiendo un precio que lo consideran bajo, el dinamismo del comercio no es muy fuerte, pues los productos de la zona se comercializan a través de intermediarios locales que entregan a comerciantes que vienen desde Quito, Guayaquil, Manta y Huaquillas, entre los principales. No existe infraestructura ni centros de acopio salvo el caso de la Asociación Pepa de Oro (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural Membrillo, 2014). La misma que nace en el año 2000 con el nombre 17 de septiembre debido a las reuniones que los socios realizaban; con el pasar del tiempo se constituye jurídicamente como asociación Agro - artesanal La Pepa de Oro en el año 2010. He aquí donde se centra el presente estudio; pues la asociación se está viendo afectada por diversas situaciones que le impiden acceder a un sistema de comercio más digno y amigable; debido a que los productores de La Pepa

de Oro están asociados a la Fundación Maquita Cushunchic dándole la potestad y reconocimiento a todos los beneficios de un comercio justo, otras limitaciones que presenta la asociación es de no poseer suficiente capital operativo de liquidez, una política de comercio justo; entre otros elementos.

Pues la suscripción de Membrillo asienta una gran virtud; ser poseedor de la mejor calidad de cacao y una comunidad llamada Piedra de Plata; en donde el cacao certificado cumple con un 90% de exigencia; Membrillo produce un 90% de cacao fino y de aroma. Además los productores de La Pepa de Oro cuentan con dos esquemas la Rainforest y la EcoCert; sin embargo esta última ha perdido credibilidad y confianza; puesto que al realizar las inspecciones los encargados de esta rama no actualizan, es decir; si la producción fue de 40% de cacao después de seis meses sigue habiendo lo mismo¹

Dentro de ese marco la iniciativa de comercio justo se convierte en un elemento fundamental de desarrollo para aquellos sectores cacaoteros que están en miras de crecimiento y de convertirse en una zona responsable, basada en la transparencia de sus transacciones comerciales; eliminando intermediarios de la actividad comercial, ya que el no tener una certificación no contribuye a mejorar las condiciones de vida de la asociación de productores LA PEPA DE ORO; por lo tanto el diseño del esquema Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao implica la puesta en práctica de criterios sociales, productivos, económicos y ambientales donde la familia de productores y la colectividad rural sea la que reciba los beneficios de este sistema alternativo que es el pago de un precio justo, condiciones de trabajos seguras, relaciones transparentes entre otros principios que apuntan directamente a la construcción del Buen Vivir.

Sobre las bases de las ideas expuestas se establece la siguiente interrogante.

¹ Intriago, L. 2015. Criterios sobre la situación de la asociación a breves rasgos. (Entrevista no estructurada). Membrillo – Manabi, EC. Asociación Agro - artesanal La Pepa de Oro

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo diseñar una propuesta de certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao para la asociación agro - artesanal La Pepa de Oro en la parroquia Membrillo que contribuya al desarrollo del sector?

1.1.1. JUSTIFICACIÓN

Según Art. 336 de la Constitución de la República del Ecuador establece el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades.

Por lo tanto el diseño de una propuesta de certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao para la asociación agro - artesanal La Pepa de Oro contribuye al desarrollo de la familia de productores ya que a través de su gestión de liderazgo, el reconocimiento y cumplimiento de todas las características de su accionar en el proceso organizativo, productivo de cacao en grano y ambiental proporcionará oportunidades de mejoras como el aumento de ingresos, en la calidad del producto y las condiciones de vida de la comunidad.

En el aspecto social se busca que como grupo asociativo se promueva ese clima de pertinencia y participación hacia la organización sirviendo como base para una administración transparente en donde los resultados que se consigan sean para el bien común de toda la familia de productores y demás miembros sin distinción alguna. Por otro lado a través de este sistema no solo se beneficia la organización sino también la comunidad ya que uno de los requisitos que estipula la certificación Fair Trade Sustainability Alliance es desarrollar proyectos sociales que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la colectividad.

En lo económico en el Ecuador el comercio justo representa aproximadamente el 1% del total de exportaciones no petroleras, agrupando a 46 organizaciones y empresas certificadas y comprende 16 productos certificados bajo sellos de comercio justo (FLO, WFTO, sello de pequeños productores y Fairforlife). Las proyecciones de exportaciones de actores de la economía popular y solidaria a través de este sistema fueron de \$ 140,4 millones en 2014 (Ministerio de Comercio Exterior, 2013).

De las organizaciones y empresas que cuentan con certificación de comercio justo, el 79% exportan directamente y el 21% a través de intermediarios; el 42% son organizaciones de productores y productoras, aproximadamente el 28% se dedican a la producción de banano, el 24 % a la producción de cacao (Ministerio de Comercio Exterior, 2013).

Resulta fundamental que las asociaciones se inserten en la iniciativa de comercio justo pues no solo contribuye en el crecimiento económico de la nación sino también permite que los socios de la organización mejoren sus relaciones comerciales recibiendo un precio justo por la calidad de sus productos con lo cual se pueda mejorar la calidad de vida de aquellos productores.

En lo ambiental permite a los productores mejorar sus procesos de producción según Fridel (2006) citado por Chávez y Patraca (2011) pone énfasis en el uso reducido de agroquímicos, un manejo apropiado y seguro de residuos, el mantenimiento de la fertilidad de los suelos y de los recursos hidrológicos, y el no uso de organismos genéticamente modificados. Siendo beneficioso ya que de esta manera los consumidores pueden obtener un producto de calidad y el sector puede convivir en un ambiente sano promoviendo la sostenibilidad socio ambiental.

Por otro lado Soto & Mili (2013) difieren que si lo rural cumple funciones económicas, sociales y ambientales para toda la sociedad, entonces su

desarrollo debe contribuir también con la mejora de la calidad de vida de su población, al dirigir todos los esfuerzos hacia la resolución de situaciones persistentes de pobreza e inequidad, en aras de alcanzar la sostenibilidad.

En lo legal la combinación de las orientaciones éticas y programáticas del Buen Vivir apuntan a la articulación de las libertades democráticas con la posibilidad de construir un porvenir justo y compartido: sin actuar sobre las fuentes de la desigualdad económica y política no cabe pensar en una sociedad plenamente libre. Es así que en su objetivo 3. destaca mejorar la calidad de vida de la población; objetivo 4. garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable; objetivo 6. el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas de acuerdo al Plan Nacional para el Buen Vivir.

Es una forma óptima de garantizar las condiciones humanísticas en las empresas en la igualdad de oportunidades, estabilidad laboral y por ello favorece de una manera positiva a la producción y comercialización, además a la participación de un comercio internacional coadyuvando al crecimiento del producto en el mercado.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar la propuesta de certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao para la asociación agro - artesanal La Pepa de Oro, Bolívar–Manabí que contribuya al desarrollo del sector.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar los factores internos y externos de las condiciones sociales, productivas, económicas y medioambientales.
2. Determinar el grado de cumplimiento de los requisitos para la obtención de la certificación en comercio justo de cacao.
3. Desarrollar un plan de acciones estratégicas para obtener la certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao.

1.3. IDEA A DEFENDER

El diseño de la propuesta de certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo del sector cacaotero de la asociación agro-artesanal La Pepa de Oro, Bolívar–Manabí contribuye al desarrollo del sector.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO JUSTO

Las primeras iniciativas que se aproximan a la idea de comercio justo son las actividades posteriores a la segunda guerra mundial, en las comunidades religiosas americanas a través de organizaciones como Ten Thousand Villages y Sales Exchanges for Refugee Rehabilitation Vocation, que importaron a EEUU productos artesanales producidos por poblaciones instaladas en los campos de refugiados y cuyo objetivo era generar empleo y mejorar los ingresos en las regiones apoyadas. Así nació la idea revolucionaria de aproximar la solidaridad al comercio, configurando la noción de un comercio solidario (Ministerio de Comercio Exterior, 2013).

En el caso ecuatoriano, desde los años 70, varias organizaciones de productores, conjuntamente con comercializadores solidarios, generaron nuevas prácticas productivas y comerciales que les permitieron comercializar sus productos bajo los criterios del comercio justo. La primera organización que trabajó desde 1970 con una idea de precio justo para los productores en Ecuador fue el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP). En 1985 se creó el Movimiento Maquita Cushunchic, Comercializando como Hermanos, como un puente directo entre productores y productoras campesinas a los consumidores urbanos, vinculados a las Comunidades Eclesiales de Base, primero en el sur de Quito y después en otras ciudades del país. En el 2003 nació la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, que agrupa a numerosas organizaciones de base y de primer grado, con más de 11.000 socios y socias. En los actuales momentos existen organizaciones de productores, artesanos, así como también empresas de comercio justo, y se desarrollan interesantes iniciativas productivas y comerciales orientadas a los mercados de Estados Unidos y Europa (Ministerio de Comercio Exterior, 2013).

En el ámbito histórico el comercio justo ha sido una herramienta importante para aquellos productores marginados que están en busca de crecimiento y de fortalecimiento de economía. Es así que se crearon varias organizaciones para resolver los problemas del comercio tradicional y las injusticias en la comercialización de los productos. Con esta iniciativa se busca que los trabajadores mejoren sus condiciones productivas y que sientan comprometidos con la naturaleza.

2.2. CONCEPTO DE COMERCIO JUSTO

El comercio justo es un proceso de intercambio comercial orientado al reconocimiento y valoración del trabajo y las expectativas de los productores y consumidores, permitiendo una mejora sustancial de la calidad de vida, haciendo viable la vigencia de los derechos humanos y el respeto al medio ambiente, dentro de una perspectiva de desarrollo humano, solidario y sustentable (Cotera, 2011).

Para MRE-DCI (2013) citado por La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (2014) se entiende como un proceso que “desata el desarrollo de los talentos humanos y de las capacidades organizativas y de gestión, fomentando el empoderamiento de las personas, organizaciones y empresas así como sus capacidades para la toma de decisiones sobre su vida y su destino, construyendo al mismo tiempo tanto nuevas relaciones económicas y comerciales, como nuevos sujetos sociales y políticos que construyen su buen vivir de manera sostenible”.

Es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales ISEI (Instituto Europeo de Sostenibilidad Empleabilidad innovación, 2012).

El comercio justo representa una oportunidad para los productores en estado desfavorable para acceder a condiciones dignas, mejores salarios y un precio justo por los productos cultivados en su zona. A través de este procedimiento las organizaciones mejoran su condición de estabilidad económica, en los procesos de producción a ser amigable con el medio ambiente, respetar los derechos de los trabajadores y brindar bienestar a la comunidad.

2.2.1. OBJETIVO DEL COMERCIO JUSTO

El objetivo del comercio justo es la reducción de la pobreza y de las desigualdades a través de la creación de oportunidades para los productores en desventaja económica: no se trata de ayuda al desarrollo. Se trata de cambiar las reglas del juego para que los pequeños productores marginados puedan, a través de su trabajo cotidiano, desarrollar sus habilidades, aprovechar las oportunidades del mercado y entonces emprender su propio camino hacia lo que ellos mismos entienden por desarrollo (Coscione, 2013).

De acuerdo con la Comisión de las Comunidades Europeas (1999) citado por Medina (2013) el objetivo que persiguen las organizaciones que promueven el comercio justo “es garantizar que los productores reciban un precio que traduzca una rentabilidad adecuada de su aportación de destrezas, trabajo y recursos, así como un porcentaje del beneficio total proporcional a su aportación.

Esta iniciativa busca fortalecer a los pequeños productores, brindarles nuevas oportunidades económicas y mejorar su calidad de vida, en donde los trabajadores comercialicen sus productos de forma directa, sin la intervención del pago de los intermediarios y recibir un precio justo que le permita generar lucros para el crecimiento de la empresa, como también prestar ayuda social a la comunidad.

2.2.2. PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO

De acuerdo a la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (2014) se establecen los siguientes principios:

- ✓ Creación de oportunidades para productores en desventaja económica.

Es una estrategia para aliviar la pobreza y para el desarrollo sostenible. Su objetivo es crear oportunidades para productores que se encuentran en desventaja económica o marginados por el sistema de comercio convencional.

- ✓ Transparencia y rendición de cuentas.

Requiere una administración y relaciones comerciales transparentes, para trabajar de forma justa y respetuosa hacia los socios comerciales.

- ✓ Desarrollo de Capacidades.

Es un medio para desarrollar la independencia del productor. Las relaciones de Comercio Justo otorgan continuidad, durante la cual los productores y sus organizaciones de mercadeo pueden mejorar sus habilidades en administración y su acceso a nuevos mercados.

- ✓ Promoción del Comercio Justo.

Suministran a sus clientes información sobre la organización, sus productos y en qué condiciones son fabricados. Utilizan técnicas honestas de publicidad y mercadeo y apuntan a los estándares más altos en calidad y empaquetado del producto.

- ✓ Pago de un precio justo.

Un precio justo en el contexto local o regional, es aquel que se ha acordado a través de diálogo y participación. No solamente cubre costos de producción sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable. Ofrece un pago justo a los productores y toma en consideración el principio de igual paga para igual trabajo tanto de mujeres como de hombres. Quienes comercian justamente aseguran un pago al día con sus socios y, en lo posible, ayudan a los productores a obtener acceso a financiamiento para las fases previas al cultivo y la cosecha.

✓ Equidad de Género.

Significa que se valora y recompensa debidamente el trabajo de la mujer. Las mujeres siempre son retribuidas por su contribución en el proceso de producción y empoderadas en sus organizaciones.

✓ Condiciones de Trabajo.

Se refiere al trabajo de los productores en un entorno seguro y saludable. La participación de niños (si la hubiera) no afecta adversamente a su bienestar, su seguridad ni sus requerimientos educacionales y recreativos y se adhiere a la Convención de los Derechos de la Niñez de las Naciones Unidas así como a todas las leyes y normas en su contexto local.

✓ Trabajo Infantil.

Respetan la Convención de las Naciones Unidas para los Derechos del Niño así como las leyes locales y normas sociales para asegurar que la participación de niños (si la hubiera) en los procesos de producción de artículos comercializados justamente no afecte adversamente su bienestar, su seguridad ni sus requerimientos educacionales y recreativos.

✓ El medio ambiente.

Promueve activamente mejores prácticas medioambientales y la aplicación de métodos de producción responsables.

✓ Relaciones Comerciales.

Comercian con una preocupación por el bienestar social, económico y medio ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a costo de ellos. Se contribuye a los productores con el acceso a un pago por adelantado en las fases de pre-cosecha y pre-producción.

Cada uno de estos estándares antes mencionados son fundamentales para que las organizaciones de productores puedan ser certificadas como empresas humanistas que buscan que el consumidor este informado de las características del producto los cuales han sido producidos bajo criterios en comercio justo y responsabilidad social.

Para lograr una mejor comprensión del sistema de comercio justo se exhibe la siguiente figura para indicar puntos fuertes y débiles que pueden ser cruciales al momento de insertar en esta iniciativa.

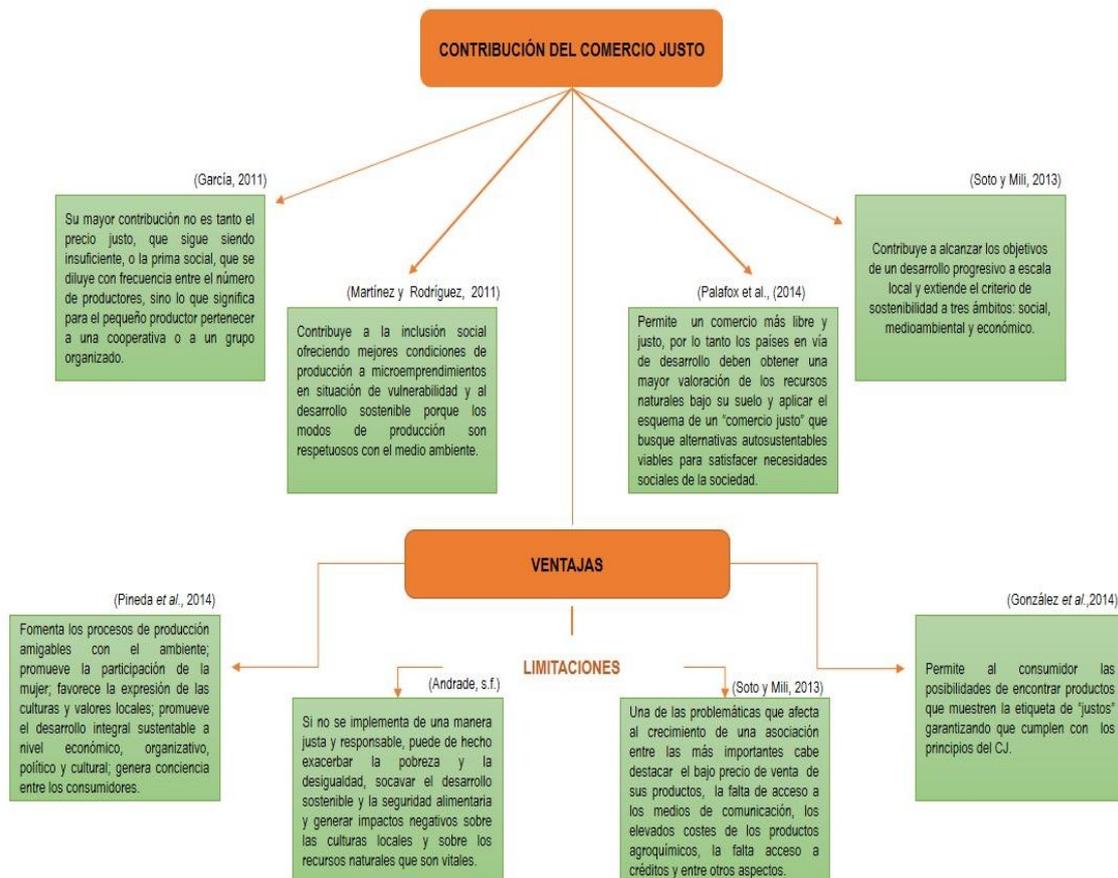


Figura 1. Contribución del comercio justo según autores

Seguidamente se ilustra en la figura 2 situaciones positivas y negativas en este sistema solidario.

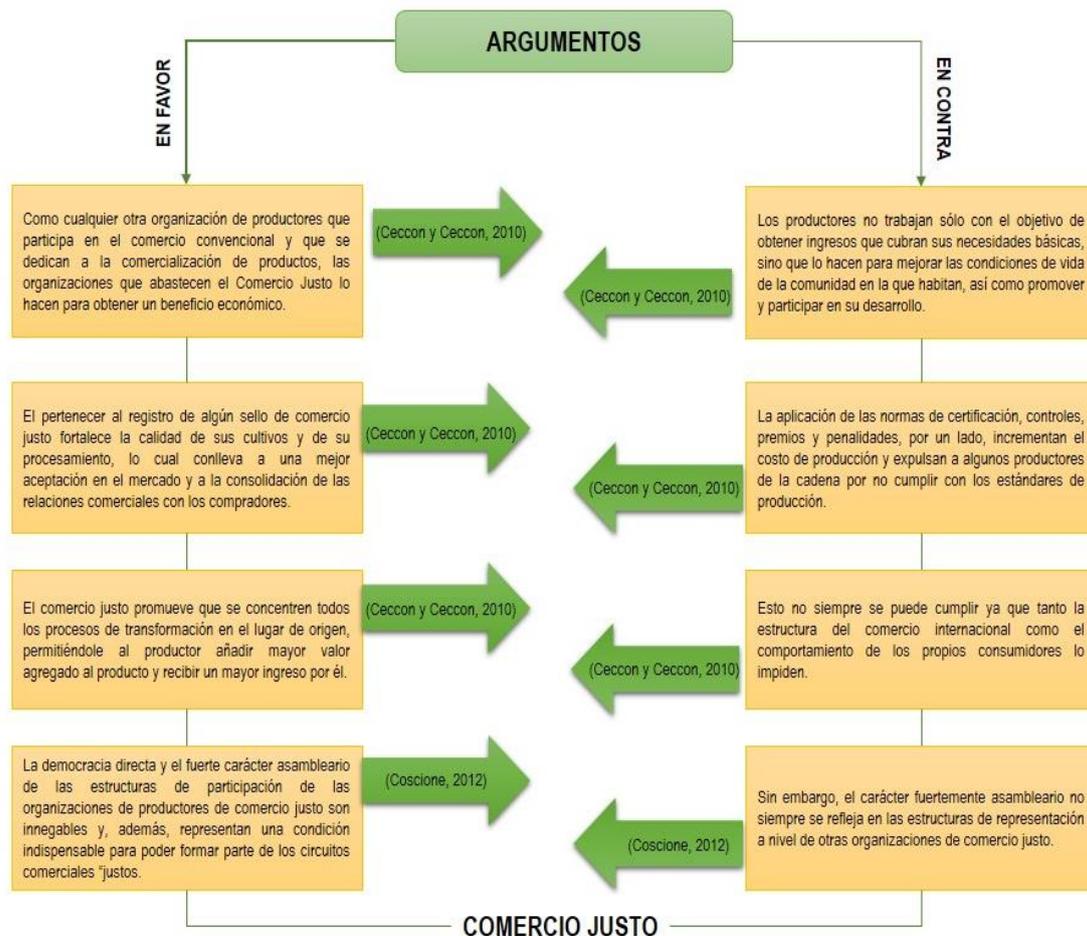


Figura 2. Criterios positivos y negativos del comercio justo

2.2.3. FUNCIONAMIENTO ECONÓMICO DEL COMERCIO JUSTO

2.2.3.1. LOS PRODUCTORES

Entiende la asociación de los productores como un eje de trabajo fundamental, fomentando la solidaridad, el respeto y el bien social. Asimismo, supone una mejora de la producción, reduciendo costes y posibilitando una mayor oferta y productividad. Estos grupos tienen la responsabilidad de garantizar la seguridad alimentaria de su ámbito y la sostenibilidad ambiental, social y económica de su actividad; así como, de vigilar el bienestar de su entorno, compartiendo la inversión con la comunidad (Cacho *et al.*, 2011).

Pueden acceder a los sistemas si están constituidos en organizaciones (ya sean cooperativas asociadas u otras formas), capaces de contribuir al desarrollo económico y social de sus miembros y sus comunidades y que estén bajo el control democrático de sus afiliados Biblioteca Conmemorativa Orton (IICA / CATIE). s.f.

2.2.3.2. LAS IMPORTADORAS

Estas organizaciones cumplen el importante papel de intermediarios entre el productor y el consumidor, acortando la distancia entre ellos. Son eje de este canal alternativo de distribución. Realizan diversos papeles llevando a cabo operaciones de importación y/o distribución mayorista y al detalle, que permiten que los productos de los pequeños productores del Sur lleguen a los mercados del Norte (Ceccon, s.f.).

Son organizaciones que compran directamente a los productores y suministran a las tiendas y puntos de ventas. Las condiciones de comercio son acordadas directamente entre ellas y el productor en una relación de igualdad y respeto mutuo. Son las responsables de hacer y asegurar el pago por adelantado evitando a los productores recurrir a préstamos que tendrían un coste inviable para ellos (López y González, 2011).

2.2.3.3. LAS TIENDAS DE COMERCIO JUSTO

Son lugares donde encontramos los productos, la información y las que vinculan a los compradores, directamente con los productores y sus situaciones. Están especializadas en el comercio justo.

Las tiendas y puntos de venta no pueden ser exclusivamente lugares donde se venden, sino también en informar sobre los productos, las condiciones de producción, elaboración, los productores y sus países (López y González, 2011).

Son tiendas especializadas en este tipo de productos que, además de vender, ofrecen al consumidor información sobre los productores y las condiciones de elaboración de los artículos. También suelen organizar actividades de formación y sensibilización en torno al Comercio Justo, con el fin de formar a los consumidores (Cacho *et al.*, 2011).

2.2.3.4. CONSUMIDORES

Son los ciudadanos, conscientes e informados sobre los problemas sociales, económicos y ecológicos actuales, que actúan en consecuencia.

Conscientes de su poder de acción, eligen los productos de CJ en su compra diaria. Este consumo consciente y responsable implica también a las administraciones públicas, que tienen la oportunidad de contribuir con el comercio justo como consumidoras de bienes y servicios, pero también con el diseño de políticas públicas éticas (Cacho *et al.*, 2011).

El poder del consumidor deriva en ser críticos con el consumo en la forma de vida, aplicando valores éticos y exigir información acerca de las condiciones sociales y medioambientales de producción. Además de un consumo respetuoso con la naturaleza, reduciendo, reutilizando y consumiendo productos ecológicos y artesanos (López y González, 2011).

Estas funciones indican los procesos que conlleva un producto con el vendedor ya sea distribuido en tiendas o supermercados hasta llegar al consumidor final. Es por este motivo que no es sólo vender sino también informar a los consumidores la utilización responsable, porque a diferencia del comercio tradicional que solo buscaba vender a cualquier precio, sin considerar que se podía perjudicar al medio ambiente; con estos mecanismos que ofrece la certificación de comercio justo es demostrar las propiedades del producto, lo que genera incentivos para el productor hacia una inversión productiva de calidad.

2.3. EL COMERCIO JUSTO Y LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

Para De Melo (2000) citado por el Ministerio de Comercio Exterior (2013) señala al comercio justo como un puntal de la Economía Social y Solidaria, puesto que la economía de solidaridad es un nuevo enfoque conceptual, al nivel de la teoría económica, referido a las formas económicas cooperativas, autogestionarias y asociativas, donde la solidaridad se inserta en la economía para gestar un nuevo ser humano y una nueva sociedad, donde la economía y el mercado están al servicio de la sociedad, el trabajo se antepone y tiene primacía por sobre el capital.

Es así que en el Art. 4 de la Ley orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Las actividades del comercio justo son parte de las actividades centrales de la Economía Social y Solidaria, entendidas éstas como actividades formales e informales, comunitariamente insertas, en la cuales tienen un gran peso los lazos culturales y las relaciones de parentesco, de vecindad y afectivas; no totalmente sujetas al mercado pero que interactúan con el mismo; no

motivadas por la idea de maximización del lucro, pero buscan una retribución digna para el trabajo y la generación de un excedente que se reinvierte comunitariamente, actividades por medio de las cuales las personas satisfacen sus necesidades cotidianas de forma autosustentable (Ministerio de Comercio Exterior, 2013).

Es una iniciativa solidaria y ética para los productores que buscan alternativas favorables para el proceso de las cadenas productivas; asimismo satisfacer sus necesidades económicas y organizarse de forma transparente en la comercialización de sus productos.

2.4. EL COMERCIO JUSTO, UNA ESTRATEGIA HACIA EL BUEN VIVIR

El Buen Vivir reivindica los valores esenciales y los derechos del ser humano e introduce otras formas de entender su desarrollo, rescatando los principios de solidaridad estructural, igualdad, equidad, libertad, respeto de la naturaleza, y trabajo digno, en ese sentido, el comercio justo contribuye a la construcción del Buen Vivir (Ministerio de Comercio Exterior, 2013). Pues según Acosta (2010) citado por la Red Latinoamericana de Investigadores de Economía Social y Solidaria (2010) tiene que ver con una serie de derechos y garantías sociales, económicas y ambientales. También está plasmado en principios que se caracterizan por promover una relación armoniosa entre los seres humanos individual y colectivamente, y de estos con la naturaleza.

La construcción de sociedades involucra la integración de procesos económicos, ecológicos y culturales que constituyan un potencial ambiental y de bienestar social. Estas sociedades se basan en valores culturales y sociales, que se constituyen en los ejes para luchar por principios de autodeterminación y autogestión. Esto significa la participación de la gente en

la toma de las decisiones que orientan las acciones hacia ese proyecto (Barkin, *et al.*, s.f.).

El comercio justo representa una alternativa favorable con enfoque hacia el buen vivir ya que ésta hace énfasis a que los productores, asociaciones u organizaciones que han sido excluidos o marginados se le hagan valer los derechos que les corresponden como todo ser humano; a través de acciones concretas, como participación en la toma de decisiones, la integración de mujeres sin discriminación alguna, las interrelaciones comerciales que sean llevadas de la forma transparente; que el sacrificio que los productores realizan en su trabajo sea bien recompensado, asegurando el progreso no sólo económico sino también social.

2.5. EL COMERCIO JUSTO Y EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA

Ministerio de Comercio Exterior (2013) afirma que el comercio justo contribuye directamente a los objetivos del cambio de la matriz productiva del país: transformar el patrón de especialización de la economía ecuatoriana y lograr una inserción estratégica y soberana en el mundo, lo que nos permitirá:

- ✓ Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza;
- ✓ Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;
- ✓ Eliminar las inequidades territoriales;
- ✓ Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de mercado.
- ✓ Así mismo, los actores y las relaciones del comercio justo, se articulan directamente al eje 4 del cambio de la matriz productiva que prevé el “fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos particularmente de la economía popular y solidaria.

Efectivamente el comercio justo contribuye al cambio de la matriz productiva; por lo tanto esta propuesta de obtener la certificación FairTSA apunta hacia uno de los objetivos de este modelo; pues se necesita que los actores de la economía popular y solidaria promuevan cambios que generen el crecimiento social y económico a nivel local y nacional; a través de la producción y comercialización de productos éticos y responsables para con la sociedad y el medio.

2.6. EL COMERCIO JUSTO COMO EXPRESIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE

El comercio justo como expresión del consumo responsable hace referencia a la elección de productos y servicios en función de su impacto ambiental y social y a los comportamientos de las empresas que los elaboran o distribuyen, no sólo tomando en cuenta la calidad y el precio de los mismos. El consumidor cada vez que compra un producto hace valer su opinión, sus criterios y sus valores, y este poder de decisión implica también una responsabilidad en sus hábitos de compra (ISEI, 2012).

Consumo responsable consiste en adquirir productos o bienes no solo teniendo en cuenta variables como su calidad, precio o plazo de financiación; sino también su impacto económico, social y ambiental y la responsabilidad de las organizaciones que los producen o prestan. Esta caracterización nos permite afirmar que el consumo responsable participa del marco conceptual del desarrollo sostenible y que comparte el objetivo del crecimiento económico, la promoción del desarrollo social y el cuidado del medioambiente (Boggino y Palacios, 2013).

En este sentido ambos conceptos se acercan hacia un mismo fin; lograr que las organizaciones se comprometan a realizar actividades responsables con la

sociedad y con el medio ambiente garantizando el bienestar de la ciudadanía en general.

Luego de una serie de temas abordados se presenta en la figura 3 la relación que existe entre el comercio justo y el desarrollo local con la finalidad de conocer si la idea a defender planteada en la investigación tiene un impacto en los criterios sociales, económicos y ambientales lo cual incide en el desarrollo rural.



Figura 3. Relación entre comercio justo y desarrollo local

2.7. DEFINICIÓN DE CERTIFICACIÓN

Las certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente

transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas: de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación, etc (PRO ECUADOR, 2013).

La certificación orgánica no es una declaración de calidad, seguridad alimentaria o una garantía absoluta de ausencia de residuos. Es un proceso de verificación y determinación de que los productos que dicen ser orgánicos están en cumplimiento con las distintas normas o regulaciones aplicables mencionados anteriormente. Los productores certificados pueden acceder a otras certificaciones, además de las aplicables bajo las normas orgánicas, con el fin de llevar etiquetas adicionales en sus productos QCS Ecuador (Quality Certification Services, 2014).

Según estas conceptualizaciones fundamentan que las certificaciones de los productos tienen que cumplir con estándares de comercio justo, lo cual conlleva una serie de procesos y aprobación por medio de empresas certificadoras que les permita identificar de forma detallada las características de su accionar en ámbitos sociales, productivos, económicos y ambientales.

2.7.1. IMPORTANCIA DE OBTENER UNA CERTIFICACIÓN

El comercio internacional se puede afirmar que aunque el cumplimiento de normas internacionales no es de carácter obligatorio, se ha convertido en un requisito indispensable para ingresar a ciertos mercados. Es así que la necesidad de generar confianza en toda la cadena de valor ha permitido que las normas o sellos internacionales se conviertan en una prioridad para las empresas (PRO ECUADOR, 2013).

Murray *et al.*, (2006) citado por Garza (2014) menciona que la certificación pretende brindar a los productores marginados el acceso a los mercados

globales, de manera que puedan beneficiarse al comercializar sus productos en nichos de mercado compuestos por consumidores socialmente responsables.

A continuación se muestra en la figura 4 el proceso de inspección y de certificación.



Figura 4. Pasos para obtener la certificación

Fuente: (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

2.8. LA CERTIFICACIÓN EN EL COMERCIO JUSTO

Es el certificado que garantiza que se ha pagado un precio justo al productor primario y que el producto llega a las manos del consumidor final casi sin haber pasado por intermediarios; garantiza también que las organizaciones de productores que reciben los beneficios del comercio justo están democráticamente organizadas y que respetan una serie de estándares medioambientales y laborales (Chávez y Patraca, 2011).

La certificación del comercio justo es una alternativa en la que el comercio y la producción están al servicio de las personas, basada en una relación directa y de respeto mutuo con los protagonistas, teniendo en cuenta valores éticos que abarcan aspectos tanto sociales como ecológicos. Acerca el productor al

consumidor reduciendo intermediarios y componiendo una cadena comercial de respeto, justicia, igualdad y cercanía (López y González, 2011).

De acuerdo a los autores describen a los productos certificados como una manera de generar el aumento de ingresos económicos al productor, a que su producción suministre la seguridad de consumir un producto orgánico basado en buenas prácticas en los procesos de elaboración.

2.8.1. BENEFICIOS DE OBTENER UNA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO

2.8.1.1. BENEFICIOS ECONÓMICOS

Existen dos criterios dentro del CJ: el pago de un precio mínimo que permita a los productores cubrir sus necesidades básicas, los costos de producción y contar con un excedente para poder invertir y recibir un pago anticipado a la cosecha para que los productores financien su producción y eviten incurrir en deudas (Garza, 2014).

Bacon (2005) citado por el mismo autor menciona que la participación en los mercados certificados permite a los productores recibir rendimientos económicos significativamente superiores a los que obtendrían en el mercado convencional.

2.8.1.2. BENEFICIOS SOCIALES

Bacon (2005a) citado por Garza (2014) señala que la participación en sociedades cooperativas es la variable que más incide en el precio que reciben los productores por su producto; ya que mediante la cooperativa, los productores tienen acceso a la infraestructura requerida para vender su

producto en los mercados internacionales, pueden adquirir certificaciones y realizar actividades que generan un mayor valor agregado en su producto.

Para García, (2011) el comercio justo permite a los pequeños productores un desarrollo social y económico, y acceso al mercado local e internacional, a la vez que contribuye a mejorar su capacidad técnica y la calidad de sus productos.

La adopción de la producción orgánica y el comercio justo generaron confianza en el consumidor sobre el origen del producto, pues las características orgánicas y de comercio justo no son perceptibles en las propiedades del producto en sí mismo. Los esquemas de certificación adoptados consisten en una reglamentación que regula la producción de comercio justo, y un organismo privado que controla el seguimiento de las reglas y otorga un sello que garantiza al consumidor que el producto cumple los requisitos para denominarlo orgánico (Gómez, 2012).

2.8.1.3. BENEFICIOS PRODUCTIVOS

Es útil sobre todo para los pequeños productores agrícolas que carecen de volúmenes de producción o de los medios suficientes para acceder a los mercados de países desarrollados. De tal modo que, mediante esta iniciativa es posible aplicar mejores sistemas de producción y condiciones de trabajo, en beneficio de los agricultores, los trabajadores y el medio ambiente (Medina, 2013).

2.8.1.4. BENEFICIOS AMBIENTALES

Promueve mejores prácticas de manejo ambiental. De acuerdo con Laroche y Guittard (2009) citado por Calisto (2016) los métodos de producción agroecológicos requeridos por fairtrade como las restricciones en el uso de agroquímicos, las técnicas sostenibles de manejo del agua, del suelo y de

residuos, así como los requisitos relativos a la biodiversidad y la protección de áreas con alto valor de conservación han llevado a la creación de ecosistemas y de comunidades significativamente más saludables.

2.1.1. PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN EN COMERCIO JUSTO PARA PRODUCTOS Y PARA ORGANIZACIONES

La certificación de productos garantiza que éstos han sido cultivados o manufacturados bajo condiciones justas y éticas. En este esquema, cada producto recibe su propia certificación y es identificado a través de un sello de garantía. La certificación de productos sirve para homologar los atributos de calidad de los mismos (Núñez y Berthelot, c2012).

Por otra parte, existen programas que certifican a las organizaciones que operan bajo el esquema del CJ. Tales empresas pueden ser importadoras, transformadoras, distribuidoras, detallistas o proveedoras de servicios conexos. Las empresas detentoras de un sello de garantía organizacional se comprometen a practicar un comercio justo y ético mediante la observación de un código de conducta impuesto por el organismo certificador (Núñez y Berthelot, c2012).

Los diferentes criterios y principios que los productores y los compradores se comprometen a respetar varían de acuerdo con el producto y el modo de producción (pequeños productores o plantación).

Con respecto a los productores, los criterios son de dos tipos: a) Mínimos, a través de los cuales obtiene la certificación que permite su acceso a los programas de comercio justo, y b) de Progreso que incluye parámetros que alientan a los productores a mejorar en forma continua la calidad y sustentabilidad de su producción, fomentan el desarrollo organizacional e incrementan su bienestar. Los productores se comprometen también a proteger el medio ambiente y a seguir las normas de salud y seguridad (García, 2011).

En este contexto es necesario precisar que la propuesta en comercio justo de la asociación LA PEPA DE ORO se dirige hacia la sociedad en sí; pues lo que se requiere es que el canal o cadena de distribución sea más pequeño en donde el grupo asociativo tome las respectivas decisiones en caso de existir algún inconveniente con el producto.

A continuación se expone en el cuadro 2.1 las principales certificaciones de comercio justo y su funcionamiento con el fin de conocer el enfoque de cada una de las organizaciones.

Cuadro 2.1. Servicios que ofrecen las certificadoras

<p>FAIR TRADE INTERNATIONAL</p>	<p>Fair trade International (FLO) es un órgano sin fines de lucro, responsable de la dirección estratégica de comercio justo, establece estándares y apoya a los productores.</p> <p>FLO-CERT es una empresa de certificación independiente, propiedad de FLO. FLO-CERT verifica que productores y comerciantes cumplen con los estándares de comercio justo.</p> <p>Cuando un producto lleva el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIR TRADE significa que los productores y comerciantes han cumplido con sus criterios, los cuales están destinados a corregir el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio convencional (PRO ECUADOR, 2013).</p>
<p>ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO – WFTO</p>	<p>Creada en 1989, la Organización Mundial del Comercio Justo - WFTO, agrupa a 324 organizaciones de economía solidaria de 70 países.</p> <p>Los campos de acción de la WFTO son:</p> <p>Desarrollo del mercado de Comercio Justo, Fomento confianza en el Comercio Justo, Hablar de Comercio Justo, Ofrecer oportunidades de asociación, Empoderamiento de las regiones (CECJ, 2013).</p>
<p>ECOCERT</p>	<p>Desde 1991, ECOCERT como certificadora, controla y vigila en el campo el respeto de las exigencias definidas en su referencial y otorga certificaciones de conformidad de los productos, sistemas o servicios conforme a estos criterios (CECJ, 2013).</p>
<p>BCS</p>	<p>BCS le brinda un servicio profesional y personalizado en la certificación de sus productos. A través de nuestra casa matriz en Alemania y sus 20 oficinas en diferentes partes del mundo, hemos logrado construir una red de servicio total.</p> <p>Certificación SPP: El Símbolo de pequeños productores es una iniciativa lanzada en el 2006 por la CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo) con el apoyo del movimiento de Comercio Justo y Economía Solidaria de varios continentes.</p> <p>Representa la alta calidad de los productos de los pequeños productores organizados así como su trabajo en favor de una vida digna en las comunidades, de las economías locales, de la salud y el medio ambiente de productores y consumidores.</p> <p>Certificación FairTSA: La Fair Trade Sustainability Alliance, es una organización sin fines de lucro, especializada en el Comercio Justo responsable, y en el desarrollo sostenible de las comunidades alrededor del mundo (BCS Ecuador, 2015).</p>

Finalmente en el cuadro 2.2 se especifica elementos importantes acerca de la Certificación FairTSA cuyo fin es conocer el escenario de este modelo; es decir, los requerimientos que se necesita para acceder a este programa.

Cuadro 2.2. Criterios para obtener la certificación FairTSA

CERTIFICACIÓN FAIR TRADE SUSTAINABILITY ALLIANCE EN COMERCIO JUSTO			
VENTAJAS	REQUERIMIENTOS BÁSICOS	VENTA DE PRODUCTOS CERTIFICADO FAIRTSA	PASOS PARA LOGRAR LA CERTIFICACIÓN FAIRTSA
<ul style="list-style-type: none"> • La certificación FairTSA es de bajo costo debido a la cooperación con una red de conexión mundial de agencias certificadoras orgánicas. • Tenemos un programa de desarrollo comunitario y entrenamos y facilitadores u Organizaciones No Gubernamentales como facilitadores comunitarios. • Nosotros garantizamos que la mayoría del dinero en el programa de Comercio Justo llega y se queda en las manos de los agricultores, trabajadores agrícolas y las comunidades adyacentes, aquí completando la promesa de Comercio Justo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cada trabajador deberá tener como mínimo un contrato de trabajo y el salario mínimo. • No discriminación por motivo de raza, genero, orientación sexual, religión, etc • No se permite labor infantil para los niños baja de la edad legal para trabajar. • No está permitido ningún tipo de trabajo forzado o por deuda. • Cada operación deberá cumplir con los requerimientos de salud y seguridad ocupacional. • Las regulaciones orgánicas son una parte integral de nuestro estándar y para operaciones sin certificación orgánica tenemos un módulo especial. • El Proyecto de Desarrollo Comunitario es un aspecto necesario para su certificación. 	<p>Si un comprador desea comprar productos “certificado FairTSA” de un productor, es necesario que el comprador se comunique con FairTSA para firmar un acuerdo concesionario. Eso le permitirá utilizar el símbolo comercial de FairTSA en el producto.</p> <p>Un Premio Social debe ser pagado por el comprador, el cual será utilizado para proyectos de la comunidad. Una serie de asuntos diversos podrá ser enfrentada, como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de la calidad de producto • Proyectos de asistencia médica. • Proyectos educativos de alfabetización. • Mejoramiento de las condiciones de trabajo y vivienda de los trabajadores. • Proyectos de sostenibilidad ambiental o cualquier otro proyecto que sirva para el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad de productores. 	<p>Póngase en contacto con nuestra oficina o con uno de nuestros agentes Certificadores colaboradoras: Agreco, KiwaBCS, CERES, QC&I.</p> <p>Antes de comenzar el proceso de certificación es mejor atender una sesión información que se puede solicitar a FairTSA.</p> <p>La organización certificadora proveerá un estimado de costo y cuando este sea aceptado, se enviara el Plan de Sistema de FairTSA y el contrato. La organización certificadora planificara una inspección. La organización certificadora le otorgara un “Certificado de Responsabilidad Social”, también servirá como certificado de Comercio Justo, y el comprador podrá vender su producto con el sello registrado FairTSA.</p>

Fuente: (FairTSA, 201

2.2. PRODUCCIÓN DEL CACAO

El cacao es originario de América y muy especialmente de la amazonia y su domesticación, cultivos y consumo se inició en Centroamérica en tiempos precolombinos. Toltecas, aztecas y mayas procesaban esta pepa y producían una bebida llamada “xocoatl”. En forma acelerada los europeos incorporarían el consumo del cacao bajo la forma del chocolate, añadiendo azúcar a la mezcla. Durante la lucha por la independencia (1800-1822), la producción de cacao fue la fuente más importante para su financiamiento. Significaba entre el 40 al 60% de las exportaciones totales del país y pagaba hasta el 68% de los impuestos del estado. Así que el cacao se convirtió en una de las fuentes principales de la economía. Ecuador por sus especiales condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de cacao Nacional Fino y de Aroma con el tradicional “Sabor Arriba” que ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2010).

El mercado mundial del cacao reconoce 2 grandes categorías de cacao en grano: cacao “fino o de aroma” y el cacao “al granel” o “común”. Generalmente, el cacao fino o de aroma es producido por árboles de cacao de variedad Criollo o Trinitario, mientras que el cacao al granel proviene de la variedad de árbol Forastero. Existen excepciones, por ejemplo en Ecuador los árboles de cacao Nacional, considerados de variedad Forastero, producen cacao fino o de aroma. Otra excepción en Camerún el cacao producido por árboles de variedad Trinitario es considerado cacao común. El 95% de la producción mundial anual es cacao al granel, el cual se produce en su mayor parte en África, Asia y Brasil. El restante 5%, corresponde a cacao fino o de aroma, cuyas características distintivas de aroma y sabor son buscadas principalmente por los fabricantes de chocolates de alta calidad (PRO ECUADOR, 2010).

2.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR ECUATORIANO

Desde la época de la independencia del Ecuador, ya existían muchas familias adineradas dedicadas a la producción de cacao, en haciendas denominadas “Grandes Cacaos”, la mayoría ubicadas en Vinces y otros cantones de Los Ríos.

Según la Asociación de Exportadores de Cacao, ANECACAO, la producción de este producto en el Ecuador se duplicó en 1880 (15.000 TM). Durante la década de 1890, Ecuador se convierte en el principal exportador mundial de cacao, dinamizando la economía del país, y gracias a ello se crearon los primeros bancos del país. Sin embargo, la década de 1920 fue negativa para este sector, ya que aparecieron y se expandieron enfermedades como la Monilla y Escoba de la Bruja, que causaron la reducción de la producción al 30%. Agravando la crisis, la falta de medios de transporte y mercados internacionales como consecuencias de la Primera Guerra Mundial, el cacao y la economía ecuatoriana entran en un periodo de depresión e inestabilidad (PRO ECUADOR, 2010).

La mayor parte del cacao ecuatoriano corresponde a una mezcla del cacao Nacional, Trinitario y Forastero, la cantidad de cacao tipo Nacional puro es cada día menor y puede desaparecer poco a poco debido a que las plantaciones existentes son muy viejas, poco productivas y los agricultores podrían preferir producir otros cultivos más remunerativos. El cacao es conocido en el Ecuador como la “pepa de oro”, que dominó por varios siglos la generación de divisas para el país, antes del boom petróleo, dando lugar al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, industria y el comercio. El cacao es uno de los más significativos símbolos del país. Durante casi un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao (PRO ECUADOR, 2010).

2.2.2. CULTIVO Y PRODUCCIÓN

De acuerdo a las estimaciones del MAGAP, en el año 2011 la superficie sembrada fue de 521.091 hectáreas, en las cuales se ha estimado una cosecha de 224.163, con un rendimiento de 0,56 TM/ha. De la superficie sembrada aproximadamente el 80% corresponde a la producción de Cacao Fino de Aroma y la diferencia corresponde a la variedad. Es importante consignar que esta última variedad se está propagando aceleradamente pues es altamente productiva, lo que atrae a los productores. De hecho se estima que en los 20 últimos años el 90% de la superficie que fue renovada corresponde a la variedad de este fruto (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2015).

El Ecuador es el primer productor de cacao fino de aroma a nivel mundial con aproximadamente el 70% del volumen global, debemos preservar este legado cultural, social y económico. Además, es el producto ecuatoriano de exportación con mayor historia en la economía del país, que involucra alrededor de 100.000 familias de pequeños y medianos productores. En el año 2011 se alcanzó una cifra de ventas que superó los 530 millones de dólares, lo que aporta significativamente al ingreso de divisas al país, y con una demanda internacional de este producto creciente por países consumidores para la fabricación de chocolates de alta calidad (Asociación Coordinadora Ecuatoriana de Productores de Cacao Fino de Aroma, 2012).

La producción anual de cacao en grano en el Ecuador tiene una tendencia creciente, de hecho la producción se ha incrementado significativamente rebasando 200 mil TM en 2010, debido a que las siembras implementadas por varios proyectos entre 2005 y 2010 están ya en fase de producción. Por otro lado, la estabilidad de precios internacionales de los últimos años y en general un mejor manejo del cultivo tanto en la producción primaria como en el beneficio del grano han incidido de forma positiva en la producción (CEPAL, 2015).

2.3. EXPORTACIÓN DEL CACAO

Los exportadores de cacao son alrededor de 29 empresas. Son los acopiadores principales y su producto va al mercado externo sujeto al cumplimiento de normas de calidad que exigen y acuerdan con sus clientes. Los exportadores de cacao están agremiados bajo ANECACAO. En lo que corresponde a cacao en grano, son cinco las empresas que abarcan el 62% de las exportaciones ecuatorianas: Transmar Comodity Group (25% del total exportado), Blommer Chocolate (13%), Walter Matter S. A. (10%), ED&F Man Cocoa (8%), Daarnhouwer (7%). Otros consignatarios de menor tamaño son: Mitsubishi Corporation, Cía. Nacional de Chocolates S. A., Itochu International, Touton S. A., Ferrero S. P. A., Orebiet Cie (CEPAL, 2015).

Ante estos antecedentes es esencial conocer la calidad de cacao que se encuentra en nuestro país; bajo este enfoque reside la importancia de llevar a cabo dicha propuesta; pues en la parroquia Membrillo del cantón Bolívar existe el cacao fino de aroma; por lo tanto es necesario apostar hacia este sector; y una de las alternativas de crecimiento económico no solo a nivel local sino también nacional es certificar el cacao en comercio justo, de tal modo que los productores puedan percibir un pago justo por el producto de calidad que ofrecen.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1. UBICACIÓN

La investigación se llevó cabo en la asociación agro-artesanal La Pepa de Oro, misma que se encuentra en la parroquia de Membrillo en la provincia de Manabí al noreste del cantón Bolívar y limita al:

Norte: Parroquia Canuto del cantón Chone.

Sur: Parroquia Calceta del cantón Bolívar

Noreste: Parroquia. Barraganete

Sur este: Parroquia. Pichincha ambas del cantón Pichincha.

Oeste: Calceta del cantón Bolívar (GAD Membrillo, 2015).



Fuente: Mapa de coordenadas GPS satelital de Membrillo en Manabí, Bolívar

Foto 3.1. Ubicación de la asociación La Pepa de Oro

3.2. DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El proceso investigativo consistió en dos etapas; la primera fase de planificación con un periodo de tiempo de 6 meses y la segunda etapa correspondiente a la ejecución o desarrollo de tesis con una duración de 9 meses.

3.3. VARIABLES EN ESTUDIO

VARIABLE INDEPENDIENTE: Diseño de la propuesta

VARIABLE DEPENDIENTE: Certificación FAIRTSA en comercio justo de cacao para la asociación agro-artesanal la Pepa de Oro, Bolívar–Manabí que contribuya al desarrollo del sector.

3.4. POBLACIÓN

La población objeto de estudio estuvo conformada por los 33 productores de cacao que están asociados en el centro de acopio Agro - artesanal La Pepa de Oro; el muestreo que se utilizó fue el no probabilístico intencional según el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (2011) la característica principal de este tipo de muestreo es que el tamaño de muestra como la selección de los elementos que la integran están sujetos al juicio del investigador del cual se requiere suficiente conocimiento y experiencia sobre el tema. Las modalidades de este muestreo ha resultado útil para conocer con fidelidad, tendencias y comportamientos de determinadas variables.

En efecto resultó conveniente que el tamaño y la selección se base en función de las características a estudiar; no solo por la población pequeña sino porque existen productores que pertenecen a sectores como: Piedra de Plata, Algodón, Dos Bocas, Dique, Chapuli, Camote etc.

3.5. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación que se desarrolló es de tipo no experimental.

La ejecución de esta investigación necesita metodologías que pueda explicar los sucesos encontrados en dicho estudio; con esa finalidad se utilizaron investigaciones como: bibliográfica, de campo y descriptiva acorde a la problemática planteada; las cuales se describen a continuación.

- INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para una investigación con resultados confiables se utilizó la investigación de campo. Según La Coordinación de Trabajo Especial de Grado (2015) consiste en la recolección de datos (datos primarios) directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos. Los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, son esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado.

Su investigación fue relevante, ya que se estudió el sector donde se sitúa la asociación; es decir se examinó la situación actual de los factores intervinientes en la investigación para cumplir con el objetivo propuesto.

- INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

Una de las partes esenciales dentro del proceso de investigación fue la compilación de artículos científicos, libros, sustento teórico que permitió el desarrollo de los objetivos propuestos, para Ávila (s.f.) la investigación documental es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información.

- INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Posteriormente se analizó la información obtenida, a través de las diferentes técnicas puestas en ejecución, la misma que como lo indica Aveíga (2012) son aquellos estudios que están dirigidos a determinar ¿Cómo es? ¿Cómo está? la situación de las variables de estudios, la frecuencia con la que ocurre un fenómeno, y en quienes se presenta, es decir, describe un hecho o fenómeno tal como ocurre en la realidad.

3.6. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

- MÉTODO ANALÍTICO

La utilización de este método consistió en el análisis de los elementos encontrados durante el proceso investigativo, es decir; la utilización de este método permitió estudiar cada uno de los factores externos e internos de forma desmembrada, pudiendo comprender la importancia de cada uno de ellos. Para García (2015) el método analítico sirve para desarrollar las proposiciones de la probabilidad estadística para describir o criticar la realidad empírica.

- MÉTODO SINTÉTICO

A partir de la realización del método analítico se logró asociar cada uno de los factores y relacionar los hechos encontrados como un todo. Es decir que a través de la unión de los mismos se comprendió que el incumplimiento de ciertos criterios sociales, productivos, económicos y ambientales influye en la obtención de la certificación FAIRTSA en comercio justo.

García (2015) menciona que este método es para el estudio de los datos empíricos que nos pueden aportar muestras, mediante la probabilidad empírica y la probabilidad teórica, una probabilidad por si misma ya que tiene valor de predicción, no solo describe, permite hacer juicios de valor sobre sucesos posibles en un futuro.

- **MÉTODO FODA**

Pareja (2012) señala que este método se centra en la evaluación de los factores referidos a las fortalezas y debilidades que en su conjunto, permiten apreciar el estado de situación interno de una organización y evaluar las condicionantes externas; oportunidades y amenazas. Para conocer la situación actual de la asociación se utilizó el método FODA para identificar cuales principios sociales, económicos y medioambientales representan una fortaleza, debilidad, oportunidad o se encuentran amenazados para obtener la certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo.

- **MÉTODO DE EXPERTOS**

Para la obtención de resultados veraces y confiables se utilizó el criterio de experto, siendo crucial puesto que permitió validar la situación real de la asociación para acceder al comercio justo. Pues Riaño y Palomino (2015) señalan que este método es efectivo para estructurar y consensuar un proceso; que tiene como fin solucionar un problema complejo con ayuda de expertos previamente seleccionados.

En este caso se seleccionó una persona experta en materia de certificación, Ing. Olger Vera; quien ejerce el cargo de supervisor de control interno de la Corporación Fortaleza del Valle.

3.7. TÉCNICAS

Una de las técnicas que se utilizaron para responder a las necesidades de la investigación planteada son las metodologías como la observación, la entrevista en profundidad y encuestas que servirán para la recolección de datos concretos de carácter cualitativo y cuantitativo.

- **TÉCNICA DE LA OBSERVACIÓN**

Se realizó la técnica de la observación para conocer cómo son las condiciones de trabajo del personal administrativo, demás miembros y de los productores. Pudiendo de esta manera identificar si el principio de condiciones de trabajo y prácticas seguras garantiza no solo un espacio laboral seguro sino también la satisfacción y el bienestar de todos los agentes que conforman la asociación.

- **TÉCNICA DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

El propósito de esta entrevista consistió en obtener información valiosa; recopilada de manera directa al administrador Sr. Luis Intriago con el fin de conocer ¿Cuál es el objetivo de la asociación con la obtención de la certificación en comercio justo? ¿Cómo es el proceso de toma de decisiones en la organización? ¿Qué medidas toman para asegurar que los agricultores trabajan en condiciones seguras, higiénicas y sanas? (Ver anexo) estas son algunas interrogantes que se formularon para la obtención de datos concretos al tema en estudio; es así que se apreció según manifestó el representante legal que el objetivo como grupo asociativo es crecer de manera económica, fortalecer la cadena productiva acortando el canal de comercialización; que ya no sea Maquita que entregue el producto sino la asociación y de esta manera ser reconocida, fomentar la solidaridad, el bienestar de los socios y recibir un precio justo por su producto, ya que una de las ventajas que tiene la asociación es considerar las opiniones de los socios; pues la actitud para comunicarse y participar en la toma de decisiones ha conllevado a crecer como organización; a través del desarrollado de actividades como abonos para los cultivos, desarrollo de proyectos, capacitaciones forestales dirigidas a unidades educativas etc; se han beneficiado muchos agricultores y la colectividad en sí.

- **TÉCNICA DE LA ENCUESTA**

Se realizó encuestas dirigidas a los productores de la asociación para conocer sobre los criterios sociales, productivos, económicos y ambientales; ello se

refiere a aspectos como el sistema de riego, la capacidad de producción que requiere para proveerles a sus clientes, la realización de capacitaciones acerca del cultivo y de otra índole, entre otros elementos (Ver anexo) que permitan obtener información fidedigna para la obtención de resultados fiables.

3.8. HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO

Para comprobar el cumplimiento de cada uno de los principios que se requieren en el sistema de comercio justo es necesario utilizar la matriz FODA. Pareja (2012) expone que esta matriz, está diseñada para evaluar y ponderar cuantitativamente, el peso de cada uno de los puntos formulados en la dimensión interna y externa del FODA.

3.9. HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Ficha de observación.- Para este proceso se utilizó una ficha en la cual se describió una serie de variables en relación a las condiciones del área de trabajo para las diferentes labores que se desempeña de los agentes de nivel alto, medio y de los productores (Ver anexo).

Cuestionario para entrevista en profundidad.- Se elaboró un cuestionario de preguntas cualitativas abiertas y de esta forma mantener un dialogo espontaneo donde el entrevistado y el entrevistador puedan interactuar de manera más profunda en cada una de las interrogantes.

Cuestionario para encuesta.- Se diseñó preguntas cerradas, mixtas y con escala nominal; las mismas que se plantearon a los productores de la asociación, siendo esencial ya que su desarrollo permitió obtener información valiosa para la realización del FODA.

3.10. PROCEDIMIENTOS

3.10.1. ETAPA 1. Diagnóstico de los factores internos y externos de las condiciones sociales, productivas, económicas y medioambientales.

- ✓ Realización de una entrevista en profundidad
- ✓ Aplicación de encuestas a los productores
- ✓ Investigación de campo a través de la observación.

Para conocer la situación actual de la asociación fue necesario aplicar técnicas de compilación de datos como entrevista en profundidad, encuestas a los actores claves de la organización y estudio de campo cuya finalidad residió en obtener información sobre los criterios del estándar social, productivo, económico y ambiental, con lo cual se identificó la realidad de cada una de las variables.

3.10.2. ETAPA 2. Determinación del grado de cumplimiento de los requisitos para la obtención de la certificación en comercio justo de cacao.

- ✓ Ejecución del método FODA
- ✓ Elaboración de la matriz de evaluación de los factores internos y externos
- ✓ Construcción de la matriz de evaluación de los requisitos mínimos para la certificación FAIRTSA en comercio justo.

A partir de la información obtenida en la etapa anterior se ejecutó el método FODA; para la consecutiva elaboración de la matriz MEFE, MEFI y matriz de certificación; para llevar cada uno de estos procedimientos se utilizó el criterio de experto; pudiendo evaluar el desempeño de la asociación y los criterios que tienen mayor importancia en el sistema de comercio justo.

3.10.3. ETAPA 3. Desarrollo de un plan de acciones estratégicas para obtener la certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao.

- ✓ Selección de las variables de mayor importancia
- ✓ Realización del análisis DAFO/CAME
- ✓ Elaboración del plan de acción.

Una vez conocido los resultados se realizó el análisis DAFO/CAME pudiendo crear estrategias que permitan mejorar ciertos criterios débiles que afectan en la obtención de la certificación FAIRTSA en comercio justo de cacao. A partir de ello se diseñó un plan de acciones estratégicas que sirva de base para el control y seguimiento de cada uno de los criterios sociales, productivos, económicos y ambientales.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente estudio analizó la situación de la asociación PEPA DE ORO que comercializa cacao en grano para obtener la certificación en comercio justo.

ETAPA 1. Diagnóstico de los factores internos y externos de las condiciones sociales, productivas, económicas y medioambientales.

Para la obtención de la información del contexto interno y externo se encuestó a los 33 socios con edades que oscilan entre 22 a 82 años tanto hombres como mujeres, en donde el 82% tiene un nivel de educación básica, mientras que solo un 18% ha terminado la educación media; en cuanto a los años que llevan trabajando para la asociación varían de 3 a 11 y de 13 a 15 años. Enseguida se describen los datos pertinentes de los socios actualmente activos.

Cuadro 4.1. Datos básicos de los productores

PRODUCTORES	EDAD	NUMERO CEDULA	DE	N. HECTÁREA	LOCALIDAD
Buste Parraga Benigno Rene	57	1304380080		3	Tablada de dos boca
De la Cruz francisco Enrique	72	1302654031		3	Primera Piedra
Intriago delgado José Lupercio	71	1300705587		20	El Paraíso
Intriago Moreira Ana Janeth	35	1310166317		10	Mata de Plátano
Intriago Vélez Juan Carlos	35	1309440673		3	Buenos Aire (La Contra)
Intriago Vélez Luis Alberto	33	1309440665		8	Buenos Aire (La Contra)
Mendoza Toledo Felipe Flavio Eloy	60	1302548472		5	Mata de Plátano
Montesdeoca Zambrano Julio Eliecer	42	1307807329		6	Jabilla
Montesdeoca Zambrano Ronal Lenin	40	1308737749		8	Los Mulatos
Moreira Baren Hugo Wesel	73	1300995717		5	El Paraíso
Moreira Baren Vicenta Wesmilda	63	1304837873		2,5	Vía a Mata Plátano
Moreira Quiroz Dumas Rolando Dagoberto	73	1300996335		5	Mata de Plátano
Moreira Valencia Francisco Antonio	60	1302791197		2	Mata de Plátano
Moreira Zambrano Virginia María	68	1302294853		5	Dos bocas la Caraca

Muñoz Zambrano Ángel Guillermo	58	1302727050	10,5	La Palma
Vargas Vera Cruz Maria	22	1311282410	7	Dos Bocas Vía a Camote
Vargas Zambrano Manuel Lidiverto	63	1302203281	5	Buenos Aires la Contra
Velasquez Morales Jorge Elis	55	1707092639	3	Membrillo
Velasquez Zambrano Juana Alexandra	29	1310660509	0,5	Dos Caminos
Velez Molina Dany Antonio	22	1314767672	3,5	La Mina
Velez Sacon Ramona Dolores	49	1305262684	1,5	El Paraíso
Vergara Delgado José Martin	45	1306849538	15	Mata De Cacao
Zambrano Baren Jesus Eudoro	69	1300533153	8	La Palma
Zambrano Zambrano Freddy Leovigildo	51	130486324	3	Mata De Plátano
Zambrano Zambrano Jhon Ramiro	42	1305631598	2,5	Dos Bocas
Muñoz Muñoz Cecilia Magali	26	1310663958	3	La Mina

Cuadro 4.2. Conocimiento acerca de la certificación FAIRTSA en comercio justo

¿Conoce Ud. acerca la certificación FAIRTSA en comercio justo y los beneficios que brinda ésta?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	25	76%
NO	8	24%
TOTAL	33	100%

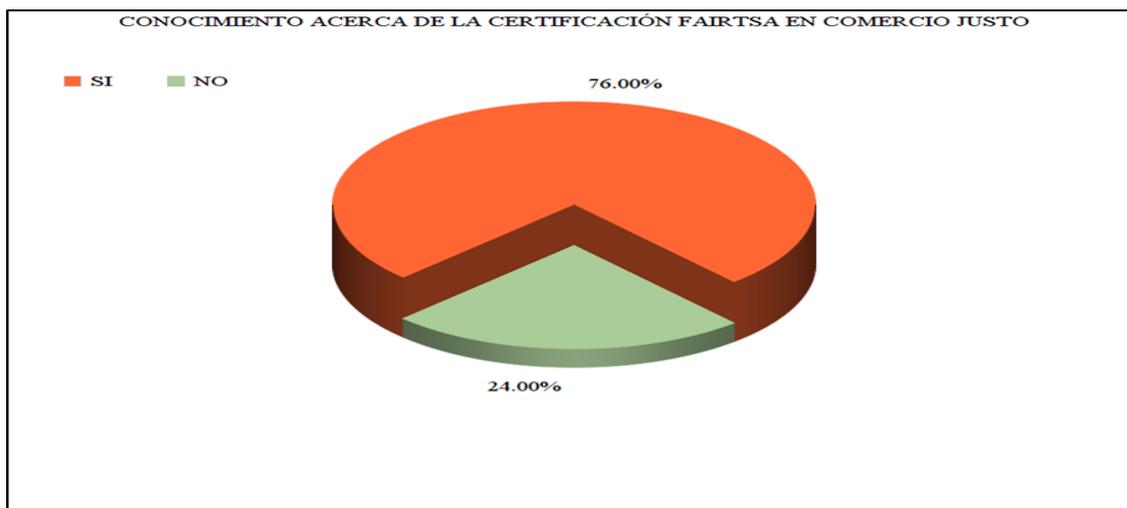


Gráfico 4.2. Tabulación de las personas encuestadas respecto al conocimiento de certificación

ANÁLISIS

El 76% de los productores de la asociación tienen noción de la certificación FAIRTSA en comercio justo. Con esto se pudo notar que los miembros han recibido cierta capacitación acerca de los beneficios que brinda esta certificadora; mientras que solo un 24% no conoce las ventajas tales como: mejorar las condiciones de trabajo, el pago de un precio justo, el desarrollo de proyectos sociales entre otros.

Cuadro 4.3. La organización cuenta con el producto (cacao) 100% orgánico

¿La organización cuenta con el producto (cacao) 100% orgánico?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	30	91%
NO	3	9%
TOTAL	33	100%



Gráfico 4.3. Tabulación de las personas encuestadas acerca del producto orgánico

ANÁLISIS

El 91% de las plantaciones de cacao de los pequeños productores es cultivado prácticamente de forma orgánica; indicador favorable para acceder a una

certificación en comercio justo; ya que uno de los requisitos es tener un producto de calidad sin la utilización de agroquímicos, logrando no solo la seguridad alimenticia sino la confianza del consumidor; a su vez se evidenció que el 9% de los agricultores utiliza fertilizantes para el cultivo de cacao.

Cuadro 4.4. La relación del administrador entre los socios de la organización

Cómo es la relación del administrador con los miembros de la asociación?		
OPCIÓN	FRECUENCIA	OPCIÓN
EXCELENTE	26	79%
REGULAR	4	12%
MALA	3	9%
TOTAL	33	100%

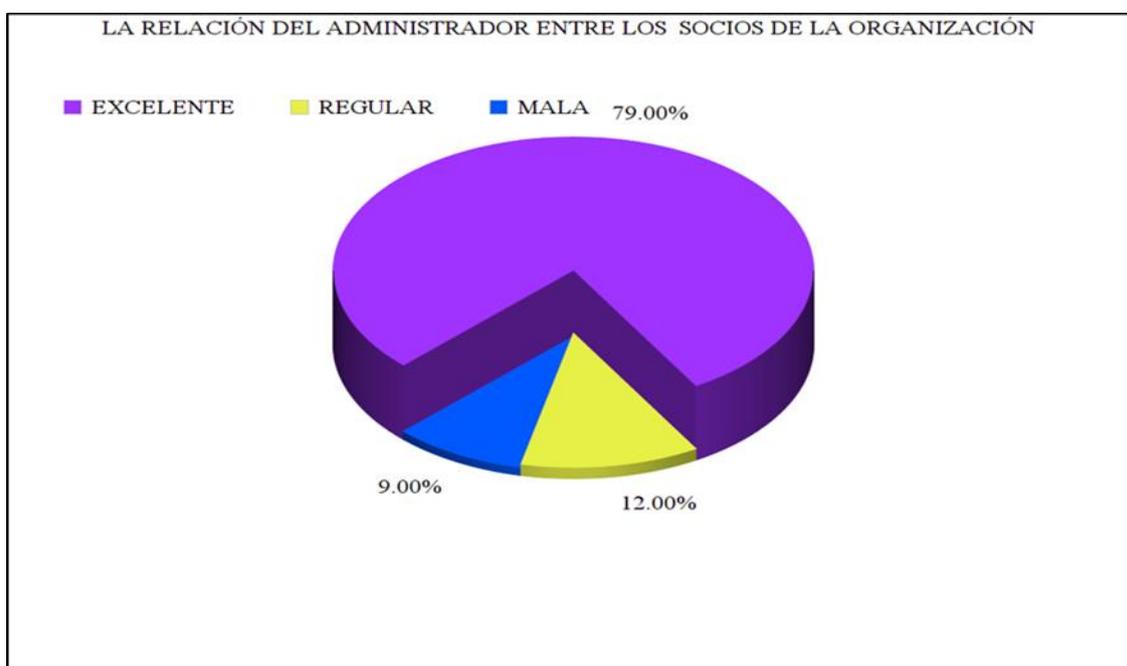


Gráfico 4.4. Tabulación de las personas encuestadas en cuanto a relaciones de trabajo

ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados del gráfico 4.4 el administrador mantiene buenas relaciones laborales pues el 79% de los productores mencionan que el clima laboral es muy participativo donde cada uno de los socios pueden dar opiniones o puntos de vistas diferentes; las decisiones se toman en conjunto ya que todos trabajan para lograr un mismo fin. Así como existe un 12% de relaciones interpersonales poco productivas en el trabajo.

Cuadro 4.5. Frecuencia de capacitaciones

¿Recibe Ud. Capacitaciones o talleres agrícolas acerca del cultivo?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SIEMPRE	10	30%
A VECES	21	64%
NUNCA	2	6%
TOTAL	33	100%

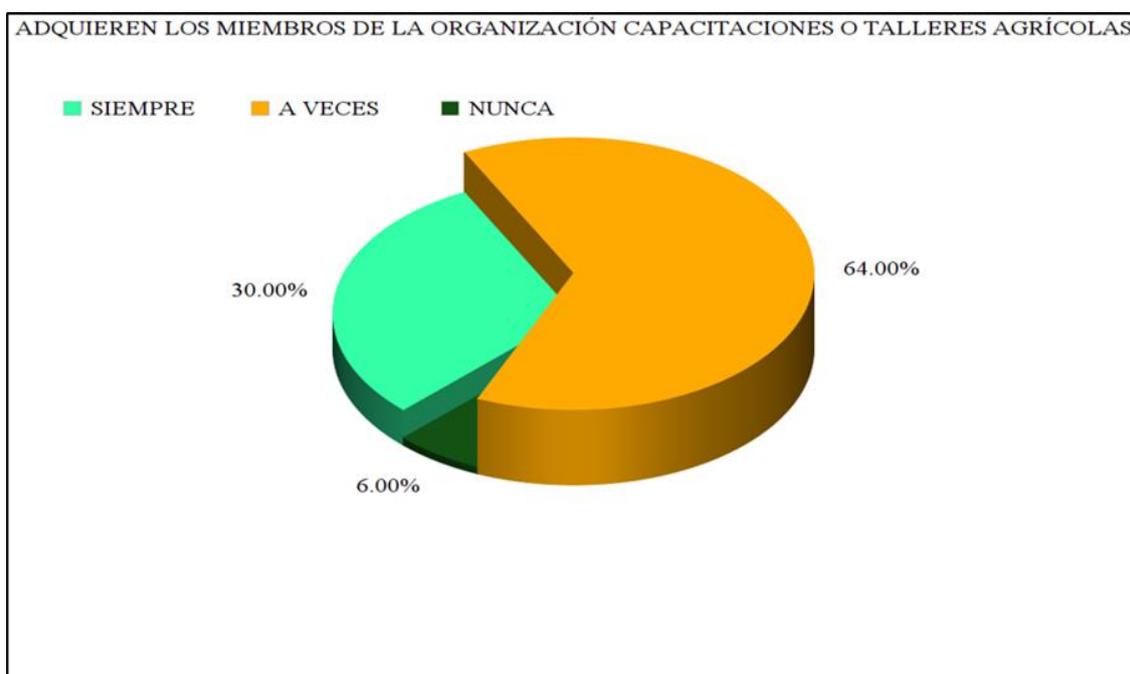


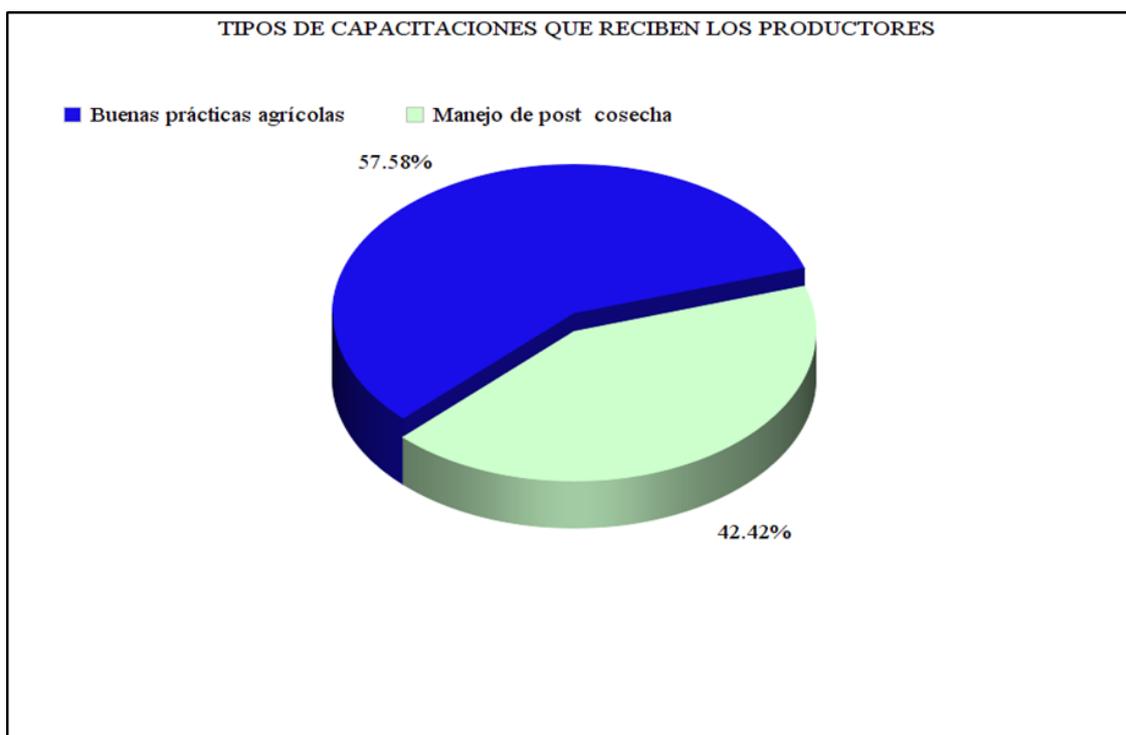
Gráfico 4.5. Tabulación de las personas encuestadas respecto a las capacitaciones o talleres agrícolas

ANÁLISIS

En cuanto a las capacitaciones existe el 64% de productores que son instruidos pero no de manera continua en temas de cosecha, post cosecha y buenas prácticas de agricultura; sin embargo cuando el equipo humano visita a la asociación PEPA DE ORO están a disposición para aclarar ciertas dudas; proporcionando un nivel de conocimiento medio, entonces hace falta recibir capacitaciones más frecuentes para lograr un mejor desempeño en el proceso productivo.

Cuadro 4.6. Tipos de capacitaciones que reciben los productores

¿Qué tipo de capacitaciones han recibido?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Buenas prácticas agrícolas	19	58%
Manejo de post cosecha	14	42%
Uso responsable del agua y energía	0	0%
Manejo eficiente de residuos	0	0%
Seguridad laboral	0	0%
TOTAL	33	100%

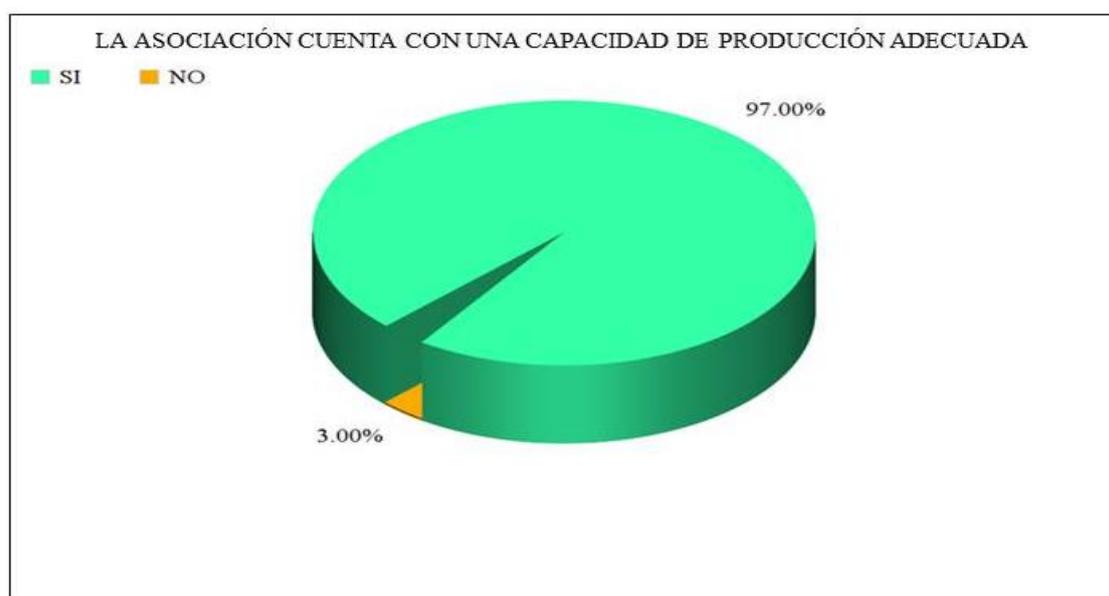
**Gráfico 4.6.** Tabulación de las personas encuestadas respecto a las capacitaciones

ANÁLISIS

De acuerdo al gráfico 4.6 los socios han sido asesorado especialmente en el manejo de la plantación, puesto que el tema de buenas prácticas agrícolas tiene un porcentaje de 58% y el manejo de post cosecha un equivalente de 42%; en virtud de lo expuesto es necesario que los pequeños productores se los capacite sobre otros temas de interes que buscan la sostenibilidad socioambiental para el bien comun de la sociedad.

Cuadro 4.7. Cuenta la asociación con una capacidad de producción adecuada

¿Cuenta la asociación con una capacidad de producción adecuada para proveerles a sus clientes?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	32	97%
NO	1	3%
TOTAL	33	100%

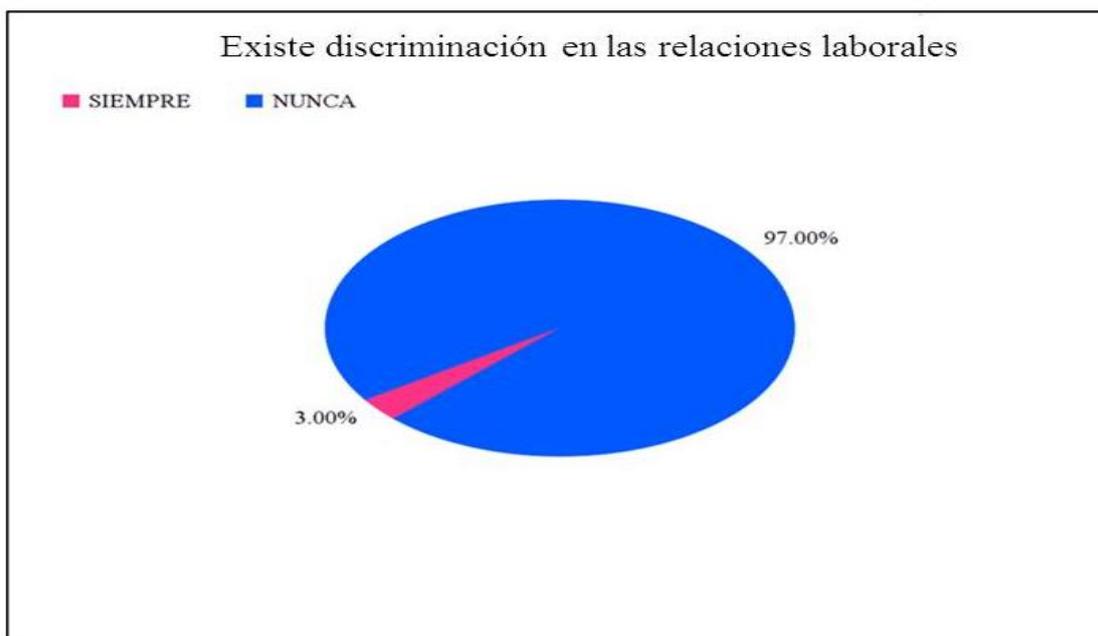
**Gráfico 4.7.** Tabulación de las personas encuestadas en relación a la capacidad productiva

ANÁLISIS

La mayoría de los productores y productoras poseen hectáreas de cacao desde 3 y 30 Ha; mismas que proveen una producción de 500 toneladas anual de cacao suficiente para abastecer a los clientes, esto se lo evidencia en el gráfico 4.7 que arroja un equivalente de 97%.

Cuadro 4.8. Las relaciones laborales con los miembros de la asociación

¿En las relaciones laborales con cada uno de los socios y demás miembros existe discriminación por clase social, género, religión o raza?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SIEMPRE	1	3%
A VECES	0	0%
NUNCA	32	97%
TOTAL	33	100%

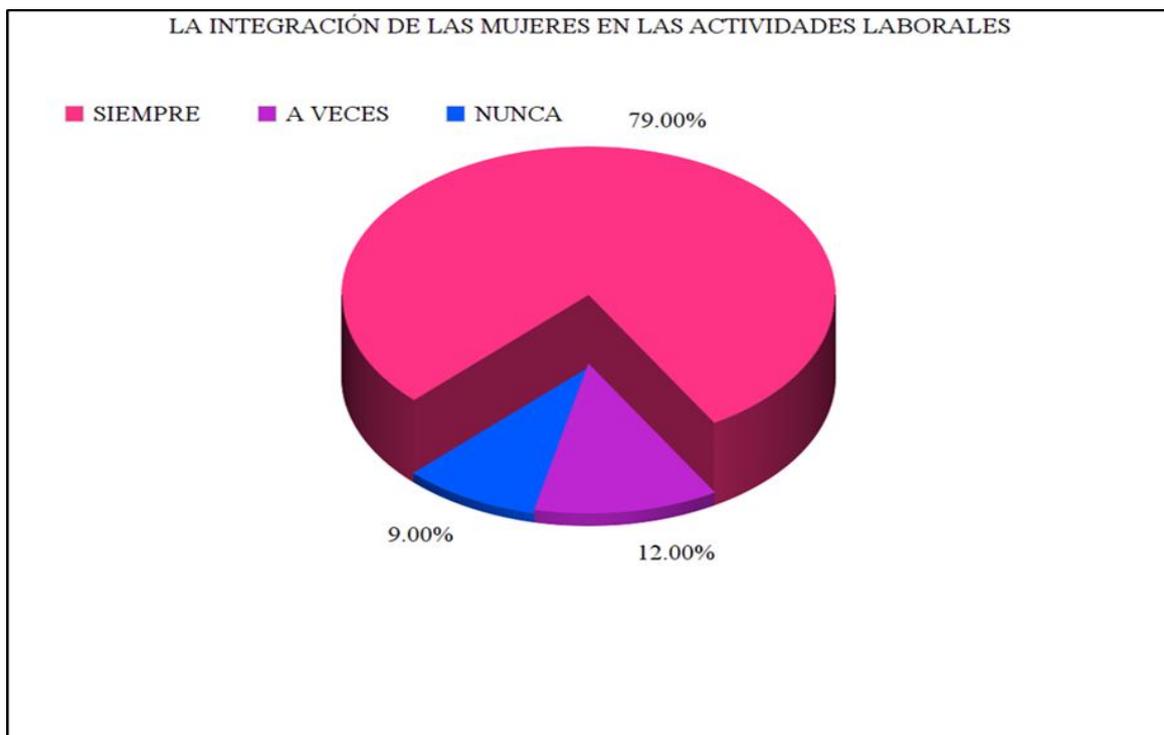
**Gráfico 4.8.** Tabulación de las personas encuestadas acerca de la discriminación

ANÁLISIS

Las relaciones laborales constituyen un elemento fundamental para alcanzar cada uno de sus fines, en donde el trabajo se realiza en equipo, es muy participativo ya que se realizan reuniones con todos los miembros y se discuten ideas de algún tema en cuestión, no existen desigualdades entre hombres y mujeres, diferencias de cargos o de religión, esto se lo refleja en el gráfico 4.8.

Cuadro 4.9. La integración de las mujeres en las actividades laborales

¿Existe la participación femenina en las actividades de la asociación?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SIEMPRE	26	79%
A VECES	4	12%
NUNCA	3	9%
TOTAL	33	100%

**Gráfico 4.9.** Porcentajes de la participación femenina en la asociación

ANÁLISIS

El 79% de las mujeres participan en las actividades de la asociación tales como la elaboración de manjar, rompopo de cacao, entre otros; así mismo colaboran en la finca; con esto se deduce que la forma en que se organiza y desarrolla el trabajo es paritaria.

Cuadro 4.10. Participación familiar en las actividades de la finca

¿La asociación cuenta con la colaboración de niños para desarrollar cada una de las actividades de la misma?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SIEMPRE	2	6%
A VECES	6	18%
NUNCA	25	76%
TOTAL	33	100%

**Gráfico 4.10.** Tabulación de las personas encuestadas respecto al involucramiento familiar en la finca

ANÁLISIS

Respecto a la participación familiar no se evidencia situaciones que atenten los derechos de los niños; ya que el 76% de los productores indican que no involucran a sus hijos a realizar actividades en la finca; no obstante existe un 18% de colaboración de niños que desarrollan tareas agrícolas leves, pero no interfieren en su desarrollo físico y educativo.

Cuadro 4.11. Frecuencia de las actividades realizadas en la comunidad

¿Ud. como socio de la asociación ha realizado actividades que ayudan al desarrollo de la comunidad de productores?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SIEMPRE	20	61%
A VECES	10	30%
NUNCA	3	9%
TOTAL	33	100%

**Gráfico 4.11.** Porcentaje de las actividades realizadas en la comunidad

ANÁLISIS

El 61% de los productores han realizado actividades comunitarias tales como labores recreativas, charlas en las escuelas para la protección del medio ambiente (tala de árboles, quemar la basura, arrojar desechos o desperdicios); y la conservación de la naturaleza (prohibido matar animales).

Cuadro 4.12. Proyectos implementados para el mejoramiento de la asociación

¿Cuáles de los siguientes criterios de proyectos ha implementado la asociación?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Mejoramiento de la calidad de producto	20	61%
Mejoramiento o competitividad en el mercado	3	9%
Mejoramiento de las condiciones de trabajo y vivienda de	0	0%

los trabajadores		
Proyectos de asistencia médica	0	0%
Proyectos educativos de alfabetización	0	0%
Proyectos de reforestación u otro proyecto de sostenibilidad ambiental	10	30%
Otros	0	0%
TOTAL	33	100%

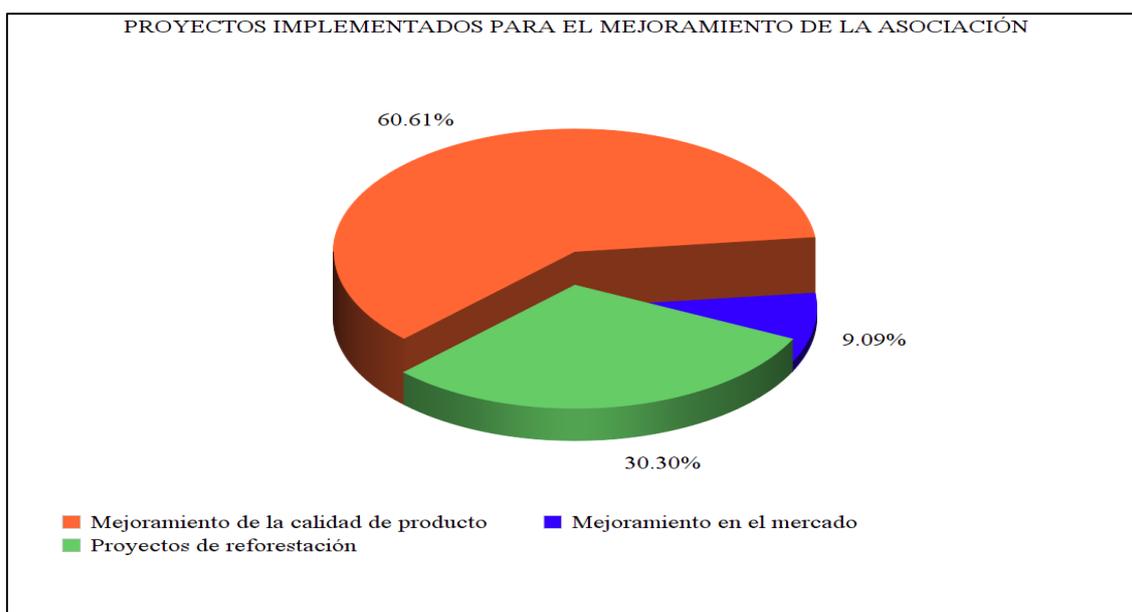


Gráfico 4.12. Tabulación de los productores respecto a la implementación de proyectos

ANÁLISIS

Sin lugar a dudas se han implementado proyectos que benefician a la familia de productores y a la comunidad, principalmente en el mejoramiento de la calidad del producto y en proyectos de reforestación ambiental, complementando un 9% en el mejoramiento o competitividad en el mercado, con esto se observa que los socios se centran en diseñar proyectos en la mejora de la finca y el cultivo del cacao.

Cuadro 4.13. Posibles proyectos que contribuirán a mejorar la calidad de vida

¿Cuáles de las siguientes opciones de proyectos le gustaría potencializar para mejorar las condiciones de vida de la familia de productores?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Mejoramiento de la calidad de producto	10	30%
Mejoramiento o competitividad en	4	12%

el mercado		
Mejoramiento de las condiciones de trabajo y vivienda de los trabajadores	4	12%
Proyectos de asistencia médica	2	6%
Proyectos educativos de alfabetización		0%
Proyectos de reforestación u otro proyecto de sostenibilidad ambiental	10	30%
Otros	3	9%
TOTAL	33	100%



Gráfico 4.13. Posibles opciones de proyectos que le gustaría potencializar

ANÁLISIS

El 30% de los productores aluden que aún hace falta potencializar en el mejoramiento de la calidad del producto y el desarrollo de un medio ambiente sostenible en la zona, por otro lado existen porcentajes menores en materia de servicio social como por ejemplo salud, condiciones de trabajo y vivienda que constituyen proyectos interesantes para mejorar la calidad de vida de los pequeños agricultores.

Cuadro 4.14. El apoyo de instituciones gubernamentales

¿La asociación cuenta el apoyo del gobierno?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SIEMPRE	13	39%
A VECES	20	61%
TOTAL	33	100%



Gráfico 4.14. Apoyo por parte del gobierno

ANÁLISIS

Como se muestra en el gráfico 4.14 la asociación cuenta con el apoyo parroquial y provincial pero no perennemente con un equivalente de 58%; por otra parte los productores acotan que las instancias del gobierno les han dado facilidades en términos de capacitación y facilidad de financiamiento por medio de la contribución tripartita lo cual ha permitido llevar a cabo el proyecto de tratamiento de post cosecha.

Cuadro 4.15. Métodos de riego para el cultivo de cacao

¿Qué tipo de método utiliza en el manejo de riego en el cultivo de cacao?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA

		RELATIVA
Gravedad	17	52%
Aspersión	1	3%
Goteo	0	0%
Otros	15	46%
TOTAL	33	100%

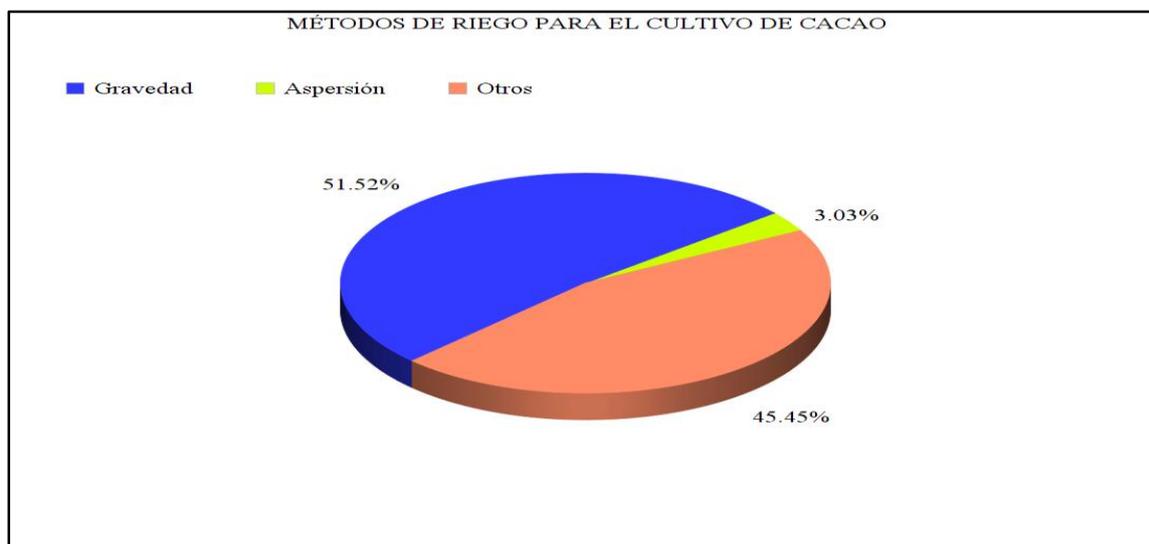


Gráfico 4.15. Tabulación de las personas encuestadas respecto a los tipos de riego

ANÁLISIS

La mayoría de los productores no manejan un sistema de riego moderno pues el 52% utiliza el método por gravedad, otros riegan el cultivo de cacao en baldes o en temporadas de lluvias, lo que puede afectar el buen desarrollo de las plantaciones cacaoteras. Por lo tanto es necesario que los socios dispongan y manipulen equipos productivos más tecnificados que permitan obtener una mejor producción.

Cuadro 4.16. La comercialización de los productos

¿Cómo comercializan su producto?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Directamente al consumidor	6	18%
Por intermediario	22	67%
De las dos formas	5	15%
TOTAL	33	100%

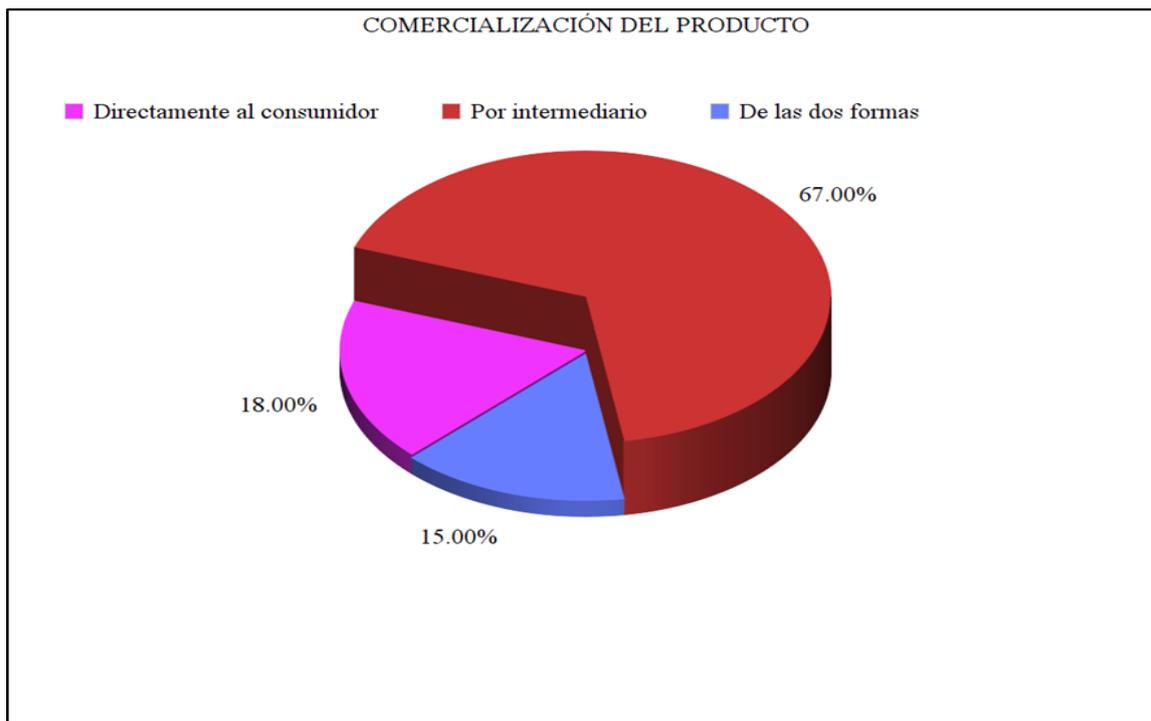


Gráfico 4.16. Tabulación de las personas encuestadas con respecto a la comercialización del producto

ANÁLISIS

La mayoría de los productores no practican un comercio directo; pues el 67% de los agricultores realizan la actividad comercial a través de intermediarios formales e informales recibiendo un precio muy bajo. Tal es el caso de la Fundación Maquita quien era la que recibía el dinero de la prima de comercio justo FLO-CERT donde los productores no recibían un pago justo por su cosecha de cacao orgánico. Ante tal situación obtener la certificación FAIRTSA en la asociación permitirá muchas oportunidades no solo en condiciones económicas sino también social.

Cuadro 4.17. Situación comercial de la asociación

¿Cómo se encuentra actualmente la asociación en el mercado comercial?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	0	0%
Regular	18	55%
Mala	15	46%
TOTAL	33	100%

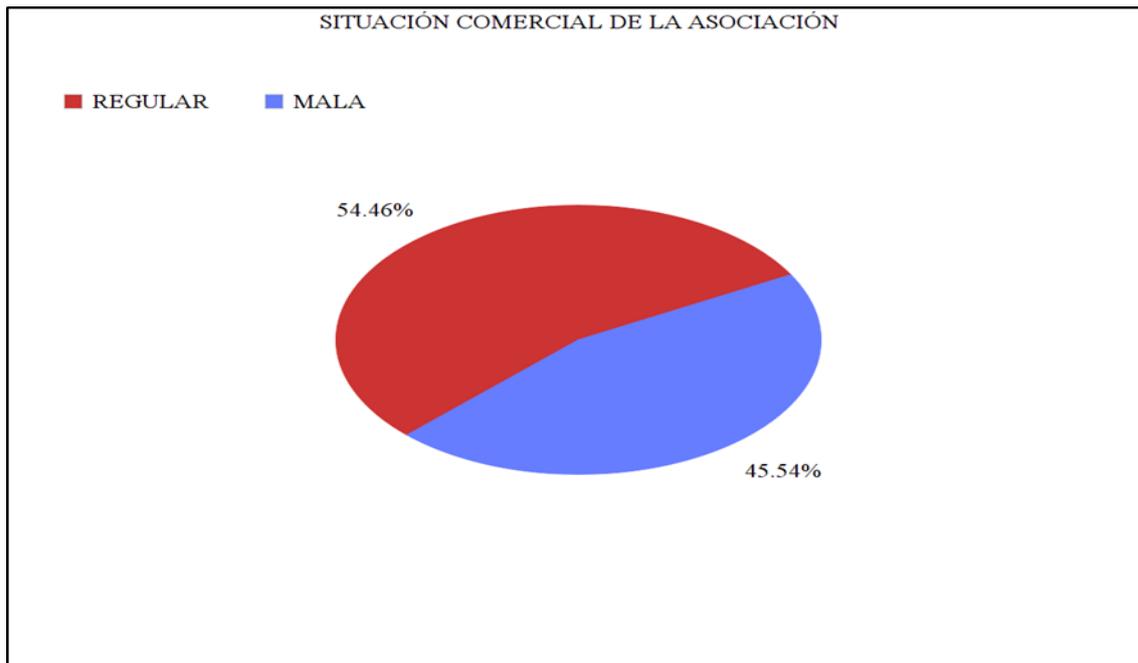


Gráfico 4.17. Tabulación de las personas encuestadas respecto a la situación comercial de la asociación

ANÁLISIS

En el escenario comercial los pequeños productores presentan dificultades, una de ellas es que Maquita se transformó de microempresa a empresa y por tanto los agricultores tendrán que cumplir ciertos requisitos legales como: poseer una cuenta en el Banco de Pichincha, etc., para poder llevar relaciones comerciales transparentes, debido a esto se ha paralizado la venta de cacao con esta organización lo que ha llevado a los socios a ejercer más el comercio en la zona generando pocos ingresos, es decir el 55% de los socios no generan suficientes réditos económicos que les permita mejorar su condición de vida.

Cuadro 4.18. Fines de la asociación en el entorno

¿Cuál de estas opciones cree Ud. que es la participación de la asociación en la sociedad?		
OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Solidaria	3	9%
Ambiental	5	15%
Económica	23	70%
Otros fines	2	6%
TOTAL	33	100



Gráfico 4.18. Tabulación de las personas encuestadas con respecto a los fines de la asociación

ANÁLISIS

Al igual que toda organización esta asociación se crea para fines de lucro, pues el 70% de los socios mencionan que a través de la asociatividad se obtiene mejores beneficios como posibilidad de acceso a financiamiento, apoyo en la creación de proyectos productivos, mejores rendimientos económicos etc., que garantizan el crecimiento de la asociación.

ETAPA 2.- Determinación del grado de cumplimiento de los requisitos para la obtención de la certificación en comercio justo de cacao.

Como resultado de la ejecución de las técnicas aplicadas se analizó y consolidó la información de los puntos débiles y fuertes relacionados a los criterios sociales, productivos, económicos y ambientales.

Enseguida se muestra el procedimiento para la construcción del análisis FODA.

5.	Servicio de energía en condiciones aceptables	5.	La crisis económica que atraviesa el país
6.	Facilidad de financiamiento por medio de la contribución Tripartita	6.	Elevados costos de certificación en comercio justo
7.	Certificarse en comercio justo	7.	La fuente de aguas subterráneas y residuales afecta directamente e indirectamente a los individuos

Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Según Fred R. David (s.f.) citado por Ponce (2007) el procedimiento para realizar la evaluación de las fortalezas y debilidades de la organización es la siguiente:

- Emplea una lista de factores internos claves con que cuenta la empresa
- A cada factor asignar una ponderación que abarque desde 0.0 (irrelevante) hasta 1.0 (muy importante). La ponderación asignada a un factor determinado indica su importancia relativa con respecto al éxito en la industria de la empresa. Sin importar si un factor clave es una fortaleza o debilidad interna, se asigna las mayores ponderaciones a los factores que se consideran que tienen la mayor influencia en el desempeño organizacional. La suma de todas las ponderaciones debe ser igual a 1.0.
- Se asigna a cada factor una calificación de 1 a 4 para indicar si representa una fortaleza o debilidad importante o menor; en este caso se utilizó una escala de 0 a 4; donde 0 tiene un desempeño muy deficiente y 4 cumple el estándar para un buen desempeño social, adaptado según la certificación Fair for Life.

0	1	2	3	4
Desempeño muy deficiente/ningún cumplimiento. El desempeño debe mejorarse para continuar con la certificación.	Todavía no es suficiente, pero ya existen avances hacia un buen cumplimiento del estándar social	Buen desempeño voluntario, superior a la norma, superior al mínimo	Desempeño excepcionalmente superior, muy superior al mínimo, extraordinario	Cumple tal como el estándar define para un buen desempeño social

- d) se multiplica la ponderación de cada factor por su clasificación, para determinar el puntaje ponderado para cada variable
- e) Finalmente se deben sumar los puntajes ponderados para cada variable y con esto se obtiene un puntaje total ponderado de la compañía.

Cuadro 4.20. Situación interna de la asociación

	INDICADORES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS	El administrador tiene todos los documentos legales en regla y evidenciado	0,09	4	0,36
	Participación femenina en las actividades laborales de la asociación	0,08	4	0,32
	Relaciones transparentes, participativas y justas con los socios y clientes	0,06	3	0,18
	Iniciativas para desarrollar proyectos de desarrollo social (mejoramiento del producto)	0,05	3	0,15
	Infraestructura adecuada [cuenta con laboratorio de bio-insumos] y maquinaria propia.	0,09	4	0,36
	Dispone de un sistema de agua propio	0,03	2	0,06
	No se obliga a los socios a seguir trabajando en la asociación	0,05	3	0,15
	Iluminación del área de trabajo aceptable	0,06	3	0,18
	Capacidad de producción adecuada	0,03	2	0,06
	Los departamentos están identificados con letreros	0,06	3	0,18
	Contribuye a la protección de los animales	0,06	3	0,18
	No existe discriminación por clase social, genero, religión o raza entre los socios	0,09	4	0,36
	Proyecto de post cosecha en construcción	0,03	2	0,06
	Poseen materia prima de calidad (cacao orgánico) para la elaboración de chocolates especiales.	0,07	3	0,21
	Productores y demás miembros participan en el proceso de toma de decisiones de sus actividades.	0,09	4	0,36
	Dispone de extintores de incendio para prevenir accidentes	0,09	4	0,36
	PESO PONDERADO DE FORTALEZAS	1,00		3,43
DEBILIDADES	Pocos recursos financieros	0,06	2	0,12
	Débil reconocimiento en el mercado	0,06	2	0,12
	Los materiales, equipos y maquinarias no están reubicados correctamente.	0,06	2	0,12
	No tiene implantada una política de comercio justo	0,06	2	0,12
	No existe mucho compromiso en proyectos de salud, educación y vivienda	0,06	2	0,12
	Utilización de métodos de irrigación tradicionales	0,06	2	0,12
	Grupos no capacitados regularmente	0,06	2	0,12
	No se recibe un pago justo y puntual	0,06	2	0,12
	No tiene establecida una política organizacional	0,06	2	0,12
	Las instalaciones de servicios sanitarios son inadecuados	0,06	2	0,12

No se utiliza protección necesaria para trabajar en la finca	0,05	1	0,05
La comercialización se la realiza por medio de intermediarios	0,06	2	0,12
Poca cobertura en líneas telefónicas	0,09	3	0,27
Vía terrestre en mal estado	0,06	2	0,12
Existe el trabajo familiar en las áreas productivas de la finca.	0,05	1	0,05
Falta cobertura de agua publica	0,09	3	0,27
PESO PONDERADO DE DEBILIDADES	1,00		2,08
PESO TOTAL PONDERADO			5,51

Las ponderaciones de los factores internos proporcionan resultados favorables para la asociación, pues el peso total del contexto interno pondera un valor de 5.51; con referencia a la individualidad de la variable fortaleza; se atribuye un peso de 3.43; según Fred R. David (s.f.) citado por Ponce (2007) el valor recomendado es de 2.5, destacándose que lo más importante no consiste en sumar el valor ponderado de las fortalezas y debilidades, lo relevante es comparar el peso ponderado total de las fortalezas con el peso ponderado total de las debilidades; en contraste a los puntos débiles que se encuentran en un estado menor de 2.08, lo cual indica que el centro de acopio posee atributos fuertes que la identifican como tal; por ejemplo: dispone de materia prima orgánica, suficiente capacidad productiva, el recurso humano tiene iniciativas para desarrollar proyectos de desarrollo social entre otros aspectos, colocándola en una situación ventajosa y competitiva.

Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)

El siguiente paso consiste en evaluar el ambiente externo de la asociación para Fred R. David (s.f.) citado por Ponce (2007) el procedimiento para la elaboración de una matriz consiste en:

- a) Asignar un peso entre 0.0 (no relevante) hasta 1.0 (muy relevante); el peso que se asigna expresa su importancia relativa, el total debe dar la suma de 1.

- b) Asignar una calificación entre 1 y 4, en este caso se utilizó la escala de 0 a 4; que se mencionó en el apartado anterior
- c) Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para determinar el peso
- d) Sumar las calificaciones de peso ponderados de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto.

Cuadro 4.21. Situación externa de la asociación

	INDICADORES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES	Ingreso a nuevos mercados	0,07	3	0,21
	Fomenta la conservación de especies madereras en los alrededores de la zona	0,07	3	0,21
	Apoyo del gobierno parroquial y provincial	0,07	3	0,21
	Característica del suelo favorable para la actividad agropecuaria	0,07	3	0,21
	Servicio de energía en condiciones aceptables	0,07	3	0,21
	Facilidad de financiamiento por medio de la contribución Tripartita	0,08	3	0,24
	Certificarse en comercio justo	0,09	3	0,27
	PESO PONDERADO DE OPORTUNIDADES	0,52		1,56
AMENAZAS	Fenómenos naturales (zona de nivel medio en riesgo sísmico)	0,1	4	0,40
	Existencia de competidores certificados en comercio justo, con posicionamiento en el mercado	0,07	3	0,21
	Cambios constantes de leyes y requisitos	0,07	3	0,21
	Creciente poder de negociación entre organismos con mayor permanencia en el mercado	0,07	3	0,21
	La crisis económica que atraviesa el país	0,05	2	0,10
	Elevados costos de certificación en comercio justo	0,07	3	0,21

La fuente de aguas subterráneas y residuales afecta directamente e indirectamente a los individuos	0,05	2	0,10
PESO PONDERADO DE AMENAZAS	0,48		1,44
PESO TOTAL PONDERADO	1,00		3,00

La situación externa arroja un resultado total de 3.00; por encima del promedio 2.50, lo que indica que la asociación se encuentra en una posición normal; no obstante es fundamental realizar más acciones que permitan aprovechar esas oportunidades tales como el apoyo del gobierno, facilidad de financiamiento, las características del suelo apta para la siembra y cultivo de productos agrícolas en especial el cacao fino de aroma, entre otros; para contrarrestar o evitar aquellas amenazas; en comparación al peso ponderado de oportunidades y amenazas evidentemente el primer factor refleja un peso de 1.56 mayor al segundo elemento, sin embargo los resultados no representan situaciones favorables en el medio donde actúa la asociación.

Matriz de evaluación de los requisitos mínimos para la certificación FAIRTSA en comercio justo de la asociación agro-artesanal La Pepa de Oro.

La siguiente ilustración busca proporcionar un conocimiento sobre cada letra y números que se utilizó en la matriz de evaluación para conocer la situación real de la asociación en lo concerniente al grado de cumplimiento de los requisitos antes mencionados que permitan encaminar todos los esfuerzos hacia aquellos puntos críticos y así accionar mejoras para obtener la certificación FAIRTSA en comercio justo.

Cuadro 4.22. Detalles principales para el proceso de certificación

DETALLE	DESCRIPCIÓN
M=	Indica un "REQUISITO MÍNIMO", este requerimiento siempre deberá cumplirse dentro del marco de tiempo establecido.
MAX=	Puntaje máximo que se puede obtener para cada punto de control. Se puede asignar

	cualquier calificación hasta el MÁXIMO puntaje establecido
TPN:	(Total de puntos según el estándar) = Total de puntos si todos los requisitos de las normas han sido cumplidos, calificado como "4".
N.A.:	Si un punto de control no es aplicable a la operación, se lo señala como N.A. (no aplicable) y la norma respectiva y los puntos máximos no se incluyen en el cálculo del total de puntos normados y los puntos máximos aplicables según lo evaluado en el proceso de certificación y presentados en la calificación final.
CRITERIO	C= cumplido D= desarrollo y M= elemento de mayor peso
	Requisitos mínimos para la certificación
Para la certificación deben cumplirse los siguientes porcentajes del total de puntos según el estándar	Todos los requisitos MÍNIMOS marcados como M deben cumplirse en el tiempo indicado, por ejemplo (M=2 desde el año 2) significa que para la primera certificación, una operación podría estar levemente por debajo de la norma puesto que el cumplimiento de dicho requisito puede tomar algún tiempo. Para la segunda certificación, este requisito mínimo debe cumplirse; de lo contrario, la certificación no podrá otorgarse.
Primer año: 90%	
Segundo año: 95%	
Tercer año: 100	Si el desempeño se califica como cero (0) se impondrá una condición para mejorar este aspecto hasta la siguiente auditoría de seguimiento

En último término se presenta el esquema de evaluación que ha sido adaptado según el programa Fair for Life; estándar idóneo para comprobar el cumplimiento de los criterios sociales, económicos, productivos y medioambientales de la asociación La Pepa de Oro, basándose en los principios del comercio justo y en las normas de la OIT; pues obtener la certificación FAIRTSA implica cumplir con los estándares y normativa vigente

Cuadro 4.23. Grado de cumplimiento de los requisitos del criterio social en comercio justo

ESTÁNDAR DEDESARROLLO SOCIAL					
ELEMENTOS	TÁCTICA DE MEDICIÓN	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	MAX	CRITERIO	PUNTOS N.A.
El operador de grupo actúa como el responsable y contraparte de comercio justo frente a los productores del grupo.	Entrevista	1. El Sr: Luis Intriago mantiene relaciones transparentes, participativas y justas con los socios y clientes. Respeto al grupo productivo y busca acceder al comercio justo para que los beneficios sean otorgados para el bien de los agentes involucrados.	3 M=0	M	
	Entrevista	2. Fomenta el intercambio de ideas entre los productores y acepta los diferentes puntos de vista de cada uno de los socios, así mismo se les informa los acontecimientos para así tomar responsables decisiones.	4 M=0	C M	
No existe trabajo forzoso u obligatorio conformes los Convenios 29 y 105 de la OIT.	Entrevista	3. El administrador Sr: Luis Intriago respeta las decisiones de cada uno de los socios, menciona que lo primordial es conocer lo que quiere el socio. De los 37 socios que conformaban la asociación actualmente existen 33; por lo tanto no se obliga a los actores productivos a seguir trabajando para la misma.	3 M=0	M	
Trabajo Infantil y Protección de Trabajadores Jóvenes conformes los convenios 138 y 182 de la OIT.	Encuesta	4. El 76% de los productores no permiten que sus hijos colaboren en la finca; aunque se evidenció que un 24% realiza ciertas actividades ligeras como la recogida de cultivos de cacao según el criterio de algunos productores.	1 M=0	M	

Las medidas disciplinarias son justas, adecuadas y no violan los derechos humanos.	Entrevista	5. Esta asociación como parte del grupo de la Economía Popular y Solidaria tiene que cumplir ciertas políticas provistas por la ley, como por ejemplo el socio que no asista a las reuniones pagara una multa de \$2 dólares, sin más cabe decir que no se evidencia una política organizacional establecida por la misma.	2 M=0	B
La empresa asegura el tratamiento equitativo y respetuoso a todos los trabajadores en todos los aspectos.	Encuesta	6. El 97% de los socios mantiene buenas relaciones sin discriminación de raza, religión, edad, género etc. 7. Participación femenina en las actividades laborales de la asociación	4 4 M=0	C M
Poca cobertura en líneas telefónicas	Investigación de campo	8. Existen ocasiones en donde no se puede establecer una comunicación	3	N.A.
Ingreso a nuevos mercados		9. La asociación con la certificación en comercio justo y con la infraestructura que se está implementando ingresará al mercado acortando la cadena como productor – consumidor	3 M=1	B
Vía terrestre en mal estado	Investigación de campo	10. Aún hace falta mejorar el transporte terrestre	2	N.A.
Existencia de competidores certificados en comercio justo, con posicionamiento en el mercado		11. Organizaciones con experiencia en las certificación FAIRTSA, en comercio justo	3	N.A.

Cambios constantes de leyes y requisitos		12. A veces existen requisitos muy rígidos y para ellos es difícil cumplir ciertas exigencias	3 M=0	B
Creciente poder de negociación entre organismos con mayor permanencia en el mercado		13. No tienen fuerte reconocimiento y las negociaciones se las llevan las empresas posesionadas en el mercado	3	N.A.
	Observación	14. Se utiliza extintores de incendio para prevenir accidentes catastróficos.	4 M=0	C B
Debe ofrecerse un ambiente de trabajo seguro e higiénico, tomando en cuenta lo que se conoce sobre la industria y sobre cualquier riesgo específico existente.	Reunión de socios investigación de campo	15. Han recibido capacitación pero no de manera regular en actividades como buenas prácticas agrícolas, manejo de pos cosecha, utilización de sustancias químicas, aunque en materia del manejo eficiente de agua, energía, residuos y seguridad laboral hace falta asesoramiento.	2 M=3	D
	Observación	16. Las instalaciones de servicios sanitarios son inadecuadas, no existe un botiquín de primeros auxilios.	2 M=0	B
	Observación	17. No se evidencia áreas riesgosas en el ambiente de trabajo, sin más hay que mencionar que los departamentos están identificados con letreros 18. En cuanto a los materiales, equipos y maquinarias no están reubicados correctamente.	3 2 M=0	B

	Entrevista	19. Los productores no utilizan protección necesaria (guantes, gorros,) para trabajar en la finca, pues para ellos representa incomodidad	1 M=0	B
	Observación	20. La iluminación del área de trabajo es aceptable	3 M=0	B
Política de comercio justo que define a los futuros beneficiarios y los procedimientos para administrar la Prima de Desarrollo FairTrade .También confirma el empoderamiento de los trabajadores.		21. La asociación no cuenta con una política de comercio justo bien desarrollada y documentada, pero se los ha capacitado aunque no regularmente acerca de las condiciones de este sistema, aunque existe un 24%de productores que no conocen los requisitos, y beneficios de esta certificación.	2 M=2	B
Relaciones con la Comunidad	Observación	22. Actualmente la asociación con la participación del gobierno local y provincial están implementando el proyecto de tratamiento post cosecha, el Sr. Intriago como representante del grupo está pendiente del cumplimiento de cada una de las condiciones del proyecto.	2 M=0	M
	Entrevista	23. Se han realizado actividades en beneficio de la comunidad por ejemplo: charlas en las escuelas referentes a la protección de la madre naturaleza y la conservación del medio ambiente, a los productores informales que han querido asociarse se les ha informado sobre las diferencias de precios en el cacao.	puntos adicionales	
	Encuesta	24. Se ha implementado proyectos en el mejoramiento del producto.	3 M=0	M

	25. La mayoría de los productores no se sienten comprometidos en proyectos de salud, educación y vivienda.	2 M=3		D
Certificación	26. La asociación cuenta con muchas fortalezas que representan criterios básicos para certificarse; por lo tanto esto significaría una oportunidad para obtener la certificación	3		N.A.
TOTAL		MAX	TNP	PUNTOS N.A.
	Puntaje máximo / Total de puntos según Estándar / Puntos no aplicables	35	16	14

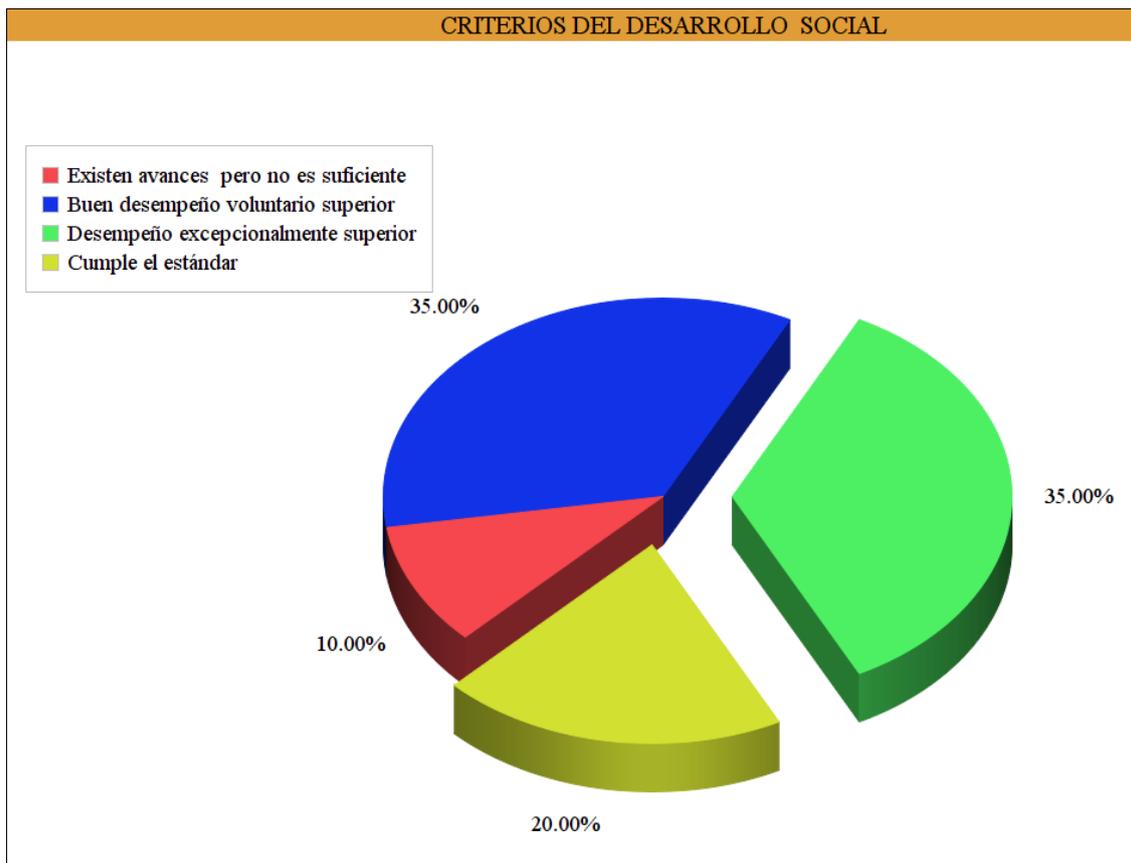


Gráfico 4.19. Porcentaje de cumplimiento de los requisitos de la certificación FairTSA en comercio justo

De las 26 variables establecidas en este estudio solo 20 se han considerado como requisito básico para certificarse; esto según el criterio de una persona experta en materia de certificación y en base a la información obtenida de los requisitos del programa FAIRTSA; en donde se refleja un cumplimiento de 20% que se relaciona con la participación del proceso de toma de decisiones, un trato equitativo y respetuoso con todos los miembros, entre otros; los criterios restantes están en etapa de mejora con un desempeño de 35%; de acuerdo con la FLOCERT (2015) el puntaje promedio de los criterios de desarrollo es igual o superior a 3.0, con esto se evidencia el buen desempeño que ha tenido la asociación en las relaciones con la comunidad en especial en el proyecto de mejoramiento del producto donde más se ha centrado los esfuerzos y que lo convierte en un requisito necesario para su certificación. Si bien los requisitos FAIRTSA se basan en una filosofía "Ciclos de Mejora", lo que significa que los incumplimientos menores que determine el organismo de certificación tienen que ser tomado en serio y corregida en cuanto las

circunstancias lo permitan (FairTSA, 2016). En términos generales esta sociedad cumple estos requisitos en un 55%; y un 45% de no conformidad con el criterio básico y de desarrollo.

Cuadro 4.24. Grado de cumplimiento de los requisitos del criterio productivo en comercio justo

ESTÁNDAR DE DESARROLLO PRODUCTIVO					
ELEMENTOS	TÁCTICA DE MEDICIÓN	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	MAX	CRITERIO	PUNTOS N.A.
Se respetan los derechos de las poblaciones locales e indígenas.	Entrevista	1. Los pequeños agricultores disponen la documentación legal acerca de la propiedad de la tierra, registros de su producción y de sus actividades de ventas del producto.	4 M=0	C B	
Poseen materia prima de calidad (cacao orgánico) para la elaboración de chocolates especiales.	Encuesta	2. El cultivo del cacao en su mayoría es orgánico	3 M=0	B	
Capacidad de producción adecuada	Encuesta y Experto	3. De acuerdo al estudio realizado el 97% de los productores cuentan con suficiente abastecimiento de la producción de cacao en los diferentes sitios de Membrillo; sin embargo según el experto aún hace falta aumentar su capacidad productiva.	2 M=0	B	
Infraestructura adecuada (cuenta con laboratorio de Bio-insumos) y maquinaria propia	Observación y Comunicación personal	4. La infraestructura cuenta con área de bodega, secado y comercialización. Equipos en buen estado para la elaboración de productos derivados del cacao	4 M=0	C B	

TOTAL	MAX	TNP	PUNTOS N.A.
Puntaje máximo / Total de puntos según Estándar / Puntos no aplicables	5	8	

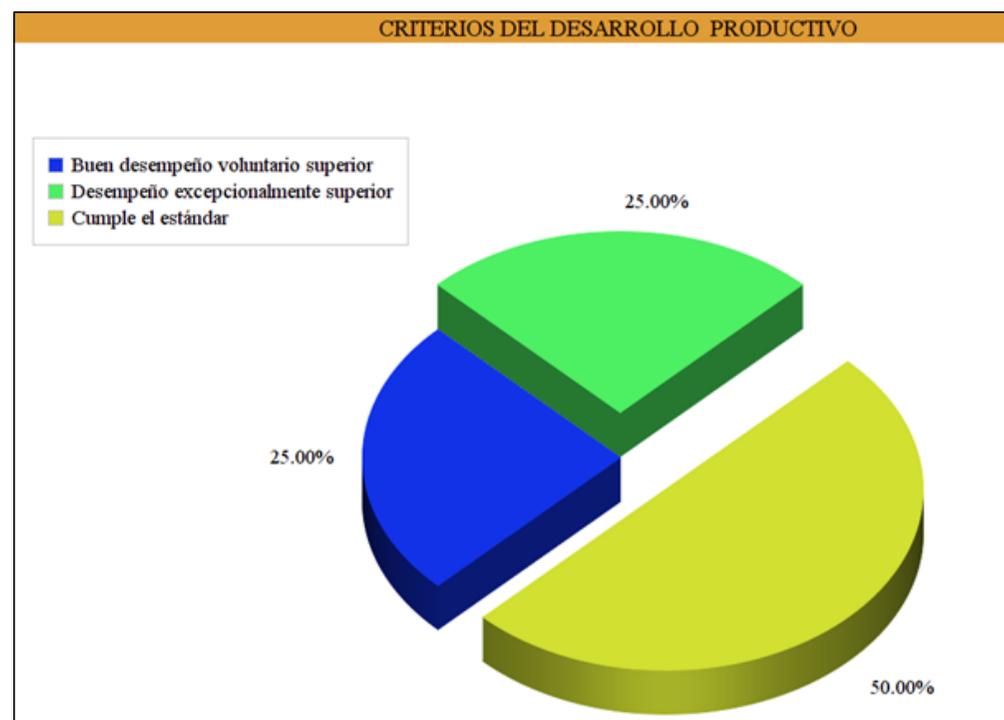


Gráfico 4.20. Porcentaje de cumplimiento de los requisitos de la certificación FAIRTSA en comercio justo

Atendiendo a estos resultados del estándar productivo se observa un alto grado de cumplimiento con un puntaje de 75%; pues los pequeños productores disponen de una materia prima orgánica idónea para la elaboración de chocolates finos y otros derivados que garantizan un consumo seguro para la comunidad, al mismo tiempo cuenta con la infraestructura necesaria con área de bodega, secado y comercialización; además un laboratorio de bio-insumos y equipos como molino de granos, marmita, etc., para llevar acabo cada una de las actividades; sin embargo estos dos últimos elementos no son aprovechados en su totalidad; según Mujica *et al.*, (2014) citado por Zambrano *et al.*, (2015) la utilización de bioinsumos resulta factible para cualquier sistema de producción agrícola debido a las funciones que realizan una vez que se asocian con las plantas, tales como, el incremento en la absorción de nutrientes y agua por medio del aumento en el volumen de suelo explorado. Por otro lado se refleja un promedio de 2 en la capacidad de producción, ante tal situación es importante que la asociación realice acciones para aumentar su productividad.

Por lo tanto el incremento de la capacidad productiva del cacao y el aprovechamiento del laboratorio representarían una ventaja para la asociación.

Cuadro 4.25. Grado de cumplimiento de los requisitos del criterio económico en comercio justo

ESTÁNDAR DE DESARROLLO ECONÓMICO					
ELEMENTOS	TÁCTICA DE MEDICIÓN	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	MAX	CRITERIO	PUNTOS N.A.
Los productores reciben un precio justo, el pago se realiza de una manera conveniente, a tiempo y está bien documentado	Entrevista	<p>1. Existen demoras en el pago una vez entregado el producto.</p> <p>El administrador tiene todos los documentos en regla y evidenciado, menciona que la clasificación y peso del cacao se la realiza con extremo cuidado, sin embargo cuando los productores vendían a Maquita no recibían un precio justo. La prima adicional no cubría las necesidades de los pequeños productores ya que los beneficios eran para la empresa certificada.</p>	2 M=0	M	
Pocos recursos financieros	Entrevista	2. No cuenta con suficiente solvencia, sin más contaba con el apoyo de Maquita para afrontar ciertos compromisos	2 M=0	B	
Débil reconocimiento en el mercado	Entrevista y investigación de campo	3. No se reconoce en el mercado comercial a la asociación PEPA DE ORO, sino a MAQUITA, pues muchas veces se cree que las dos son una sola.	2 M=3	D	
La comercialización se la realiza por medio de intermediarios	Encuesta	4. La relación comercial se le realiza prácticamente a través de intermediarios formales e informales	2 M=0	B	

La crisis económica que atraviesa el país		5. La situación económica del país repercute en la obtención de mejores ingresos ya sea en las Mipymes, empresas grandes o sectores de la Economía Popular y Solidarias	2		N.A
Elevados costos de certificación en comercio justo		6. Los pequeños productores del sector rural son los más afectados ya que tienen que someterse a evaluaciones muy estrictas donde el costo de certificación es muy elevado	3 M=0	M	
Facilidad de financiamiento por medio de la contribución Tripartita	Entrevista	7. Incentivos por parte del gobierno a sectores rurales	3 M=0		
TOTAL			MAX	TNP	PUNTOS N.A
		Puntaje máximo / Total de puntos según Estándar / Puntos no aplicables	14		2

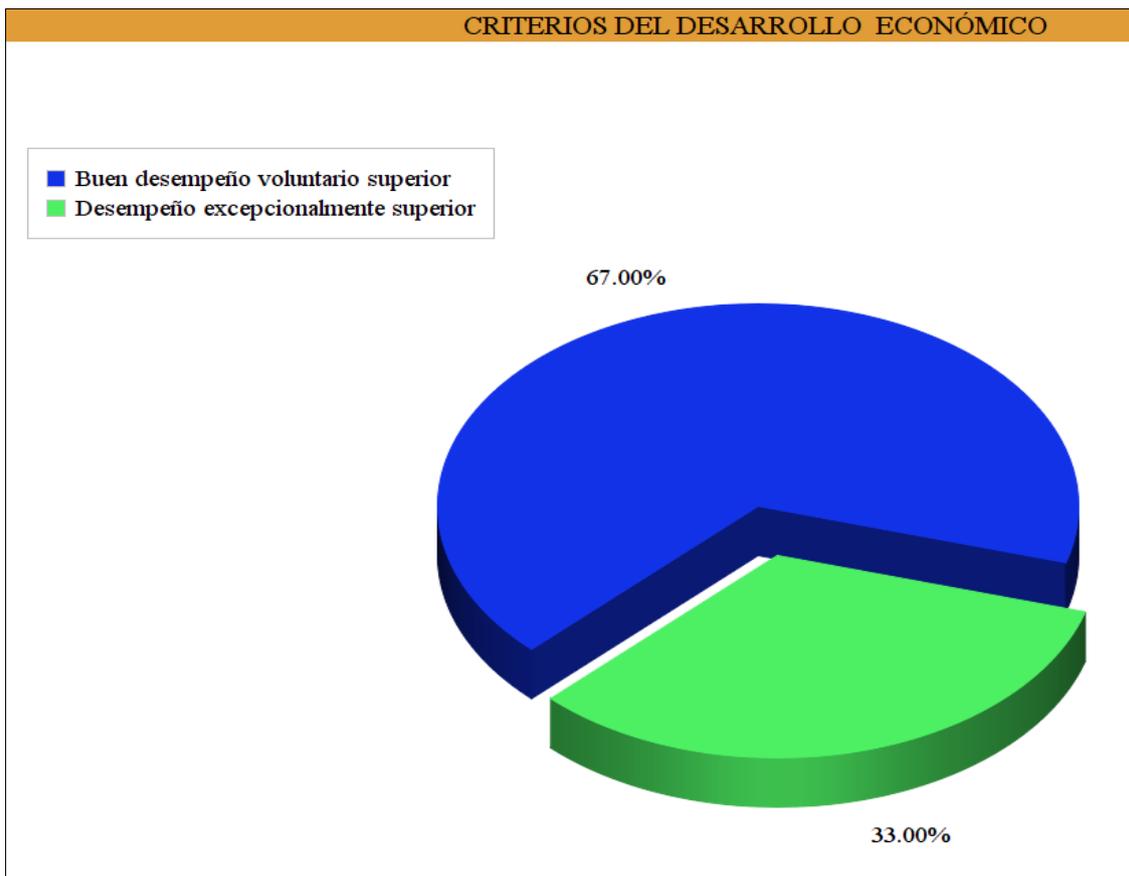


Gráfico 4.21. Porcentaje de cumplimiento de los requisitos de la certificación FAIRTSA en comercio justo

El criterio económico no presenta situaciones favorables, pues de las 6 variables solo el 33% tiene un desempeño excepcionalmente superior con un promedio de 3; mientras que el 67% tiene una calificación inferior equivalente a 2; por ende se la califica como criterio no conforme con el criterio básico y de desarrollo por lo cual se debe realizar acciones que permitan mejorar dicha situación.

Cuadro 4.26. Grado de cumplimiento de los requisitos del criterio ambiental en comercio justo

ESTÁNDAR DE DESARROLLO AMBIENTAL					
ELEMENTOS	TÁCTICA DE MEDICIÓN	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	MAX	CRITERIO	PUNTOS N.A
Conservación de Aguas y Contaminación Hídrica/Atmosférica	Entrevista por teléfono	1. Maneja su propio sistema de agua.	2 M=0	B	
	Fuentes secundarias	2. En general la parroquia Membrillo la fuente de aguas subterráneas y residuales afecta directamente e indirectamente a los individuos y al medio ambiente por la presencia de heces de ganado vacuno, sustancias químicas etc. En relación a la contaminación del aire aún se evidencia la quema de pastos	2 M=3	D	
		3. Respecto a la cobertura de agua pública solo el 8% de las personas utilizan este servicio básico.	3 M=0	B	
	Fuentes secundarias	4. Los productores no llevan prácticas adecuadas en el uso racional del agua ya que se utilizan métodos de irrigación tradicionales ya sea por gravedad o baldes.	2 M=3	D	

Característica del suelo favorable para la actividad agropecuaria	Fuentes secundarias	5. En la zona existen diversidad de suelos aptos para el cultivo de diferentes productos como: cacao, mandarina, naranja etc.	3		
Gestión de la energía y cambio Climático	Fuentes secundarias	6. El servicio de energía en la zona de Membrillo es aceptable, el 81% de los habitantes disponen de este elemento básico.	3 M=0	B	
Manejo del Ecosistema	Entrevista	7. La asociación en los alrededores de la zona ha participado en la plantación de especies madereras.	3 M=1	M	
	Observación directa	8. Así mismo se observó el interés del administrador acerca de la protección de los animales (prohibido la cacería); ya que se evidencio directamente como él dio comida y refugio.	3 M=3	M D	
TOTAL			MAX	TNP	PUNTOS N.A
Puntaje máximo / Total de puntos según Estándar / Puntos no aplicables			21		

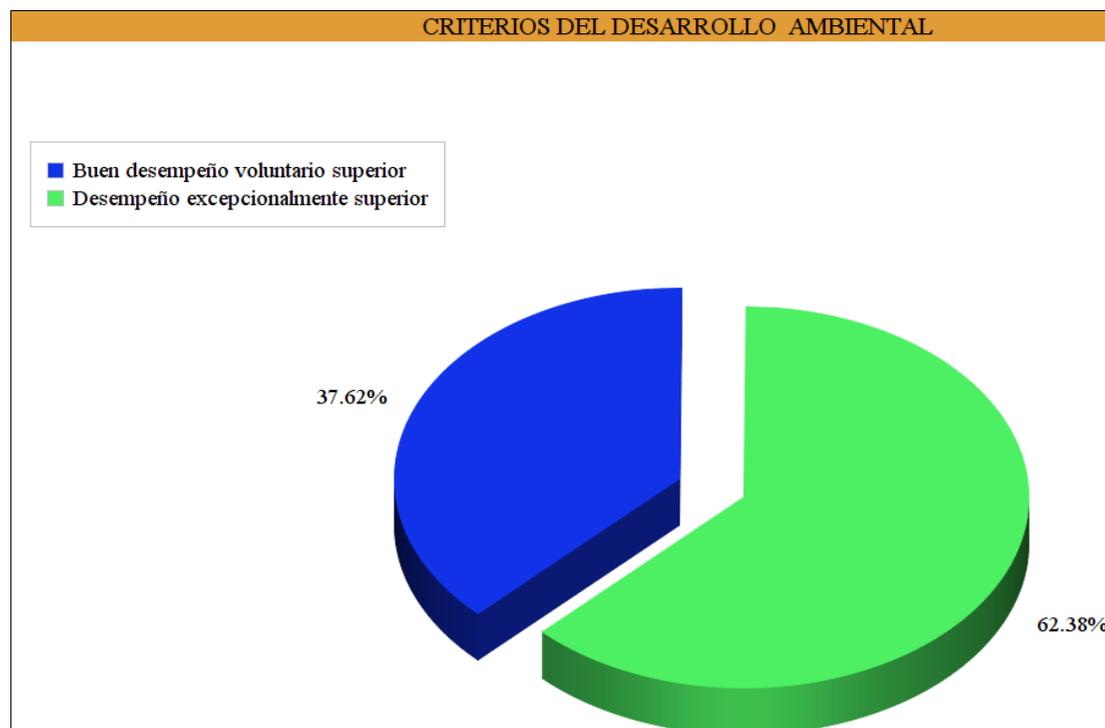


Gráfico 4.22. Porcentaje de cumplimiento de los requisitos de la certificación FAIRTSA en comercio justo

El estándar medioambiental involucra también aspectos relevantes que pueden afectar en la obtención de la certificación en comercio justo; en este caso de las 8 variables solo existe un 62% de desempeño excepcionalmente superior con un promedio de 3; los demás elementos como el manejo de sistema de agua y la utilización de métodos de irrigación, entre otros; tienen un desempeño bajo no conforme con el promedio indicado representando una inconformidad aproximada de 38% por lo cual es necesario realizar acciones que permitan llegar a la calificación estándar de 4 o al menos alcanzar el promedio de 3.

ETAPA 3.- Desarrollar un plan de acciones estratégicas para obtener la certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao

Para que el centro artesanal LA PEPA DE ORO opere en el programa FairTSA es necesario cumplir con cada uno de los criterios del estándar social, productivo, económico y ambiental mediante la implementación de estrategias que permitan mejorar el cumplimiento de aquellos elementos que se encuentran en un estado crítico.

Antes de efectuar el análisis CAME se describe el plan estratégico de la asociación.

VISIÓN

La organización artesanal PEPA DE ORO de la parroquia Membrillo para el 2014 es una organización que cumple con sus obligaciones tributarias y trabaja en unidad y responsabilidad de cada uno de los socios/as, viviendo los principios humanos desde una espiritualidad Cristiana aplicando tecnologías amigables con el ambiente en sus fincas, cuenta con un capital propio para la comercialización asociativa del cacao, manteniendo el crédito solidario alternativo comunitario y fomentan la seguridad alimentaria.

MISIÓN

La organización artesanal PEPA DE ORO de la parroquia Membrillo es una organización que trabaja por el desarrollo y bienestar de las familias socias y de la comunidad buscando crear redes con el gobierno parroquial con la participación de hombres y mujeres, comercializando de forma asociativa, mejorando los ingresos económicos de las familias desde una práctica de los principios de la economía solidaria y vivenciando los valores éticos y cristianos.

LA IDENTIDAD

Somos una organización campesina productora de cacao que busca el desarrollo de su comunidad sin perder sus raíces culturales.

VALORES

- ✓ Puntualidad
- ✓ Solidaridad
- ✓ Alegría
- ✓ Humildad
- ✓ Honestidad
- ✓ Bondad

PASOS PARA REALIZAR EL ANÁLISIS CAME

A partir del diagnóstico obtenido en la matriz FODA se seleccionó aquellas variables de los factores internos y externos que tienen un mayor peso en el sistema de comercio justo.

Martínez y Milla (2012) mencionan que conocer los principales puntos fuertes y débiles de la sociedad, dentro del entorno general, mediante la matriz DAFO, permite avanzar en el primer paso de la estrategia.

Enseguida se describe las variables del desarrollo social, productivo, económico y medio ambiental.

Cuadro 4.27. Análisis DAFO de las variables críticas

Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. No tiene implantada una política de comercio justo 2. Grupos no capacitados regularmente 3. No tiene establecida una política organizacional 4. Existe el trabajo familiar en las áreas productivas de la finca 5. Pocos recursos financieros 6. No existe mucho compromiso en proyectos de salud, educación y vivienda 7. No se recibe un pago justo y puntual 8. No se utiliza protección necesaria para trabajar en la finca 9. Los materiales, equipos y maquinarias no están reubicados correctamente 10. Las instalaciones de servicios sanitarios son inadecuados 11. La comercialización se la realiza por medio de intermediarios 12. Utilización de métodos de irrigación tradicionales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cambios constantes de leyes y requisitos 2. La fuente de aguas subterráneas y residuales afecta directamente e indirectamente a los individuos
Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. El administrador tiene todos los documentos legales en regla y evidenciado 2. Relaciones transparentes, participativas y justas con los socios y clientes 3. Contribuye a la protección de los animales 4. No existe discriminación por clase social, género, religión o raza entre los socios 5. Productores y demás miembros participan en el proceso de toma de decisiones de sus actividades. 6. Dispone de extintores de incendio para prevenir accidentes 7. Participación femenina en las actividades laborales de la asociación 8. Capacidad de producción adecuada 9. Poseen materia prima de calidad 10. Iniciativas para desarrollar proyectos de desarrollo social (mejoramiento del producto) 11. Infraestructura adecuada cuenta con laboratorio de Bio-insumos y maquinaria propia. 12. Dispone de un sistema de agua propio 13. No se obliga a los socios a seguir trabajando en la asociación 14. Los departamentos están identificados con letreros 15. Proyecto de post cosecha en construcción 16. Iluminación del área de trabajo aceptable 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomenta la conservación de especies madereras en los alrededores de la zona 2. Ingreso a nuevos mercados

Por lo tanto, el análisis CAME pretende CORREGIR nuestras debilidades, AFRONTAR nuestras amenazas, MANTENER nuestras fortalezas y EXPLOTAR nuestras oportunidades (Martínez y Milla, 2012).

Cuadro 4.28. Estrategias para mejorar la situación de las variables críticas

ESTRATEGIAS DEL ANÁLISIS DAFO/CAME	
ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA (D Y A)	ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN O ADAPTATIVAS (D Y O)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar un manejo integrado de plaguicidas para combatir los insectos y plagas asegurando salud, bienestar humano y ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incentivar proyectos sociales como salud, vivienda y educación como elementos claves de desarrollo para la comunidad de los productores.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear una plataforma virtual que le permita presentar sus productos con sus promociones, ofertas a sus clientes y así ganar el reconocimiento en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proponer métodos de tecnificación apropiados de riego que permitan una mejor eficiencia y productividad en la producción cacaotera.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar capacitaciones en materia de asistencia técnica en la manipulación de equipos de sistema de riego, el consumo excesivo de agua, la generación de residuos, seguridad y salud del trabajador que permita la productividad, sensibilización y compromiso de la familia de productores para con el medio donde se involucra la asociación. ▪ Realizar una política interna en base a la certificación FairTSA en comercio justo referente a los estándares productivos, sociales y económicos exponiéndose sanciones a fin de hacer cumplir los requisitos necesarios para certificarse. ▪ Establecer una política organizacional con enfoque en la calidad y seguridad integral 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar un plan en comercio justo conforme a los requisitos de cumplimientos que deben cumplirse desde el momento que ingresa al programa FairTSA. Y a partir de ello realizar un seguimiento continuo de los criterios estipulados por la certificadora BCS.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer alianzas con otras empresas que permitan fortalecer a la asociación, ingresar a otros mercados, acceder a mejores ingresos y por ultimo lograr el reconocimiento como centro de acopio artesanal LA PEPA DE ORO.
ESTRATEGIAS DEFENSIVAS O REACTIVAS (F Y A)	ESTRATEGIAS OFENSIVAS (F y O)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar productos derivados del cacao de acuerdo a los estándares de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumentar la capacidad de producción de los equipos para permitir un desempeño eficiente en la utilización de los recursos prolongado su vida útil.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar empaques y envases confortables a las exigencias del cliente con el etiquetado que proporcione la información nutricional del mismo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar el mantenimiento continuo de las máquinas y equipos con el fin de asegurar el funcionamiento adecuado del mismo y la seguridad del personal.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promocionar los productos derivados de cacao como: manjar, rompopo, chocolate a través de ferias, folletos, catálogos , etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar un plan con la cooperación de otros organismos para conservar la biodiversidad de la flora y fauna.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar un sistema de control de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contratar un laboratorista químico con alto grado de conocimiento en el análisis biológico, manipulación de materiales y equipos de laboratorios de bio-insumos.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adaptarse a los cambios de requisitos técnicos, financieros, y de certificación a fin de continuar con su actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar prácticas adecuadas en el tratamiento de post cosecha, ello involucra que los procesos sean llevados lo más higiénico posible asegurando la seguridad alimenticia.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La comunicación se convierte en una estrategia fundamental para sensibilizar a los actores sociales. 	

Las acciones estratégicas formuladas en el cuadro anterior son fundamentales para que los socios se empoderen de la política de comercio justo y se incentiven en la realización de proyectos sociales facilitando el proceso de certificación FAIRTSA en la asociación. Huahualuque *et al.*, (2015) destaca que para acceder al sistema de buenas prácticas de comercio justo las empresas

deben involucrarse y comprometerse con las partes interesadas (sus trabajadores, proveedores y la comunidad entera).

Por lo tanto es necesario que el grupo asociativo se sienta comprometido con el plan de acciones estratégico formulado, pues lo que se busca, es mejorar la situación de los actores rurales, obteniendo grandes beneficios tales como: mayor rendimiento en su producción cacaotera, disminución en el uso de sustancias químicas en sus fincas y un sistema de calidad tanto del cacao en grano y como producto procesado; puesto que el mejor cacao fino de aroma se encuentra en esta zona, producto con gran potencialidad en el mercado nacional e internacional.

Hudson y Hudson (2015) mencionan que este esquema solidario está constituido por normas y estándares que tienen como objetivo el mejoramiento de varias condiciones ambientales y sociales en las comunidades de los productores.

García (2011) citado por Yáñez y Ramírez (2015) indican que existen varios elementos indispensables al concepto de comercio justo como: una relación directa entre productores y consumidores sin intermediarios, la aplicación de un precio justo, el financiamiento y el establecimiento de contratos a largo plazo.

En virtud de lo expuesto es importante que las empresas que desean incursionar en estos esquemas practiquen un comercio solidario, transparente con responsabilidad social; esto representa un proceso de mucha constancia y compromiso con todos los involucrados, pues el estándar económico presenta inconformidades; la implementación de estas acciones estratégicas sin lugar a dudas permitirá fortalecer a la sociedad, ingresar a otros mercados, acceder a mejores ingresos, aumentar el nivel de ventas y por último lograr el reconocimiento; lo cual favorecerá a la familia asociativa ya que contribuirán a mejorar las condiciones de vida.

De acuerdo con Chávez y Patraca (2011) el comercio justo ha logrado que los productos no sólo sean competitivos dentro del esquema clásico de oferta, demanda y precio, sino que además ofrezcan un avance ético, de calidad y respeto al medio ambiente.

El certificarse en comercio justo como organización requiere del conocimiento de aquellos factores que pueden afectar la seguridad del individuo, productividad de la cosecha del producto, el medio y por ende el desarrollo de la zona; pues estas iniciativas lo que buscan es promover el bienestar socio-ambiental; entonces es vital concientizar a la familia de productores; a través de asesoramientos sobre los temas indicados en el cuadro 7 se pueda reducir riesgos en la labor; mejorando la productividad y condiciones de trabajo seguras.

Cuadro 4.29. Plan de acciones estratégicas

PLAN DE ACCIÓN 5W/1H				
	Asociación: La Pepa de Oro	Objetivo del plan:	Mejorar la situación en la que se encuentra la asociación	
	Responsable: Administrador Luis Intriago			
	Lapso de tiempo: Mediano plazo	Resultado:	Obtener la certificación FAIRTSA en comercio justo de cacao	

N.	Dimensión	WHAT (Estándar)	WHO	WHEN (tiempo a corto y mediano plazo)	WHERE	WHY	HOW		Indicador	Soportes o formas de verificación
							Acciones	Medios		
1	DESARROLLO SOCIAL	La asociación no tiene establecida una política en comercio justo	Sr. Luis Intriago Administrador de la asociación La Pepa de Oro	1	En la sala de reunión	Para que los productores tengan mayor conocimiento de cada uno de los requerimientos de la certificadora (característica del producto, normas del proceso de producción, etc.)	Realizar una política interna en base a la certificación FAIRTSA en comercio justo	Humano y tecnológico	Porcentaje de socios que están informados de la política de la certificadora BCS, FAIRTSA en comercio justo	Documentación de la política en comercio justo y sociabilización del mismo

2		Esta sociedad no tiene construida una política organizacional	Administrador de la asociación La Pepa de Oro	1	En la sala de reunión	<p>Obtener la certificación FAIRTSA implica cumplir con normas de calidad, ISO 65 e ISO 62.</p> <p>Por otro lado a través de la implantación de la política de seguridad integral los productores podrán conocer cuáles son las consecuencias del trabajo infantil y así concientizar el trabajo forzoso.</p>	Establecer una política organizacional con enfoque en la calidad y seguridad integral	Humano y tecnológico	<p>Porcentaje de socios y clientes que conocen la política de calidad</p> <p>Porcentaje de niños que participan en las actividades de la finca</p>	Manual o política de calidad y Seguridad Integral
3		No existe mucho compromiso en proyectos de salud, vivienda y educación	Administrador de la asociación La Pepa de Oro	3	En la sala de reunión	La certificadora BCS; prioriza el desarrollo de proyectos comunitarios; en especial la salud de los niños; ante tal situación es importante centrarse en estos proyectos para que contribuyan al desarrollo de esta zona.	Incentivar la realización de proyectos sociales como salud, vivienda y educación.	Humano y tecnológico	Porcentaje de socios que se involucran en este tipo de proyecto	Encuesta sobre el desarrollo de proyectos de esta índole
4		No se evidencia un esquema de	Administrador de la asociación La Pepa	1		El diseño y desarrollo de un	Diseñar un plan en comercio	Humano y	Porcentaje de cumplimiento	A través de un

		evaluación en comercio justo	de Oro			plan en base a la certificación FAIRTSA en comercio justo le permitirá evidenciar el cumplimiento de los estándares sociales, productivos, económicos y ambientales; a fin de realizar acciones de mejoras en caso de inconformidades.	justo conforme a los requisitos de cumplimientos	tecnológico	de los requisitos de la certificadora BCS	Checklist
5		Los cambios de leyes y requisitos representan un obstáculo para alcanzar un objetivo	Administrador, productores, comunidad en general	0	Entorno externo e interno	Obtener una certificación en comercio justo implica someterse a evaluaciones; por ende el socio debe adaptarse a los diferentes cambios que se den en el transcurso del proceso de certificación.	Adaptarse a los cambios de requisitos técnicos, financieros, y de certificación.	Recurso humano		
6		Existe la comunicación participativa	Administrador	0	Entorno externo e interno	A través de un dialogo participativo se puede incidir y decidir acciones	La comunicación se convierte en una estrategia fundamental para sensibilizar	Recurso humano		Documentar y compartir el conocimiento a través de materiales

						que transformen la realidad actual; forjando una sociedad responsable y comprometida con el entorno.	a los actores sociales.			audiovisuales
7	DESARROLLO PRODUCTIVO	No se utiliza métodos de riego tecnificados	Administrador, productores y equipo técnico	3	En la finca	Para obtener una mejor producción agrícola; y así mismo evitar el desperdicio de agua en las fincas	Proponer métodos de tecnificación apropiados de riego	Recurso humano y tecnológico	Eficiencia del recurso agua	Mediante la elaboración de un proyecto de sistema de riego
8		No se utiliza protección necesaria	Administrador Productores	3	Fincas	Ciertos productores utilizan fertilizantes; aplicando este método se mejorara las condiciones sociales, productivas, económicas y ambientales.	Aplicación de un manejo integrado de plaguicidas para combatir los insectos y plagas	Recurso humano y tecnológico	Número de productores que utilizan plaguicidas	Capacitación sobre el manejo adecuado de plaguicidas

9		Cuenta con materia prima, pero no se desarrollan productos de acuerdo a las normas de calidad establecidas	Administrador y equipo técnico	0	Área de producción y calidad	Para acceder a los mercados nacionales e internacionales la asociación debe demostrar que sus productos son producidos de acuerdo a los sistemas de control de calidad establecidos según la norma	Implementación de un sistema de control de calidad	Recurso humano y tecnológico	Nivel de satisfacción del cliente	Manual de un sistema de calidad
10		Los productos no tienen el respectivo control y registro sanitario	Administrador Equipo técnico	0	Área de producción y calidad	Los productos no tienen un envase definido y la información nutricional respectiva; por lo tanto la realización de esta acción reflejara la imagen de la asociación y será más competitiva	Diseñar empaques y envases confortables a las exigencias del cliente	Recurso humano y tecnológico	Nivel de satisfacción del cliente	Realización de encuestas que determinen la satisfacción del cliente
11		Las maquinarias y equipos no son	Administrador y productores		Área de producción	Utilizando adecuadamente el recurso	Aumentar la capacidad de	Recurso humano y	Cantidad de productos producidos en	Registros de

		aprovechadas en su totalidad				tecnológico permitirá un desempeño eficiente del equipo, prolongado su vida útil	producción	tecnológico	el año	producción del producto
12		Cuenta con los equipos y maquinarias	Administrador		Área de producción	El mantenimiento trimestral o semestral del bien evitara problemas de paralización del producto, daños del equipo etc.	Realizar el mantenimiento continuo de las máquinas y equipos	Recurso humano y tecnológico	Numero de maquinarias que han recibido mantenimiento cada 3 o 6 meses	Informes de mantenimiento de equipos y maquinarias
13		Cuenta con Laboratorio de bio- insumos	Administrador	0	Laboratorio de bio- insumos	Obtener mayor producción agrícola empleando insumos orgánicos	Contratar un laboratorista químico con alto grado de conocimiento en el análisis biológico, manipulación de materiales y equipos de laboratorios de bio-insumos.	Recurso humano y tecnológico	Numero de experimentos realizados	Evidencia de los experimentos
14		Proyecto de post cosecha en construcción	Administrador	0	Instalación del tratamiento de post	La asociación recién empieza a realizar el proceso de post cosecha; por lo tanto es	Realizar prácticas adecuadas en el manejo del tratamiento de	Recurso humano y tecnológico	Calidad del producto	Informes de control de las prácticas de post cosecha

					cosecha	esencial que los productores adopten prácticas inocuas	post cosecha			
15	DESARROLLO ECONÓMICO	Débil reconocimiento en el mercado	Administrador y equipo técnico	0		El diseño de una página de la asociación mostrara la variedad de productos con sus promociones y ofertas a sus clientes; logrando el reconocimiento de la gama de productos.	Creación de una plataforma virtual Y promoción de los productos derivados como: manjar, rompopo, chocolate a través de ferias, catálogos, folletos, etc.	Recurso humano y tecnológico	Cantidad de productos promocionados a través de este medio	Plataforma virtual y Diseños de afiches, catálogos, folletos
16		Pocos recursos financieros	Administrador			Para fortalecer a la asociación, ingresar a otros mercados, acceder a mejores ingresos y por ultimo lograr el reconocimiento	Establecer alianzas con otras empresas	Recurso humano y tecnológico	Beneficio neto/recursos propios	Contratos comerciales
17	DESARROLLO	Grupos de productores no capacitados en materia de seguridad	Equipo especializado Administrador Productores	0	Sala de reunión	El cumplimiento de esta acción permitirá la productividad, sensibilización,	Realización de capacitaciones en materia de asistencia técnica, el	Recurso humano y tecnológico	Número de productores capacitados	Registros o evidencias de las capacitaciones

	AMBIENTAL	laboral y ambiental				concienciación y compromiso de la familia de productores para con el medio donde se involucra la asociación.	consumo excesivo de agua, seguridad y salud del trabajador.			
18		Aguas residuales y subterráneas afecta a los individuos	Administrador organismos locales/parroquiales	3	Asociación Pepa de Oro	Bienestar social y ambiental	Diseñar un plan con la cooperación de otros organismos para la protección del agua, la fauna y flora	Recurso humano y tecnológico	Calidad de vida	Planes para la protección del medio

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- ✓ El diagnóstico de la situación actual en el centro de acopio artesanal “La Pepa de Oro”; permitió analizar el contexto interno y externo en la cual se encuentra la asociación; pudiendo así identificar los puntos fuertes y débiles que inciden en la obtención de la certificación en comercio justo en el aspecto de desarrollo social, productivo, económico y medioambiental; en la cual se determinó que la dimensión económica es uno de los elementos que genera mayor influencia en el proceso de certificación.

- ✓ Mediante la ejecución de herramientas de diagnóstico se determinó que la asociación no cumple en su totalidad los criterios básicos y de desarrollo de la dimensión social, productiva económica y ambiental ya que tienen un porcentaje de cumplimiento de un 56%.

- ✓ La aplicación del análisis DAFO/CAME permitieron establecer acciones estratégicas a aquellos factores internos y externos que se encuentran en una estado crítico en el estándar social, productivo, económico y ambiental en el proceso de la certificación FAIRTSA en comercio justo de cacao.

5.2. RECOMEDACIONES

- ✓ Es necesario realizar diagnósticos situacionales cada 6 meses dentro de la asociación; pues existen factores internos y externos que pueden tener cambios; ya sea en la organización, en las relaciones participativas para conocer su estado actual y buscar alternativas que

oferte el gobierno que incentiven la producción agrícola y el cambio de la matriz productiva.

- ✓ Se sugiere el monitoreo continuo de los requisitos básicos y de desarrollo del programa de certificación Fair Trade Sustainability Alliance en comercio justo de cacao puesto que determinara el nivel de cumplimiento de cada criterio del estándar social, económico, productivo y medioambiental; de tal modo que se pueda implementar acciones de mejora en caso de incumplimiento; y así obtener la certificación respectiva.

- ✓ Es fundamental el seguimiento y control del plan de acciones estratégicas con la intención de verificar el avance o cumplimiento de cada una de las estrategias propuestas a fin de alcanzar el objetivo establecido.

BIBLIOGRAFÍA

Andrade, F. s.f. Comercio justo o economía solidaria. (En línea). Revista AFESE. Vol. 49. p 103 – 118. Consultado 3 de jul. 2015. Disponible en <http://www.afese.com/i mg/revistas/revista49/comerciojusto.pdf>.

Aveíga, V. 2012. Como hacer investigación científica. EC. p 28.

Ávila, H. s.f. Introducción a la metodología de investigación. (En línea). Consultado, 25 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2c.htm>.

ACEPROCACAO (Asociación Coordinadora Ecuatoriana de Productores de Cacao Fino de Aroma). 2012. Fortalecimiento de la Asociación Ecuatoriana del Cacao Nacional Fino de Aroma. (En línea). Consultado, 27 de nov. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.aceprocacao.ccd.ec/aceprocacao/proyectos/fortalecimiento-de-la-asociacion-ecuatoriana-del-cacao-nacional-fino-de-aroma-2.html>

Barkin, D; Arroyo, G; Carcaño, E; Esquivel, A. s.f. Movimientos sociales y resistencia: dos pilares en la construcción de sociedades alternativas. (En línea). México, D.F. Consultado, 06 de nov. 2015. Formato HTML. Disponible en http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/412-5638gtx.pdf

BCS Ecuador. 2015. Certificación FairTSA. (En línea). Consultado, 10 de may. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.bcsecuador.com/servicios/certificaci%C3%B3n-comercio-justo/certificaci%C3%B3n-fairtsa>

Biblioteca Conmemorativa Orton IICA / CATIE. s.f. Guía Para Facilitar Una Relación de Negocios Entre Organizaciones Empresariales de Productores de América Latina Con El Comercio Justo Caso: Mercado de Belgica. Consultado 28 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en https://books.google.com.ec/books?id=8CU OAQAIAAJ&pg=PA9&dq=EL+COMERCIO+JUSTO&hl=es&sa=X&ei=wIS QVb_uEMWYNvD8n6gM&ved=0CDg Q6 AEwBjg K#v=onepage&q=EL%20COMERCIO%20JUSTO&f=false

- Boggino, G. y Palacios, C. 2013. La importancia del balance social y los sellos en las decisiones sobre consumo responsable y comercio justo. (En línea), AR. Anuario de la Facultad de Ciencias Económicas del Rosario, 9. Consultado 3 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: http://biblioteca.digital.uca.edu.ar/r_epositorio/re_vistas/importancia-balance-social-sellos-decisiones.pdf
- Cacho, y; Martínez, L; Polanco, A. 2011. Guía sobre comercio justo de la Universidad de Cantabria. guía Divulgativa II. (En línea). ES. Consultado, 25 de abr. 2015. Formato PDF. Disponible en [https://www.unican.es/NR/rdonlyres/F49FC0E4-42E2-4505-9048-E58B3FB_3373E/65118/gui_acomerciojusto .pdf](https://www.unican.es/NR/rdonlyres/F49FC0E4-42E2-4505-9048-E58B3FB_3373E/65118/gui_acomerciojusto.pdf)
- Calisto, M. 2016. Comercio justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos. Iconos. (En línea). Quito, EC. Revista de Ciencias Sociales, núm. 55. p 215-240. Consultado, 10 de nov. 2016. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/509/50945652011.pdf>
- Ceccon, B. s.f. El comercio justo en américa latina. (En línea). p 74-75. Consultado, 19 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <https://books.google.com.ec/books?id=Bn3HtiWx6LcC&pg=PA74&dq=las+organizaciones+importadoras+mediante+comercio+justo&hl=es&sa=X&ei=jSGEVfOyMcO6AGtoOACw&ved=0CCAQ6AEwAQ#v=onepage&q=las%20organizaciones%20importadoras%20mediante%20comercio%20justo&f=false>
- Ceccon, B. y Ceccon, E. 2010. La red del Comercio Justo y sus principales actores. (En línea). MX. Consultado, 25 de abr. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-46112010000100008&script=sci_arttext
- CECJ (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo). 2013. El Comercio Justo Fairtrade. (En línea). EC. Consultado, 25 de abr. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://es.cecjecuador.org.ec/certificaciones/flo/que-es-fairtrade/>
- _____. 2014. Que es comercio justo. (En línea). EC. Consultado, 25 de abr. 2015. Formato HTML Disponible en <http://es.cecjecuador.org.ec/comercio-justo/que-es/>

- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). 2015. Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao en el Ecuador (En línea). Consultado, 04 de dic. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-de-Cacao-rev.pdf>
- Chávez, C. y Patraca, V. 2011. El comercio justo y la responsabilidad social empresarial. reflexiones desde los sistemas de certificación autónoma Argumentos. (En línea). Distrito Federal, MX. Vol. 24. núm. 65. p 229-259. Consultado, 25 de abr. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/595/59519896009.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador, 2013. Sección quinta: Intercambios económicos y comercio justo. Consultado, 15 de may. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/NORMAS-DE-LA-CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA.pdf>
- Coordinación de Trabajo Especial de Grado. 2015. Normas a seguir para la elaboración y desarrollo del anteproyecto de TEG en las asignaturas: metodología y anteproyecto. (En línea). Caracas, VE. Consultado, 03 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.isum.com.ve/pdf/INSTRUCTIVO%20ANTEPROYECTO%20DE%20TEG.pdf>
- Coscione, M. 2012. Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Vol.1. num.18. Disponible en <http://www.revista.ufpe.br/revsocio/index.php/revista/article/view/52/42>
- _____. 2013. Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano. Revista Equidad & Desarrollo Vol. 20. núm. 20. p 51-70. Consultado 28 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ed/article/viewFile/2628/2259>
- Cotera, A. 2011. Manual para productores y productoras de comercio justo. Sistema de acreditación de la marca "comercio justo". CEDAL. (En línea). PE. Consultado, 25 de abr. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://cedal-peru.org/wp-content/uploads/2013/02/manual-para-la-acreditacion-de-la-marca-comercio-justo-peru.pdf>

FairTSA (Fair Trade Sustainability Alliance). 2015. Información para Productores. Consultado, 29 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://fairtsa.org/uploads/3/5/2/8/3528496/prod_sp.pdf

FLOCERT. 2015. Modelo de certificación SCORE. Versión 13.

GAD Membrillo (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural Membrillo). 2014. Historia de la parroquia. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.gadmembrillo.gob.ec/membrillo/historia-de-la-parroquia>

_____. 2014. Producción agrícola. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.gadmembrillo.gob.ec/produccion/agricola>

_____. 2015. Datos Geográficos. (En línea). Consultado, 10 de may. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.gadmembrillo.gob.ec/membrillo/datos-geograficos>

García, A. 2011. El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?. Polis vol.7 no.1 (En línea). MX. Revista Invest. Geog. no.71. Consultado, 25 de abr. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005

García, R. 2015. Introducción la Probabilidad Imposible: Estadística de la probabilidad o probabilidad estadística (En línea) p 56-57 Consultado, 30 de jul. 2015 Formato HTML Disponible en <https://books.google.com.ec/books?id=IERWBgAAQBAJ&pg=PA56&dq=definicion+de+metodo+sintetico&hl=es&sa=X&ei=ZKySve7cMIGxggSW34CIDw&ved=0CCwQ6AEwAw#v=onepage&q=definicion%20de%20metodo%20sintetico&f=false>

Garza, A. 2014. El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café. (En línea). MX. Revista Estud. Soc. vol.22 no.43. Consultado, 10 de may. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-45572014000100011&script=sci_arttext

- Gómez, S. 2012. Las tensiones de los mercados orgánicos para los caficultores colombianos. El caso del Valle del Cauca. (En línea). Bogotá, CO. Revista Cuad. Desarro. Rural. vol.9. no 68. p 65-85 Consultado, 10 de nov. 2016. Formato PDF. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-45572014000100011&script=sciart_texthttp://www.Scielo.org.co/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S0122-14502012000100004&lng=en&tlng=es
- González, E; De Juan, M; Kanther, A, 2014. El Comercio Justo II: Canales de distribución, proceso comercial y tendencias. (En línea). p 7-8. Consultado, 27 de nov. 2015. Formato PDF. Disponible en [file:///F:/%C2%A0/datos %20de%20CJ%20informacion/ 1394750053_COMERCIO_JUSTO_II%20itmes.pdf](file:///F:/%C2%A0/datos%20de%20CJ%20informacion/1394750053_COMERCIO_JUSTO_II%20itmes.pdf)
- Huahualluque, A; Peñarrieta, L; Rodríguez, R. 2015. Aplicación del fairtrade por las empresas exportadoras de artesanía textil de la región Puno: caso Jomatex S.R.L–Sumac. PE. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo. 6(1): 39-47.
- Hudson, I. y Hudson, M. 2015. Una crítica vacilante: ¿cómo el potencial del Comercio Justo disminuye con el “éxito”? CA. Revista de desarrollo económico territorial. (7): 131-145.
- ISEI (Instituto Europeo de Sostenibilidad Empleabilidad innovación). 2012. Guía de Comercio Justo y Consumo Responsable. (En línea). p 8, 9, 22. Consultado, 19 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.economiasolidaria.org/files/Guia_comercio_justo_y_consumo_responsable_ISEI_Europe.pdf
- INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias). 2010. Análisis de la cadena de cacao y perspectivas de los mercados para la Amazonia Norte. (En línea). p 12-13. Consultado, 27 de nov. 2015. Formato HTML. Disponible en https://books.google.com.ec/books?id=SZszAQAA MAA J&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- López y González, 2011. Cuatro preguntas fundamentales para entender el comercio justo. (En línea) 3 ed. p 36, 38, 39, 41, 42. Consultado, 29 de oct. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.fundacionproclade.org/sites/default/files/documentos/Cuaderno-Comercio-Justo_Proclade.pdf

- Martínez, D; Milla, A. 2012. La elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral. (En línea). Ediciones Díaz de Santos. p 377. Disponible en https://books.google.com.ec/books?id=WnHYrdgYGmcC&dq=el+an+%C3%A1lisis+CAME+pretende+CORREGIR+nuestras+debilidades,+AFRONTAR+nuestras+amenazas,+MANTENER+nuestras+fortalezas+y+EXPLOTAR+nuestras+oportunidades&source=books_navlinks_s
- Martínez, P. y Rodríguez, I. 2011. Comercio justo e impacto en los microproductores. propuesta metodológica para su medición. (En línea) Revista Lider. Vol. 19. Año 13. p 57-70. Consultado, 19 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en https://www.academiamia.edu/8753656/Comercio_justo_e_impacto_en_los_microproductores_Propuesta_metodologica_para_su_medicion
- Medina, S. 2013. Comercio justo. una perspectiva general. Comercio Exterior. (En línea). MX. Vol. 63, Núm. 1. Consultado, 19 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/152/1/COMERCIO_JUSTO.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior. 2013. Agenda ecuatoriana de comercio justo 2013 – 2017. Algunas cifras del comercio justo en el Ecuador. Consultado, 19 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <Http://www.oescj.org.ec/pdf/marco-legal-ESS/nacional/AGENDA-CJ-2013-2017.pdf>
- Núñez, J. y Berthelot, S. c2012. Los programas y sellos de certificación en comercio justo: una lectura neo-institucional con ilustraciones canadienses. Revista de economía pública, social y cooperativa. CIRIEC-España. num.75. p 301-320. Consultado 28 de jun. 2015. http://base.socioeconomico.org/docs/_pdf_174_17425798015.pdf
- Pareja, F. 2012. Caja de Herramientas. guía Práctica de Planificación y Herramientas de Gestión. Fundación Hanns Seidel. (En línea). BO. Consultado, 19 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.hss.de/fileadmin/americalatina/Bolivia/downloads/libro_herramientas_4.pdf

Pineda, M; Díaz, A; Pérez, A. 2014. Un sistema alternativo de intercambio comercial. comercio justo. Revista Mexicana de Agronegocios. Vol. 35. Año XVIII. Consultado 28 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/204479/2/19.%20UAEM_Pineda%20M.pdf

Ponce, H. 2007. La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Enseñanza e investigación en psicología. Vol. 12, Núm. 1: p 113-130. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

PRO ECUADOR (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones). 2010. Perfil de cacao y su consumo en Alemania. Consultado 28 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en https://www.google.com.ec/url?sa=t&ct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCUQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.proecuador.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2011%2F09%2FEstudio-de-Mercado-del-cacao-en-Alemania-2010.pdf&ei=vG5RVfnKK8iqg_wTHjYGQDA&usq=A FQjCNGi37BEnXNEEBvV103vY5Giim2Xa&bv m=bv.92885102,d.Exy

_____. 2013 Guía de certificaciones internacionales. (En línea). Consultado, 10 de may. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/Guia-Certificaciones.pdf>

QCS Ecuador (Quality Certification Services, 2014). Procedimiento PG/QCS / 03 de certificación. (En línea) p 6-8. Consultado, 06 de nov. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://qcsecuador.com/formularios/documentos/PG11-00%20Procedimiento%20de%20Certificacion%20Organica%20para%20clientes.pdf>

Riaño, E y Palomino, M. 2015. Diseño y elaboración de un cuestionario acorde con el método Delphi para seleccionar laboratorios virtuales (LV). Quindío, CO. Sophia. vol. 11, núm. 2, p 129-141. Universidad La Gran Colombia. <http://www.redalyc.org/pdf/4137/413740778002.pdf>

RILESS (Red Latinoamericana de Investigadores de Economía Social y Solidaria). 2010. El Buen Vivir, una utopía por reconstruir. alcances de la constitución de Montecristi. Otra Economía. Revista Latinoamericana de

economía social y solidaria. Vol IV. núm. 6. Disponible en <http://revistas.unisinos.br/index.php/otraeconomia/article/viewFile/1135/356>

Soto, F. & Mili, S. 2013. Desarrollo rural e internacionalización mediante redes de Comercio Justo del café. Un estudio del caso. Cuadernos de Desarrollo Rural, Vol.10. num.72. p 267-289. (En línea). Bogotá, CO. Consultado, 1 de jul. 2015. Disponible en [http s://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s &source=web&cd=2&cad=rja&uact=8& ved =0CCUQFjAB &url= http% 3ª %2F% 2Frevistas.javeriana.ed u.co%2Findex.php%2Fd esarroll oRura l%2F arti cle%2Fview%2F7033 %2F5592&ei=qv6VVZH3M4 OXsAWh-LL wBQ &usq= AFQjCNG3WH2 0WeOWjrW P148cE_ JyH7DnTA &bvm=bv.9 6952 980,d.b2w](http://s://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCUQFjAB&url=http%3A%2F%2Frevistas.javeriana.edu.co%2Findex.php%2FdesarrolloRural%2Farticulo%2Fview%2F7033%2F5592&ei=qv6VVZH3M4OXsAWh-LLwBQ&usq=AFQjCNG3WH20WeOWjrWP148cE_JyH7DnTA&bvm=bv.96952980,d.b2w)

Yáñez, A. y Ramírez, L. 2015. Actitudes hacia el consumo responsable de las amas de casa de la ciudad de Puebla. MX. Revista Invurnus. 10(2): 28-36.

Zambrano, D; Bonilla, R; Avellaneda, L; Zambrano, G. 2015. Análisis prospectivo de los bioinsumos agrícolas en Colombia: una consulta a expertos. Revista Colomb. biotecnol. Vol. 17. núm. 2. p 103-113. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/biote/v17n2/v17n2a12.pdf>

ANEXO

Anexo 1

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

1. ¿Cuál es el objetivo de la asociación con la obtención de la certificación en comercio justo? ¿de qué manera contribuye esta iniciativa en el desarrollo de la organización?
2. ¿Qué medidas toman para asegurar que la asociación sea transparente y responsable en sus relaciones con los socios, Presidente, agricultores y demás personas que estén dentro de la asociación?
3. ¿Los socios y demás miembros participan en el proceso de toma de decisiones de sus actividades?, si es así ¿Cuáles son las tácticas que utilizan para la participación de los mismos?
4. ¿Desarrollan estrategias para acceder a los mercados?
5. ¿De qué manera contribuye la asociación en el aspecto social de la zona y en lo medioambiental? ¿Qué actividades desarrolla para el beneficio de la comunidad y el ambiente?
6. ¿Los productores reciben un pago puntual y justo por su trabajo?
No reciben el precio acordado por razones como requisitos
7. ¿Qué canales de distribución utiliza la asociación para generar un gran valor en el volumen de ventas?
8. ¿Cuánto es lo máximo que les provee a sus clientes? ¿cree ud que tiene una capacidad de producción adecuada para satisfacer a sus compradores?

9. ¿La asociación tiene alianzas con organizaciones Nacionales o Internacionales?

10. ¿Qué medidas toman para asegurar que los agricultores trabajan en condiciones seguras, higiénicas y sanas?

11. ¿Las relaciones con los socios, clientes e intermediarios son transparentes, participativas, equitativas y justas o existe alguna ausencia de los elementos antes mencionados?

12. ¿La asociación tiene una política de organización establecida si/no; si es así, los integrantes cumplen con cada una de ellas?

Anexo 2

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

OBJETIVO:

Conocer cuáles son los principios que cumple la asociación “LA PEPA DE ORO” para acceder al comercio justo fairtsa

DATOS GENERALES

DATOS DEL PRODUCTOR	
Nombre y apellido:	años que lleva trabajando en la asociación:
Edad:	nivel de educación:
Dirección:	

DATOS DEL PREDIO	
Ubicación con respecto a la tierra	Hectáreas de producción de cacao

A. CRITERIO SOCIAL

1. ¿Conoce Ud. acerca la certificación FAIRTSA en Comercio Justo y los beneficios que brinda ésta?

SI		NO	
----	--	----	--

2. ¿Cómo es la relación del administrador con los miembros de la asociación?

Excelente		Regular		Mala	
-----------	--	---------	--	------	--

3. ¿Recibe ud. Capacitaciones o talleres agrícolas?

Siempre		a veces		Nunca	
---------	--	---------	--	-------	--

De las siguientes opciones ¿Que tipos de capacitaciones ha recibido Ud.?

Buenas prácticas agrícolas		Uso responsable del agua y energía	
Manejo de post cosecha		Manejo eficiente de residuos	
Seguridad laboral			

4. ¿En las relaciones laborales con cada uno de los socios y demás miembros existe discriminación por clase social, genero, religión o raza?

Siempre	a vece s	Nunca	
---------	----------------	-------	--

¿Existe la participación femenina en las actividades laborales de la asociación?

Siempre	a vece s	Nunca	
---------	----------------	-------	--

5. ¿La asociación cuenta con el apoyo de niños para desarrollar cada una de las actividades de la misma?

Siempre	a vece s	Nunca	
---------	----------------	-------	--

6. ¿Ud. como socio de la asociación ha realizado actividades que ayudan al desarrollo de la comunidad de productores?

Siempre	a vece s	Nunca	
---------	----------------	-------	--

7. ¿Cuáles de los siguientes criterios ha implementado la asociación?

Mejoramiento de la calidad de producto		Proyectos educativos de alfabetización	
Mejoramiento o competitividad en el mercado		Proyectos de reforestación u otro proyecto de sostenibilidad ambiental	

Mejoramiento de las condiciones de trabajo y vivienda de los trabajadores		Otros	
Proyectos de asistencia médica			

Indique
cuales.....

8. ¿Cuáles de las siguientes opciones le gustaría contribuir para el mejoramiento de las condiciones de vida de la familia de productores?

Mejoramiento de la calidad de producto		Proyectos educativos de alfabetización	
Mejoramiento o competitividad en el mercado		Proyectos de reforestación u otro proyecto de sostenibilidad ambiental	
Mejoramiento de las condiciones de trabajo y vivienda de los trabajadores		Otros	
Proyectos de asistencia médica			

Indique
cuales.....

9. ¿La asociación cuenta el apoyo del gobierno?

Siempre		a veces		Nunca	
---------	--	---------	--	-------	--

B. CRITERIO PRODUCTIVO

10. ¿La organización cuenta con el producto (cacao) 100% orgánico?

SI		NO	
----	--	----	--

11. ¿Cuenta la asociación con una capacidad de producción adecuada para proveerle a sus clientes?

SI		NO	
----	--	----	--

12. ¿Qué tipo de método utiliza en el manejo de riego en el cultivo de cacao?

Gravedad		Goteo	
Aspersión		Otros	

C. CRITERIO ECONÓMICO

13. ¿Cómo comercializan su producto?

Directamente al consumidor		Por intermediario	
----------------------------	--	-------------------	--

14. ¿Cómo se encuentra actualmente la asociación en el mercado comercial?

Excelente		Regular		Mala	
-----------	--	---------	--	------	--

15. ¿Cuál de estas opciones cree Ud. que es la participación de la asociación en la sociedad?

Solidaria		Económica	
ambiental		Otros fines	

Anexo 3

ASOCIACIÓN: CENTRO AGRO - ARTESANAL LA PEPA DE ORO, BOLÍVAR – MANABÍ

FICHA DE OBSERVACIÓN: N° 1

OBJETIVO: Conocer las condiciones de trabajo y seguridad ocupacional de los miembros de la asociación.

N°	INDICADORES				
		1	2	3	4
1	Proporcionar y mantienen medios seguros de acceso a los lugares de trabajo			X	
2	Los trabajadores realizan trabajos arriesgados o peligrosos que atentan a su salud y seguridad			X	
3	Facilita a los trabajadores todo el equipo y prendas de protección personal que pueda evitar accidente o daño para la salud		X		
5	Garantizan instalaciones limpias y seguras para el personal laboral			X	
6	Las áreas de los departamentos y espacios de riesgos están claramente identificadas con señales o rótulos de advertencias			X	
7	Garantizar iluminación, calefacción y ventilación adecuadas en los espacios interiores			X	
8	El equipo de electricidad y el cableado están instalados adecuadamente			X	
9	Todas las maquinarias y equipos se encuentra en excelentes condiciones				X
11	Garantiza el libre acceso a baños limpios, agua potable y pisos		X		
12	Los materiales como plásticos, fundas y entre otros desperdicios se encuentra directamente expuestos en las zonas en donde almacenan los productos			X	
13	El equipo de los fertilizantes (orgánicos e inorgánicos) se almacenan y clasifican de manera segura				X

Fuente: Adaptado según la Organización Internacional del Trabajo

ESCALA DE CALIFICACIÓN: 1= nunca, 2= rara vez, 3= frecuentemente, 4= siempre.

Anexo 4



Foto 4.1. Encuesta realizada a los productores



Foto 4.2. Encuesta realizada a los productores



Foto 4.3. Reunión de los productores